

# JÓVENES, NATIVOS DIGITALES. Expertos de Deusto analizan el auge de las nuevas tecnologías como forma de ocio

KORO LÁZARO

Tabletas como el Ipad, móviles inteligentes como los smartphones, televisores 3D, juegos basados en el movimiento, e-books, netbooks u ordenadores portátiles de bajo coste... la lista parece interminable. Una realidad de vocablos, a veces impronunciables, que corresponde a herramientas digitales que ya forman parte de nuestra vida cotidiana y que han ayudado a consolidar a Internet como opción preferida de ocio entre los jóvenes.

Unos jóvenes que estos días precisamente se encuentran en pie de guerra contra la llamada 'Ley Sinde', la normativa que permite cerrar páginas web que vulneren la Ley de Propiedad Intelectual. Un hecho que no ensombrece que Internet sea ya el medio más consumido en España, por encima de la televisión. Según los últimos datos disponibles del estudio europeo Mediascope, los jóvenes disparan la estadística con un consumo de 14 horas semanales frente a las 11.7 horas de televisión.

«Los jóvenes son nativos digitales, han nacido con la tecnología y la conocen», explica Eduardo Aguilar del Instituto de Estudios de Ocio de Deusto [www.ocio.deusto.es](http://www.ocio.deusto.es). Una entidad que lleva más de dos décadas estudiando el fenómeno del ocio, y «apostando por un ocio humanista».

Aguilar es pedagogo y se encarga de impartir docencia en los postgrados del Instituto en temas vinculados con las nuevas tecnologías. «Los jóvenes entre 16 y 23 años dan mucho valor a lo social y a su grupo de amigos, por eso las redes sociales y los móviles han calado», explica. «Tienen infinitud de 'amigos' agregados aunque luego no se correspondan con los reales».

Según Aguilar parte del éxito en el traspase de público joven de las televisiones a Internet lo tiene la posibilidad de ver «en el momento que decidan sus series y programas favoritos sin coste y sin cortes publicitarios». En el mundo de la música, programas digitales como Itunes «han dado un vuelco a la

forma de consumir música entre los jóvenes, pero esto quiere decir que se termine con las formas tradicionales ni con las aficiones. Yo soy lector y sigo leyendo, sólo que ahora lo hago en un e-book, que facilita el transporte y te permite tener más contenidos», ejemplifica Aguilar que se encuentra concluyendo una tesis sobre el llamado 'ocio serio' y las comunidades virtuales.

«Un ejemplo de ello serían los grupos de aficionados que crean espacios en la Red para unirse y compartir conocimientos sobre un determinado tema convirtiéndose en grupos con peso. El que tenía antes una afición minoritaria o 'rara' se sentía aislado, ahora gracias a la Red puede encontrar personas con sus gustos en cualquier parte del mundo», concluye.

## JÓVENES 'EN-REDADOS'

«Muchas veces sólo nos quedamos con el lado negativo de las nuevas tecnologías con temas como la protección de datos o el ciberbullying pero también ayudan a sociabilizar y a extender el capital social y cultural. El espacio digital de ocio también tiene mucha utilidad como lugar para el desarrollo humano», apunta Ana Viñals, una joven experta en comunicación y colaboradora del Instituto. Viñals ha desarrollado una investigación sobre las redes sociales virtuales como ocio, y actualmente se encuentra preparando su tesis sobre juventud ocio y nuevas tecnologías.

«Tuenti es para los adolescentes, en la etapa universitaria se usa más Facebook y para temas de trabajo, los jóvenes se unen a redes profesionales», explica Viñals. «Los jóvenes te dicen qué saben manejar las redes sociales, pero pasan por alto los riesgos y no miden las consecuencias de subir todas sus fotos o las de otros sin consentimiento», comenta sobre los cursos que imparte sobre nuevas tecnologías en centros de Bachiller y Primaria. «¿Qué que no das tus datos a un desconocido en la calle? ¿Por qué vas a agregar o dar información en una red social a alguien que no conoces?», refleja-



Eduardo Aguilar y Ana Viñals en el Instituto de Estudio del Ocio de la Universidad de Deusto. / PATXI CO

xiona la joven bilbaína a la vez que opina que estas nuevas plataformas de ocio «no desterrará» al ocio convencional. «Al que le guste una afición de forma seria, por muchas horas que pase delante del ordenador, no va a dejarlo», asegura. Con la misma opinión se muestra Manuel Cuenca, director del Instituto del Ocio de Deusto, y organizador del programa *Disfrutar de las Artes* que se celebra a lo largo de este curso dirigido a los amantes del ocio cultural. El estudio de las nuevas tecnologías como espacio de ocio lleva ya largo tiempo incluido en la oferta de estudios e investigaciones de postgrado del Instituto. El Foro de investigadores

Ocio que Deusto celebra anualmente en junio, ha servido en más de una ocasión como exposiente de estos temas.

## VIDAS DIGITALES

«Las nuevas tecnologías se han impuesto en nuestras vidas, durante el siglo XX en nuestro trabajo y ahora en el siglo XXI, en nuestro ocio». Su abaratamiento, su desarrollo y la aparición de nuevos soportes han contribuido a todo ello, según el experto. Esto es algo que no sólo ha repercutido en los jóvenes, sino también en las personas mayores que «están descubriendo o profundizando en las nuevas tecnologías en su tiempo de ocio». La capaci-

dad de acceso en cualquier lugar y en cualquier momento a Internet ha supuesto «la ruptura de barreras», según Cuenca. «A través de las nuevas tecnologías podemos acceder a todo un mundo de posibilidades que antes no estaban al alcance de todos como conocer otros lugares y personas», asegura. Aunque el ocio «no está en los aparatos», según Cuenca «sí en las personas». «El verdadero ocio es cuando las personas se sienten que el tiempo pasa gratamente en algo que les gusta, la tecnología no es más que un mero medio para lograrlo. La línea de investigación por excelencia es la que estudia el ocio y el desarrollo humano», concluye.

**Más de 12.000 entradas sorteadas en sólo 3 meses...**  
...y tú sin enterarte?



## BBK26 Y BBK26+

Y también ventajas especiales, promociones, descuentos... Para no perderte nada, déjanos tu email en cualquier sucursal BBK.

Aquí  
nos  
tienes  
**bbk**