

9. OCIO Y TIEMPO LIBRE

9.1. Disponibilidad de tiempo libre

Según los datos a los que hemos tenido acceso sobre tiempo libre y actividades de ocio (Encuesta de Ingresos y Condiciones de Vida de los Hogares Canarios, de 2007, en adelante EICV-HC'2007),¹ más de la mitad de la población residente en Canarias dispone de más de 4 horas de tiempo libre al día (50,3%). Evidentemente, la disponibilidad de tiempo libre dependerá en primer lugar de la actividad que se desarrolle diariamente. No es lo mismo una persona “activa” (trabaja o quiere trabajar) que una “inactiva” (estudiante, jubilada...), que éste trabajando o en el paro, que tenga hijos menores a cargo o no... En este sentido, vemos que los individuos mayores de 65 años son quienes más tiempo libre al día tienen, entre los cuales más del 76% dispone de más de 4 horas de ocio.

El segundo segmento de edad, en cuanto a tiempo libre disponible, es precisamente el segundo colectivo en inactividad, el grupo de jóvenes de 16 y 30 años, entre quienes, una inmensa mayoría son estudiantes. En este intervalo de edad, el 5,3% dispone también de más de 4 horas de ocio. El resto de edades arrojan porcentajes de más de 4 horas de tiempo libre al día entre el 40-48%.

¹ ISTAC, 2007: *Encuesta de Ingresos y Condiciones de Vida de los Hogares Canarios*, (EICV-HC'2007).

CANARIAS: TIEMPO LIBRE DEL QUE DISPONE AL DÍA LA POBLACIÓN DE 16 Y MÁS AÑOS, SEGÚN SEXOS Y GRUPOS DE EDAD, 2007²

	Ambos sexos					Hombres					Mujeres				
	TOTAL	16 a 30	31 a 45	46 a 65	Más de 65	TOTAL	16 a 30	31 a 45	46 a 65	Más de 65	TOTAL	16 a 30	31 a 45	46 a 65	Más de 65
No dispone de tiempo libre	7,4	5,5	9,9	8,2	3,7	6,6	3,5	9,2	8,2	2,5	8,2	7,5	10,7	8,2	4,7
Entre 1 y 2 horas	9,3	8,4	13,0	8,7	3,3	8,1	7,0	11,5	7,4	3,0	10,4	10,0	14,6	10,0	3,5
Entre 2 y 4 horas	33,0	34,8	36,7	35,3	16,9	32,3	34,8	35,6	34,4	13,1	33,8	34,8	37,7	36,2	19,8
Más de 4 horas	50,3	51,3	40,4	47,8	76,1	52,9	54,8	43,5	50,1	81,3	47,6	47,8	37,0	45,6	72,0
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100	100,0	100,0	100,0	100,0	100	100,0	100,0	100,0	100,0

Por otro lado, otro tercio de la población afirmaba en 2007 que dispone de entre 2 y 4 horas de tiempo libre, y otro el 16,7% restante menos de 2 horas.

Además de la actividad, que influye sobremanera en las diferencias de edad mencionadas (mayor disponibilidad de tiempo entre los segmentos con mayor presencia de personas inactivas), se detecta una clara diferenciación entre géneros, con menor tiempo disponible en general por parte de las mujeres. Esta diferenciación se reproduce en todos los grupos de edad. Evidentemente todos estos datos son reflejo, entre otras cosas, de las desigualdades persistentes en el reparto o división de tareas en el ámbito del hogar, donde perdura una predominante actividad femenina. En el caso concreto de la población juvenil de entre 16 y 30 años, y a pesar de no estar mayoritariamente viviendo en pareja, sin descendencia, y en muchos casos estudiantes, se observa una mayor disponibilidad de tiempo libre diario por parte los hombres jóvenes, 54,8% más de 4 horas, mientras que las mujeres reducen este mismo porcentaje al 47,8%. Asimismo, si nos vamos al polo opuesto, hasta un 17,5% de las mujeres jóvenes disponen de menos de 2 horas diarias de ocio, mientras que entre los hombres, se reduce al 10,5%. Por un lado, está demostrado que las mujeres se encargan o colaboran en mayor medida en las tareas del hogar, pero por otro, esas diferencia de resultados también es reflejo de una mayor dedicación al estudio por

² Fuente: ISTAC, 2007: *EICV-HC'2007*.

parte de las mujeres jóvenes. De hecho, y como hemos observado en otros capítulos, parecen estar más comprometidas al respecto.

La imagen de los jóvenes se asocia en España a la del ocio, de mucho tiempo de ocio. Sin embargo, la realidad está muy distante de este estereotipo. Según las diferentes encuestas de Empleo del Tiempo libre (tanto del INE como de Eurostat), la población juvenil en el conjunto de España dedica a la vida social y la diversión una media de 2 horas diarias, ligeramente mayor que la totalidad de la población, que resulta una media de 1 hora y 40 minutos (sólo 20 minutos de diferencia). Si agregamos estudios, trabajo, deporte y trayectos, las personas jóvenes en España están por encima de la media de las personas adultas y su tiempo de ocio se sitúa por debajo del correspondiente a la mayoría de los países europeos.

Por otro lado, entre la juventud canaria y española se produce una concentración de la diversión en los fines de semana, con los riesgos y rasgos negativos que parece que ello conlleva: el ocio se reduce y se focaliza sobre determinados momentos (los mismos para todo el grupo), que se viven así, por su escasez, como una 'obligación social' y que deben apurarse con intensidad. Un buen exponente de esta realidad lo encontramos en las versiones más extremas del famoso 'botellón' de fin de semana o salir de discotecas, actividades bastante extendidas entre la población más joven.

9.2. Actividades de ocio

A partir de la EICV-HC'2007 podemos extraer un primer esbozo, de carácter muy genérico sobre qué hace la población juvenil en su tiempo libre, qué tipo de productos culturales consumen y qué hábitos culturales diferenciados del resto de la sociedad presentan. Del conjunto de posibles actividades a practicar durante el tiempo de ocio hemos agrupado las categorías en 5 grandes grupos:

- (1) Actividades de relaciones sociales
- (2) Consumo de medios de comunicación, Internet
- (3) Actividades deportivas y salir a bailar
- (4) Consumo de productos culturales
- (5) Juegos de azar

9.2.1. Actividades de relaciones sociales

Cuando hablamos de “relaciones sociales” nos referimos a dedicar el tiempo libre a disfrutar o estar con la familia y el salir con los y las amigas o grupo de pares. Como sería lógico, puesto que la inmensa mayoría de los jóvenes conviven en un hogar familiar (bien con sus padres, bien con su pareja y/o descendientes), de estas dos actividades la que se realiza con mayor frecuencia es la de “disfrutar con la familia”, puesto que un 80,4% del segmento de jóvenes de 16 a 30 años afirma hacerlo a diario, un porcentaje no obstante ligeramente inferior al conjunto (84,3% del total de población de 16 y más años residentes en Canarias lo hace con una frecuencia diaria). Esto se debe quizá a que es el intervalo de edad donde los hogares unipersonales tienen mayor peso, al igual que ocurre con los de 65 y más años.

CANARIAS: ACTIVIDADES DE OCIO (1): RELACIONES SOCIALES DE LA POBLACIÓN DE 16 Y MÁS AÑOS, SEGÚN SEXOS Y GRUPOS DE EDAD, 2007³

	Ambos sexos		Hombres		Mujeres	
	Total pob 16 y más	De 16 a 30 años	Total pob 16 y más	De 16 a 30 años	Total pob 16 y más	De 16 a 30 años
Disfrutar de mi familia						
Mensualmente o menos	7,5	10,3	8,9	11,1	6,1	9,6
Algunas veces a la semana	9,7	9,2	10,5	11,0	8,9	7,4
Diariamente	82,8	80,4	80,6	77,9	85,0	83,0
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Salir con amigos						
Mensualmente o menos	61,6	34,0	57,0	29,2	65,9	39,0
Algunas veces a la semana	33,4	56,5	36,4	59,6	30,3	53,2
Diariamente	5,1	9,4	6,5	11,0	3,7	7,8
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

El “salir con amigos/as” es una actividad que se asocia casi de manera inconsciente con los jóvenes. Pero, como se decía en el informe de la Encuesta de Jóvenes de Canarias de 2010, la amistad es un ideal constante en todos los grupos humanos, una necesidad interiorizada socialmente y, entre las personas más jóvenes en particular, se configura como un elemento de socialización privilegiado en la construcción individual (a través de ella se consolidan las señas de identidad particulares-grupales). Es más, las relaciones de amistad con otros jóvenes en ocasiones parecen entrar en contradicción o conflicto con las relaciones paterno/materno-filiales. En la crisis de la autoridad paterna/materna, el grupo de pares reemplaza a padres y madres, instaurando un mundo juvenil aparte.

Según los datos de la EICV-HC'2007, alrededor del 40% del total de población afirma que sale con sus amistades con una frecuencia mínima semanal. Este porcentaje

³ Fuente: ISTAC, 2007: *EICV-HC'2007*.

prácticamente se duplica si nos centramos en la población joven de 16 a 30 años, cuando se incrementa al 66% (la mayoría son encuentros los fines de semana). Por otro lado, son mayoría los contactos con amistades una vez al mes o menor frecuencia, así lo afirmaba en 2007 el total de población. Esta baja frecuencia disminuye radicalmente entre la población de 16 a 30 años, al 34%.

Datos complementarios respecto al contacto con el grupo de iguales los encontramos en la EJC'2010, sobre población de 14 a 30 años en Canarias⁴, cuando se analizaba la frecuencia de contactos con grupos de amigos.

FRECUENCIA DE CONTACTOS CON GRUPO DE AMIGOS/AS SEGÚN EDAD⁵

	14 - 16	17 - 18	19 - 24	25 - 30	Total
Casi diariamente	82,7	71,1	53,9	36,4	52,2
Al menos una vez a la semana	15,1	22,1	35,1	42,4	34,0
Al menos una vez al mes	0,8	4,3	6,9	14,3	9,0
Casi nunca	0,7	1,5	2,9	3,8	2,8
No contesta	0,7	1,1	1,3	3,2	2,0
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Como se desprende de la tabla anterior, el 86% de los y las jóvenes canarios dicen verse con sus amigos y amigas al menos una vez a la semana, y más del cincuenta por ciento declara que la relación es casi diaria.

⁴ En la EJC'2010, se preguntaba sobre la frecuencia de “contactos”, que no es lo mismo que “salir con amigos”, diferencia cualitativa, tener contacto puede ser en el colegio, en el trabajo, ... salir lleva implícito cierta actividad de ocio.,

⁵ Fuente: EJC'2010: *Pr61. ¿Me podrías decir, con qué frecuencia te ves con tus amigos y amigas?*

Estos contactos con amigos/as dependerá en gran medida según el tipo de amistad, los entornos, y las características de los colectivos. Así, en la población de hasta 18 años, cursando actualmente estudios de hasta secundaria, es quien más asiduamente se relaciona con sus amigos y amigas. Su grupo de iguales lo encuentran en su entorno más próximo, su centro formativo y barrio. De ahí la facilidad para el encuentro.

A medida que se eleva la edad y se insertan en el mundo laboral, la frecuencia con la que se da el encuentro con el grupo de amigos y amigas es menor. Fundamentalmente, a partir de los 25 años, en los que la gente comienza a consolidar su propia familia y está más condicionada por el trabajo y por las responsabilidades familiares, se dispone de menos tiempo libre y oportunidades para reunirse con sus amistades.

Otro elemento que establece diferencias en cuanto a la asiduidad en las relaciones de amistad entre la población joven de Canarias viene determinado por el género. Los chicos son los que dicen ver más asiduamente a sus amigos y amigas. Ya observamos en el punto anterior que los chicos disponen en general de más tiempo libre que las chicas; es decir, las chicas tienen más responsabilidades y más ocupaciones (dedican más tiempo al estudio y tareas del hogar) y por ende, se reúnen con menor frecuencia con sus amigos/as (comparativamente, concentran en mayor medida los contactos los fines de semana).

FRECUENCIA DE CONTACTOS CON GRUPO DE AMIGOS/ AS SEGÚN GÉNERO⁶
(Base: población de 14 a 30 años)

	Hombre	Mujer	Total
Casi diariamente	56,6	47,6	52,2
Al menos una vez a la semana	32,6	35,5	34,0
Al menos una vez al mes	7,5	10,5	9,0
Casi nunca	1,6	4,0	2,8
No contesta	1,7	2,4	2,0
	100,0	100,0	100,0

9.2.2. Consumo cultural y uso de medios de comunicación

Bajo el epígrafe de “consumo cultura y uso de medios de comunicación–Internet”, y a partir de los datos de la EICV-HG’2007, hemos incluido la frecuencia con que se ve la televisión, se escucha radio/música, se lee libros o novelas, se lee periódicos y/o revistas de información general, periódicos deportivos/revistas del corazón, y por último, si se navega por Internet, videojuegos, informática. Antes de avanzar, decir que las categorías utilizadas por el ISTAC quizás sean excesivamente genéricas, lo cual limita en exceso el análisis.

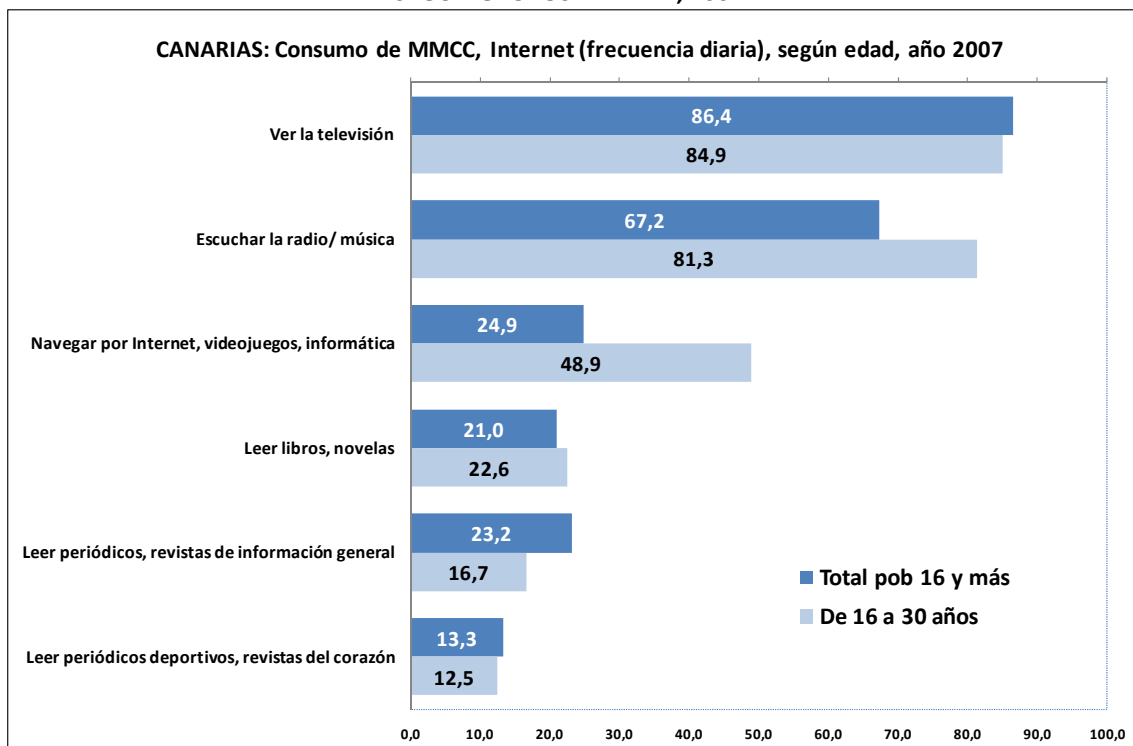
Tal y como se refleja en el gráfico siguiente, del conjunto de actividades de consumo de productos mediáticos, el que más se utiliza es la **televisión**, con una frecuencia diaria para más del 86% del total de población de 16 y más años de Canarias. La población joven registra unos niveles de consumo televisivo ligeramente menor a la totalidad (84,9%).

⁶ Fuente: EJC’2010: Pr61. ¿Me podrías decir, con qué frecuencia te ves con tus amigos y amigas?

A continuación estaría **escuchar la radio/música**, actividad genérica practicada cotidianamente por el 67,2% del total de población y por el 81,3% de la juventud. Como se mencionó anteriormente, los datos a los que se ha tenido acceso son excesivamente genéricos, así por ejemplo, en este subgrupo no se diferencia entre los diferentes programas de radio: no es lo mismo escuchar programas de carácter informativo (y/o magazin) que emisoras estrictamente musicales. En este sentido, pensamos que esta mayor frecuencia de consumo radiofónico por parte de la población joven se corresponde con la propia segmentación de la oferta, con emisoras y programas dirigidos específicamente a estas audiencias.

Por otro lado, se detecta un ligero mayor consumo radiofónico entre los hombres, tanto cuando nos referimos a la población general como de la juvenil específicamente. Este hecho puede que esté relacionado con la audiencia de programas de contenido deportivo.

**CANARIAS: CONSUMO CULTURAL Y USO DE MMCC (% QUE SE HACE A DIARIO),
SEGÚN GRUPOS DE EDAD, 2007⁷**



A continuación tendríamos el **navegar por internet, videojuegos, informática**, actividades practicadas diariamente por el 24,9% del total de población. Si nos centramos solo en los jóvenes, la proporción de uso diario se incrementa a prácticamente la mitad de la población de 16 a 30 años (48,9%). En los datos suministrados por el ISTAC⁸ se aprecia una brecha generacional en cuanto al uso de Internet entre la población canaria más joven, hasta 30 años, y la de más de treinta. Mientras que el 49% de la juventud canaria de entre 16 y 30 años dice conectarse a Internet diariamente este porcentaje decrece al 25% y 14% para los grupos de edad de 31-45 y 46-65 años. Mientras que los primeros se han criado en un paisaje empapado

⁷ Fuente: ISTAC, 2007: *EICV-HC'2007*.

⁸ Fuente: ISTAC, ídem.

por la informática, la web y las redes sociales (Google, Facebook, Tuenti o Twitter), los últimos han tenido que incorporarlos con mayor o menor fortuna en sus vidas.

También en este epígrafe se generaliza en exceso, incluyendo demasiadas categorías bajo un mismo subgrupo (no es lo mismo navegar por Internet que jugar con videojuegos). Lo que está claro es que el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, incluyendo Internet, tienen un elevado seguimiento entre la población juvenil.

En la *Encuesta de Jóvenes de Canarias de 2010*, cuando se trataba el tema de Internet ya se observó que prácticamente el 90% de los jóvenes de entre 14 y 30 años afirmaban que usaban Internet en alguna medida. El uso de Internet es una práctica generalizada en nuestro colectivo objeto de estudio, si bien se aprecia un ligero decrecimiento conforme se incrementa la edad de este colectivo, fundamentalmente a partir de los 24 años. Con datos para el conjunto del territorio nacional, según el *Informe España 2008*,⁹ el perfil del internauta es el de una persona joven, siendo el colectivo que en mayor medida accede a la red las personas más jóvenes con edades comprendidas entre los 16 y los 24 años (86,30%), disminuyendo conforme se incrementa la edad.

En cuanto a la **lectura de libros-novelas**, decir que, en principio, y según los datos del ISTAC, hay un nivel de lectura algo mayor entre la población juvenil en comparación a la totalidad de 16 la población y más años. Si entre los 16 a 30 años la lectura diaria de libros es una realidad para el 22,6% (36,4% de frecuencia mínima semanal), entre el conjunto de la población es del 21,0% (33,5% de frecuencia semanal).

⁹ *Informe Anual sobre el desarrollo de la Sociedad de la información en España*. Fundación Orange, 2008.

La lectura de libros de ficción es mayor entre las mujeres, tanto la población general como en la juvenil. Como se observa en la tabla posterior, la lectura de libros de ficción, con una frecuencia mínima semanal, es una realidad para el 29,7% de los hombre jóvenes, mientras que entre las mujeres jóvenes se alcanza hasta el 43,2%, más de 13 puntos de diferencia.

CANARIAS: FRECUENCIA DE LECTURA, SEGÚN TIPO, SEXO Y GRUPOS DE EDAD, 2007¹⁰

	Ambos sexos		Hombres		Mujeres	
	Total pob 16 y más	De 16 a 30 años	Total pob 16 y más	De 16 a 30 años	Total pob 16 y más	De 16 a 30 años
Leer libros, novelas						
Nunca/ a veces	66,5	63,6	72,5	70,3	60,4	56,8
Algunas veces a la semana	12,5	13,8	10,1	9,7	15,0	18,0
Diariamente	21,0	22,6	17,4	20,0	24,6	25,2
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Leer periódicos, revistas de información general						
Nunca/ a veces	52,2	60,2	44,9	55,4	59,4	65,2
Algunas veces a la semana	24,7	23,1	26,3	25,1	23,0	20,9
Diariamente	23,2	16,7	28,8	19,5	17,6	13,8
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Leer periódicos deportivos, revistas del corazón						
Nunca/ a veces	67,6	67,4	59,1	58,2	76,1	76,8
Algunas veces a la semana	19,1	20,0	22,1	24,2	16,0	15,8
Diariamente	13,3	12,5	18,8	17,5	7,8	7,4
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuando hablamos de la **lectura de prensa convencional**, a priori parece que entre la juventud hay un menor consumo de estos medios informativos, frecuencia mínima semanal del 47,9% entre el total de población y del 39,8% entre la población joven. No obstante, debemos advertir que la encuesta del ISTAC no sondeaba o diferenciaba entre plataformas o formatos. En este sentido, creemos que efectivamente los y las jóvenes hacen un menor uso de los periódicos en general en formato papel, pero sí que aumenta considerablemente el consumo de este producto cultural cuando nos referimos a formatos digitales.

¹⁰Fuente: ISTAC, 2007: *EICV-HC'2007*.

Por otro lado, los datos arrojan diferencias significativas en cuanto al género en este aspecto del consumo de prensa ordinaria: mayor consumo de prensa en general entre los hombres, tanto entre los de todas las edades (consumo mínimo semanal del 55,1% frente al 40,6% de las mujeres), como entre la población juvenil (frecuencia mínima semanal del 44,6% en el caso de los hombres y 34,7% de las mujeres). Ahora bien, cuando nos centramos en el consumo de la **prensa deportiva y revistas del corazón**, la situación es en un principio similar a la descrita respecto a los periódicos de información general: mayor frecuencia de consumo entre los hombres en general y entre los hombres jóvenes en particular, con consumos similares en ambos segmentos de edad. Si entre los hombres el consumo diario de estos productos es del 18,8% entre las mujeres desciende al 7,8% (40,9% y 23,8% respectivamente de consumo mínimo semanal), y si entre los chicos jóvenes el consumo diario es del 17,5% entre las chicas es del 7,4% (41,7% y 23,2% respectivamente de consumo mínimo semanal). A pesar de los datos resultantes hay que matizar las conclusiones, ya que el ISTAC está incluyendo en una misma categoría a dos medios totalmente diferentes y con audiencias claramente segmentadas respecto al género: la prensa deportiva es un producto eminentemente dirigido a los hombres y las revistas del corazón a las mujeres.

9.2.3 Actividades deportivas y salir a bailar

La EICV-HC'2007 incluye dos actividades de ocio, que tienen relación con actividades que requieren un ejercicio físico, el “hacer deporte” e “Ir a bailar”.

El **ir a bailar** hace referencia fundamentalmente al acudir a discotecas o locales de ocio nocturno. No vamos a entrar en si tal actividad es realmente una actividad física como tal, y menos si es de carácter positivo, como es el deporte. Como muestran los datos, el salir a bailar es una actividad de ocio marcadamente juvenil, de hecho, casi la mitad de las personas de 16 a 30 años lo practica con alguna frecuencia (42,7%). Es más, una cuarta parte de este colectivo sale a bailar con regularidad los fines de semana.

CANARIAS: FRECUENCIA DE PRÁCTICA DE ACTIVIDADES FÍSICAS, SEGÚN TIPO, SEXO Y GRUPOS DE EDAD, 2007¹¹

	Ambos sexos		Hombres		Mujeres	
	Total pob 16 y más	De 16 a 30 años	Total pob 16 y más	De 16 a 30 años	Total pob 16 y más	De 16 a 30 años
Ir a bailar						
Nunca	72,6	51,0	73,5	54,0	71,8	48,0
Alguna vez al año	7,4	6,3	7,0	5,1	7,8	7,6
Alguna vez al mes	7,6	14,4	7,0	12,7	8,3	16,0
Semanalmente	12,3	28,3	12,5	28,2	12,2	28,4
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Hacer deporte						
Nunca	63,3	50,3	57,8	37,7	68,8	63,2
Esporádicamente	6,6	9,9	7,3	10,6	6,0	9,2
Fines de semana	4,2	6,2	5,5	8,2	2,9	4,2
2-3 veces en semana	13,5	18,8	14,8	22,5	12,2	15,0
Diariamente	12,4	14,8	14,6	21,0	10,2	8,3
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹¹ Fuente: ISTAC, 2007: EICV-HC'2007.

Por otro lado, ir a bailar es una actividad preferente para jóvenes de ambos sexos, de hábitos muy similares en esto, alrededor del 28% de frecuencia semanal.

El **hacer deporte** es un hábito más o menos regular (frecuencia mínima semanal) para casi un tercio de la población (30,1%). Sin embargo, en la población juvenil, entre 16-30 años, aumenta considerablemente la práctica deportiva de forma regular, incrementándose hasta un 39,8% los que lo practican al menos una vez en semana. En el lado opuesto, nos encontramos un 50,3% de jóvenes que nunca hacen deporte, datos coincidentes a los obtenidos respecto al sedentarismo juvenil (ver cap. 8).

Con todo, la práctica deportiva sigue siendo una actividad de carácter predominantemente masculina, incluso entre las nuevas generaciones. Las mujeres jóvenes (y no tan jóvenes) practican deporte en menor medida que los hombres, lo cual no significa necesariamente que sean más sedentarias sino que responde a una diferenciación de motivación, actitudes y de acceso. Algunos estudios al respecto¹² señalan las preferencias de los varones hacia la práctica físico-deportiva de actividades colectivas y competitivas, tales como el fútbol y el baloncesto, mientras que las mujeres muestran, tanto en la etapa educativa como post-educacional, actitudes positivas hacia actividades de tipo individual y estéticas tales como el aeróbic y la natación, actividades no ofertadas, en la mayoría de los casos, en las clases de Educación Física. Este aspecto ha sido considerado por los expertos como fomentador de desigualdad de oportunidades así como de discriminación del sexo femenino.

¹² García Ferrando, 2006; Moreno Murcia, 2006.

9.2.4. Consumo de productos culturales

En este apartado de consumo de productos culturales se parte de nuevo de los datos ofrecidos por el ISTAC, de la EICV-HC'2007. En esta operación estadística se sondeaba la frecuencia de práctica o consumo de una serie de productos eminentemente culturales. En concreto se cuestionaba sobre Ir al cine, Ir al teatro, conciertos, ópera y exposiciones. De nuevo nos encontramos con categorías excesivamente amplias: así, vemos que en una sola variable se está incluyendo tanto el ir a un teatro, a un concierto o a una exposición, lo cual limita el análisis.

Por otro lado, no hay que obviar la referencia temporal de los datos, año 2007, justo antes de estallar la crisis económica. En este sentido, es seguro que el nivel y frecuencia de consumo han variado notablemente hacia la baja en estos momentos, en directa relación con la constante contracción del consumo en general desde el inicio de la crisis.

CANARIAS: FRECUENCIA DE PRODUCTOS CULTURALES, SEGÚN TIPO, SEXO Y GRUPOS DE EDAD, 2007¹³

	Ambos sexos		Hombres		Mujeres	
	Total pob 16 y más	De 16 a 30 años	Total pob 16 y más	De 16 a 30 años	Total pob 16 y más	De 16 a 30 años
Ir al cine						
Nunca	62,4	32,1	62,3	32,0	62,4	32,2
Alguna vez al año	12,4	15,8	11,9	14,2	13,0	17,4
Alguna vez al mes	25,2	52,1	25,8	53,8	24,6	50,4
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ir al teatro, conciertos, ópera, exposiciones						
Nunca	71,8	58,5	73,2	60,7	70,4	56,3
Alguna vez al año	19,1	29,1	18,3	27,7	19,9	30,4
Alguna vez al mes	9,1	12,4	8,5	11,6	9,7	13,3
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹³ Fuente: ISTAC, 2007: EICV-HC'2007.

A pesar de las limitaciones metodológicas de las que partimos, en principio se puede concluir que en general hay un mayor consumo cultural entre la población juvenil. En este sentido, vemos que los porcentajes de ausencia total de consumo cultural siempre son mayores entre el total de población que entre los jóvenes de 16 a 30 años. El problema está cuando hablamos de la segunda categoría (teatro...), en que no se puede hacer un análisis diferenciado según especialidades (clásico, contemporáneo, danza, música clásica, rock, etc.), de lo cual resultaría un panorama muy variado.

Para finalizar este apartado mencionar que según todas las series de los Informes de Juventud de España, los recursos culturales y el acceso a las actividades culturales aparecen como una de las demandas no cubiertas de las personas jóvenes en este país. Asimismo es cierto que en numerosas ocasiones se elude esta cuestión argumentando que a la juventud solo les interesa la música de su generación o el teatro contemporáneo. Ahora bien, por otro lado también es cierto que la actual generación joven, posiblemente por ser la más formada, representa el grupo de edad más interesado por las cuestiones culturales. El problema es que no se les ofrece, y desde edades tempranas, facilidades de acceso a determinadas manifestaciones culturales, salvo las que se dirigen expresamente a su colectivo, de ahí que subsistan argumentaciones excesivamente tópicas al respecto (“no se crea afición”).

9.2.5. Juegos de azar

En la EICV-HC'2007 también se sondeó sobre el tiempo dedicado a los juegos de azar en general, en donde se incluye tanto el apostar en loterías, el ir a casinos o bingos, como utilizar máquina tragaperras en bares. Otra vez nos volvemos a encontrar con una categoría muy generalista (diversidad de subcategorías), además de la antigüedad de los datos que nos obliga a relativizar los niveles de consumo resultantes. No obstante, y a partir de la frecuencia de consumo máximo, “varias veces a la semana”, podemos establecer una especie de umbral o “tasa de ludopatía” (con todas las reservas y prudencia requerida).

CANARIAS: FRECUENCIA DE JUEGOS DE AZAR SEGÚN SEXO Y GRUPOS DE EDAD, 2007¹⁴

	Ambos sexos		Hombres		Mujeres	
	Total pob 16 y más	De 16 a 30 años	Total pob 16 y más	De 16 a 30 años	Total pob 16 y más	De 16 a 30 años
Jugar loterías, casinos, bingo, máquinas tragaperras						
Nunca	68,2	83,2	64,9	82,2	71,6	84,2
Alguna vez al año	15,0	8,9	15,2	9,2	14,8	8,6
Alguna vez al mes	8,0	4,4	9,2	5,0	6,9	3,7
Fines de semana	5,1	2,1	6,4	2,1	3,9	2,0
Varias veces a la semana	3,6	1,5	4,4	1,4	2,8	1,6
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

En principio podemos decir que los casos de ludopatía afectarían hasta un 3,6% del total de población de Canarias, y en este contexto el segmento joven registra los menores porcentajes (1,5%). Por otro lado, se observa una ligera mayor extensión de la ludopatía entre los hombres cuando consideramos a la totalidad de la población, porque si nos centramos en la juvenil, tales diferencias de sexo se anulan.

¹⁴ Fuente: ISTAC, 2007: EICV-HC'2007.