

# Misión Joven

Revista de Pastoral Juvenil



**Separata**

**MJ 503** (Diciembre 2018)

estudios

Páginas 05-18

«Jóvenes españoles  
entre dos siglos (1984-2017)»:  
Un informe sociológico sobre los  
cambios sociales y los valores juveniles

---

JOSÉ A. LÓPEZ-RUIZ



## «Jóvenes españoles entre dos siglos (1984-2017)»: Un informe sociológico sobre los cambios sociales y los valores juveniles

JOSÉ A. LÓPEZ-RUIZ (josealr@comillas.edu)

Cátedra Martín Patino de la Cultura del Encuentro.

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales (Universidad de Comillas, Madrid).

### Síntesis del artículo

Este artículo ofrece una síntesis de los principales hallazgos del último Informe sobre los jóvenes españoles de la Fundación Santa María/Observatorio de la Juventud en Iberoamérica, publicado a finales del año 2017. Los datos de la última encuesta son comparados con los de anteriores informes, remontando en algunos casos hasta el primero de ellos, que data del año 1984.

**#PALABRAS CLAVE:** Jóvenes, sociedad, valores, familia, ocio, tiempo libre.

### Abstract

This article offers a summary of the main findings of the latest report on young Spaniards of the Santa María Foundation / Observatory of Youth in Ibero-America, published at the end of 2017. The data of the last survey are compared with those of previous reports, going back in some cases to the first of them, dating from the year 1984.

**#KEYWORDS:** Young people, society, values, family, leisure, free time.

### Introducción

Con la perspectiva de cerca de 40 años de estudios sociológicos sobre los jóvenes españoles promovidos por la Fundación Santa María (Fundación SM), cuyo primer estudio data del año 1984, este último informe presta un especial interés a la comparación que permite la serie histórica, buscando puntos de enlace en ciertas preguntas clave que se repitieron a lo largo del tiempo en los cuestionarios utilizados. Los cuestionarios evolucionan y cambian,

como la sociedad misma, por lo que no siempre se comparan las preguntas en los mismos años: hay preguntas que surgen en los años 90, otras en los 2000, otras se descontinuaron varios años y han sido rescatadas para esta encuesta, para interpretarlas en la perspectiva del tiempo transcurrido.

La serie de estudios sobre los jóvenes promovida por la Fundación SM se ha distinguido de otras investigaciones sociológicas por centrar el foco de interés en lo relativo a los valores y actitudes de los jóvenes, mientras

que otras publicaciones, como por ejemplo las del Instituto de la Juventud (INJUVE 2016, 2015, 2010, entre otras publicaciones<sup>1</sup>) o el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud<sup>2</sup>, se dirigen más a estudiar las condiciones estructurales en relación a diferentes problemáticas juveniles, como empleo, salud, educación, sexualidad o vivienda, entre otras.

Por tanto, el interés principal del estudio *Jóvenes Españoles entre dos siglos* es la interpretación de acontecimientos y vivencias importantes para los jóvenes, así como dar a conocer sus posicionamientos valorativos y actitudinales, no siendo tanto ofrecer un análisis descriptivo exhaustivo de las condiciones y situaciones objetivas que afectan a los jóvenes –análisis de condiciones estructurales–. Y así, estando menos centrado en la acumulación de datos estadísticos, y más dirigido a la interpretación, puede resultar de especial interés para educadores y profesionales que trabajen con jóvenes, así como también para quienes se dedican a la pastoral, e incluso desde el interés dentro de las propias familias.

Con este encuadre como introducción al artículo, que viene a ofrecer una “vista aérea”

de los principales resultados del estudio, refiriéndose a cuatro de los cinco capítulos que presenta el informe: los dos primeros tratan sobre los valores e integración sociopolítica, el tercero sobre familia y, el cuarto, sobre ocio y cultura juveniles. El capítulo sobre religión, que sería el quinto, es analizado por su autor, Juan M. González-Anleo, en otro artículo de esta publicación.

El lector interesado puede consultar o descargar la obra completa desde la página web del Observatorio de los Jóvenes de SM (<https://www.observatoriodelajuventud.org/jovenes-espanoles-entre-dos-siglos-1984-2017/>).

## 1 Los valores morales, confianza en las instituciones de los jóvenes e integración sociopolítica

Los informes de la Fundación SM han ido siguiendo y documentando todo un proceso de *des-socialización* y *des-politización* juvenil desde los años 80, que se caracteriza por el progresivo distanciamiento de las instituciones y la política misma, que parece estar tocando a su fin, como veremos. Este proceso comenzaba al ir menguando el entusiasmo que siguió a la Transición, los primeros años de la democracia y los primeros años de entrada en la UE (1985-86), pasando por la crisis económica de principios de los años 90 y el aumento galopante del desempleo en los años siguientes. Así se llegaría hasta lo que se denominaba la “indiferencia enemiga” hacia la política y los políticos, de la que se habló en el informe del año 2010. Durante estos años, las generaciones de jóvenes habrían pasado de una fuerte efervescencia ideológica y rupturista inmediatamente posterior al período de la Transición, a irse mostrando cada vez más como una generación pragmática y asentada a comienzos de los ochenta. A finales de esa

<sup>1</sup> INJUVE 2016, Jorge Benedicto (Dir.). “Informe Juventud en España” 2016”, disponible en <http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/24/publicaciones/informe-juventud-2016.pdf> (acceso 9-10-18); 2015 “Sondeo de opinión y situación de la gente joven 2014 (3ª encuesta)”, documento disponible en <http://www.injuve.es/observatorio/ocio-y-tiempo-libre/jovenes-ocio-y-consumo>; 2010 “Juventud en cifras: Ocio y tiempo libre”, documento disponible en <http://www.injuve.es/sites/default/files/JCifras-Ocio-Dic2010.pdf> (acceso 9-10-18).

<sup>2</sup> Ver Elena Rodríguez San Julián y Juan Carlos Ballesteros Guerra, 2013: “Crisis y contrato social: los jóvenes en la sociedad del futuro”. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, FAD; Alessandro Gentile, Anna Sanmartín Ortí, Ana Lucía Hernández Cordero, 2014. “La sombra de la crisis: la juventud española en el horizonte de 2018”. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, FAD; Javier Elzo y Eusebio Megías (codirs.), 2014 “Jóvenes y valores: un ensayo de tipología”. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, FAD, también entre otros muchos disponibles desde <http://www.adolescenciayjuventud.org/que-hacemos/monografias-y-estudios>.

misma década, para los jóvenes prácticamente había desaparecido cualquier apelación a la utopía, presentándose como “individualistas, liberales y hedonistas” y muy secularizados, afirmando que “no necesitan el sostén de las creencias”, y así reflejando la consolidación del crecimiento económico y el *neoliberalismo* en nuestro país<sup>3</sup>.

En los noventa se vio empezar un período de crisis, con altas tasas de paro juvenil, que tendrá un fuerte impacto en el cuadro actitudinal de los jóvenes y en su cambio de orientación valorativa, empezando a aparecer ciertas actitudes de incertidumbre y pesimismo. El tiempo de los llamados *pactos fordistas*, según los cua-

les la sociedad exigía a los jóvenes un esfuerzo y el aplazamiento de las gratificaciones a cambio de un lugar asegurado en la sociedad, de una educación, un trabajo y, en definitiva, un futuro, parecía llegar a su fin. Para dar paso, con el cambio de siglo, a una época de mayor desencanto, incertidumbres y desidentificación juvenil con ciertos valores, como vamos a ver.

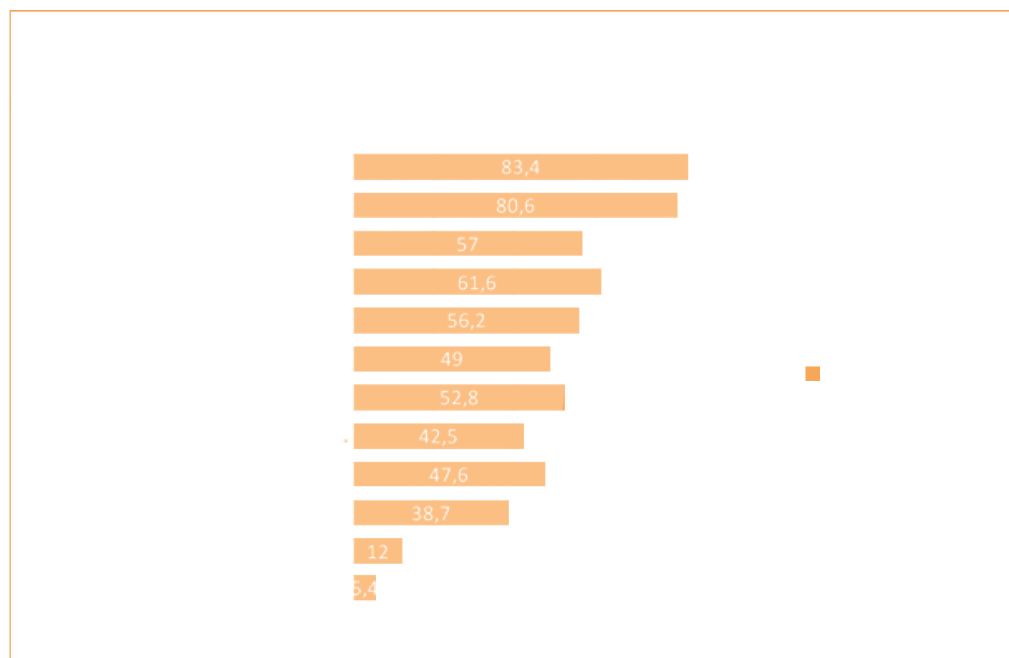
### 1.1 Aspectos importantes en la vida

La pregunta sobre los aspectos importantes de la vida, formulada durante más de veinte años en sus sucesivos cuestionarios de los estudios de Jóvenes Españoles, aporta un primer mapa del mundo tal y como lo ven y lo sienten los jóvenes. ¿Qué consideran los jóvenes de 2016 importante en sus vidas?

◀ VER: **Gráfico 1.** Aspectos importantes de la vida (muy y bastante) en 2017

Los jóvenes consideran “muy importante” en sus vidas, con valores por encima del 80%, solamente “la salud” y “la familia”, seguidas

<sup>3</sup> El término neoliberalismo se entiende aquí de una forma amplia, como la ideología que ha regido la política y la economía de la mayor parte de las sociedades occidentales, desde la era Thatcher-Reagan hasta el colapso financiero de 2007-2008, pasando por la burbuja inmobiliaria española, los paraísos fiscales, y el giro desde la administración Obama a la de Trump en los EE.UU. de América.



**Gráfico 1.** Aspectos importantes de la vida (muy y bastante) en 2017

a una distancia considerable de más de 20 puntos porcentuales por “los amigos y conocidos”, “el trabajo”, “el tiempo libre y ocio” y “llevar una vida moral y digna”. En un bloque diferente, con porcentajes por debajo del 50% pero una aprobación considerable, se encuentran “ganar dinero”, los “estudios, formación y competencia profesional”, “pareja” y “tener una vida sexual satisfactoria”. No sucede lo mismo con el grupo formado por “la política” y “la religión” ya que, ni siquiera sumando las dos opciones de respuesta “bastante” y “muy importante”, alcanzan el 50%, rebasando algo el 40% la política y no llegando siquiera al 20% la religión.

Poniendo en perspectiva los datos de 2017 con los de anteriores estudios, se aprecia un constante vaivén ascendente y descendente en casi todos los aspectos valorados desde el año 1994, que viene a hacerse más evidente entre los años 2005 y el presente. Destacan entre otros los cambios en el interés en la política y la religión. En política, el 21% de los jóvenes la declaraban “muy” y “bastante importante” en 1994, menos en 1999 (16%), subiendo hasta el 27% que lo hacía en 2010 y el 41% en la actualidad. En contraste con la política, la religión no solamente no gana interés entre los jóvenes, sino que va perdiendo paulatinamente relevancia en el período de 1994 a 2016, el acumulado “bastante” más “muy importante” pasa del 33% en 1994 al 16,3% en la actualidad. En resumen, comparando con los datos de los años 90, se duplica el porcentaje de jóvenes muy interesados en política, que sube del 21 al 41%. Mientras que en religión se interesan un 50% menos de jóvenes que lo hacía en esa década, pasando del 33% en 1994 al 16,3% de 2017.

Aunque los datos actuales indican que en términos generales los jóvenes acusan en sus valores los efectos de la crisis económica -y se diría también que institucional-, si tenemos en consideración la evolución solo desde 2010, no

dan una respuesta tan clara y contundente si hacemos nuestro análisis desde el Informe de 2005, en plena “bonanza” económica, y menos aún si tenemos en cuenta el largo recorrido entre 1994 y 2016. En este último tramo, si además incluimos en la ecuación la gran importancia adquirida por “la familia”, analizada por numerosos autores como el parapeto por excelencia de los jóvenes contra las inclemencias de la crisis, podemos llegar a la conclusión de que ellos, más que sentir directamente la crisis, han vivido resguardados de la misma por la familia, el *superministerio de bienestar* dentro de una sociedad que relega en ella esta función, en lugar de ser asumida como algo prioritario por el Estado y las instituciones.

En lo que se refiere a la importancia de la educación y el trabajo, dos de los grandes pilares en los que se apoya la sociedad, valorando la importancia que otorgan a los “estudios, la formación y la competencia profesional” y al “trabajo” en general, pese a que vemos cómo se incrementa ligeramente la importancia que le dan los jóvenes desde el comienzo de la crisis hasta ahora, no llegan a recuperar el valor que se les otorgaba en 1994. En cambio, sí aumenta la importancia de las valoraciones de “la familia”, junto con los “amigos y conocidos”, demostrando lo que se ha denominado en el informe una *estrategia de enroque juvenil* frente a un tablero de lo social, que continúa sin aportarles promesas de futuro esperanzadoras.

## 1.2 Tolerancia y justificación de comportamientos morales

Desde los primeros informes de la Fundación SM en 1984 hasta la actualidad, los comportamientos que menos justificación encuentran entre los jóvenes son aquellos que afectan a la moral pública y a las reglas básicas de convivencia, especialmente los que incluyen la utilización de algún tipo de violencia, ya sea el terrorismo o la violencia de género.



ta por el momento de cambios muy matizados y no de tendencia general para la mayoría de las cuestiones planteadas (entre 0,3 y 0,5 puntos en la escala de 1-10 de aceptación o rechazo), con las excepciones de dos cuestiones, la pena de muerte, donde vemos un cambio entre 1984 y 2017 de +1,5 puntos y en la adopción de hijos por homosexuales y lesbianas (+1,3 puntos).

### 1.3 Confianza en las instituciones

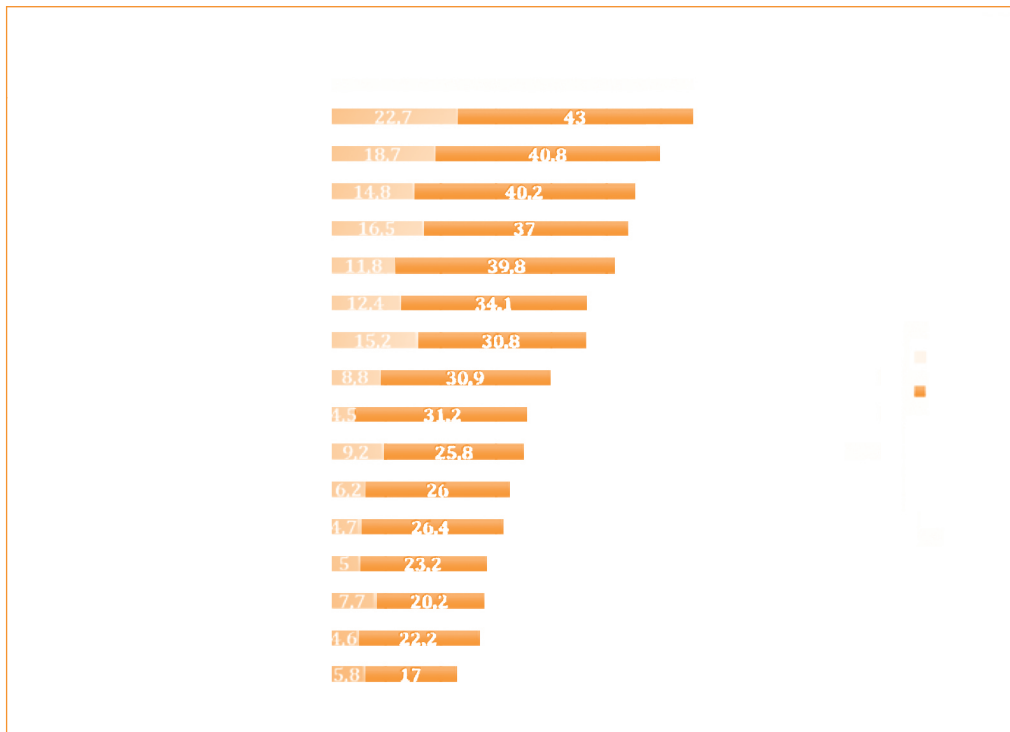
Cuando se pregunta a los jóvenes por la confianza que les ofrecen 16 instituciones, las que más confianza generan son las organizaciones de voluntariado y la policía, seguidas por el sistema educativo y las Fuerzas Armadas. La primera de estas instituciones, la más confiada, consigue generar “mucho confianza” en 1 de cada 5 jóvenes, quedando el resto por debajo de este porcentaje.

Si pasamos a la siguiente institución, “la policía”, el porcentaje se hunde ya por debajo del 20 %.

◀ VER: **Gráfico 2.** Confianza en las instituciones.

Al examinar la evolución histórica de los datos puede apreciarse que los considerables aumentos registrados desde el año 2005, justo antes de estallar la crisis, correspondían a la salida de un profundísimo bache de confianza atravesado por todas las instituciones en la primera mitad del primer decenio de nuestro siglo. En el año 2005, todas las instituciones, con una única excepción, perdían confianza entre los jóvenes. En el 2010, por el contrario, todas, y de nuevo con una sola excepción, la ganaban, siguiendo una evolución en forma de dientes de sierra que se viene detectando en líneas generales desde el comienzo de los informes de *Jóvenes españoles*.

Se detecta que, tras una lenta recuperación



**Gráfico 2.** Confianza en las instituciones 2016.

de la confianza en los años 1984 a 1999, ésta vuelve a hundirse hasta el presente Informe. Incluso si comparamos los datos actuales con los de 2005 –que, como se ha señalado antes, constituyen un punto de referencia para poder evaluar el impacto que ha tenido la crisis- llama la atención que la mayoría de las instituciones reciben menor confianza, incluso las mejor valoradas, como las organizaciones de voluntariado, primeras en la lista. Destacan en ese descenso el Parlamento del Estado (- 10 %), la prensa (- 10,3 %), la monarquía (- 9 %), el Parlamento de la comunidad autónoma (- 8 %) y los sindicatos (- 7 %). Por el contrario, ganan confianza las Fuerzas Armadas (un 17 %), la policía (+ 8,5 %), las grandes empresas y multinacionales (+ 8 %) y también, aunque más modestamente, la Iglesia, con casi un +2 %.

#### 1.4 La integración sociopolítica de los jóvenes

Los jóvenes de 2016 se ubican en la escala de posicionamiento ideológico de izquierda-derecha, con una media de 4,82, prácticamente en el centro del espectro político. De hecho,

están algo más hacia el centro que en el año 2010 (4,77), más aún que en el de diez años antes, en 1999 (4,56) y más, también, que en el de veinticinco años antes, en 1989 (4,74). En contraste se ha producido un incremento del porcentaje de jóvenes situados en las posiciones más extremas del espectro, superior al registrado hasta el año 2010, especialmente en el caso de la extrema izquierda (posiciones 1 y 2), cuyo porcentaje agregado ha pasado de un 11,8 % a un 15,1 % en solo seis años, un aumento superior al que había tenido lugar en los veinte años anteriores, en los que pasaba del 10 % en 1989 al 11,8 % en 2010. En total, 1 de cada 5 jóvenes (22%) se sitúa actualmente bien en las posiciones de extrema izquierda, bien las de extrema derecha.

Por otro lado, se ha producido un descenso en el porcentaje de los que no se sentían identificados con la política (gráfico 3), o que no le encontraban sentido, pasando del 25% en 2010 al 17% en la actualidad. En esta misma línea, desde el año 2010 se reduce el número de jóvenes que opinan que “la política no tiene nada que ver conmigo, no afecta para



Gráfico 3. Opiniones sobre la política y los políticos (2005-2016)



nada mi vida privada" y aumenta considerablemente el apoyo a la afirmación de que "participando en política puedo contribuir a mejorar la sociedad en la que vivo", que pasa de un 18% en 2005 a un 42% en el último estudio.

◀ VER: **Gráfico 3.** Opiniones sobre la política y los políticos (2005-2016)

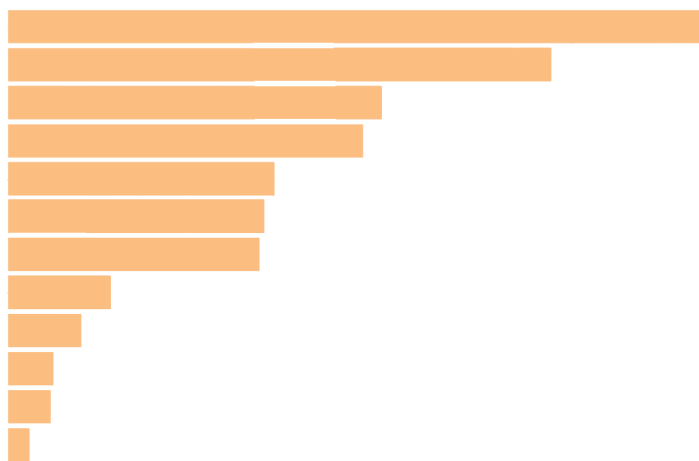
Comparado con veinticinco años atrás, los jóvenes ahora perciben la sociedad española como menos tolerante con las personas diferentes y menos democrática, ya que la evaluación sobre el nivel de tolerancia cae de un 5 de media en el año 1989 a un 4,5 sobre 10 en la actualidad. La percepción del grado de democracia del Estado español baja del 6,1 al 5,2 en el mismo período.

En lo relativo a la participación social juvenil, los datos no permiten hablar de una reconstrucción del tejido social perdido antes y durante la crisis, ya que respecto al 2010 solo sube un 2% el número de jóvenes que pertenecen a alguna asociación y apenas un 1% respecto al año 2005, justo antes de la crisis. En el informe se analizan otras cuestiones como la participación política, constatan-

do que ahora hay más jóvenes que siguen la información política en los diferentes medios, discuten de temas políticos en su vida cotidiana o en foros o chats en las redes sociales.

## 2 La centralidad de la familia como referente para los jóvenes

A lo largo de este período de tiempo que estamos analizando, la importancia de la familia se ha mantenido muy alta, sin descender a lo largo de los años, actualmente casi la totalidad de los jóvenes (97%) la considera "muy" o "bastante importante", demostrando que es uno de los máximos referentes para los jóvenes a la hora de entender el mundo y situarse dentro del mismo. El efecto de la crisis probablemente ha sido el de reforzar estos vínculos y valores familiares para los jóvenes. Comparando con otros ámbitos de la vida como el trabajo, los amigos y conocidos, llevar una "vida moral y digna" o los "estudios, formación y competencia profesional", la familia se mantiene por encima constantemente, a diferencia de las variaciones que vemos en aquellos. En la serie temporal la familia y los



**Gráfico 4.** Lugares en los que se habla de las cosas importantes en la vida.

amigos aparecen siempre como valores fundamentales para más del 90 % de los entrevistados, junto a ellos y como efecto de la crisis económica, ha crecido el valor otorgado a los estudios y la formación.

◀ VER: **Gráfico 4.** Lugares en los que se habla de las cosas importantes en la vida.

**Nota:** se excluyen del gráfico las categorías de respuesta correspondientes a “No contesta” (1,4 %) y “Otro sitio” (0,3 %), para facilitar una mayor claridad expositiva

Actualmente la familia es para el 62% de los jóvenes el lugar donde “se dicen las cosas más importantes en cuanto a ideas e interpretaciones del mundo”, citándola incluso por encima de los amigos e incluso por delante de los centros educativos, los libros o los medios de comunicación. Esto parece indicar que, aunque los jóvenes viven rodeados más que nunca de datos, redes de comunicación globalizadas y accesos a la información cada vez más instantáneos y rápidos, en ese mundo cibernético y globalizado, la familia se sigue presentando como uno de los máximos referentes culturales para los jóvenes a la hora de entender el mundo de hoy. El análisis de las tendencias de respuesta a esta pregunta a lo largo del tiempo permite constatar que desde el año 1989 la familia ha sido el único de los espacios o medios sociales citado mayoritariamente, alcanzando las cotas más bajas entre los años 1994 y 2005, con un 50 % de menciones, y las cotas más altas en las dos últimas ediciones del Informe.

Se puede ver una aproximación en las “formas de pensar” y valorar la vida, las mentalidades de padres e hijos, que indica que las distancias intergeneracionales en cierto sentido se han ido estrechando; examinando los datos de años anteriores, ni siquiera a finales de los años noventa los jóvenes tenían unas ideas demasiado diferentes a las de sus padres. Solamente disientan, en

general, en las cuestiones de ocio y tiempo libre, donde entrarían las discrepancias en horarios de salir con los amigos y las típicas exigencias juveniles de mayor independencia. También se encontraban algunas discrepancias o discusiones tratando sobre las relaciones de pareja y en cuanto al sexo, dos aspectos que entrarían dentro de lo que denominamos ámbito relacional y pragmático-funcional, siendo menos en el plano ideológico y de creencias. Si antes los jóvenes de los años 80 y 90 discutían más en casa de cuestiones políticas y religiosas, los de los años 2000 encuentran que sus ideas se parecen cada vez más a la de sus padres, o bien pueden hablar con libertad de lo que piensan sin que eso suponga un problema. En general se ha mantenido un buen clima intergeneracional y ha ido aumentando el poder relativo de los jóvenes dentro del hogar familiar, aunque siempre existen cuestiones que dan lugar a discusiones y enfrentamientos puntuales entre padres e hijos, siendo los más frecuentes por la colaboración en el trabajo doméstico, los estudios y las cuestiones sobre dinero y la hora de llegada por la noche o cuando salen.

Lo que sí ha cambiado sustancialmente es la forma en la que los jóvenes se plantean las distintas formas de convivencia y pareja. El matrimonio ha dejado de ser la opción de futuro mayoritaria y actualmente alrededor de la tercera parte de los jóvenes (32%) optaría en el futuro por el matrimonio, si bien habiendo convivido con su pareja antes del mismo, mientras que uno de cada cinco jóvenes viviría en pareja sin casarse en un futuro (20%). Comparando con el pasado, también vemos que aumenta la cantidad de jóvenes que manifiestan su incertidumbre al respecto, casi un 30% no sabe lo que hará. Comparando los resultados en la serie histórica, se ve que la tendencia a elegir el matrimonio –aunque sea con una conviven-

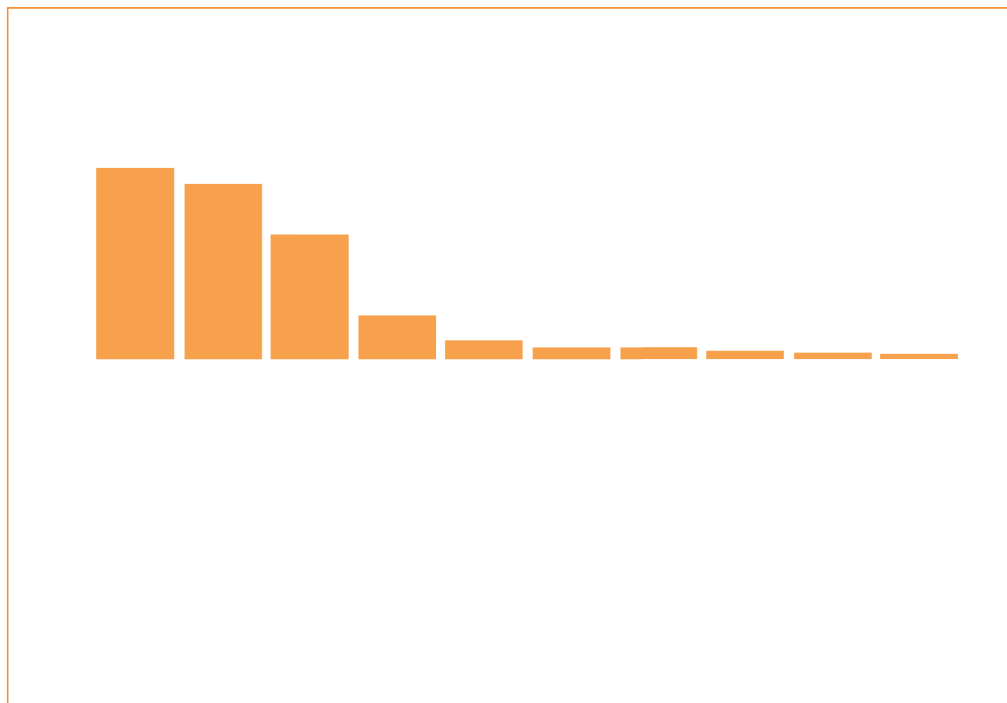
cia previa con la pareja— ha ido disminuyendo progresivamente en estos años; incluso el descenso es mayor entre los años 2010 y 2016 que entre 2005 y 2010. Por lo que se puede afirmar que en esta década larga transcurrida desde el año 2005 son más de 11 puntos porcentuales los que cae la elección de la opción matrimonial: en la actualidad 1 de cada 4 jóvenes ve el matrimonio como un “certificado burocrático-administrativo” innecesario y 1 de cada 10 piensa que es una mera “apariciencia social”.

◀ VER: **Gráfico 5.** Formas de convivencia preferidas por los jóvenes.

Respecto a este punto cabe interpretar que, tanto en el descenso de la intención de vivir en pareja con matrimonio, como en la incertidumbre que muestran los jóvenes ante su futuro de pareja, están influyendo diferentes factores sociales, entre los que estarían la crisis económica, el alto índice de desempleo juvenil y las enormes dificultades

con las que se encuentran para la emancipación del hogar familiar, que se está retrasando para la mayoría hasta pasados los 25 años. Pero también pueden influir en estas previsiones las presiones laborales (temporalidad, precariedad laboral, horarios, etc.), el aplazamiento en las decisiones de paternidad-maternidad, e incluso cambios en los patrones culturales que definen las expectativas y roles masculinos y femeninos. Según analizaba el Observatorio de Emancipación del Consejo de la Juventud en España, con datos del segundo semestre de 2016<sup>4</sup>, la tasa de empleo de los jóvenes de 16 a 24 años es del 20,4 % y la de desempleo del 42,9 %, existiendo además un 19,7 % de población juvenil de esta edad subempleada.

<sup>4</sup> Observatorio de Emancipación n.º 13 (segundo semestre de 2016). Disponible en <http://www.cje.org/es/publicaciones/novedades/observatorio-emancipacion-primer-semestre-2016/> [Consulta: 14-4-2017].



**Gráfico 5.** Formas de convivencia preferidas por los jóvenes.

### 3 Cultura juvenil, cultura digital y diversidad en el ocio juveniles

La cultura y el estilo de vida actuales confieren al ocio un lugar preponderante en los horizontes vitales, algo que en buena parte está relacionado con unos hábitos y necesidades de consumo que definen mucho al individuo y su lugar en la sociedad. Vivimos en una sociedad de consumo y el ocio es uno de los “bienes culturales” de consumo que la sociedad nos ofrece, y los jóvenes son muy conscientes de ello. Y hay patrones de consumo que están cambiando con el acceso generalizado a ciertas tecnologías avanzadas (desde los *smartphones*<sup>5</sup> hasta las videoconsolas de juegos) y el uso de internet. Como ejemplo del peso que tiene el consumo del ocio juvenil, solo la industria de los videojuegos ha facturado en los últimos dos años el doble que las del cine y la música juntas, demostrando que es una de las más fuertes dentro del sector que llamaríamos *ocio audiovisual*<sup>6</sup>.

Las culturas juvenil y digital a las que alude el título anterior forman parte de un concepto de cultura más amplio, dándose una relación de interdependencia entre ambas que responde no solo a los cambios en modas y estilos de vida, sino también a toda una “lógica del mercado”, la influencia de la publicidad y la proliferación de los productos de consumo dirigidos a los jóvenes, constatando el uso y

la presencia generalizados en la vida cotidiana de las tecnologías digitales de la información y la comunicación, y a la omnipresencia que tiene actualmente el uso de los teléfonos móviles inteligentes e internet.

Sin duda los hogares, los estilos de vida y los conceptos de tiempo libre y entretenimiento están cambiando con estos elementos tecnológicos, augurándose una nueva ola de informatización que afectará a elementos domésticos y de uso cotidiano como el coche o los relojes, que forman parte de la domótica y que se conoce como “el internet de las cosas”<sup>7</sup>.

El concepto de *cultura juvenil* se encuentra asociado a la forma en que los jóvenes “hacen suya” o reinterpretan la cultura en la que viven, para definir ciertos estilos de vida y rasgos de identidad característicos—muchos de ellos relacionados con su tiempo libre y su ocio—, un cierto lenguaje y estéticas con sus códigos propios, así como a otras de formas de expresión e incluso de creatividad artística o científica propios.

Con *cultura digital* nos estamos refiriendo a todas las formas de comunicación, expresión individual y colectiva, consumo, participación ciudadana e institucional que llegan a abarcar desde las vanguardias artísticas y científicas, la información estatal y gestión burocrática (impuestos, sanciones administrativas, etc.), los círculos de vínculos primarios de las personas—amigos y familiares conectados a través de tecnologías digitales como *WhatsApp*, *Facebook* o *Instagram*—, el acceso general a internet. Sería mejor quizá hablar de *culturas digitales*, porque engloban ámbitos sociales muy diversos. En los debates y conferencias sobre cultura digital se pueden encontrar temas tan diversos como: creativi-

<sup>5</sup> El término *smartphone* es un anglicismo que denomina la tecnología de los “teléfonos inteligentes”, que son teléfonos con gran capacidad de procesamiento de datos de todo tipo, incluidos los audiovisuales (cámaras de fotos, video, reproducción de diferentes formatos de video, etc.), con la principal característica de que tienen una conexión a internet casi permanente (vía Wifi o por satélites 3G-4G).

<sup>6</sup> Los datos del anuario AEVI 2017 la sitúan como la primera opción de ocio audiovisual en España, superando la facturación conjunta de la industria del cine (597 millones de euros) y de la música (232 millones). Ver <https://www.hobbyconsolas.com/reportajes/industria-videojuego-espana-bate-records-facturacion-270081> [acceso 23-10-18].

<sup>7</sup> El internet de las cosas (en inglés *the internet of things*) es un concepto que se refiere a una interconexión digital de objetos cotidianos con internet (ver [https://es.wikipedia.org/wiki/Internet\\_de\\_las\\_cosas](https://es.wikipedia.org/wiki/Internet_de_las_cosas)) [Acceso 23-10-18].

dad y educación, arte *post-internet*, literatura, música, artes plásticas y escénicas, cine, arte digital (*net art*) y videojuegos, pero también sobre las relaciones entre ciencia e internet o entre la política e internet.

Entrando ya en los datos que arroja el estudio, desde la perspectiva de la serie histórica hay tres rasgos que sobresalen respecto al resto: los jóvenes se consideran de forma predominante “consumistas”, “rebeldes” e “independientes”. Los resultados de 2016 caracterizan también a unos jóvenes “demasiado preocupados por la imagen” que proyectan a los demás (39%), algo “egoístas” (35%), pero también “indignados por la situación sociopolítica” (32%), al tiempo que desciende la identificación con el rasgo “independientes”.

◀ VER: **Gráfico 6.** Características de la autoimagen de los jóvenes.

La incidencia de la crisis económica sufrida en los últimos años posiblemente queda reflejada en la caída que experimentaban en 2010 los rasgos de “consumistas” y “rebeldes” y la recuperación que vemos que se produce en 2016 de estos rasgos. También en la progresión por la que se sienten cada vez menos “independientes”, “solidarios” y “trabajadores” que los jóvenes de los años 90. Un dato alarmante sería el incremento del porcentaje de jóvenes que ven como rasgo distintivo el poco “sentido del deber” y “sentido del sacrificio” que se registra en 2010 y 2016, duplicando los porcentajes registrados en 1994. La tolerancia también registra en 2016 sus mínimos en la serie temporal, indicando una



**Gráfico 6.** Características de la autoimagen de los jóvenes.

tendencia al incremento de posiciones más extremistas, del que se ha hablado anteriormente en el apartado sobre valores morales e integración sociopolítica.

Volviendo a los comportamientos y hábitos de los jóvenes, el análisis de las actividades preferidas y practicadas habitualmente por los jóvenes permite distinguir cuatro grupos de actividades, en razón del mayor o menor arraigo como prácticas habituales:

*Actividades de práctica totalmente generalizada (>85 %):* ver películas o series (un 94,2 %), salir o reunirse con amigos (un 93,7 %), escuchar música, discos, CD, MP3 (un 92 %), ver televisión (un 91,2 %) y ir al cine (un 88,1 %) y ver canales temáticos en internet y visualizar diferentes contenidos en YouTube (86,8%).

*Actividades muy generalizadas (>65 % y hasta el 85 %):* ir a bares, cafeterías, pubs (un 80,2

%), ir de tiendas (un 77,9 %), escuchar la radio (un 77,6 %), hacer viajes o turismo (73,6 %), practicar algún deporte, incluyendo senderismo, yoga, caminar, bicicleta, patinar (un 72,9 %), asistir a espectáculos en vivo, teatro, conciertos (un 69,9%), ir a discotecas a bailar (un 68,4 %), leer libros (un 68,2 %) y estar con la pareja (un 67,4 %).

*Actividades generalizadas (entre un 45 % y un 60 %):* entre las que podemos encontrar en primer lugar los videojuegos con ordenador, PlayStation –y deberían estar también incluidas aquí las tabletas y los teléfonos móviles– (un 63 %), los juegos de mesa tradicionales como cartas, dominó, etc., un (60,6 %), asistir a eventos deportivos como espectadores (un 58,2 %) y cuidar de animales y mascotas (un 56,4 %). También se encuentra entre estas actividades el famoso “hacer botellón” (un 50,4 %), con una frecuencia relativamente

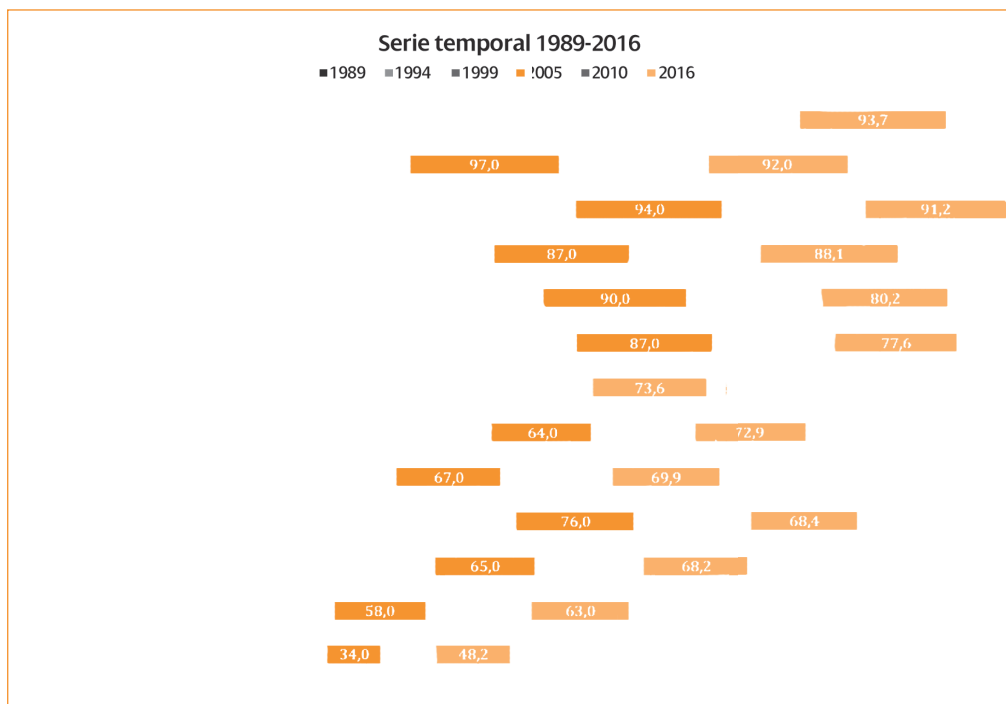


Gráfico 7. Evolución de las preferencias en ocio y tiempo libre.

te alta para el conjunto de los jóvenes, sobre todo si se tiene en cuenta la variable de la edad (los menores de 18 años lo hacen con menos frecuencia, con un 43,8 %), seguido de actividades que, siendo algo menos mayoritarias, son citadas asimismo por una considerable cantidad de jóvenes, las de tipo más cultural, como visitar museos o exposiciones (un 48,2 %).

*Actividades de práctica poco generalizada y minoritaria (≤ 45 %):* donde se encuentra “tocar un instrumento, pintar o escribir” (un 38,2 %), recibir clases de música, pintura u otras actividades artísticas (un 23,6 %), junto con la prosaica actividad de cuidar el coche, en su limpieza, arreglos y *tunning* o tuneo (un 33,7 %) y, finalmente, otra más elevada, al menos desde un punto de vista ético-social, como es el voluntariado (un 28 %).

◀ VER: **Gráfico 7.** Evolución de las preferencias en ocio y tiempo libre.

Es muy amplio el abanico de actividades que hace la mayoría de los jóvenes: en tan solo 5 de las 25 actividades analizadas desciende del 50 % el número de jóvenes que las practica y únicamente 2 cuando se trata de las que les gustaría hacer. Se constata un fenómeno de generalización y diversificación de las prácticas de ocio entre los jóvenes: la mayoría de los jóvenes coincide en gustos y preferencias, una uniformidad que confirma la existencia de una “cultura del ocio” muy asentada, reflejada en la diversidad de cosas que llevan a cabo los jóvenes hoy día.

En los informes anteriores, principalmente los realizados antes del año 2000, se interpretaban los diferentes usos y significados del tiempo libre en función de la situación ocupacional de los jóvenes, se distinguían las diversas vivencias del ocio de los jóvenes trabajadores, de los estudiantes, de los que estudian y trabajan al mismo tiempo, o de los que se encontraban en otras circuns-

tancias. En la actualidad los datos contradicen esta interpretación y parecen apuntar a una “democratización cultural”, con una diversidad de prácticas de ocio al alcance de la mayoría, y se comprueba cómo los jóvenes en conjunto tienden a hacer una mayor diversidad de actividades.

Ya sea como consecuencia de esa globalización cultural que incluye la extensión del consumo relacionado con el ocio, bien por una mayor “democratización” del tiempo libre, que asume que todos tienen su derecho al mismo, bien por el incremento del nivel de vida en España en comparación con otros países—aun habiendo atravesado crisis económicas y saliendo de ellas—, o incluso porque esté influyendo un tipo de educación—tanto formal como informal— que enseña a valorar más la cultura y el ocio como espacios de desarrollo personal, parece que existen múltiples factores de peso influyendo en que la mayoría de los jóvenes hagan un mismo tipo de cosas en su tiempo libre.

Se producen, por tanto, una diversificación del ocio, una mayor amplitud del abanico de posibilidades y una democratización del acceso a numerosos bienes y servicios de consumo relacionado con el ocio, que no se han visto frenadas en su impulso ni siquiera por los vaivenes producidos por la crisis, el desempleo juvenil crónico, las dificultades en el mundo laboral o las dificultades para alcanzar esa añorada emancipación o planificar una paternidades-maternidades desde unos horizontes de vida aún juveniles.

JOSÉ A. LÓPEZ-RUIZ  
Facultad de Ciencias Humanas y Sociales  
(Universidad Comillas, Madrid).

josealr@comillas.edu