

CAPÍTULO 5

Ocio digital en casa: Transformación del ocio

Jordi López-Sintas¹, Laura Rojas de Francisco¹, Ercilia García-Álvarez²

¹Universitat Autònoma de Barcelona, España.

²Universitat Rovira i Virgili, España.

jordi.lopez@uab.es, laura.rojas@cerhum.es, mariaercilia.garcia@urv.cat

Doi: <http://dx.doi.org/10.3926/oms.281>

Referenciar este capítulo

López-Sintas, J., Rojas de Francisco, L., & García-Álvarez, E. (2015). *Ocio digital en casa: Transformación del ocio*. En López-Sintas, J. (Ed.). *La construcción social de la experiencia de ocio cultural*. Barcelona, España: OmniaScience. pp. 219-251.

Resumen

La introducción de las tecnologías de la información y la comunicación en el hogar ha transformado las actividades realizadas durante el tiempo de ocio, cambios que tienen implicaciones para el funcionamiento de los hogares. No obstante poco conocemos acerca de esos cambios. Desde una perspectiva constructivista e interpretativa hemos analizado las narraciones de 30 individuos para estudiar la manera en la que las tecnologías digitales han transformado sus actividades de ocio durante el tiempo libre. Los resultados muestran un cambio cualitativamente diferente al producido por la proliferación de receptores de radio, TV o reproductores, Ahora las tecnologías no sólo han incrementado la exposición a diferentes experiencias culturales, sino que también actualmente las personas tienen mayor control de esas experiencias: el proceso de consumo de las experiencias ya no es homogéneo, depende de los consumidores, y además en el hogar entran simbólicamente, temporalmente y virtualmente, invitados, sean familiares o amigos, conocidos o desconocidos. Estos cambios muestran que los individuos tienen una mayor libertad para realizar las actividades de ocio doméstico y con ello los miembros de los hogares reportan que pueden mejorar su satisfacción con las actividades de ocio doméstico.

Palabras clave

Ocio digital, ocio en el hogar, ocio familiar, satisfacción del ocio, sociología del ocio.

1. Introducción

Las tecnologías digitales, el ocio y la familia forman una intersección de creciente interés para los investigadores. Por un lado se ha estudiado la manera en la que la introducción equipamientos para medios audiovisuales en el hogar ha transformado las familias (Livingstone, 2007). Estas tecnologías generalmente han otorgado un papel pasivo a las audiencias y otro activo a los medios de comunicación (Dolfsma, 2004a, 2004b). Su influencia en las familias, no obstante, ha sido dispar, primero homogeneizó las experiencias culturales de los miembros de la familia, después las diferenció otorgando cada vez más autonomía de elección a los más jóvenes (Bovill & Livingstone, 2001; Flichy, 1995; Livingstone, 2007).

La relación entre el ocio y el funcionamiento de la familia, en cambio, ha mostrado que la elección de las actividades de ocio familiar tienen por objetivo mejorar el funcionamiento del conjunto de la familia, renunciando los padres a otras actividades de ocio que les reportarían más satisfacción (Shaw & Dawson, 2001, 2003). Esta línea de investigación ha mostrado que el ocio familiar parece ser un instrumento para alcanzar objetivos familiares, pero también ha puesto de manifiesto que ese compromiso entre deseo personal y funcionamiento de la familia proporciona beneficios dispares a los miembros de la familia (Larson, Gillman & Richards, 1997; Zabriskie & McCormick, 2003). Esto es, la capacidad de elección varía entre los miembros de la familia como ocurría en el caso de equipos para medios audiovisuales, y con ello la satisfacción obtenida.

Los aparatos que incorporan tecnologías y medios digitales y conexiones a Internet permiten a los individuos decidir qué actividades de ocio llevar a cabo y la elección de la o las personas con las que realizarlas (Abbott-Chapman & Robertson, 2001; Anderson, Gale, Gower, France, Jones, Lacohee et al., 2002; Kraut, Kiesler, Boneva, Cummings Helgeson & Crawford, 2002; Carr, Schott, Burn & Buckingham, 2004). Este hecho supone una transformación cualitativamente diferente a la producida por la proliferación de equipamientos para medios audiovisuales. Por un lado podemos esperar una

generalización de la producción de diferencias culturales en el seno de las familias, por otro, un desplazamiento de la capacidad de elección, desde los medios y productores de expresiones culturales hacia los individuos. Todo ello sugiere estudiar con detalle la intersección formada por las nuevas tecnologías digitales, el ocio y el hogar.

En esta investigación nos proponemos describir la manera en la que las nuevas tecnologías digitales están transformando las actividades de ocio realizadas en el hogar, cómo se altera el uso de las tecnologías tradicionales, cómo se complementan las tecnologías en lugar de simplemente sustituirse, cómo varía la capacidad de elección de las personas que forman el hogar y las implicaciones que ello tiene para la satisfacción que obtienen de las actividades que realizan en el hogar. Para ello seguidamente mostramos el marco conceptual en el que se inserta la investigación, su diseño metodológico, los resultados y finalmente discutimos sobre la contribución de ésta investigación al refuerzo de un marco conceptual y la descripción de unas limitaciones y futuras líneas de investigación.

2. Revisión de la Literatura

2.1. Las Tecnologías en el Hogar

Las tecnologías han entrado en el hogar y lo han transformado, no obstante, su influencia en el funcionamiento de las familias ha dependido de la naturaleza de las tecnologías, esto es, de la manera en la que la tecnología interacciones con los individuos y los grupos sociales en el hogar (Lally, 2002).

Cuando los primeros aparatos de radio entraron en los hogares, la familia se reunió alrededor del receptor y los padres tenían el control de los programas que toda la familia escuchaba, homogeneizando así sus experiencias (Dolfsma, 2004a). Posteriormente, con la difusión de los aparatos portátiles de radio, los jóvenes pudieron escuchar sus programas de música favoritos sin la supervisión familiar, reduciéndose así la homogeneidad de experiencias (Dolfsma, 2004b). Los aparatos de televisión, posteriormente, volvieron a

reunir a los miembros de la familia, homogeneizando, de nuevo, las experiencias audiovisuales; pero poco tiempo después la historia se repite, los pequeños aparatos de TV se introducen en las habitaciones del hogar e incrementan las diferencias en las experiencias culturales. La gente comparte experiencias de ocio bajo el mismo techo pero tiene experiencias diferentes por usar diferentes dispositivos. Por fenómeno interpretado como el proceso de estar viviendo juntos pero separados (Flichy, 1995: página 158) y estar solos en compañía (Turkle, 2011). Ahora las producciones audiovisuales no sólo compiten por el tiempo de ocio sino también por los miembros de la familia con quienes se disfrutarán (Bovill & Livingstone, 2001).

Las tecnologías digitales, no sólo han cambiado nuestras vidas (Turkle, 1995; Lally, 2002) y potenciado las actividades de ocio (Gershuny, 2003), también ofrecen los medios tradicionales sino también han modificado la manera en la que se consumen. Por ejemplo, la lectura de noticias no sólo ha cambiado el soporte de lectura sino también la manera en la que se leen las noticias; si inicialmente los diarios se leían en formato papel en el hogar a primera hora de la mañana o a la última de la tarde, ahora, según la evidencia aportada por Boczkowski (2010), la lectura se realiza a lo largo del día, pero en periodos cortos, y del hogar la lectura ha pasado al espacio de trabajo.

Internet, y los medios de comunicación que hacen uso de Internet, además, hacen posible que los individuos interactúen con otros. Se incrementa el uso del teléfono “inteligente” como si de un ordenador se tratase, para comunicarse con los amigos (mensajería, correo electrónico, redes sociales), cambiando con ello la manera de compartir experiencias, sincronizar agendas, organizarse, comunicarse, coordinar el tiempo de ocio y llevar la interacción social (Allen, 2010; Anderson et al., 2002; Kennedy & Wellman, 2007; Lally, 2002; Jupp & Bentley, 2001; Turkle, 1995, 2011). La proliferación de aparatos tecnológicos en el hogar incluso ha cambiado la manera de relacionarnos. Por un lado la red de Internet permite a algunas familias seguir conectadas a pesar de la distancia, como ha reportado Venkatraman (2012) al analizar el uso que las esposas de militares destacados a miles de kilómetros del hogar

familiar hacen de las tecnologías digitales con el objeto de construir un hogar y permanecer conectados a pesar de las distancias físicas. Aunque más cercanos físicamente, los miembros de las familias de Silicon Valley (CA, USA) investigadas por English-Lueck (1998) utilizan las tecnologías digitales para mantener conectada a la familia y con ello construir un hogar a pesar de las ausencias diarias.

2.2. El Ocio en el Hogar

Los estudios sobre el ocio en el hogar han descrito el efecto de las interacciones entre los miembros familiares y su relación con el funcionamiento de las mismas familias, su cohesión interna y su capacidad para adaptarse a los cambios. Los resultados reportados por Zabriskie y McCormick (2001) para actividades ordinarias (core activities) y actividades extraordinario (balance activities) de ocio muestran que las actividades principales se relacionan positivamente con la cohesión entre los miembros de la familia, mientras que las dos actividades básicas y de la balanza están vinculados a la capacidad de la familia para adaptarse a cambiar.

Si bien los estudios han mostrado que las actividades de ocio familiar influyen positivamente en el funcionamiento de la familia, los que han analizado la satisfacción que obtienen de los diferentes miembros de la familia, ofrecen resultados variables: la satisfacción depende del contexto donde tienen lugar las actividades de ocio y de con quién se realicen: los padres reportan un mayor nivel de satisfacción cuando realizan actividades de ocio en el hogar, mientras que las madres y los hijos obtienen una mayor satisfacción cuando las realizan fuera del hogar, sin embargo, a diferencia de las madres, los hijos prefieren realizar actividades ocio con los amigos (Larson et al., 1997; Zabriskie & McCormick, 2003).

Además las investigaciones reportan que el ocio familiar es un ocio instrumental, los padres escogen las actividades con el objeto de mejorar el funcionamiento de la familia y transmitir *healthy lifestyles and moral values* (Shaw & Dawson, 2001). Un ocio instrumental que no obstante deja también insatisfechos a los padres, según los resultados obtenidos por Shaw y Dawson

(2003), con la calidad y el tiempo fragmentado que dedican a las actividades de ocio realizadas con sus hijos a pesar de su elevado deseo por realizarlas (Beck y Arnold, 2009). Pero además, las familias difieren en cómo interpretan las actividades de ocio como Churchill, Clark, Prochaska-Cue, Creswell y Ontai-Grzebik (2007) nos han mostrado al relacionar las actividades de ocio ordinarias y extraordinarias con la satisfacción que obtienen las familias, sugiriendo que éstas se pueden clasificar en dos grupos: uno aprovecha cualquier oportunidad de ocio, ordinario o extraordinaria, para divertirse, mientras que el otro disfruta únicamente de las actividades extraordinarias.

2.3. El Ocio Digital en el Hogar

Si bien el estudio del uso de las tecnologías digitales en el hogar ha sido privilegiado por los investigadores, la relación entre tecnologías digitales y el ocio familiar ha captado menos la atención.

Acabamos de mostrar que los estudios sobre el ocio familiar sugieren que las familias difieren en su interpretación de las actividades de ocio y su capacidad de diversión (Churchill et al., 2007), y que la elección de las actividades de ocio responde al propósito de mejorar el funcionamiento y la comunicación entre los miembros de la familia (Shaw & Dawson, 2001; Zabriskie & McCormick, 2001). Sin embargo estos estudios también reportan un desequilibrio en los beneficios y la satisfacción que obtienen los miembros de la familia, reducida para los adolescentes (Buswell, Zabriskie, Lundberg & Hawkins, 2012; Shaw & Dawson, 2003; Zabriskie & McCormick, 2003; Larson et al., 1997) y las mujeres (Kennedy & Wellman, 2007; Martinson, Schwartz & Vaughan, 2002; Green & Adam, 1998), aunque por diferentes motivos.

La evidencia reportada por estudio de ocio también ha demostrado cómo las tecnologías digitales han alterado las actividades que se realizan en el hogar durante el tiempo de ocio y la interacción entre los miembros de la familia nuclear, la extendida y los amigos, y con ello puede cambiar no sólo lo que las familias entienden por actividades ordinarias (core activities) o extraordinarias (balance activities), sino también las restricciones de espacio y tiempo que les afectan. Por ejemplo, actividades de ocio que antes requerían

elevado gasto y tiempo de desplazamiento, ahora pueden realizarse de otra manera, introduciendo temporalmente, regularmente y virtualmente dentro del hogar, a espacios y personas ajenos a la familia; por ejemplo, actividades como videoconferencias con amigos (Abbott-Chapman & Robertson, 2001; Anderson et al., 2002) o jugar con amigos mediante videoconsolas conectadas por Internet (Kraut et al., 2002; Carr et al., 2004). Ahora cualquier miembro de la familia puede jugar, por ejemplo, con cualquier miembro del hogar o amigo presente o no en el hogar, pero también puede interactuar con desconocidos. Este hecho puede no sólo incrementar la heterogeneidad de las experiencias, sino también la satisfacción obtenida con las actividades de ocio.

Habitualmente las investigaciones acerca del ocio digital se han ocupado de grupos sociales determinados, jóvenes (Colwell, Grady & Rhaiti, 1995; Cox, Clough & Marlow, 2008), adultos (Anderson & Tracey, 2001; Hargittai & Hinnant, 2008, Mesch, 2006), diferencias de género (Helsper, 2010; Martinson, Schwartz & Vaughan, 2002; Richardson, 2009), de tecnologías (Campell & Kwak, 2010; Leung, 2001; Prensky, 2001; Schroeder, 2010; Stald, 2008) o bien de actividades concretas (Anderson, 2008; Gershuny, 2003; Boczkowski, 2010) pero son menos las investigaciones que se han interesado por los cambios producidos en las actividades de ocio que tienen lugar en el hogar. Por ello en esta investigación estudiaremos las actividades de ocio que tienen lugar en el hogar durante el tiempo libre, especialmente las que se realizan con tecnologías digitales, con el objeto de conocer cómo se transforman las actividades de ocio (tanto tradicionales como digitales), y las satisfacciones que obtienen los individuos de sus actividades de ocio.

3. Diseño Metodológico

3.1. Objetivo

Nuestro propósito es describir la manera en que los informantes realizan las actividades de ocio digital durante su tiempo libre en el hogar. Con ello queremos mostrar las transformaciones que han tenido lugar en el ocio doméstico, y las satisfacciones que se obtienen con las actividades de ocio digital en el hogar.

3.2. Marco Epistemológico

Esta investigación se enmarca en el paradigma interpretativo / constructivista (Guba & Lincoln, 1994). El paradigma afirma que los seres humanos construyen significados sobre las actividades de ocio, ya que interactúan con el mundo, con las otras personas y con los objetos presentes en donde se lleva a cabo la actividad se lleva a cabo y tratan de dar sentido a la actividad que están haciendo (Berger & Luckmann, 1966; Crotty, 1998; Schwandt, 1994). Los individuos, entonces, construyen significados y los asocian a otras personas u objetos con los que interactúan, con la intención de llevar a cabo una actividad de ocio o de trabajo (los individuos son sujetos intencionales como se describe en Crotty (1998) y Schwandt (1994). Entonces, bajo este paradigma es posible que: 1) Las mismas personas construyan significados diferentes para una actividad de ocio, cuando se lleva a cabo en diversos contextos (ocio/trabajo), y 2) diferentes personas pueden construir significados diferentes en relación a la misma actividad, por ejemplo, de ocio/trabajo en el mismo contexto (Crotty, 1998).

Para describir y comprender la producción de significados relacionados con las actividades llevadas a cabo tanto en su espacio y tiempo habituales y en un contexto inusual, esta investigación se enmarca en la tradición hermenéutica. La hermenéutica trata las narrativas de las entrevistas, notas de campo, etc, como textos extraños que necesitan de interpretación y fuera

de lo normal (Crotty, 1998). Al mismo tiempo la hermenéutica también supone una afinidad de algún tipo, entre el conjunto de textos que no se relacionan con quien los lee. Esta afinidad es lo que hace posible la interpretación de los textos que no tienen relación con el intérprete. La interpretación de los textos hace que sea posible compartir significados entre las personas y comunicarlo, y hacerlo, sitúa a la interpretación dentro de la historia y la cultura (Rundell, 1995). En línea con la tradición hermenéutica, el propósito de interpretar el conjunto de relatos es obtener una comprensión que va más allá de la interpretación propia de los entrevistados, dando lugar al círculo hermenéutico. Esto sostiene que la comprensión del conjunto de textos sólo es posible a través de tomar sus partes, interpretando el significado de cada una a partir de dividir del conjunto (analizando cada entrevista, segmentando cada entrevista, y luego interpretando el conjunto de entrevistas o de textos).

3.3. El Uso de la Información y las Tecnologías de la Comunicación en España

De acuerdo con el Instituto Español de Estadística (INE) un hogar es una vivienda en la que sus habitantes comparten una relación de convivencia, y los conceptos de familia y de hogar provienen de la unidad de origen (Saralegui, 2001: página 159). Regularmente los estatus de los miembros surgen por consanguinidad, afinidad, co-residencia y consumo compartido o por parentesco o afinidad afectiva (Morgan, 1871; Sahlins, 1992).

Según la encuesta de 2009 sobre equipamiento y uso de las TIC, en los hogares españoles, el 51,3% de la población entre 16 y 74 años de edad, había accedido a Internet en los 3 meses anteriores (la mayoría de ellos desde casa). Las cifras de acceso eran un poco más alto para la Europa de 27 países y de Cataluña, el 57% y 63%, respectivamente, y el 49% y 60%, respectivamente, para los que tienen acceso de banda ancha (Eurobarómetro, 2010 y www.ine.es). Sin embargo, en Europa, el acceso a Internet varía de 89% (los Países Bajos), 85% (Dinamarca) y 85% (Suecia) a 35% (Bulgaria) y 31% (Rumanía), las cifras más bajas.

El acceso a Internet desde el hogar en 2009 se distribuyó uniformemente por edad: el 92,3% de los más jóvenes (16-24 años) se conecta a Internet desde el hogar, y el porcentaje bajaba como tramos de edad cuando hasta: 80,1% para el soporte 25-34; 72,3% de 35 a 44, el 54,9% de 45 a 54, el 29,1% de 55 a 64, 11% de 65 a 74). Entre los individuos de la familia con acceso a Internet, el 11,1% son graduados universitarios, el 18,9% empleados, 2,6% estudiantes de tiempo completo, 3,9% a cargo del hogar, 3,9% desempleados y 4,3% jubilados (Eurobarómetro, 2010). Los Españoles usaron Internet para recibir y enviar correos electrónicos (86,2%), leer o descargar periódicos o revistas (68,3%), enviar mensajes a salas de chat, blogs, grupos de noticias, foros de discusión en línea o mensajería instantánea (52,1%), hacer llamadas de video, escuchar radio o ver la televisión (42,1%), jugar o descargar juegos, imágenes, películas o música (49,9%), y decisiones (23%).

3.4. Criterio de Muestreo

Utilizamos cuatro criterios de muestreo: muestreo selectivo, el muestreo de bola de nieve, el muestreo de variación máxima y el muestreo teórico (Patton, 2002). El muestreo selectivo se utilizó para identificar a los informantes con las experiencias de hacer actividades de ocio digitales en el hogar, el muestreo comenzó en un lugar de formación en TIC preguntando si en el año previo habían realizado actividades de ocio con tecnologías (ordenadores, consolas, smartphones o cualquier dispositivo con conexión a Internet) y estos primeros informantes ayudaron a acceder a informantes adicionales mediante muestreo de bola de nieve. El muestreo de variación máxima se utilizó con el objetivo de captar y describir categorías de análisis en las dimensiones compartidas de realizar actividades digitales y hacer un cruce de informantes con características variadas en términos de sexo, nivel de estudios (educación), el estado civil y la ocupación. El muestreo se detuvo cuando los informantes adicionales no añadían más categorías de análisis que no fueran las ya descritas en la sección de hallazgos (Glaser & Strauss, 1967).

3.5. Recolección de Datos

Las entrevistas se realizaron durante un período de seis meses en dos fases, coincidiendo con los períodos de enseñanza de un centro de formación en TIC (de marzo a junio y septiembre-noviembre de 2009) y se llevaron a cabo en diferentes contextos sociales en Barcelona (en el hogar de los entrevistados, las oficinas, e incluso de otros lugares donde realizaban actividades de ocio con las TIC). Las entrevistas se realizaron con un protocolo de 20 temas enfocadas en obtener una descripción de la clase de actividades realizadas y las tecnologías asociadas para hacer actividades de ocio, donde, cuando y con quién las realizaban y cómo las llevaban a cabo, con el fin de ayudar a los individuos a producir una narrativa centrada en el tema (Riessman, 2002: página 231). Con ésta guía conceptual iniciamos nuestras entrevistas y preguntas para proveer de sensibilidad teórica al proceso de investigación (Strauss & Corbin, 1994). Estas entrevistas semiestructuradas proveyeron las necesarias narrativas sobre las actividades de ocio en el hogar y el trabajo. Las entrevistas duraron entre 30 y 90 minutos con un promedio de 60 minutos, fueron grabadas digitalmente y transcritas textualmente, con la ayuda del programa de *Dragón Naturally Speaking* (versión n.º10), un programa de reconocimiento de voz desarrollado por Nuance Communications. A los informantes se les garantizó la confidencialidad y fueron informados tanto de los objetivos de la investigación como del derecho a interrumpir la grabación si así lo deseaban.

3.6. Informantes

La muestra se compone de 30 informantes, 15 mujeres y 15 hombres. El nivel de estudios es variado: 11 realizan o tienen un posgrado, 10 realizan o tienen estudios de licenciatura y 9 realizan o tienen estudios de bachillerato. También tuvimos en cuenta las ocupaciones, empleo y profesiones de los entrevistados que se distribuyen así: 17 trabajan a tiempo completo y de éstos 15 tienen carrera profesional; 9 se dedican a los estudios, de los cuales 2 lo combinan con labores remuneradas a tiempo parcial en casa; 2 mujeres realizaban trabajo no remunerado (una ama de casa y otra estaba a cargo de un familiar) y un desempleado. La mayoría de los informantes están en los rangos de 20 a 30

años, esta característica obedece a que la selección de la muestra se centraba en que fueran usuarios de tecnologías y que afirmaran dedicarse al ocio digital, la muestra no se distribuye equitativamente por edades debido a las mismas características de uso de entornos digitales, a las diferencias de acceso a las ICT de menores de 16 años o mayores de 60 años, por lo que están entre los 17 y 58 años. La muestra no se distribuye de manera uniforme por edades ya que el uso de las tecnologías digitales se distribuye de manera desigual, como se muestra en la descripción del contexto español; en consecuencia, cualquier exploración de las diferencias de género y edad era limitada.

Tabla 1. Perfil de los entrevistados

| Nombre | Sexo | Edad | N. Estudios | Contenido de los estudios | Situación ocupacional |
|---------------|-------------|-------------|--------------------------|----------------------------------|------------------------------|
| Adela | F | 23 | Máster | Audiovisuales- Documental | Documentalista |
| Adriana | F | 17 | Formación Profesional | Informática | Estudiante y Digitadora |
| Albert | M | 30 | Máster | Economía | Administrativo |
| Alex | M | 35 | Doctorado | Ingeniería | Estudiante de doctorado |
| Andrés | M | 18 | Formación Profesional | Técnico electrónicos | Mozo de almacén |
| Antonio | M | 22 | Licenciatura | Comunicación Audiovisual | Estudiante y Blogger |
| Camilo | M | 23 | Licenciatura | Periodismo | Estudiante |
| Carles | M | 29 | Formación Profesional | Comercio | Empresario autónomo |
| Carmen | F | 22 | Máster | Relaciones Públicas | Relacionista pública |
| Clara | F | 27 | Licenciatura | Contabilidad | Administrativa |

| Nombre | Sexo | Edad | N. Estudios | Contenido de los estudios | Situación ocupacional |
|---------------|-------------|-------------|-----------------------|----------------------------------|----------------------------------------|
| Daniel | M | 42 | Formación Profesional | Ayudante de farmacia | En paro |
| Eli | F | 19 | Formación Profesional | Estética | Estudiante |
| Felipe | M | 36 | Licenciatura | Lic Ingeniería Sistemas | Ingeniero de sistemas |
| Goyo | M | 32 | Formación Profesional | Imagen y sonido | Disk jockey – dependiente de librería |
| Isa | F | 58 | Formación Profesional | Cuidados auxiliares | En paro - cuida de su madre |
| Jaime | M | 34 | Licenciatura | Telecomunicaciones | Ingeniero en telecomunicaciones |
| Javi | F | 23 | Máster | Periodismo | Periodista deportivo |
| Juan | M | 29 | Licenciatura | Comunicación audiovisual | Técnico de audiovisuales |
| Juliana | F | 26 | Máster | Publicidad y marketing | Administrativa en agencia de Marketing |
| Manuel | M | 29 | Doctorado | Estadística | Analista |
| Marcos | M | 23 | Licenciatura | Psicología | Estudiante |
| María | F | 37 | Doctorado | Comunicación y educación | Docente Educadores sin fronteras |
| Mariana | F | 23 | Licenciatura | Comunicación | Community Manager & Web concept |
| Martina | F | 26 | Máster | Gerencia de proyectos | Diseñadora y estudiante |
| Miquel | M | 20 | Licenciatura | Idiomas | Estudiante |

| Nombre | Sexo | Edad | N. Estudios | Contenido de los estudios | Situación ocupacional |
|--------|------|------|-----------------------|---------------------------|----------------------------------------|
| Samuel | M | 33 | Licenciatura | Ingeniería | Ingeniero industrial - automatización |
| Sandra | F | 24 | Máster | Periodismo de viajes | Coordinadora de expediciones escolares |
| Sara | F | 21 | Licenciatura | Arquitectura | Estudiante |
| Sonia | F | 27 | Bachiller | Bachiller | Ama de casa |
| Teresa | F | 46 | Formación Profesional | Artes | Monitora escolar |

3.7. Análisis

El análisis narrativo se refiere a una familia de enfoques, que tienen en común una narrativa personal. Como se define, difiere entre las disciplinas, pero en la sociología se refiere a trayectos largos de la experiencia de vida en sus contextos, y son narradas mediante entrevistas ya sean individuales o múltiples. A pesar de las diferencias en las definiciones de la narrativa, todos los métodos de análisis implican la construcción de los textos (transcripciones de entrevistas, notas de campo, fotos, etc) que requieren un análisis con el fin de ser interpretados (Riessman, 1993). Riessman (1993, 2002) describió cuatro tipologías de análisis de los cuales en esta investigación se aplicó un análisis temático que se centra en el contexto de un texto, por decirlo así. Nuestro interés radica en el contexto del discurso, como consecuencia interpretamos los significados de las narraciones de nuestros informantes. Por lo general, los investigadores recogen muchos relatos e inductivamente crean grupos conceptuales de los datos. A continuación, los investigadores presentan los segmentos de las narraciones organizadas por temas. El análisis temático es útil para comprender lo que se dice a través de un número de casos,

encontrando elementos temáticos a través de la investigación de los participantes.

El análisis cualitativo fue asistido por el programa EdEt, un editor para Ethnografos (disponible en <http://www.etnologia.uw.edu.pl/etno/dlaStudentow/edet>), y por la plataforma Cassandre para el análisis cualitativo (Lejeune, 2011). Ambas piezas de software de asistencia para el análisis de datos cualitativos (CAD QAS) han sido diseñados con el objetivo de ayudar al análisis de manera colaborativa, ambas están basadas en un marco de cliente-servidor donde el servidor actúa como un repositorio de datos (EdeE) y como herramienta de análisis de respaldo (plataforma Cassandre). Hemos construido un conjunto simple de temas con el fin agrupar narrativas sobre las actividades realizadas, las tecnologías utilizadas para llevar a cabo las actividades, los espacios donde se llevaron a cabo las actividades, los momentos y la gente con quienes se realizaron las actividades y se agregaron dos temas adicionales centradas en identificar las transformaciones en las actividades de ocio y la satisfacción de los individuos. Durante este proceso, con el fin de mejorar la validez de las categorías, hicimos varias reuniones de diferente duración, y si los datos de codificación no conducían a un acuerdo, entre los investigadores lo poníamos a discusión hasta que llegásemos a un consenso con al menos dos investigadores (en validez, ver Polkinghorne, 2007). Luego, después de codificar de manera simple y condicional la co-ocurrencia de categorías, llevo a que encontráramos los significados de las actividades (y las tecnologías utilizadas) llevadas a cabo en diferentes espacios y tiempos.

4. Resultados: Transformación del Ocio en el Hogar

A continuación describimos cómo los individuos utilizan las tecnologías disponibles en el hogar para realizar actividades de ocio durante su tiempo libre, mostraremos las transformaciones en la forma de realizar actividades tradicionales de ocio, cómo se superponen actividades domésticas, de ocio o de mantenimiento del individuo o del hogar, y como se ha transformado el

atractivo de las actividades de ocio tradicionales después de la entrada en el hogar de las actividades digitales de ocio.

4.1. Sustitución de las Actividades Tradicionales

El ocio digital reemplaza frecuentemente al ocio basado en las tecnologías más tradicionales y con frecuencia cambia la forma en que se desarrolla la actividad de ocio. Juan Carlos (párrafo 1736), de 29 años que trabaja en el campo de la producción audiovisual, nos explica cómo ha sustituido las tecnologías tradicionales que utilizaba para escuchar música o ver producciones audiovisuales: “Por Spotify escucho mucha música, para videos veo Youtube, televisión, películas pirateadas del [cita la fuente]”.

Carmen, 24 años, estudiante de posgrado en relaciones públicas, nos detalla la sustitución del aparato de televisión: “Ya estoy tirando más a Internet para ver series online. Reconozco que cada día estoy viendo menos televisión, y me dedicó un poco más al ordenador, a ver series en el ordenador por Internet” (pp. 909-911). Una sustitución que nos muestra un cambio en la capacidad de decisión de Carmen como consumidora de series de TV: ahora Carmen decide qué series ver (siempre limitada por la oferta en Internet), cuándo y en qué orden quiere ver los episodios. María, 37 años, graduada en comunicación audiovisual e instructora de una ONG de profesores va más allá de las series de televisión y las películas y nos cuenta que también lee y ve las noticias en Internet. La TV, en su caso, mantiene su predominio para ver eventos en directo, como los partidos de fútbol, o como medio para el ocio familiar, para ver juntos las noticias del fin de semana o alguna película.

“Por ejemplo, si hay noticias, o cuando quiero algo me conecto, veo online series o capítulos de series específicas, o un día que esté aburrida, pero no quiero ver una película completa, veo un capítulo de una serie *sit com* que alguien me ha dicho que está buena o ya he visto. Pero de televisión, nada, muy poco, en casa vemos partidos de fútbol o las noticias los fines de semana y probablemente una película”. (María, 2119)

La manera de leer y ver las noticias parece no sólo haber cambiado el soporte, uno analógico por otro digital, sino también la manera en la que se leen y ven las noticias: de leer el periódico una vez al día, los informantes describen que han pasado a una lectura menos intensa pero ahora se extiende a lo largo del día, como nos cuenta Sandra: “A la lectura de medios de comunicación por Internet le puedo dedicar unos 10 minutos, pero ya te digo lo miro 3 o 4 veces al día o sea media hora cuarenta minutos al día para informarme” (párrafo 3325). Las fuentes de información, además, se han ampliado; los diarios donde publican los periodistas profesionales han perdido su monopolio y ahora son una fuente más junto con blogs, foros de noticias y otras fuentes de información donde amateurs escriben de lo que saben y quieren compartir con otros, como nos cuenta Javier, de 23 años, periodista deportivo.

Hay gente que se dedica a publicar links de páginas de edición de vídeos, de nuevos sitios web sobre...música, cosas sobre la SGAE (Sociedad General de Autores y Editores de España – gestiona los derechos de autor). Ese sitio web lo uso más como una fuente de información, con un RSS [sindicadores]. Entonces abro, voy al *reader* en Google y veo los *feeds* de las páginas que más se citan, los tengo organizados por categorías, veo unos cuantos, los que necesito o hasta que diga basta. Los foros me gustan mucho porque en principio en Internet es donde hay más interacción, no me gusta participar en los foros, pero los uso, incluso estoy registrado en varios de ellos, los foros son fáciles de consultar, y ver qué más van a aportar. En muchos casos es para utilizarlos, para localizar cualquier información o hacer preguntas, pero utilizarlos en vano, no. (Javier, 2947-2948)

“Hay una diversidad de fuentes de información que parecen complementar la lectura de una noticia en el diario dispara una búsqueda en Google como nos cuenta Sandra, de 24 años: ‘empiezo con la lectura de los periódicos, luego me voy a buscar cosas, porque veo un artículo y me interesa, una conferencia de no sé qué, veo el periódico y luego me voy al Google, busco la conferencia, la miro, veo si me puede interesar.’” (Párrafo 3340)

Los entrevistados nos describen la manera en que las actividades de ocio digital se combinan, intercalan o superponen a otras actividades cotidianas. En concreto Felipe (párrafo 1559), de 36 años, ingeniero, nos dice, “entre semana puede que dedique una hora, mientras estoy cenando, a ver alguna película”, y Carles (párrafo 1158), de 29 años, con estudios vocaciones de administración de empresas, nos describe cómo combina actividades, “Mientras que estoy cenando, veo alguna película o busco alguna información y si se conecta algún amigo, me entretengo un poco hablando. También lo combino con escuchar música online”. Así las actividades de ocio se introducen como cuñas temporales de ocio en actividades de mantenimiento personal o del hogar, superponiéndose.

4.2. Transformación del Valor de las Actividades de Ocio Disponibles

El valor de las actividades de ocio fuera del hogar también parece variar con la introducción del ocio digital en casa. Las narraciones de las personas entrevistadas sugieren que las actividades de ocio fuera del hogar tienen un coste adicional más elevado que el del ocio digital en el hogar, Alex, de 35 años, estudiante de posgrado en ingeniería, expresa cómo las nuevas actividades de ocio alteran el atractivo de las opciones tradicionales: “una ventaja importante que tiene el ocio digital es, la facilidad de acceso, estar ahí a mano, es fácilmente accesible, podemos definirlo en esos términos, a diferencia de otros tipos de ocios”, y sigue, “si yo quiero ir a caminar al parque, implica tener que ponerme un abrigo salir, caminar hacia el parque. A diferencia del ocio digital, que implica, pues, encender el ordenador o introducir el CD o el DVD y sentarme. La accesibilidad es un factor importante.” (Alex, párrafo 146). Antes la alternativa podía ser quedarse en casa solo, físicamente y socialmente, ahora aunque estés físicamente en casa, están accesibles y puedes estar conectado socialmente, chateando, hablando, o jugando con cualquier amigo.

La diferencia en el atractivo relativo de las actividades se ha incrementado con las tarifas planas en la conexión digital. Ahora el coste adicional de

utilizar la conexión digital media hora más, por ejemplo, para conversar y chatear con amigos o para ver una serie o largometraje en *streaming*, no es percibido por los entrevistados. Javier de 23 años, periodista, nos describe cómo ha variado la manera de disfrutar de Internet como tecnología para desarrollar actividades de ocio:

“Llegó la tarifa plana, ya no era media hora aquí y media hora en casa de mis vecinos...antes estábamos los tres juntos en una casa media hora...para meterse en Internet. Hasta que llegó la tarifa plana. Llegó un cambio, empezaron las descargas, había banda ancha, entonces el tipo de ocio cambió. Antes el Internet no estaba muy preparado para divertirme, pero ahora sí, ya se puede, ya sea bajándote juegos, bajándote películas, bajándote música, antes el ocio era entrar a Internet y lo hacías”. (Javier, 2911)

Esa reducción en el coste adicional, ya sean en términos monetarios o de tiempo, parece ser la referencia que utilizan los entrevistados para comparar las diferentes alternativas. Javier (párrafo 2931), de 23 años, sigue enfatizando las diferencias de coste económico al decirnos “Ese tipo de ocio que tenía antes, primero me costaba mucho dinero y ahora me cuesta muy poco dinero” y agrega “¡lo siento, ya no me gasto dinero con el ocio habitual si lo puedo tener por Internet!” Andrés (párrafo 627), de 18 años, con estudios vocacionales en electrónica, en cambio pone el énfasis en las diferencias en la accesibilidad e inmediatez de las actividades de ocio, “es muy fácil de conseguir, no tienes que moverte prácticamente”, y Manuel, de 29 años con estudios universitarios en estadística, todavía es más explícito cuando nos dice:

“Estoy ahorrando tiempo, porque eso es lo que acabas sintiendo si tuvieses que acceder a todo lo que accedes con el ordenador en vida real... Ahora encuentras un libro en Internet, antes tenías que ir a una biblioteca, en vez de ver una película en el ordenador, antes tenías que ir al cine o alquilarla. Sientes que accedes a todo, y eso permite hacer muchísimas cosas con la mitad del esfuerzo”. (Manuel)

4.3. Satisfacciones Obtenidas con el Ocio Digital Doméstico

Ya sea solos o en compañía (presencial o digital) las actividades de ocio digital proporcionan ciertas satisfacciones, algunas similares a las que proporcionan las actividades de ocio tradicional pero intensificadas, otras satisfacciones, en cambio, parecen ser propias del ocio digital. Entre las primeras nos encontramos con pasar el tiempo y el entretenimiento, entre las segundas el enriquecimiento personal.

4.4. Pasando el Tiempo con los Amigos

El ocio digital parece muy adecuado para rellenar el tiempo muerto, esos momentos cortos entre actividades. Es lo que algunos entrevistados llaman “una forma de pasar el tiempo”, como nos dice Carme (párrafo 938) cuando lo relaciona con “una forma de pasar el tiempo, si estás sola, si no puedes estar con tus amigos y eso te proporciona tiempo libre”. Hay actividades que no requieren de un tiempo y esfuerzo prolongados, y por eso Andrés cuando dispone de un momento, nos dice, recurrir a los juegos sociales.

“En Facebook juego mucho a todo el grupo que hay de crear y mantener cosas... (Playfish o Zynga) esos que se basan en jugar, que te ayuden o compren. El hecho es que casi seguido, casi cada día, voy mirando, y pico una cosa aquí, otra allá. Más o menos una vez al día, para ver, para sacar las moneditas y esas cosas...Es un juego que no lleva a nada más. No es complejo, vas comprando y haciendo chorradas. Es una tontería, para pasar el rato simplemente”. (Andrés, 601-603)

Pero para Adela los juegos sociales son ideales para seguir en contacto y entretenerse al mismo tiempo. Adela juega en Internet con su novio o su hermano, y durante el juego siguen interaccionando. Utilizan el video juego World of WarCraft, desarrollado en 1994 por Blizzard Entertainment, un juego de rol online multijugador (Massive multiplayer online role-playing game – MMORPG) que actualmente (año 2012) tiene alrededor de 12 millones de suscriptores. Para Adela jugar es una actividad social: “jugar, no juego yo

sola delante del ordenador, bueno lo que pasa es que siempre juego con Miguel [su novio], él siempre está conectado desde su casa, entonces puedo hablar con él, jugar y hablar. Con Miguel estoy como más conectada, con mi hermano, quizá también porque tenemos algo más de que hablar, a través de esto.” (Adela, 239)

Carmen de 22 años, estudiante de un posgrado en relaciones públicas, que emigró a Barcelona a trabajar, y dejó a su familia y amigos en Galicia, hace eco de la sensación de supresión de las distancias físicas que te ofrecen los medios sociales en Internet:

“Es como estar con tus amigos todo el tiempo, aunque estén en Galicia o a mil kilómetros, siento que los tengo cerca, que hablo con ellos todos los días. Por ejemplo, chateando un poco, pregunto qué tal le ha ido el examen, o por el Facebook. Yo creo que es una forma de unión”. (Carmen, 981)

4.5. Entretenimiento

A diferencia de pasar el tiempo con los amigos según lo que nos reportan, el entretenimiento requiere un cierto tiempo y que la actividad de ocio capte la atención de la persona. Los entrevistados, nos dicen, se entretienen viendo alguna producción audiovisual o participando en algún juego. Hacerlo les permite según dicen, desconectar de la rutina de una jornada laboral, como nos cuenta Carles (párrafo 1154), el ocio digital es “para poder desconectar, es básicamente lo que hago, ya sea con películas, como con Internet, lo que hago es intentar desconectar de mi día a día y no pensar en cosas que pienso el 90% del tiempo”. Esa desconexión de la rutina lleva a Carme y sus amigas a disfrutar de las películas cada una en su habitación, separadas en la intimidad que les proporciona su espacio, como nos cuenta al reflexionar sobre lo que hace para entretenerse:

“Los cuatro portátiles están ahí dándole a todo. Les gusta ver películas también... Es algo raro. Las películas, algo que podríamos ver en común, me doy cuenta ahora que lo hacemos cada una en nuestra habitación con

los cascos puestos, es un poco una forma de evasión”. (Carme, párrafo 971)

A diferencia de la evasión que consiguen los entrevistados viendo películas, cuando participan en juegos digitales, sean individuales o sociales, el entretenimiento les proporciona una sensación de logro cuando alcanzan las metas se han fijado. El siguiente segmento procedente de la transcripción de la entrevista a Samuel nos muestra cómo éste eleva las metas a alcanzar durante el juego, la satisfacción que obtiene al ir alcanzando metas más elevadas, la interacción que tiene lugar entre los jugadores, y la descarga de adrenalina que producen los juegos individuales, hasta tal extremo que es necesario tomar un descanso.

“Es un divertimento, lo paso bien, disfruto cuando consigo algo, es un logro, es satisfacción, sobre todo con los juegos que tienen una dificultad superior, que vas superando fases nuevas, es agradable llegar al final, conseguir entender el juego. Hay juegos que la sensación agradable es superar al contrario, fútbol, baloncesto, coches, ..., sobre todo cuando los tienes al lado, es una forma de reírte, de bromear. Hay juegos que te suben la adrenalina, que llegan momentos en que sientes tensión, que tienes que parar un rato”. (Samuel, 92)

En ocasiones el entretenimiento llega tal extremo que algunos entrevistados pierden la noción del tiempo. Carme lo expresa así: “a veces te quedas enganchado, dices: Voy a jugar una partidita, te pones a jugar y a lo mejor te enganchas y cuando te das cuenta ha pasado un montón de tiempo, o a lo mejor al ver series online, empiezas a ver una y como puedes ver seguido, puede ser que te enganches.” (párrafo 943)

4.6. Enriquecimiento Personal

A diferencia del ocio tradicional, nuestros informantes consideran que el ocio digital es una vasta fuente de conocimiento, una ventana hacia mundos diferentes. Esto es, a demás de pasar el tiempo y entretenerse, como con el ocio tradicional, el ocio digital te permite “aprender cosas” mientras te

entretienes o pasas el tiempo. Marina, 23 años, graduada en ciencias de la comunicación audiovisual, marca la diferencia entre el ocio tradicional [interaccionar en persona], su preferencia, y el ocio digital, aunque no los opone, antes hace un uso complementario, obtiene lo mejor de ambos mundos.

“Considero que son complementarios, creo que son dos tipos de ocio diferentes, que aportan diferentes cosas. Quizá el ocio digital aporta conocimiento, otro tipo de ocio te puede aportar más relajación, más desconectar de tu día a día”. (Marina, 2178)

Marina aporta más evidencia y enfatiza la capacidad de aprendizaje que te ofrecen los foros de Internet o plataformas sociales organizadas alrededor de aficiones o gustos. Esto es, pasar el tiempo libre o entretenerse mejorando las competencias personales, aunque ese no sea el objetivo de la actividad de ocio. Concretamente Marina nos cuenta que “Second Life es lo que más conocimientos me ha aportado, considero que esta plataforma es muy útil, puedes recibir clases, hablar con personas con quienes compartes aficiones y gustos, que pueden enseñarte cosas que no sabías” (párrafo 2192); y María nos refuerza la interpretación y nos proporciona actividades concretas de ocio que le han proporcionado un enriquecimiento de conocimientos:

“En Youtube, te pones a escuchar música y vídeos, te quedas mirando y suele pasar que estás escuchando algo que te gusta, empiezas a ver vídeos relacionados y encuentras artistas que no conocías, o entrevistas. Me gusta ver las entrevistas en inglés porque tomo un curso de inglés, entonces me quedo ahí, lo tomo como práctica o porque siempre son de gente que me interesa”. (María, párrafo 2048)

Más allá del conocimiento los informantes reconocen que las tecnologías digitales en la red de Internet utilizadas para el ocio les pone en contacto con otros mundos, con otras culturas, otras formas de concebir la vida en sociedad. En concreto Carles (párrafo 1212) nos cuenta que el ocio digital le ha permitido “ampliar mi cultura porque Internet también es cultura”, y para Alex (párrafo 184) Internet significa cultura, “teclear una dirección Web y saber qué está pasando en alguna ciudad que está al otro lado del mundo”, lo

cual no sólo reduce nuestro desconocimiento acerca de otras culturas, sino también aumenta la proactividad de los entrevistados y su capacidad para interpretar los hechos.

5. Discusión y Conclusiones

Las narraciones de los entrevistados sugieren que cada día es más habitual ver la TV con el ordenador, aunque no de la manera tradicional, sino seleccionando los programas a la carta, especialmente las series de TV. Es decir, se produce una sustitución tecnológica pero también un cambio en la manera de ver las producciones audiovisuales emitidas por las emisoras de TV. Ahora se ven de manera selectiva, en el momento que uno quiere y con quien uno quiere, lo cual tiene implicaciones para el funcionamiento de las familias, como señaló Livingstone (2004, 2007), porque la libertad de elección produce diferencias culturales entre los miembros de la familia. Es un cambio similar al que produjo la radio portátil en la manera de escuchar música, especialmente en los programas de música que escuchaban los jóvenes (Dolfsma, 2004a, 2004b). Como en el caso de la radio, ahora los miembros de la familia se reúnen en pocas ocasiones alrededor del TV, éste queda, según nos cuentan, para los eventos de actualidad, las noticias y ver un partido de fútbol en directo, y en pocas ocasiones más. Este cambio es cualitativamente diferente al producido por la proliferación de los aparatos de TV que transformó el hogar en compartimentos de experiencias diferenciadas (Rompae & Roe, 2004) e incrementó las diferencias entre los miembros de la familia (Livingstone, 2004, 2007). La transformación actual es cualitativamente diferente a la producida por la proliferación la televisión en el hogar, la televisión, si éste transformó el hogar en compartimentos de experiencias diferenciadas (Rompae & Roe, 2004), mejorando así las diferencias entre las experiencias de los familiares (Livingstone, 2004, 2007). Las tecnologías digitales utilizadas para ver las producciones audiovisuales, además han fraccionado temporalmente la producción audiovisual programada por las emisoras de TV.

Con la fragmentación de las actividades de ocio también se ha producido un cambio en la capacidad de elección de los miembros del hogar. Ahora los individuos entrevistados nos dicen que ven lo que quieren cuando quieren, ahora pueden ver las series televisivas (situation comedies) que desean (dentro de la oferta disponible en Internet), en el orden que quieren y con la intensidad deseada, no dependen de los programadores de las emisoras de TV. Los diarios ya no tienen la exclusiva en la oferta de noticias, con ellos compiten o colaboran los blogs de aficionados o de grupos de aficionados que comparten su conocimiento con otros iguales. Éstos aunque no disponen de los medios al alcance de los periodistas profesionales, lo pueden compensar con un mayor entusiasmo en su actividad. Con esa fragmentación, vivir bajo el mismo techo ya no es sinónimo de tener las mismas experiencias, fenómeno que Flichy (1995: página 158) llamó “living together separately” o “alone together” (Turkle, 2011). Predominan las experiencias privadas frente a las comunes (Livingstone, 2004, 2007).

Hecho que puede verse como un efecto negativo de la introducción de las tecnologías digitales durante el tiempo de ocio si entendemos a la familia como un núcleo homogéneo de experiencias. Pero las mismas tecnologías digitales que producen experiencias diferenciadas, pueden ayudar a conectar a los miembros dispersos de la familia extensa, ya sea temporalmente (English-Lueck, 1998) o de manera estable (Venkatraman, 2012), como muestran las evidencias presentadas. Los juegos sociales en Internet y las redes sociales se utilizan para entretenerse, pasar el tiempo y seguir en contacto y programar actividades de ocio que tendrán lugar en persona, cara a cara. Este cambio en la identidad de las personas con las que se realizan las actividades de ocio digital, según las narraciones analizadas, puede cambiar las diferencias de satisfacción dentro de la familia al realizar actividades de ocio familiar (Larson et al., 1997; Shaw & Dawson, 2001, 2003; Zabriskie & McCormick, 2003), especialmente entre los más jóvenes (Abbott-Chapman & Robertson, 2001).

Todo ello sugiere la transformación de la familia nuclear en una familia en red, si utilizamos las palabras de Rainie y Wellman (2012), como muestra la

introducción de amigos y familia extensa ausente en las actividades de ocio realizadas en el hogar (el mismo fenómeno aparece cuando se hacen actividades de ocio en el extranjero según Turkle (2011) reporta. Una mutación que tiene implicaciones para el significado de las actividades de ocio y su satisfacción. Churchill et al. (2007) nos han mostrado que las familias difieren en la manera en la que interpretan las actividades de ocio, unas ven una oportunidad de ocio en cualquier actividad ordinaria mientras que otras sólo se divierten con las actividades extraordinarias. En el ocio digital hemos visto que al traer a amigos y familiares al interior del hogar se puede transformar el significado de una actividad extraordinaria de ocio, transformándola en actividad ordinaria. Pero todo ello depende de las familias, así si un grupo de familias ven en el ocio digital una oportunidad para seguir conectados o coordinarse mejor (predomina la interacción), mientras que otro grupo puede interpretar las tecnologías digitales como una amenaza para la unidad familiar (predomina la unidad de experiencias culturales). Podríamos esperar que en las últimas se produzcan fuertes conflictos en su interior debidos precisamente a su interacción exterior, ya sea simbólica o física, mientras que en las familias red (Rainie & Wellman, 2012) la interacción incrementa el intercambio de experiencias vitales entre los miembros de la familia, aunque su exposición a las diferencias culturales sea mayor.

Por otro lado si bien en el pasado la proliferación de aparatos digitales incrementó la diversidad de actividades de ocio realizadas de manera privada en el hogar, las tecnologías digitales y de la comunicación han potenciado la fragmentación del tiempo dedicado al ocio y la simultaneidad de actividades. El consumo de las producciones audiovisuales se ha fragmentado, y los hábitos de lectura de noticias han pasado de la casa al área de trabajo. Se podría decir que las actividades rutinarias de ocio en el hogar toman la forma de un rompecabezas temporal y espacial, con algunas piezas superpuestas. Un adolescente puede hacer los deberes en casa y al mismo tiempo ver a, y hablar con, un amigo que está en otro lugar, es una tarea escolar pero también una actividad de ocio, se solapan dos actividades que habitualmente tenían lugar en diferentes momentos temporales y espaciales. Si esto es bueno (realización

de actividades placenteras) o malo (la realización de actividades de una manera superficial) es objeto de debate (Turkle, 1995, 2011).

A pesar de que con la industrialización, y el auge de las ciudades, el ocio de los jóvenes y adultos se trasladó al hogar, ahora con el ocio digital los amigos entran en el hogar a través de las tecnologías: algunos espacios privados del hogar se vuelven temporalmente públicos al interactuar durante un tiempo con personas situadas en otros lugares. Los entrevistados son unánimes en su preferencia por las actividades de ocio digital que implican interacción social, aunque ello no es más que un sustituto temporal de la interacción social en persona. El ocio digital junto con las tecnologías de la comunicación han puesto de manifiesto que las actividades de ocio son eminentemente sociales, tener tiempo de ocio significa hacer lo que uno quiere, cuando quiere y con quien quiere, lo que ocurre es que el significado de esas tres propiedades del ocio difiere entre los miembros del hogar familiar, con su papel en el hogar, con la edad, la posición social de las familias y el contexto en el que residen (Churchill et al., 2007), transformando lo que consideran a las familias como actividades ordinarias y extraordinarias

Limitaciones: En esta investigación hemos entrevistado a individuos de familias que utilizan las tecnologías digitales en su tiempo de ocio, pero no hemos entrevistado a todos los miembros de la familia. Por lo tanto, nuestra interpretación de la influencia de las tecnologías digitales en el ocio y el funcionamiento de la familia debe ser tomado como una propuesta para la investigación futura, ya que es necesario realizar más análisis para producir una descripción completa del impacto de las tecnologías digitales y la comunicación en el ocio. Esos nuevos estudios ofrecerían la evidencia necesaria para precisar y generalizar las interpretaciones que aquí proponemos.

Agradecimientos

Agradecemos la financiación del Centro de Investigación y Estudios de Humanidades de la UAB, del Ministerio de Ciencia e Innovación español (proyecto de investigación ECO2011-29558-C02-01), y de la Generalitat de Catalunya (subvención 2014-SGR-502) y la Agència de Gestió d'Ajuts a la Recerca (AGAUR). También nos gustaría dar las gracias a nuestros informantes por compartir con nosotros una parte de sus vidas. Asumimos toda la responsabilidad por las afirmaciones hechas en el manuscrito.

Referencias

- Abbott-Chapman, J., & Robertson, M. (2001). Youth, leisure and home: Space, place and identity. *Loisir et Société*, 24(2), 485-506.
<http://dx.doi.org/10.7202/000192ar>
- Allen, M. (2010). The experience of connectivity. *Information, Communication & Society*, 13(3), 350-374.
<http://dx.doi.org/10.1080/13691180903456553>
- Anderson, B. (2008). The Social Impact of Broadband Household Internet Access. *Information, Communication & Society*, 11(1), 5-24.
<http://dx.doi.org/10.1080/13691180701858810>
- Anderson, B., Gale, C., Gower, A.P., France, E.F., Jones, M.L.R., Lacohee, H.V. et al. (2002). Digital Living - people-centred innovation and strategy. *BT Technology Journal*, 20(2), 11-29.
<http://dx.doi.org/10.1023/A:1015632120289>
- Anderson, B., & Tracey, K. (2001). Digital Living: The Impact (or Otherwise) of the Internet on Everyday Life. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 456-475.
<http://dx.doi.org/10.1177/00027640121957295>
- Beck, M.E., & Arnold, J.E. (2009). Gendered time use at home: an ethnographic examination of leisure time in middle-class families. *Leisure Studies*, 28(2), 121-142.
<http://dx.doi.org/10.1080/02614360902773888>
- Berger, P.L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality*. Penguin Group, 249. <http://dx.doi.org/10.2307/323448>
- Boczkowski, P.J. (2010). The Consumption of Online News at Work. *Information, Communication & Society*, 13(4), 470-484.
<http://dx.doi.org/10.1080/13691181003639841>

- Bovill, M., & Livingstone, S. (2001). *Bedroom culture and the privatization of media use. Children and their changing media environment: a European comparative study*. London: LSE Research Online.
- Buswell, L., Zabriskie, R.B., Lundberg, N., & Hawkins, A.J. (2012). The Relationship Between Father Involvement in Family Leisure and Family Functioning: The Importance of Daily Family Leisure. *Leisure Sciences*, 34(2), 172–190. <http://dx.doi.org/10.1080/01490400.2012.652510>
- Campbell, S.W., & Kwak, N. (2010). Mobile Communication and Civic Life: Linking Patterns of Use to Civic and Political Engagement. *Journal of Communication*, 60(3), 536-555. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01496.x>
- Carr, D., Schott, G., Burn, A., & Buckingham, D. (2004). Doing game studies: A multi-method approach to the study of textuality, interactivity, and narrative space. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy*, 110, 19-30.
- Churchill, S.L., Clark, V.L.P., Prochaska-Cue, K., Creswell, J.W., & Ontai-Grzebik, L. (2007). How Rural Low-Income Families Have Fun: A Grounded Theory Study. *Journal of Leisure*, 39(2), 271-294.
- Colwell, J., Grady, C., & Rhaiti, S. (1995). Computer games, self-esteem, and gratification of needs in adolescents. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 5(3), 195-206. <http://dx.doi.org/10.1002/casp.2450050308>
- Cox, A.M., Clough, P.D., & Marlow, J. (2008). Flickr: a first look at user behaviour in the context of photography as serious leisure. *Information Research*, 13(1), 336.
- Crotty, M. (1998). *The Foundations of Social Research: Meaning and Perspective in the Research Process*. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage Publications.
- Dolfsma, W. (2004a). Consuming pop music/constructing a life world: The advent of pop music. *International Journal of Cultural Studies*, 7(4), 421-440. <http://dx.doi.org/10.1177/1367877904047862>
- Dolfsma, W. (2004b). *Institutional economics and the formation of preferences: the advent of pop music*. Cheltenham: Edward Elgar. <http://dx.doi.org/10.4337/9781845420727>
- English-Lueck, J. (1998). *Technology and social change: the effects on family and community*. COSSA Congressional Seminar., 1-9.
- Eurobarometer, S. (2010). *E-Communications Household Survey Report*. October. Brussels. Retrieved from http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_335_en.pdf
- Flichy, P. (1995). Dynamics of modern communication: the shaping and impact of new communication technologies. En Corner, J., Garnham, N., Scannell, P., Schelsinger, P., Sparks, C., & Wood, N. (Eds.). *Media Culture and Society*. Sage Publications. p. 181.

- Gershuny, J. (2003). Web-use and net-nerds: a neo-functionalist analysis of the impact of information technology in the home. *Social Forces*, 82(1), 141-168.
<http://dx.doi.org/10.1353/sof.2003.0086>
- Glaser, B.L., & Strauss, A.L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research* (2006th ed.). London: Aldine Transaction. Retrieved from https://books.google.com.co/books/about/The_Discovery_of_Grounded_Theory.html?id=rtiNK68Xt08C&redir_esc=y
- Green, E., & Adam, A. (1998). On-line leisure: Gender, and ICTs in the home. *Information, Communication & Society*, 1(3), 291-312.
<http://dx.doi.org/10.1080/13691189809358971>
- Guba, E.G., & Lincoln, Y.S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. En Denzin, N.K., & Lincoln, Y.S. (Eds.). *Handbook of qualitative research*. London: SAGE. pp. 105-117.
- Hargittai, E., & Hinnant, A. (2008). Digital inequality Differences in Young Adults. Use of the Internet. *Communication Research*, 35(5), 602-621.
<http://dx.doi.org/10.1177/0093650208321782>
- Helsper, E.J. (2010). Gendered Internet Use Across Generations and Life Stages. *Communication Research*, 37(3), 352-374.
<http://dx.doi.org/10.1177/0093650209356439>
- Jupp, B., & Bentley, T. (2001). Surfing alone? E commerce and social capital. En Wilsdon, J. (Ed.). *Digital Futures: Living in a Dot-com World*. London: Earthscan. pp. 97-118.
- Kennedy, T., & Wellman, B. (2007). The networked household. *Information, Communication & Society*, 10(5), 645-670.
<http://dx.doi.org/10.1080/13691180701658012>
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., & Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58(1), 49-74.
<http://dx.doi.org/10.1111/1540-4560.00248>
- Lally, E. (2002). *At Home with Computers*. Oxford: Berg.
- Larson, R.W., Gillman, S.A., & Richards, M.H. (1997). Divergent experiences of family leisure: Fathers, mothers, and young adolescents. *Journal of Leisure Research*, 29(1), 78-97.
- Lejeune, C. (2011). From Normal Business to Financial Crisis... and back again. An Illustration of the Benefits of Cassandre for Qualitative Analysis. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum*, 12(1).
- Leung, L. (2001). College Student Motives for Chatting on ICQ. *New Media & Society*, 3(4), 483-500.
<http://dx.doi.org/10.1177/14614440122226209>

- Livingstone, S. (2004). The Challenge of Changing Audiences: Or, What is the Audience Researcher to do in the Age of the Internet? *European Journal of Communication*, 19(1), 75-86.
<http://dx.doi.org/10.1177/0267323104040695>
- Livingstone, S. (2007). From family television to bedroom culture: young people's media at home. En Devereux, E. (Ed.). *Media studies: Key issues and debates*. London. pp. 302-321.
- Martinson, A.M., Schwartz, N., & Vaughan, M.W. (2002). Women's experiences of leisure: Implications for design. *New Media & Society*, 4(1), 29-49.
<http://dx.doi.org/10.1177/146144480200400103>
- Mesch, G.S. (2006). Family characteristics and intergenerational conflicts over the Internet. *Information, Communication & Society*, 9(4), 473-495.
<http://dx.doi.org/10.1080/13691180600858705>
- Morgan, L.H. (1871). *Systems of Consanguinity and Affinity of the Human Family*. Washington: Smithsonian institute.
- Patton, M.Q. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods*. Thousand Oakes, CA: Sage Publications.
- Polkinghorne, D.E. (2007). Validity Issues in Narrative Research Donald. *Qualitative Inquiry*, 13(4), 471-486.
<http://dx.doi.org/10.1177/1077800406297670>
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants Part 2: Do they really think differently? *On the Horizon*, 9(6), 1-6.
<http://dx.doi.org/10.1108/10748120110424843>
- Rainie, L., & Wellman, B. (2012). *Networked: The new social operating system*. Cambridge, MA: MIT Press. pp. 1-37.
- Richardson, H.J. (2009). A "smart house" is not a home: The domestication of ICTs. *Information Systems Frontiers*, 11(5), 599-608.
<http://dx.doi.org/10.1007/s10796-008-9137-9>
- Riessman, C.K. (1993). *Narrative Analysis*. Newbury Park: Sage.
- Riessman, C.K. (2002). *Narrative Analysis*. En Huberman, A.M. & Miles, M.B. (Eds.). *The Qualitative Researcher's Companion*. Thousand Oaks: CA: Sage Publications. pp. 217-270.
- Rompaey, Van V., & Roe, K. (2004). The home as multimedia environment. Families' concept of space and the introduction of information and communication technologies in the home. En Renckstorf, K., McQuail, D., Rosenbaum, J.E., & Schaap, G. (Eds.). *Action Theory and Communication Research: Recent Developments in Europe*. Berlin: Mouton De Gruyter. pp. 231-251.
- Rundell, J. (1995). *Gadamer and the circles of interpretation*. Melbourne: Melbourne University Press.

- Sahlins, M. (1992). *What Kinship Is-And Is Not*. Chicago: University Of Chicago Press.
- Saralegui, J. (2001). Seguimiento estadístico de las formas de convivencia. In VVAA (Ed.), *Las claves demográficas del futuro de España*. (pp. 159–198). Madrid: Fundación Cánovas del Castillo.
- Schroeder, R. (2010). Mobile phones and the inexorable advance of multimodal connectedness. *New Media & Society*, 12(1), 75-90.
<http://dx.doi.org/10.1177/1461444809355114>
- Schwandt, T.A. (1994). Constructivist, interpretivist approaches to human inquiry. En Denzin, Y.S., & Lincoln, N.K. (Ed.). *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, CA, US: Sage. pp. 118-137.
- Shaw, S.M., & Dawson, D. (2001). Purposive leisure: Examining parental discourses on family activities. *Leisure Sciences*, 23(4), 217-231.
<http://dx.doi.org/10.1080/01490400152809098>
- Shaw, S.M., & Dawson, D. (2003). Contradictory aspects of family leisure: Idealization versus experience. *Leisure/Loisir*, 28(3-4), 179-201.
<http://dx.doi.org/10.1080/14927713.2003.9651312>
- Stald, G. (2008). Mobile identity: youth, identity, and mobile communication media. En Buckingham, D. (Ed.). *Youth, Identity and Digital Media*. Cambridge, MA: MIT Press. pp. 143–164.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1994). Grounded Theory methodology. En Denzin, N.K. & Lincoln, Y.S. (Eds.). *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage.
- Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Simon and Schuster.
- Turkle, S. (2011). *Alone together: why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic books.
- Venkatraman, M. (2012). Consuming digital technologies and making home. *Journal of Business Research*, 1-8.
- Zabriskie, R.B., & McCormick, B.P. (2001). The Influences of Family Leisure Patterns on Perceptions of Family Functioning. *Family Relations*, 50(3), 281-289.
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1741-3729.2001.00281.x>
- Zabriskie, R.B., & McCormick, B.P. (2003). Parent and child perspectives of family leisure involvement and satisfaction with family life. *Journal of Leisure Research*, 35(2), 163-189.

