

## 1.4. Comparación con otras actividades de ocio

Continuamos con otro bloque de preguntas dirigidas a toda la población entrevistada. Esta vez, la intención de la batería de preguntas que proponíamos se dirigía a conocer cuáles eran las preferencias de ocio según el tiempo que invertían en ellas. La pregunta a la que nos referimos es la **T7** del protocolo común. Consiste en una lista de actividades sobre las cuales responden cuánto tiempo dedican a la semana según diferentes intervalos. Así, recogemos, en el recuadro adjunto, la pregunta tal y como la recibieron nuestros consultados.

| T7. De las siguientes actividades que le voy a nombrar ¿cuánto tiempo le dedica a lo largo de la semana (incluido entre semana y fines de semana)? [LEER DE CADA UNA] [ANOTAR LO QUE MÁS SE APROXIME] |     |          |      |       |        |            |
|---|-----|----------|------|-------|--------|------------|
|   | N/A | (1/2 h.) | (1h) | (2h.) | (3 h.) | (4 h. o +) |
| a) Hacer deporte  | 1   | 2        | 3    | 4     | 5      | 6          |
| b) Leer libros  | 1   | 2        | 3    | 4     | 5      | 6          |
| c) Ver T.V  | 1   | 2        | 3    | 4     | 5      | 6          |
| d) Estudiar   | 1   | 2        | 3    | 4     | 5      | 6          |
| f) Salir con amigos   | 1   | 2        | 3    | 4     | 5      | 6          |
| g) Escuchar música  | 1   | 2        | 3    | 4     | 5      | 6          |
| h) Jugar con videojuegos  | 1   | 2        | 3    | 4     | 5      | 6          |

No se deben identificar todas las propuestas de la pregunta **T7** como “diversiones” ya que, subjetivamente, cada persona las califica de manera diferente. Por ejemplo, el tiempo dedicado a “estudiar” se percibe de forma diferente según la edad y el nivel

educativo del entrevistado. Además, no todos los consultados han de ser estudiantes o aficionados a escuchar música. Más bien, se trata de comparar cómo se invierte el resto del tiempo que cada entrevistado dispone fuera de sus obligaciones cotidianas. Tampoco se pretende analizar el detalle de estas actividades; simplemente analizaremos con qué relevancia las consideran. Como sabemos (y era fácil intuir) la actividad de los videojuegos es parte del tiempo de ocio. Por eso mismo interesa dibujar el perfil de la intensidad con que los entrevistados se dedican a los otros ocios.

En primer lugar recogemos los datos totales que se desprenden de esta batería de preguntas. Destacamos en la [tabla 1.4.1](#). los porcentajes de los que dedican cuatro horas o más en cada una de las actividades. En la [tabla 1.4.2](#). haremos lo mismo pero con el

otro extremo de las posibles respuestas: los que no invierten nada de tiempo a la semana según cada propuesta enunciada. Ambas tablas están ordenadas de mayor a menor. Es decir, en la primera están reflejados los más asiduos y en la segunda los que menos interés dedican a cada actividad.

| Tabla 1.4.1.                             |                           |               | Tabla 1.4.2.                             |                           |      |
|--|---------------------------|---------------|--|---------------------------|------|
| % marginales                             |                           |               | % marginales                             |                           |      |
| % TIEMPO QUE INVIERTEN A LA SEMANA EN... |                           |               | % TIEMPO QUE INVIERTEN A LA SEMANA EN... |                           |      |
| Base: todos                              |                           | 4 horas o más | Base: todos                              |                           | Nada |
| 1  | Salir con amigos          | 67            | 1  | Jugar con los videojuegos | 65   |
| 2  | Escuchar música           | 65            | 2  | Estudiar                  | 51   |
| 3  | Ver la televisión         | 62            | 3  | Hacer deporte             | 37   |
| 4  | Leer libros               | 41            | 4  | Leer libros               | 11   |
| 5  | Estudiar                  | 36            | 5  | Salir con amigos          | 10   |
| 6  | Hacer deporte             | 28            | 6  | Ver la televisión         | 6    |
| 7  | Jugar con los videojuegos | 9             | 7  | Escuchar música           | 5    |

Como es lógico, existen respuestas intermedias en las que los entrevistados mostraban el grado de dedicación a cada una de las propuestas de la lista que les mencionábamos. Claro que, a la vista de los resultados, parece más adecuado observar los datos extremos de las respuestas recogidas.

Ya que el objeto de nuestro estudio se dirige al mundo de los videojuegos, la intensidad con la que responden “jugar con lo videojuegos” es lo que más nos llama la atención. Curiosamente, se trata de la actividad que menos dedicación de tiempo genera por parte de los consultados de nuestra encuesta. Lo cual tiene cierta lógica. Es posible que se piense que, prácticamente, en todos los hogares españoles con niños y adolescentes haya algún usuario de videojuegos. Es probable que suceda de esta manera. Pero si, previamente, no se tiene el dato preciso de cuántos usuarios existen y cuánto tiempo invierten a jugar con los videojuegos, nos obliga a realizar un muestreo específico o atípico. Así lo hemos hecho, hemos dividido la encuesta en dos grupos: hogares con algún usuario de videojuegos (**hogares usuarios**) y hogares en los que no resida ningún usuario de videojuegos (**hogares no usuarios**). Se trata de hacer una primera hipótesis de trabajo para distinguir la conducta y la opinión de ambos grupos. Hemos de tener en cuenta que los que responden en el primero de los grupos (hogares usuarios) pueden o no utilizar estos entretenimientos. Naturalmente, en el segundo de ellos se entiende que no encontramos ningún usuario.

De manera que, inicialmente, repartimos la muestra con 1.000 casos para **hogares usuarios** (~67%) y con 500 casos para **hogares no usuarios** (~33%). Intuíamos que era una forma de recargar la parte de la muestra de usuarios, puesto que se trata de una actividad mínima. Así es según nuestros datos. El 34% del total de los entrevistados dedican algún tiempo a la semana al uso de sus videojuegos.

En la [tabla 1.4.1](#) encontramos a los individuos que más tiempo dedican a cada una de las actividades mencionadas. Las más solicitadas son “*salir con amigos*” (67%), “*escuchar música*” (65%) y “*ver la televisión*” (62%). Se trata de las tres formas de pasar el tiempo que requieren menos atención o menos esfuerzo de todas las que hemos planteado. Serían, lógicamente, las que más están relacionadas con lo que se considera como diversiones. A partir de aquí, los que invierten más de cuatro horas a la semana a otras actividades ya no superan el 50% de los entrevistados. En concreto, “*leer libros*” (41%), “*estudiar*” (36%) y “*hacer deporte*” (28%). En último lugar, se observa que la actividad que cuenta con menos asiduos es la de “*jugar con videojuegos*” (9%). En conjunto, el 34% de los entrevistados dedican algún tiempo a los videojuegos, pero solo el 9% se puede decir que sean aficionados o adictos (más de cuatro horas a la semana).

Una vez que parece claro el orden de preferencia de estas actividades de ocio o de tiempo libre, veamos qué asociación encontramos entre estas actitudes y la sensación respecto al tiempo. El [cuadro 1.4.1](#) da el resultado de las personas que han contestado que dedican algo de tiempo a la semana a realizar estas actividades. Por otro lado, el [cuadro 1.4.2](#) recoge el dato complementario de los que no dedican nada de tiempo a la semana a cada una de las propuestas de esta batería de preguntas.

| <b>Cuadro 1.4.1.</b>          |                  | <b>% Invierten algo de tiempo a la semana a las siguientes actividades</b> |           |             |           |               |              |
|-------------------------------|------------------|--|-----------|-------------|-----------|---------------|--------------|
| % horizontales múltiples      |                  | (según sensación respecto al tiempo)                                       |           |             |           |               |              |
| Base: todos                   |                  |  |           |             |           |               |              |
| <b>Sensación r. al tiempo</b> | Salir con amigos | Escuchar música  | Ver la TV | Leer libros | Estudiar  | Hacer deporte | Jugar con VJ |
| Le falta tiempo               | 90               | 95   | 93        | 82          | 49        | 64            | 32           |
| Le sobra tiempo               | 93               | 93   | 96        | 79          | 49        | 62            | C 49         |
| <b>Total</b>                  | <b>90</b>        | <b>94</b>  | <b>94</b> | <b>81</b>   | <b>49</b> | <b>63</b>     | <b>34</b>    |

C: Dato máximo más significativo de cada columna

| <b>Cuadro 1.4.2.</b>          |              | <b>% NO Invierten NADA de tiempo a la semana a las siguientes actividades</b> |               |             |                  |           |                 |
|-------------------------------|--------------|---|---------------|-------------|------------------|-----------|-----------------|
| % horizontales múltiples      |              | (según sensación respecto al tiempo)  |               |             |                  |           |                 |
| Base: todos                   |              |   |               |             |                  |           |                 |
| <b>Sensación r. al tiempo</b> | Jugar con VJ | Estudiar  | Hacer deporte | Leer libros | Salir con amigos | Ver la TV | Escuchar música |
| Le falta tiempo               | C 67         | 51  | 36            | 18          | 10               | 6         | 5               |
| Le sobra tiempo               | 50           | 51  | 38            | 21          | 7                | 4         | 7               |
| <b>Total</b>                  | <b>65</b>    | <b>51</b>   | <b>37</b>     | <b>18</b>   | <b>10</b>        | <b>6</b>  | <b>5</b>        |

C: Dato máximo más significativo de cada columna

De los dos cuadros anteriores podemos extraer dos tipos de conclusiones. La primera es más general. Casi ninguna de las actividades de tiempo libre u ocio que planteamos se realicen debido a que el individuo tenga una sensación sobre la disponibilidad de su tiempo. Es decir, que se muestre más proclive a desarrollar estas propuestas debido a que sienta que más bien le sobra o más bien le falta el tiempo. La única excepción la apreciamos cuando preguntamos sobre “jugar con videojuegos”. En este caso, volvemos a comprobar el resultado excepcional de que se trata de una actividad adaptada a las personas con la sensación de que les sobra el tiempo. Es una conclusión específica sumamente útil para el argumento que aquí se sustenta.

Para detallara más la información vamos a construir dos nuevos cuadros y gráficos en los que se expresan los datos referidos al consumo de videojuegos según la disponibilidad del tiempo. La forma de relacionarlas, nuevamente, será a través de las esta variable y sobre el sexo del entrevistado. De esta manera, se procura hacer más evidente lo que fue una tenue hipótesis al comienzo de la investigación y que va cobrando cada vez más sentido. Se trata de la decidida relación sobre la sensación de que falta tiempo y aleja al individuo del uso de videojuegos, especialmente en el caso de las mujeres. Ese resultado lo podemos ver por el lado complementario de los que son ajenos a los videojuegos. La proporción se alza en las mujeres y, para cada sexo, en los que andan con falta de tiempo. Por este lado de la distribución el efecto del tiempo se nota más en los varones. Veanse los cuadros 1.4.3. y 1.4.4. así como en los gráficos 1.4.1. y 1.4.2.

|                             |   |                |              |
|-----------------------------|---|----------------|--------------|
| <b>Cuadro 1.4.3.</b>        | <b>% Invierten algo de tiempo a la semana a "jugar con videojuegos"</b> |                |              |
| % de cada combinación       | <b>(según sexo y sensación del tiempo)</b>                              |                |              |
| Base: todos                 | <b>Sexo</b>   |                |              |
| <b>Sensación del tiempo</b> | <b>Varones</b>  | <b>Mujeres</b> | <b>Total</b> |
| Les falta tiempo            | F 54  | 18             | <b>32</b>    |
| Les sobra tiempo            | CF 71   | C 28           | <b>C 49</b>  |
| <b>Total</b>                | <b>F 56</b>   | <b>19</b>      | <b>34</b>    |

C: Dato máximo más significativo de cada columna

F: Dato máximo más significativo de cada fila

|                             |  |                |              |
|-----------------------------|--|----------------|--------------|
| <b>Cuadro 1.4.4.</b>        | <b>% NO Invierten NADA de tiempo a la semana a "jugar con videojuegos"</b> |                |              |
| % de cada combinación       | <b>(según sexo y sensación del tiempo)</b>                                 |                |              |
| Base: todos                 | <b>Sexo</b>  |                |              |
| <b>Sensación del tiempo</b> | <b>Varones</b>   | <b>Mujeres</b> | <b>Total</b> |
| Les falta tiempo            | 46   | CF 81          | <b>C 67</b>  |
| Les sobra tiempo            | 28   | F71            | <b>50</b>    |
| <b>Total</b>                | <b>43</b>  | <b>F 80</b>    | <b>65</b>    |

C: Dato máximo más significativo de cada columna

F: Dato máximo más significativo de cada fila

