

Usos del ciberespacio para entretenimientos en los ratos libres

Francisco Bernete García¹; María Cadilla Baz²

Recibido: 11 de septiembre de 2018 / Aceptado: 15 de julio de 2019.

Resumen. Este trabajo aporta información para conocer el estado de la “virtualización” de actividades relacionadas con el entretenimiento, entendiendo por “virtualización” el desplazamiento a Internet de tareas que antes se realizaban fuera de ese entorno. Los resultados de una encuesta a la población internauta de España corroboran que, para identificar a quienes hacen uso de Internet para el entretenimiento continúan siendo relevantes las distinciones según las edades, los estados civiles y las dedicaciones (estudios vs. trabajo). A estas se han añadido nuevas variables con objeto de comprobar su incidencia en el recurso a Internet para actividades lúdicas. La “autodescripción como usuario/a de Internet” emerge en esta investigación como un nuevo determinante del recurso a la Red.

Palabras clave: Entretenimiento; Virtualización; Usos de Internet; Perfiles de usuarios; TIC.

[en] Uses of cyberspace for entertainments in free time

Abstract. This paper provides information to know the state of “virtualization” of activities related to entertainment in free time, understanding by “virtualization” the displacement to the Internet of tasks that were previously performed outside of that environment. The results of a survey to a representative sample of Internet users of Spain, corroborate that, to identify those who make use of the Internet for entertainment, distinctions according to age, civil status and occupation (studies vs. work) are still relevant. To these variables, new ones have been added in order to check their incidence on the Internet resource for recreational activities. The “self-description as internet user” emerges in this research as a new determinant of the use of the Internet.

Keywords: Entertainment, Virtualization, Internet Uses, User Profiles, ICT.

Sumario: Introducción; Enfoque y estado de la cuestión; a) La relación entre usos lúdicos y nivel de formación reglada; b) La relación entre usos lúdicos y generaciones de usuarios; Metodología; Primer nivel de análisis: síntesis de resultados; Segundo nivel de análisis: estructura de las interdependencias entre los factores que afectan al uso de internet para entretenimientos; Discusión y conclusiones; Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Bernete García, F.; Cadilla Baz, M. (2019). Usos del ciberespacio para entretenimientos en los ratos libres, en *Historia y comunicación social* 24 (2), 579-598.

¹ Universidad Complutense de Madrid.
fbernete@ucm.es

² cadilla@ucm.es
Universidad Complutense de Madrid

Introducción

La evolución de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y el desarrollo de Internet han posibilitado el traslado de acciones humanas de entornos físicos a digitales. Una parte creciente de las actuaciones de nuestra vida cotidiana ya se ejecuta a través de Internet o, si se prefiere, en el ciberespacio, que es el ámbito generado en la medida en la que utilizamos las redes.

El grupo de investigación “Identidades sociales y comunicación” está desarrollando el proyecto I+D+i “Los usos del tiempo relacionados con la virtualización. Transformaciones generacionales”³. En este proyecto se investiga la progresiva virtualización de las actividades cotidianas, entendiendo por tal el proceso de trasladar al espacio conformado por las redes tecno-informacionales tareas que anteriormente se realizaban fuera de tales redes. Este desplazamiento, necesariamente reorganiza el desempeño de dichas actividades. Cabe prever que, con el paso del tiempo, contribuya a un cambio fundamental en el comportamiento humano. Transformación que tiene dimensiones económicas, sociológicas o psicológicas, entre otras.

Estudios precedentes (por ejemplo, CIS 2015) muestran que, para muchos españoles, el tiempo dedicado a estar conectado a la Red ha reducido el invertido en otras actividades, entre ellas las relacionadas con el ocio y la comunicación, sirviéndose de medios informativos tradicionales.

El mencionado estudio I+D analiza un repertorio de actividades que se virtualizan (laborales, lúdicas, formativas, comunicativas)⁴. Los primeros resultados indican que el desplazamiento de un entorno físico a otro virtual se produce a un ritmo diferente según las actividades de que se trate y los agentes que las llevan a cabo.

Dado que, dentro de una misma sociedad no todos los grupos sociales avanzan a la misma velocidad en los procesos de virtualización de actividades (Bernete, 2018; Cadilla Baz, 2018; Velarde y Casas-Mas, 2018), tiene interés estudiar qué rasgos caracterizan a los actores que participan, o no, en esa virtualización. Esa información puede servir para construir tipologías de internautas en función de su adaptación al espacio virtual. El análisis de segmentación que se describe en el epígrafe metodológico tiene esa utilidad.

En este tiempo en el que la virtualización es todavía un proceso en curso, el objetivo principal de esta investigación es identificar los rasgos, circunstancias y hábitos que diferencian a quienes ya están gestionando sus actividades lúdicas en el ciberespacio y aquellos otros que, sea o no por voluntad propia, tienen reticencias o dificultades para hacerlo.

Como es sabido, las TIC proveen de distintas oportunidades según las características de quienes las utilizan. Trabajamos con la hipótesis de que esas diferencias en las características se reflejarán en dos tipos de variables relacionadas entre sí:

³ Investigación financiada. Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO) Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia. Convocatoria 2015. Proyectos I+D (Ref. CSO2015-63983-P).

⁴ En esta encuesta se exploran 15 tipos de actividades cotidianas, relacionadas con: 1) empleos remunerados, vida profesional; 2) estudios; 3) tareas domésticas; 4) cuidados a persona/s del hogar; 5) ayudas que se prestan de forma no remunerada a personas de otros hogares; 6) participación en actividades comunitarias; 7) compra de bienes de uso personal; 8) viajes a otros lugares; 9) celebraciones; 10) asistencia a algún espectáculo; 11) la práctica de algún deporte; 12) entretenimientos en los ratos libres; 13) vacaciones; 14) organismos públicos y o de la Administración; 15) el dinero, los bancos y las finanzas.

- a) Variables que identifiquen los rasgos sociodemográficos. Rasgos que pueden diferenciar por qué unos internautas han incorporado con más facilidad que otros el ciberespacio a sus actividades lúdicas y
- b) Variables que identifiquen la utilidad que tienen para los usuarios las prestaciones que ofrece la virtualización de las actividades lúdicas. Rasgos que permiten identificar la relación que existe entre los usos y las gratificaciones (Katz, E., J. Blumler y M. Gurevitch, 1985) en este tipo de actividades.

Enfoque teórico y estado de la cuestión

La virtualización de las acciones debe considerarse un cambio sociohistórico, porque se trata de una transformación irreversible del funcionamiento y la organización de las sociedades. En la actualidad esa transformación está en curso en distintas actividades. La revisión del estado del arte indica que así está sucediendo en el estudio, el trabajo, las compras, los viajes, los entretenimientos y las comunicaciones. Véase, por ejemplo: Véase, por ejemplo: Velarde, Bernete y Franco (2015), Velarde y Bernete (2016).

Cabe partir del supuesto de que el uso que se hacen de las tecnologías on-line para virtualizar actividades que, antes de la existencia de estos recursos, se realizaban presencialmente, sea uno de esos cambios sociohistóricos, toda vez que la virtualización implica la sustitución de actuaciones ejecutivas (por ejemplo, desplazarse para reunirse con una persona) por interacciones informativas (en el ejemplo, conectarse por Skype)⁵.

En consecuencia, la virtualización es una práctica social que puede estudiarse desde una perspectiva teórica mediacional. Las mediaciones que intervienen en la virtualización pueden estar generadas por distintos condicionantes, según cuál sea la actividad que se virtualiza. Esos serían los factores que, de forma independiente o simultánea, hacen del recurso a la virtualización una opción más ventajosa que el contacto presencial. Por ejemplo, las ventajas pueden producirse si se consigue economía de tiempos, o de costos; o porque interesa tener mayor control sobre la visibilidad, los contenidos o los participantes. En general, esas mediaciones operan para que los comunicantes tengan mayor control del cuándo, del cómo y del con quiénes de las interacciones.

El paradigma de la mediación social aporta una construcción teórica muy sólida y probada en gran número de investigaciones. La numerosa bibliografía está resumida en Maldonado, A. E. (2007). Los recursos metodológicos que se corresponden con la teoría tienen en común que analizan las prácticas comunicativas como procesos que se desarrollan en un sistema. Entre esos recursos, se cuentan los análisis de segmentación, que son los que se han aplicado en este caso, y se describen en su correspondiente epígrafe. Véase Martín Serrano (1974).

Desde el punto de vista del estudio de las prácticas cotidianas relacionadas con el entretenimiento, cabe considerar el “ocio cibernético” como una extensión de las mismas. En los términos de García, López y Samper (2012, p. 397), se interpreta “no como un ocio virtual frente a un ocio real, sino como un nuevo espacio donde continuar las relaciones sociales”. La investigación I+D que estamos realizando ha

⁵ Sobre la sustitución de un tipo de actuaciones por otras, véase Martín Serrano (2007).

permitido comprobar que los internautas jóvenes hacen un uso complementario de las actividades presenciales y virtuales.

Ciertamente, con las conexiones informáticas se llevan a cabo experiencias de ocio similares a las que existían anteriormente (por ejemplo, juegos tradicionales, ahora digitalizados), pero también se realizan otras de nueva invención, que solo son posibles en el espacio virtual (como los videojuegos *on line*). En la encuesta de la que procede la información que estamos analizando se han tomado en consideración tanto unas como otras: las actividades de entretenimiento realizadas en espacios físicos reales, geográficamente localizados, que actualmente se gestionan mediante las redes que conforman Internet, y las realizadas en entornos virtuales.

La literatura que analiza los usos de la Red para el ocio es abundante. En la revisión que hemos hecho se encuentran con frecuencia referencias a usos que son problemáticos y que causan efectos negativos en la sociedad. Sobre todo, se presta atención a las afectaciones que tienen en las personas jóvenes. Cabe citar, por ejemplo, los siguientes trabajos:

- En un estudio sobre los adolescentes taiwaneses, Yang y Tung (2007) encontraron correlaciones positivas entre la adicción a la Red y el hecho de navegar (o surfear) por Internet buscando entretenimiento e interacción.
- Lee y Stapinski (2012) se han referido a un “uso de Internet problemático” (PIU, por sus siglas en inglés) o uso adictivo, por parte de individuos con “ansiedad social”.
- Hawi (2012), haciendo referencia a los adolescentes libaneses, distinguía diferentes niveles de daño en función de los usos de la Red, señalando que el “uso problemático de Internet era menor si Internet se usaba para la información y la investigación, y mayor cuando se usaba para el entretenimiento”.

En contrapartida, también hay autores que aportan valoraciones positivas o, al menos, no negativas. Son quienes describen este nuevo ocio juvenil en términos de “un cambio sustancial en la forma en la que disfrutamos de nuestro tiempo libre”. Véase, por ejemplo:

El ocio juvenil se caracteriza por ser, de un lado, un ocio digital social en el que predomina el uso de las redes sociales virtuales, de otro lado, un ocio digital móvil posibilitado por la conectividad sin límites que ofrecen los smartphones y, por último, un ocio digital lúdico ligado al uso de los videojuegos (Viñals, Abad y Aguilar, 2014, p. 52).

Los trabajos que analizan la brecha digital⁶ o *digital divide* (Van Dijk, 2005 y 2006), han identificado los principales factores que influyen en la distancia que separa a los sujetos sociales según su acceso a Internet. Suelen mencionarse: a) desigualdades estructurales, tales como la disponibilidad de recursos para las conexiones o su

⁶ El concepto de brecha digital incluye la división entre generaciones con mejores o peores habilidades para operar con las TIC (no solo Internet). Se populariza en las últimas décadas del siglo XX y da lugar a la proliferación de las conocidas denominaciones de *generación Net* (Tapscott, 1998), *Millennials* (Howe y Strauss, 2000) *nativos digitales* –en contraposición a *inmigrantes digitales*– (Prensky, 2001), o *Generación Internet* (Tubella, Taberero y Dwyer, 2008).

carencia, y b) desigualdades sociológicas, como la edad, el sexo, el nivel de estudios o el contexto familiar. En estudios recientes se ha observado la aparición de nuevas desigualdades o el reforzamiento de las existentes, que se pueden comprobar en la participación política (Robles et al., 2016) y, en general, en la participación social (Schradie, 2017).

En el momento actual, la “desigualdad digital” o *digital inequality* (Van Deursen y Van Dijk, 2010) ya no depende solamente de la posibilidad de acceder o no a Internet (Hoffman y Novak, 1998; Strover, 1999). Además, hay que tomar en cuenta hasta qué punto los internautas consideran que el manejo de esas tecnologías, incluidas las más avanzadas, les aportan ventajas. Finalmente, la perspectiva que hay que introducir se refiere a las relaciones entre usos y gratificaciones, un enfoque ya presente en estudios sobre las actitudes hacia las TIC o sobre la percepción subjetiva de la utilidad de Internet. Pueden consultarse: Torres Albero, Robles y Molina (2011); Torres Albero et al. (2017).

DiMaggio et al. (2004) diferencian dos tipos de beneficios que se tratan de obtener con el recurso a Internet: la “mejora del capital” (uso orientado a obtener beneficios individuales, p. e. mejor empleo o compras más ventajosas) y el “uso recreativo” (p. e., navegar como diversión o participar en juegos *on line*). Es una distinción que resulta compatible con los resultados de la investigación que estamos describiendo en este artículo, como se mostrará en su momento. Se menciona que, cuando se compara el “uso recreativo” con el que está orientado a la mejora de capital, el primero “genera probablemente menos compensaciones, relacionadas, por ejemplo, con el estatus social” (Hargittai, 2017, p. 85).

En todo caso, el uso recreativo de Internet sigue estando relacionado con dos de las variables más analizadas en las investigaciones sobre brecha digital: el nivel de estudios y la edad de los usuarios:

A) La relación entre usos lúdicos y nivel de formación reglada

El nivel educativo superior correlaciona positivamente con la realización de actividades digitales. Esa correlación existe tanto en las que están orientadas a mejorar el capital económico y social como en las orientadas al entretenimiento. Se ha comprobado que es mayor en las primeras. (Howard, Rainie y Jones, 2001), (Hargittai y Hinnant, 2008).

Stefano de Marco (2017, p. 106) con datos de la OCDE, ha elaborado una serie temporal que muestra “una tendencia generalizada al alza en el uso lúdico de Internet”, pero siempre con diferencias entre quienes tenían un nivel de estudios alto y medio y quienes contaban con un nivel bajo.

B) La relación entre usos lúdicos y generaciones de usuarios

Son conocidas las diferencias generacionales en la mayor orientación hacia usos de Internet de carácter lúdico o de sociabilidad entre los más jóvenes y hacia usos instrumentales entre los mayores (Consúltese, por ejemplo, Castells y Tubella, 2007; Garrido-Lora, Munté-Ramos y Busquet Duran, 2016).

Como es sabido, la vinculación de la juventud con el uso lúdico de dispositivos que operan digitalmente comenzó antes de la popularización de Internet, con los

juegos para ordenadores, videoconsolas y otros dispositivos. La disponibilidad de Internet ha supuesto que esos usos se hayan generalizado. El 95,1% de los jóvenes encuestados decía ya en 2009, que utilizaba la Red para pasar el tiempo y entretenerse (Aranda, Sánchez-Navarro y Tabernero, 2009).

Las investigaciones de los últimos años revelan que, para los jóvenes, el tiempo de ocio no es solo el que sigue a la jornada laboral, el del fin de semana o el de las vacaciones, sino también cualquier disponibilidad de tiempo, por corta que sea, que se aproveche para conectarse a una red social virtual o a un juego iniciado en otro momento.

Metodología

Este artículo utiliza datos que proporciona la encuesta “Virtualización de las actividades cotidianas”, realizada para la investigación I+D ya mencionada. El universo de estudio es la población internauta de toda España con edades comprendidas entre los 16 y los 74 años⁷. El número de entrevistas completas y válidas es de 2801, con una representación mediante cuotas de sexo, edad, zona geográfica y tamaño del municipio de residencia. El error muestral máximo es de $\pm 2,0\%$, para un Nivel de Confianza del 95%. La técnica de recogida de información es el panel en línea no probabilístico⁸.

El análisis se ha llevado a cabo a dos niveles:

- En el primero, los resultados obtenidos en las variables antedichas se cruzan con las siguientes variables de control: sexo, edad, estado civil, situación económica, nivel de estudios, situación laboral, zona geográfica, tamaño del hábitat, composición del hogar, autodescripción como usuario/a de Internet y día de la semana que responde la encuesta. Con ello, se comprueba cuáles afectan de modo significativo al número de internautas que usan Internet para las actividades lúdicas.
- En un segundo nivel, se realiza un análisis de segmentación. Este análisis proporciona un modelo que refleja cómo operan estas afectaciones cuando se las toma en cuenta como un sistema. Más concretamente, se trata de identificar las interdependencias entre todas las afectaciones; de este modo se averigua si los efectos de una variable de control (por ejemplo, situación económica) sobre otra variable que se pretende explicar (p. e., uso de Internet para entrenamientos) se modifican en función de los valores de una tercera variable (p. e., estado civil).

Este análisis estadístico se ha realizado con el lenguaje R. Se ha ejecutado un árbol de clasificación usando las funciones del paquete “partykit”⁹ y se ha estable-

⁷ Se excluyen los segmentos de población sin acceso a Internet (en torno al 30% de la población española, según AIMC, 2015a).

⁸ Trabajo de campo realizado por Net quest España, entre el 18 de noviembre y el 3 de diciembre de 2016.

⁹ Las funciones de R utilizadas para realizar el análisis son:

- “ctree”: los árboles de inferencia condicional estiman una relación de regresión mediante una partición binaria recursiva en un marco de inferencia condicional. En el programa se ha modificado el nivel de significación, usando 0.06 en lugar de 0.05 para la selección de variables.
- “table”: esta función usa los factores clasificadores para construir una tabla de contingencia con los totales de cada combinación de los niveles de los factores.

cido como nivel mínimo de significación el 94%, lo que garantiza la fiabilidad de la estructura de mediación que se refleja en la figura 4.

Primer nivel de análisis: síntesis de resultados

1. Cinco de cada seis personas entrevistadas –de las 2801 encuestas válidas– realizan actividades relacionadas con entretenimientos en los ratos libres. La proporción es aún mayor entre quienes cuentan con estudios superiores y también entre quienes viven en las capitales, pero no se encuentran diferencias significativas entre hombres y mujeres, ni por grupos de edades, estados civiles o composiciones del hogar (tabla 1).

Tabla 1: Factores asociados a la participación en actividades relacionadas con entretenimientos en los ratos libres.

Participan en actividades relacionadas con Entretenimientos en los ratos libres: 83,6% de la muestra		
La proporción es menor entre quienes: – tienen estudios primarios – se conectan lo menos posible – viven en “no capital de 50000 o más”	Sin diferencias significativas según los géneros, las generaciones, los estados civiles, las composiciones del hogar	La proporción es mayor entre quienes: – cuentan con estudios superiores – viven en una capital

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta “Virtualización de las actividades cotidianas”.

2. Las actividades relacionadas con entretenimientos en los ratos libres son las más importantes para uno de cada ocho internautas. Esta proporción aumenta entre pensionistas, mayores de 65 años y quienes se encuentran en mala situación económica. En cambio, quienes no han llegado a la edad de jubilación, aun cuando se trate de “parados”, es más probable que califiquen las actividades relacionadas con entretenimientos en ratos libres como “las menos importantes”. También las califican como “las menos importantes” quienes procuran conectarse a Internet solo cuando es necesario, en contraposición a quienes optan por una conexión permanente (tabla 2).

Tabla 2: Factores asociados a la consideración de las actividades relacionadas con entretenimientos en los ratos libres como las más/menos importantes.

Consideran que las actividades MÁS IMPORTANTES para ellos/as son las relacionadas con entretenimientos en los ratos libres: 12,7% de la muestra	
	La proporción es mayor entre quienes: – son mayores de 65 años – están en mala o muy mala situación económica – son retirados o pensionistas

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta “Virtualización de las actividades cotidianas”.

3. Casi un tercio de la muestra declara que las acciones a las que dedican más tiempo están relacionadas con entretenimientos en los ratos libres. No se advierten diferen-

cias significativas en función del sexo de los internautas. La tabla 3 muestra en qué colectivos la proporción que dice que estos entretenimientos son las actividades a las que dedican más tiempo es mayor o menor que en el conjunto muestral.

Tabla 3. Rasgos de los entrevistados que señalan las actividades relacionadas con entretenimientos en los ratos libres como aquellas a las que dedican más tiempo.

Son las actividades a las que dedica MÁS TIEMPO un 30,3% de la muestra	
La proporción es menor entre quienes: <ul style="list-style-type: none"> – tienen de 55 a 64 años – están separados – no tienen estudios, o tienen estudios primarios – trabajan – se conectan solo cuando es necesario – se conectan lo menos posible 	La proporción es mayor entre quienes: <ul style="list-style-type: none"> – tienen de 16 a 24 años – están solteros – tienen 2ª etapa de estudios secundarios – estudian – les gusta estar siempre conectados

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta “Virtualización de las actividades cotidianas”.

4. Dos tercios de la muestra usan Internet para las actividades relacionadas con entretenimientos en los ratos libres. Esta proporción es mayor entre los solteros y los estudiantes¹⁰, incrementos que se relacionan con su condición de personas jóvenes. En España, el 80,0% de la población declaraba usar Internet al menos una vez a la semana, porcentaje que se incrementaba hasta el 96,2% entre los jóvenes de 16-24 años (INE, 2017).

El Ministerio de Cultura, registraba que un 66,9% del conjunto de la población decía usar el ordenador “por ocio o entretenimiento”. Pero ese porcentaje variaba en función de las edades de los encuestados, desde el 90,2% (20 a 24 años) hasta el 6,5% (75 años y más) (MECD, 2015, pp. 52 y 358).

Según Viñals (2016, p. 111) “La tecnología [...] ha otorgado al ocio las características propias de la red de redes como son la conectividad, la interactividad, la ubicuidad y la hipertextualidad”. Estas observaciones son congruentes con la constatación de que aún es más probable que usen Internet para estas actividades quienes se sienten gratificados estando siempre conectadas a la Red. Por el contrario, es relativamente menos probable que lo hagan quienes prefieren conectarse con la menor frecuencia posible o solamente cuando es necesario (tabla 4).

¹⁰ En otros países de Europa occidental se ha constatado que los estudiantes son, con diferencia respecto a los empleados y los retirados, quienes más disfrutan del entretenimiento on-line. Véase, por ejemplo, los informes de Oxford Internet Survey (Dutton, Williw H. & Grant Blank, 2013).

Tabla 4. Factores asociados al uso de Internet para las actividades relacionadas con entretenimientos en los ratos libres.

Usan Internet en actividades relacionadas con entretenimientos en los ratos libres: el 68,1% de la muestra	
La proporción es menor entre quienes: <ul style="list-style-type: none"> - están casados o separados - tienen estudios primarios - se dedican a sus labores - se conectan solo cuando es necesario - se conectan lo menos posible 	La proporción es mayor entre quienes: <ul style="list-style-type: none"> - tienen de 16 a 29 años - están solteros - estudian - les gusta estar siempre conectados

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta “Virtualización de las actividades cotidianas”.

5. Cuatro de cada diez personas responden haberse servido de Internet para realizar alguna o varias de las siguientes actividades (Tabla 5).

Tabla 5. Actividades relacionadas con entretenimientos en los ratos libres que ejecutan a través de Internet.

	N= 1092
Leer, ver tv, videos; oír música, radio	73,5 %
Chatear o navegar por Internet	69,6 %
Videojuegos	13,0 %
Otros entretenimientos	16,5 %

Fuente: encuesta “Virtualización de las actividades cotidianas”.

Base: quienes contestan que sí realizan alguna de estas actividades. Respuesta múltiple.

En estas actividades se observan porcentajes de usuarios significativamente mayores al promedio entre los encuestados de menor edad, los solteros y quienes cuentan con estudios secundarios y significativamente menores entre las personas casadas y quienes cuentan con estudios superiores (Tabla 6).

Tabla 6. Condiciones asociadas a la realización de actividades relacionadas con entretenimientos en los ratos libres a través de Internet (N= 1092).

La proporción es menor entre quienes:	Clases de actividades	La proporción es mayor entre quienes:
<ul style="list-style-type: none"> - Tienen entre 50 y 59 años - Están casados o separados - Cuentan con estudios superiores - Trabajan 	LEER, VER TV, VIDEOS, OIR MÚSICA, RADIO (73,5%)	<ul style="list-style-type: none"> - Son más jóvenes (más, cuanto más jóvenes) - Están solteros - Tienen 2ª etapa de estudios secundarios - Estudian

<ul style="list-style-type: none"> - Están casados o separados) - Cuentan con estudios superiores - Trabajan 	<p style="text-align: center;">CHATEAR, NAVEGAR POR INTERNET (69,6%)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Son más jóvenes (más, cuanto más jóvenes, entre 16 y 59 años) o son mayores de 65 - Tienen 2ª etapa de estudios secundarios - Están solteros - Estudian - Están en paro
<ul style="list-style-type: none"> - Son mayores de 50 años - Son mujeres - Están casados o separados - Cuentan con estudios superiores - Se encuentran retirados 	<p style="text-align: center;">CON VIDEOJUEGOS (13,0%)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Son más jóvenes (más, cuanto más jóvenes, entre 16 y 59 años) - Son hombres - Están solteros - Tienen 2ª etapa de estudios secundarios - Estudian

Fuente: encuesta "Virtualización de las actividades cotidianas".

Base: quienes contestan que sí realizan alguna de estas actividades. Respuesta múltiple.

6. El ordenador personal y el teléfono móvil o *smartphone* son los dispositivos manejados por la mayor parte de internautas para llevar a cabo actividades que estamos analizando. Tal y como se refleja en la tabla 7, la utilización de otros dispositivos (tabletas, lectores de libros electrónicos o videoconsolas es, al menos por ahora, sensiblemente menor.

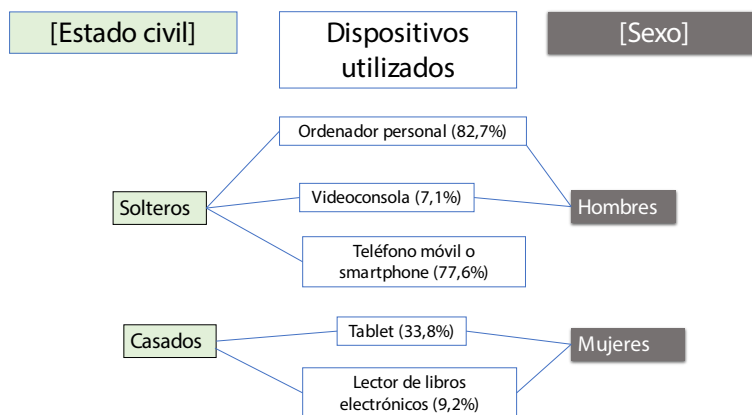
Tabla 7. Dispositivos utilizados para las actividades relacionadas con entretenimientos en los ratos libres, a través de Internet.

	N= 1092
Ordenador personal	82,7%
Teléfono móvil o <i>smartphone</i>	77,6%
Tablet	33,8%
Lector de libros electrónicos / ebook	9,2%
Videoconsola	7,1%

Fuente: encuesta "Virtualización de las actividades cotidianas". Base: quienes contestan que sí utilizan alguno de estos dispositivos. Respuesta múltiple.

La figura 1 refleja las diferencias significativas según el sexo y el estado civil de los encuestados respecto al promedio de usuarios de cada dispositivo.

Figura 1. Conjuntos de encuestados, diferenciados por sexo y estado civil, donde se encuentran proporciones de usuarios de cada dispositivo superiores al promedio de la muestra (N= 1092).



Fuente: encuesta “Virtualización de las actividades cotidianas”. Base: quienes contestan que sí utilizan alguno de estos dispositivos. Respuesta múltiple.

7. Son usuarios de las redes sociales y la mensajería instantánea dos tercios de quienes contestan que sí utilizan alguno de los servicios indicados en la tabla 8 para el entretenimiento en los ratos libres.

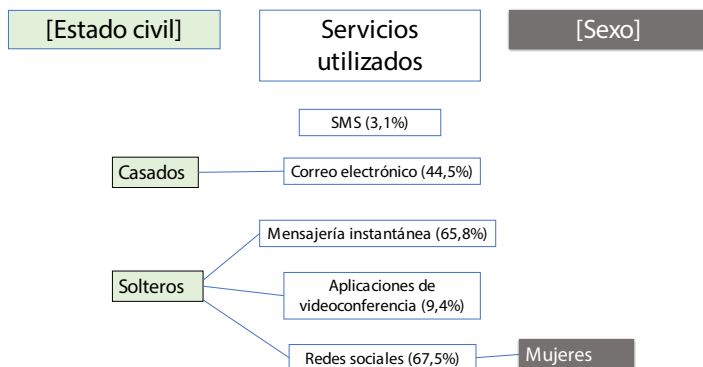
Tabla 8. Servicios utilizados para las actividades relacionadas con entretenimientos en los ratos libres a través de Internet.

	N= 1092
SMS	3,1%
Aplicaciones de videoconferencia	9,4%
E-mail o correo electrónico	44,5%
Mensajería instantánea	65,8%
Redes sociales	67,5%

Fuente: encuesta “Virtualización de las actividades cotidianas”. Base: quienes contestan que sí utilizan alguno de estos servicios. Respuesta múltiple.

La figura 2 refleja las diferencias significativas según el sexo y el estado civil de los encuestados respecto al promedio de usuarios de cada servicio.

Figura 2. Conjuntos de encuestados, diferenciados por sexo y estado civil donde se encuentran proporciones de usuarios de cada servicio superiores al promedio de la muestra (N= 1092)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta “Virtualización de las actividades cotidianas”. Base: quienes contestan que sí utilizan alguno de estos servicios. Respuesta múltiple.

8. El 67,2 de quienes responden, afirman que sí descargaron alguna clase de archivos para las actividades relacionadas con entretenimientos en los ratos libres en los siete días previos a la encuesta.

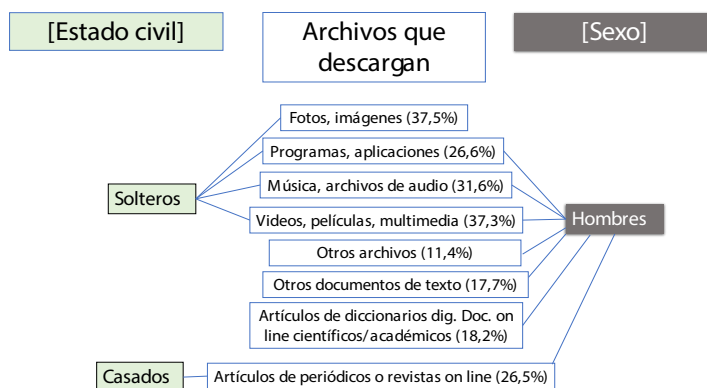
Tabla 9. Porcentaje de internautas que descargan archivos de Internet para actividades relacionadas con entretenimientos.

	N= 1092
Formularios	9,1
Otros archivos	11,4
Libros digitales	15
Otros documentos de texto	17,7
Art. Diccionarios digitales / documentos online científicos, académicos	18,2
Artículos de periódicos o revistas online	26,5
Programas, aplicaciones	26,6
Música o archivos de audio	31,6
Videos, películas y otros archivos multimedia	37,3
Fotos o imágenes	37,5

Fuente: encuesta “Virtualización de las actividades cotidianas”. Base: quienes contestan la pregunta. Respuesta múltiple.

Cualquiera que sea la clase de archivos por la que se pregunte (excepto libros digitales), son más numerosos los varones que afirman haberlos descargado. La proporción de hombres supera a la de mujeres en 17 puntos porcentuales cuando se pregunta específicamente por las descargas de: a) artículos de periódicos o revistas, b) vídeos, películas y otros archivos multimedia. También se comprueban diferencias significativas en razón del estado civil, según se ilustra con la figura 3.

Figura 3. Conjuntos de encuestados, diferenciados por sexo y estado civil donde se encuentran proporciones superiores al promedio de la muestra de usuarios que descargan archivos de Internet (N= 1092).



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta “Virtualización de las actividades cotidianas”. Base: quienes contestan la pregunta. Respuesta múltiple.

Segundo nivel de análisis: estructura de las interdependencias entre los factores que afectan al uso de internet para entretenimientos.

Se ha mostrado (tabla 2) que un 68,1% de los internautas españoles recurren a Internet para el entretenimiento en los ratos libres. Las proporciones son aún mayores entre los encuestados que:

- Tienen de 16 a 29 años
- Están solteros
- Estudian
- Les gusta estar siempre conectados

Estos resultados confirman que siguen siendo relevantes las distinciones:

- a. Según las edades, cuyo corte se sitúa por debajo o por encima de los treinta años.
- b. Según los estados civiles, con un amplio repertorio de diferencias en las actividades que virtualizan, los dispositivos que manejan y los servicios que utilizan.

- c. Según las ocupaciones: estudio vs. trabajo.
- d. Además de los tres rasgos sociodemográficos señalados supra, es explicativa del recurso a Internet para el entretenimiento en los ratos libres la variable “autodescripción en cuanto usuario de Internet”, con valores superiores al promedio entre quienes gustan de estar siempre conectados e inferiores entre quienes solo se conectan cuando es necesario y quienes procuran hacerlo lo menos posible.

Con la información aportada hasta aquí es posible saber de qué manera correlacionan las cuatro variables mencionadas y otras variables de control (p. e., la situación económica) con la proporción de internautas que usan Internet para las actividades analizadas. Pero, además, se puede investigar cuál de ellas es la más explicativa de esa proporción. Esa es la información que se obtiene con el análisis de segmentación descrito en el epígrafe metodológico. Sus resultados se presentan a continuación.

La autodescripción del encuestado como usuario de Internet es la variable más explicativa de las proporciones de quienes recurren, o no, a Internet para llevar a cabo acciones relacionadas con el entretenimiento en los ratos libres. La figura 4 muestra esta correlación y aclara también cuáles son las variables contempladas en el estudio que, a su vez, están condicionando los efectos de la variable explicativa.

Figura 4. Modelo de afectaciones obtenido con todas las variables para un valor de p igual o inferior a 0.06 (confianza del 94%, como mínimo).

Uso de internet para actividades relacionadas con entretenimientos en los ratos libres (variable explicada)		
Categorías	%	N
Sí usa internet	69,0	1907
No usa internet	31,0	857
Total	100	2764

¿Cómo te describirías a ti mismo/a como usuario/a de internet? (Principal variable explicativa: $p=0.01$)	
Categorías	
"Me gusta estar siempre conectado/a"	← Categoría afectada por la variable "situación económica" ($p=0.059$)
"Estoy siempre conectado/a, por necesidad" "Me conecto solo cuando es necesario" "Procuro conectarme lo menos posible"	← Categorías afectadas por la variable "estado civil" ($p=0.022$)

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta “Virtualización de las actividades cotidianas”.

El cuestionario ofrecía cuatro posibles alternativas para que las personas encuestadas se definiesen a sí mismas como usuarias de Internet. La aplicación estadística separa la categoría “me gusta estar siempre conectado/a” de las tres restantes, que son: “Estoy siempre conectado por necesidad”, “Me conecto solo cuando es necesario” y “Procuro conectarme lo menos posible”. Según se muestra en la figura 4, la razón de esta separación es la siguiente: la influencia de la categoría “Me gusta estar siempre conectado” se encuentra afectada por la variable “situación económica”. En

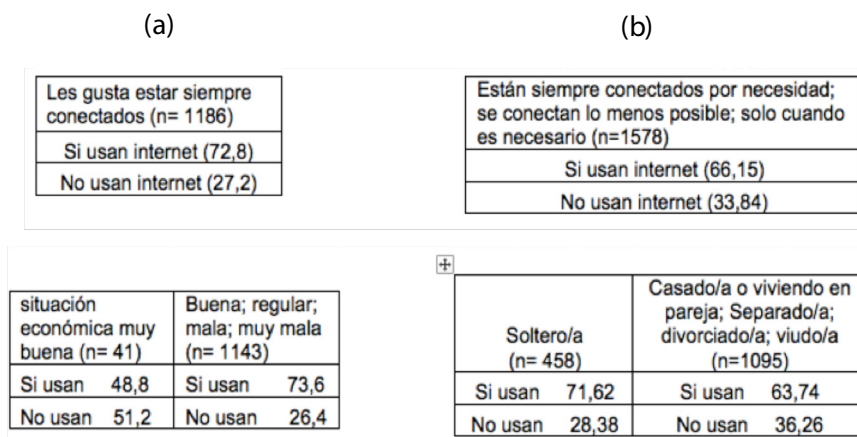
cambio, el efecto de las tres categorías restantes se ven condicionado por la variable “estado civil”, como se describe a continuación.

Tomando en cuenta la agrupación generada en la autodescripción como usuario, se distinguen dos situaciones:

La de quienes desean estar siempre conectados. Conjunto donde es ampliamente mayoritario el recurso a Internet para el entretenimiento y, sin embargo, se encuentra una excepción a esta regla: entre quienes consideran su situación económica “muy buena”, no llegan a la mitad los internautas que utilizan la Red con fines recreativos (véase figura 5).

La del conjunto que incluye a quienes “están siempre conectados por necesidad”, quienes “se conectan lo menos posible” y quienes “sólo se conectan cuando es necesario”. En este caso, la pauta observada es que los porcentajes de quienes hacen uso de Internet con fines lúdicos son siempre superiores entre los solteros.

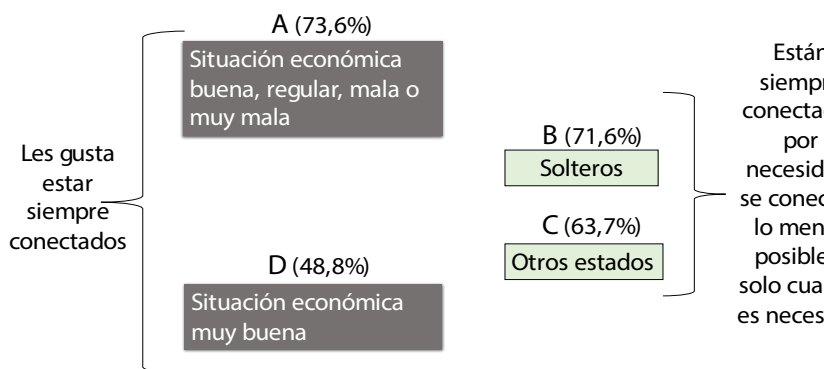
Figura 5. Efectos de la autodescripción sobre el uso de Internet para el entretenimiento, condicionados por la situación económica y el estado civil.



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta “Virtualización de las actividades cotidianas”.

De acuerdo con estos resultados, en las actividades relacionadas con el entretenimiento en los ratos libres, cabe distinguir cuatro prototipos de internautas. Los señalados en la figura 6 como A, B, C y D, con la proporción de encuestados que se ubican en cada uno de ellos.

Figura 6. Tipología de internautas que usan la Red para el entretenimiento, según su autodefinición como usuarios, su estado civil y su situación económica.



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta “Virtualización de las actividades cotidianas”.

Como puede apreciarse, aparecen en las posiciones extremas (A y D) los internautas caracterizados por su situación económica y en las posiciones intermedias (B y C) los caracterizados por su estado civil.

Si se cruzan las tres variables más influyentes de este sistema mediador sobre el uso de Internet para actividades lúdicas, se obtiene la tabla 11, que se presenta a continuación.

Tabla 11. Proporciones de internautas que usan la Red para el entretenimiento, según su ubicación en tres variables: autodefinición como usuarios, estado civil y situación económica.

AUTODEFINICIÓN COMO USUARIOS/AS	ESTADO CIVIL		SITUACIÓN ECONÓMICA	
	Soltero/a	Otros estados	Muy buena	Otras situaciones
Les gusta estar siempre conectados	73,2	72,0	48,8	73,6
Están siempre conectados por necesidad, procuran conectarse lo menos posible o solo se conectan cuando es necesario	71,6	63,7	44,4	68,6

Fuente: encuesta “Virtualización de las actividades cotidianas”.

De la tabla 11 cabe destacar las observaciones siguientes:

- En el conjunto constituido por quienes “están siempre conectados por necesidad”, “procuran conectarse lo menos posible” o “solo se conectan cuando es necesario”, la diferencia entre usuarios según el estado civil es apreciable (casi 8 puntos porcentuales). Sin embargo, es insignificante entre quienes desean estar siempre conectados.

- Entre quienes comparten el gusto por la conexión permanente, existe una diferencia de casi 15 puntos porcentuales según se encuentren en una situación económica “muy buena” o en otras situaciones no tan favorables.
- El análisis de segmentación ha revelado las mayores diferencias en cuanto a número de encuestados que hacen uso de Internet para actividades lúdicas en función de su situación económica, con independencia de cómo definan sus hábitos de conexión.

Discusión y conclusiones

El traslado de actividades al ciberespacio es una transformación que reorganiza el conjunto de las acciones cotidianas, entre ellas las relacionadas con el entretenimiento en los ratos libres. Esta clase de actividades constituyen uno de los ámbitos de la acción humana donde se comprueba que un porcentaje más elevado de los internautas ha incorporado el ciberespacio como una extensión de los entornos físicos: siete de cada diez encuestados.

El análisis llevado a cabo permite concluir que el proceso de virtualización todavía está en curso, ya que en unos colectivos está avanzando con más facilidad que en otros. Al respecto, cabe destacar las conclusiones siguientes:

Las brechas digitales generacionales persisten en la utilización de Internet para el entretenimiento. Ser jóvenes, o estudiantes o solteros, son condiciones que distinguen a quienes en mayor número aprovechan estas tecnologías con fines recreativos y de sociabilidad. Estos rasgos están muy relacionados y suelen acompañarse de mayores niveles de formación y de mejores equipamientos on-line. Si, además, gustan de estar siempre conectados, es muy probable que las actividades lúdicas sean aquellas a las que dediquen más tiempo.

Sin embargo, los rasgos mencionados no definen a los internautas que en mayor número las valoran preferentemente cuando se pregunta cuáles son “las actividades más importantes”, de las que realizaron en los últimos siete días. Quienes señalan que las actividades más importantes para ellos son las relacionadas con el entretenimiento son más numerosos entre: los mayores de 65 años, los pensionistas y quienes califican de mala o muy mala su situación económica; es decir, los colectivos con más tiempo de libre disposición. Pero tal vez estos colectivos que disponen de más tiempo se encuentran en relativa desventaja para sacar partido a los medios digitales por carecer de conocimientos, habilidades tecnológicas o recursos materiales. Lógicamente, quienes estudian y quienes trabajan tienen que compatibilizar estas dedicaciones con su tiempo de ocio. Si invierten tiempo en un tipo de actividades será en detrimento de otras.

De acuerdo con los resultados que obtuvieron investigadores que relacionaron los usos de Internet con las utilidades o gratificaciones, habría dos orientaciones contrapuestas en el recurso a Internet: una para quienes están más interesados en “mejorar su capital” y otra para quienes tienen más interés en los “usos recreativos”. Como la primera orientación correlaciona con disponer de una situación económica “muy buena”, con los niveles de formación más altos y con la facilidad para acceder a Internet, cabe la posibilidad de que en este sector sea donde se encuentran más personas que hacen de las redes un uso orientado a la “mejora del capital”, en tanto que habrá más internautas interesados en un “uso recreativo” entre quienes experimentan una situación económi-

ca no tan favorable (“buena”, “regular”, “mala” o “muy mala”). Esa es precisamente la diferenciación que se ha encontrado en este estudio.

Con el análisis de segmentación se ha revelado cuál es la estructura de las interdependencias entre los factores que afectan al uso de Internet para entretenimientos. Los principales elementos mediadores para el conocimiento de las variaciones respecto al número de internautas que utilizan la Red, son los siguientes:

- En primer lugar, la AUTODEFINICIÓN COMO USUARIOS, con un nivel de confianza del 99%. Esta autodefinición sobredetermina de forma notable el recurso a la Red para las actividades recreativas.
- En segundo lugar, el ESTADO CIVIL y la SITUACIÓN ECONÓMICA (con niveles de confianza del 98 y 94%, respectivamente). Ambas variables condicionan el efecto de la autodefinición como usuarios/as, amplificando o disminuyendo su sobredeterminación de la manera que se ha descrito en el apartado precedente.

Como fruto del análisis, se han destacado cuatro tipos de usuarios para el uso recreativo de la Red. Proceden de la combinación de los tres elementos mediadores más relevantes: la autodefinición como usuario, el estado civil y la situación económica. El resultado de este cruce multivariante pone de manifiesto que:

- En general, el estado civil hace cambiar el número de usuarios para actividades lúdicas (más alto entre los solteros, más bajo si se encuentran en otros estados). Sin embargo, esta pauta no se mantiene en el conjunto de quienes desean estar siempre conectados a la Red, en cuyo caso la diferenciación es insignificante. Expresado de otro modo, la predisposición a la conexión permanente se convierte en factor sobredeterminante, sin que su efecto esté mediado por el estado civil.
- La situación económica condiciona el efecto de la autodefinición como usuarios/as, haciendo que sea inferior el número de quienes dan un uso recreativo a Internet cuando esa situación es muy buena. La diferencia respecto a quienes viven en otras situaciones no tan favorables se produce con independencia de cómo definan sus hábitos de conexión a la Red.

En conclusión, el efecto de la predisposición a la conexión permanente sobre el uso recreativo de Internet sí está mediado por la situación económica. Estas comprobaciones refuerzan la idea de que, posiblemente, en el sector que disfruta de las condiciones más favorables haya más personas interesadas en darle a Internet un uso orientado a la “mejora del capital” y menos personas interesadas en darle un “uso recreativo”.

Referencias bibliográficas

- AIMC (2015). *Marco General de los Medios en España*. Madrid: AIMC. Recuperado de: <http://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2015/01/marco15.pdf>
- 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: UOC.

- Bernete, F. (2018). El uso de Internet para las gestiones administrativas y las relaciones personales entre los estudiantes universitarios. En J. Díaz Cuesta (coord.), *Proyecciones de la investigación actual universitaria* (pp. 43-56). Madrid: Tecnos.
- Cadilla Baz, M. (2018). Comportamientos de los estudiantes universitarios en Internet: la virtualización de actividades culturales y otras tareas cotidianas. En J. Rodríguez Terceño (coord.), *Investigando en comunicación e investigando en docencia* (pp. 49-64). Madrid: Tecnos.
- Castells, M. y Tubella, I. (coord.) (2007). *La transición en la sociedad red*. Barcelona: Ariel
- CIS (2015). *Estudio n° 3057, marzo 2015*. Madrid: CIS.
- De Marco, S. (2017). La revolución de Internet. Los usos beneficiosos y avanzados de Internet como la nueva frontera de la desigualdad digital. *Panorama Social*, (25), 99-116.
- DiMaggio, P. et al. (2004). Digital inequality: From unequal access to differentiated use. En K. Neckerman (ed.), *Social Inequality* (pp. 355-400). New York: Russell Sage Foundation.
- Dutton, Williw H. & Grant Blank (2013). *Cultures of the Internet: The Internet in Britain*. Oxford Internet Institute. University of Oxford.
- García Álvarez, E., López Sintas, J. y Samper Martínez, A. (2012). Retos y tendencias del ocio digital: transformación de dimensiones, experiencias y modelos empresariales. *Arbor*, 188(754), 395-407. doi: 10.3989/arbor.2012.754n2011
- Garrido-Lora, M., Munté-Ramos, R-A. y Busquet Duran, J. (2016). De las TIC a las TRIC. Estudio sobre el uso de las TIC y la brecha digital entre adultos y adolescentes en España. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, (54), 44-57. doi: 10.7238/a.v0i54.2953
- Hargittai, E. (2017). ¿Nativos digitales, o naifs digitales? Variación en las competencias y usos de Internet entre los miembros de la “generación Net”. *Panorama Social*, (25), 83-98.
- Hargittai, E. y Hinnant, A. (2008). Digital Inequality: Differences in Young Adults’ use of the Internet. *Communication Research*, 35(5), 602-621.
- Hawi, N. S. (2012). Internet addiction among adolescents in Lebanon. *Computers in Human Behavior*, 28(3), 1044-1053. doi: 10.1016/j.chb.2012.01.007
- Hoffman, D. L. y Novak, T. P. (1998). Bridging the racial divide on the Internet. *Science*, 280(5362), 390-391.
- Howard, P. E. N., Rainie, L. y Jones, S. (2001). Days and Nights on the Internet: The impact of a Diffusing Technology. *American Behavioral Scientist*, (45), 383-404.
- Howe, N. y Strauss, W. (2000). *Millennials Rising. The Next Great Generation*. New York: Vintage Books.
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2017). *Encuesta de hogares sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares*. Recuperado de: http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176741&menu=ultiDatos&idp=1254735976608
- Katz, E., J. Blumler y Gurevitch, M. (1985). Usos y gratificaciones de la comunicación de masas. En M. Moragas, *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Lee, B. W. y Stapinski, L. A. (2012). Seeking safety on the Internet: Relationship between social anxiety and problematic Internet use. *Journal of Anxiety Disorders*, 26(1), 197-205. doi: 10.1016/j.janxdis.2011.11.00
- Maldonado, A. E. (2007). Confluencias epistemológicas: teoría de la mediación social de Martín Serrano y pensamiento crítico transformador latinoamericano. *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, (1), segundo semestre, 215-233. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de: <http://www.ucm.es/info/mediars>

- Martín Serrano, M. (2007). *Teoría de la Comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*. Madrid: McGraw-Hill.
- (1974). *Nuevos métodos para la investigación de la estructura y la dinámica de la Enculturización*. Recuperado de: <http://eprints.ucm.es/13257/>
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9 (5). Recuperado de: <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>.
- Robles, J. M. et al. (2016). La nueva frontera de la desigualdad digital: la brecha participativa. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (156), 97-116. doi:10.5477/cis/reis.156.97
- Schradie, J. (2017). La brecha productiva: la colisión entre la brecha digital y la web 2.0. *Panorama Social*, (25), 117-136.
- Strover, S. (1999). *Rural Internet connectivity*. Columbia: Rural Policy Research Institute.
- Tapscott, D. (1998). *Creciendo en un entorno digital: La generación net*. Santafé de Bogotá: McGraw-Hill.
- Torres Albero, C. et al. (2017). Revisión analítica del modelo de aceptación de la tecnología. El cambio tecnológico. *Papers, Revista de Sociología*, 102 (1), 527. doi: 10.5565/rev/papers.2233
- Torres Albero, C., Robles Morales, J. M. y Molina Molina, O. (2011). ¿Por qué usamos las tecnologías de la información y las comunicaciones? Un estudio sobre las bases sociales de la utilidad individual de internet. *Revista Internacional de Sociología*, 69 (2), 371392. doi: 10.3989/ris.2010.01.15
- Tubella, I.; Tabernero, C. y Dwyer, V. (2008). *Internet y televisión: la guerra de las pantallas*. Barcelona: Ariel.
- Van Deursen, A. y Van Dijk, J. (2010). Internet skills and the digital divide. *New Media & Society*, 12(8), 119. doi: 10.1177/1461444810386774
- Van Dijk, J. A. G. M. (2006). Digital divide research, achievements and shortcomings. *Poetics*, 34(4-5), 221-235. doi: 10.1016/j.poetic.2006.05.004
- (2005). *The deepening divide. Inequality in the Information Society*. California: Sage.
- Velarde, O. y Casas-Mas, B. (2018). Lo virtual y lo presencial en las interacciones comunicativas de los jóvenes universitarios. En VV.AA., *La Universidad y los nuevos horizontes del conocimiento*. Madrid: Tecnos.
- Viñals Blanco, A. (2016). El ocio conectado, móvil, transmedia y multisoprote de los jóvenes en la era digital. *Fonseca, Journal of Communication*, (13), 99-113. doi: 10.14201/fjc20161399113
- , 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.
- Yang, S. C. y Tung, C.-J. (2007). Comparison of Internet addicts and non-addicts in Taiwanese high school. *Computers in Human Behavior*, 23(1), 79-96. doi: 10.1016/j.chb.2004.03.037