



OCIO JUVENIL Y SOCIALIZACIÓN DIGITAL, RETOS DE PRESENTE Y DE FUTURO



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

BERDINTASUN, JUSTIZIA
ETA GIZARTE POLITIKETAKO SAILA
DEPARTAMENTO DE IGUALDAD,
JUSTICIA Y POLÍTICAS SOCIALES

GAZTEEN AISIA ETA SOZIALIZAZIO DIGITALA, EGUNGO ETA ETORKIZUNEKO ERRONKAK



asociación
moviendote
por la integración y la participación ciudadana



La Asociación Moviéndote somos una asociación formada por personas inquietas e interesadas en fomentar la participación ciudadana en todas las esferas del plano social y cultural.

Nacemos en Getxo, hace casi una década, como punto de encuentro de la vocación de distintas personas y asociaciones provenientes de la sociedad civil de nuestro municipio, personas que trabajamos por contribuir a la mejora de la situación sociolaboral de colectivos con especiales dificultades de inserción, diseñando y promoviendo programas innovadores y participativos que contribuyan a generar impacto positivo, crecimiento sostenible e inclusivo, así como espacios colaborativos donde el centro de las actuaciones que desarrollamos se sitúen siempre y en último término en la persona y en nuestro entorno local.

La generación de empleo, en especial para colectivos en situación de vulnerabilidad, inmigrantes, mujeres, jóvenes y personas de baja cualificación, es uno de los grandes retos para los próximos años. Es precisamente dentro de nuestra estrategia de apoyo a la creación de oportunidades, donde apostamos por modelos específicos que comprendan nuevas dinámicas de construcción de conocimiento compartido para la promoción de espacios de inclusión de colectivos especialmente vulnerables.

Para ello en Moviéndote, diseñamos programas y actividades innovadoras, elaboradas desde el conocimiento del contexto más próximo en el desarrollamos nuestra actividad, la comunidad local, con el objetivo de fijar metas y líneas de actuación desde el compromiso colectivo que supone su elaboración conjunta, discusión y consenso.



Nuestra experiencia se remite al desarrollo de toda una serie de actividades que hemos desarrollado en el marco de diferentes programas dirigidos fundamentalmente a colectivos con especiales dificultades de integración sociolaboral como son los jóvenes.

Todavía queda mucho camino por recorrer y por ello somos las asociaciones de la sociedad civil., las que desde nuestro trabajo diario podemos contribuir a realizar una apuesta firme por estrategias e iniciativas hechas por y para todos y todas, que contribuya a consolidar los derechos, valores y recursos de la juventud vasca.

Agradecemos a todas las personas que han participado en el desarrollo de esta Guía, especialmente en la celebración del Focus Group “Ocio Digital y Participación Juvenil.

Y tú ¿Qué opinas?

Sus opiniones han sido de gran valor para el desarrollo de los diferentes apartados y contenidos y por ello a lo largo de las siguientes páginas podrás encontrarlas intercaladas en el marco de los diferentes apartados.





01

¿QUÉ SE ENTIENDE POR OCIO DIGITAL?
ZER DA AISIA DIGITALA?

// 09 - 15
// 61 - 67

02

EXPERIENCIAS DIGITALES, BUENAS Y NO TAN BUENAS
ESPERIENTZIA DIGITALAK, ONAK ETA EZ HAIN ONAK

// 17 - 27
// 69 - 77

03

OCIO DIGITAL VS OCIO PRESENCIAL
AISIA DIGITALA VS AISIA PRESENTZIALA

// 29 - 35
// 79 - 85

04

DIMENSIÓN EDUCATIVA DEL OCIO DIGITAL
AISIALDI DIGITALAREN HEZKUNTZA-DIMENTSIOA

// 37 - 41
// 87 - 91

05

EL OCIO COMO EXPERIENCIA DE TRÁNSITO HACIA LA VIDA ADULTA
AISIA, HELDUARORA IGAROTZEKO ESPERIENTZIA

// 43 - 47
// 93 - 97

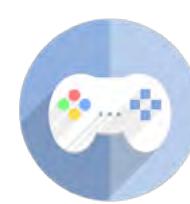
06

TRABAJANDO UN OCIO DIGITAL DESDE LOS VALORES
BALIOETATIK ABIATUTA AISIA DIGITALA LANTZA

// 49 - 53
// 99 - 103

07

CONSTRUYENDO LA IDENTIDAD PERSONAL Y SOCIAL A TRAVÉS DEL OCIO // 55 - 57
AISIALDIAREN BIDEZ NORTASUN PERTSONALA ETA SOZIALA ERAIKIZ // 105 - 107



La juventud actual, constituye una generación que ha crecido con las tecnologías digitales. Los ordenadores, los videojuegos, internet, las cámaras digitales o los teléfonos móviles forman parte de su cotidianidad y constituyen herramientas esenciales para comunicarse, compartir, consumir, participar o crear. De hecho, el Observatorio Vasco de la Juventud, del departamento de Empleo y Políticas Sociales del Gobierno Vasco, destaca en un análisis que **“el 49,6 % de la juventud de Euskadi de entre 15 y 29 años consume ocio digital a diario”**.

Por ello, resulta esencial explorar las prácticas comunicativas y el consumo cultural de los y las adolescentes relacionados con el uso de las nuevas tecnologías digitales. Una encuesta dirigida a la población española de entre 12 y 18 años sobre el uso efectivo de internet, redes sociales, teléfonos móviles y videojuegos, nos muestra una juventud que ha aprendido a utilizar la red y se conecta a internet principalmente en espacios informales (privados y/o relacionados con la familia o los amigos y amigas).

Para los y las jóvenes, internet es fundamentalmente un espacio de ocio., habiendo de reseñar un aspecto muy importante que radica en la percepción que tienen del uso de las tecnologías digitales, la cual ilustra formas características de gestión de la identidad y la privacidad por parte de la juventud.



Los objetivos que nos planteamos con el proyecto son:

1. Explorar las prácticas comunicativas y el consumo cultural de los y las adolescentes relacionados con el uso de las tecnologías digitales.
2. Integrar, personalizar y visibilizar el uso que da el colectivo a las tecnologías digitales.
3. Género y Ocio Digital
4. Ocio digital y redes informales digitales
5. Ocio digital y desarrollo personal
6. Estrategias de promoción de ocio digital saludable

El principio base es la solidaridad y es en esencia participativa, no sólo en el aspecto de ejecución sino en aquellos procesos que se dirijan hacia al análisis y hacia la toma de decisiones. Abrir ámbitos de participación genera compromiso y despierta la conciencia de que existen posibilidades de acción; generando espacios abiertos, sujetos a mutuo debate crítico, respetuoso y no excluyente.





I 01

¿QUÉ SE ENTIENDE
POR OCIO DIGITAL?



¿QUÉ SE ENTIENDE POR OCIO DIGITAL?

En poco tiempo, tan solo unas décadas hemos pasado de vivir y desenvolvernos en un mundo estanco a un mundo basado en la globalización económica y cultural, caracterizado por el cambio continuo, la movilidad, los avances técnicos y científicos, el exceso de información, las migraciones, la multiculturalidad.

Las personas jóvenes se desarrollan en nuevos entornos, cuyas principales especificidades son por ejemplo la creciente presencia de los medios y la tecnología, que juegan un papel fundamental en relación con múltiples aspectos de la vida cotidiana.

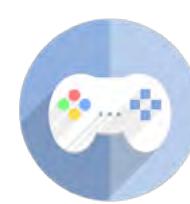
Los y las adolescentes integran Internet en su vida cotidiana, al menos inicialmente, como extensión online de su entorno offline.

Abordando esta Guía desde una aproximación al concepto de Ocio, podemos afirmar que éste se define como:

“una vivencia humana, en la que el sujeto es protagonista, que puede suponer una experiencia de desarrollo y un pilar fundamental para afrontar exitosamente procesos como el aprendizaje (formal, informal o no formal) o la calidad de vida.”

Rubio Florido, 2012

“(..) una experiencia gratuita, necesaria y enriquecedora de la experiencia humana.”
(Cuenca, 2000:15).



Como resultado de las continuas transformaciones sociales sucedidas a lo largo de los últimos años, el ocio, como valor en sí mismo, se ha convertido en un importante pilar de desarrollo humano.

El acceso a Internet a través de dispositivos móviles ha abierto las posibilidades de todos los usuarios del mundo a un ocio más personalizado. Cada uno puede elegir y sobre todo encontrar todo lo necesario para entretenerte durante el tiempo que quieran.

Esto ocurre en todos los rangos de edad, pero muchos se preocupan por el uso que los más jóvenes dan a la tecnología. Y es que un estudio reciente en España confirma que los jóvenes consumen nada menos que 7 horas al día de ocio digital.

De acuerdo con el informe «Consumir, crear, jugar. Panorámica del ocio digital de la juventud», realizado por el **Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud de la Fundación FAD Juventud**, el ocio digital está integrado en la vida diaria de la juventud.

De hecho y de acuerdo con datos aportados por dicho informe, 4 de cada 5 jóvenes realizan prácticas de ocio digital a diario, dedicando una media de casi 7 horas al día. Las actividades más frecuentes se relacionan con escuchar música, ver contenido audiovisual (vídeos, películas, series, etc.) y el uso de redes sociales, si bien los videojuegos son también muy frecuentes entre el género masculino.

Además, 3 de cada 4 jóvenes tienen suscripciones de pago a contenido audiovisual, con un gasto mediano de 20 euros.

“Nosotros no vemos la tele, yo veo Youtube, a los streamers que me interesa y alguna vez los videos de Twitch que usamos para estudiar.”

“Hombre al final estamos conectados, igual que antes, pero en la red.”

El tipo de contenido del que se dispone en esta oferta de ocio digital es enormemente variado y diversificado por género.

Las principales diferencias que se extraen de los datos analizados en el Informe de referencia muestran que mientras entre las chicas destaca el contenido audiovisual de cine o música, de belleza y moda, animales o gastronomía, mientras entre los chicos destacan los videojuegos y el contenido de deporte.

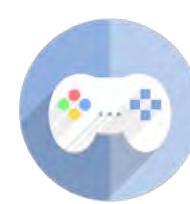
Las plataformas más utilizadas como servicio de Ocio digital son: Instagram, TikTok y Twitch. Además, en general los jóvenes tienen una buena opinión sobre los creadores de contenido, a quienes en determinadas facetas ven incluso como una referencia.

Sin embargo, es cierto que muchos de los jóvenes, hoy en día, no saben ni siquiera que con las actividades que desarrollan están inmersos en actividades de ocio digital. Se trata de actividades con las que han nacido y a las que están acostumbrados lo que lleva a que vean normales determinadas prácticas que como comentamos no identifican con el ocio.

“Pues cuando jugamos en la red o cuando vemos pelis o cualquier tema de streaming me imagino que todo eso podrá ser considerado.”

“Todo lo que hacemos para divertirnos, pero en Internet.”

“Las actividades que hacemos en la red relacionadas con cualquier actividad de ocio”



Casi un 90%, concretamente el 82,3% de adolescentes consume redes sociales todos los días. Otra actividad de ocio digital que le sigue de cerca es escuchar música, ya sea descargada o en plataformas online (75,2%).

En menor medida, aunque también destacan los vídeos y streaming (60,4%), las películas y series en plataformas o descargadas (59,3%) y la televisión (53,7%), que se mantiene como una actividad clave de ocio, aunque ya lejos de otras actividades puramente digitales.

“Periódicos ¿qué dices? Ni yo ni mis amigos los usamos., nosotros no hemos nacido con eso.”

“Pues si, yo juego todos los días, además a veces solo y otras con mis colegas.”

“Yo la tele ni la toco, eso lo dejo para mis padres.”

Nos ha parecido interesante señalar las diferencias que se identifican por ejemplo entre chicas y chicos, que muestran como las mujeres usan más las redes sociales (87,4% de chicas usa redes sociales todos los días, frente al 77,5% de chicos) y el consumo de series y películas (64,5% ellas frente al 54,6% de ellos).

A través del uso que hacen de las redes sociales los y las adolescentes depositan parte de sus conocimientos y estados de ánimo en la red, y a cambio, obtienen mayores cantidades de conocimiento y oportunidades de sociabilidad

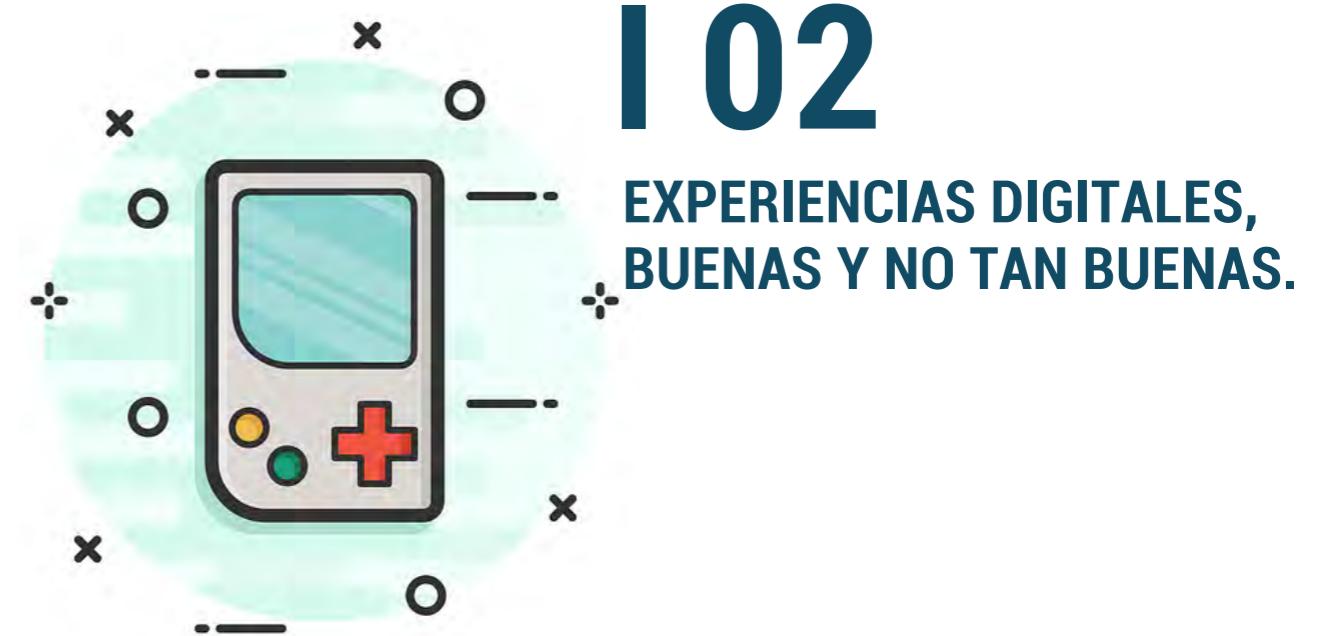
“Por supuesto es una parte muy importante de nuestra vida (.) yo no la entendería sin poder acceder a las redes.”

“Me puedes dejar casi sin lo que quieras, menos sin internet.”

Es imprescindible adquirir también la competencia que hemos venido en llamar gestión de la identidad online o, lo que es lo mismo, la capacidad para construir una identidad en libertad, adoptar diferentes identidades de manera productiva y negociar con la diversidad de identidades de los otros.

“En mi caso la tecnología creo que nos ha unido más, nos ha hecho más grupo”







EXPERIENCIAS DIGITALES, BUENAS Y NO TAN BUENAS

El mercado de medios y entretenimiento mueve del orden de 45.000 millones de euros anualmente, según datos de las de asociaciones multisectoriales del sector TIC. Y además crece a buen ritmo.

¿Qué es lo que hace tan atractivo este mercado y cómo posicionarse en él? Lo que más atrae es sin duda el placer, el disfrute del tiempo libre, ya sea mediante el uso de redes sociales, videojuegos en el móvil o audiciones musicales, por poner algunos ejemplos.

Una de las dimensiones estrechamente vinculadas al uso de plataformas sociales y la gestión de la presencia en entornos virtuales es la creación y consumo de contenidos en Internet.

Si nos detenemos en el tipo de contenidos que se consumen, podemos observar que son muy variados, yendo desde oferta de música hasta humor y videojuegos, pasando por la oferta de cine, las series y los documentales.

Un riesgo importante derivado de la preeminencia del ocio digital sobre otro tipo de ocio es el consumo excesivo, tanto por número de horas como por las modalidades de consumo, estando este aspecto relacionado con tipos de comportamientos que no racionalizan su uso.

Si analizamos con detenimiento los comportamientos que derivan en este consumo excesivo, podemos observar como por ejemplo entre los adolescentes, es muy frecuente priorizar las relaciones digitales frente aquellas face2face. El espacio social de relación cambia y ello tiene un impacto directo en el consumo.



“Yo nunca llamo por teléfono, Mando un WhatsApp y ya está.”

“La verdad es que prefiero que la relación sea virtual, no me gusta mucho eso de interactuar con gente.”

Obviamente, la pandemia ha dado lugar a que estos comportamientos sean más frecuentes y de hecho se normalicen.

“No tener nada que hacer, junto con el potencial adictivo de una pantalla, constituyen focos de riesgo para deslizarse hacia las malas prácticas en la red (Empantallados & GAD3, 2021)”.

El nivel de estudios y la capacidad de poder adquisitivo también son variables que inciden directamente a la hora de analizar comportamientos más/menos racionales respecto a las actividades de ocio digital. De hecho, la relación que se establece es inversamente proporcional a estas variables.

Resulta destacable que algunos estudios reflejan que más de la mitad de los adolescentes declara que alguna vez ha pensado que pasa demasiado tiempo consumiendo contenido, lo cual es un indicador muy interesante de la relación que entablan con la oferta de ocio.

Es aquí donde no podemos pasar por alto la figura de los llamados “Influencers” que han pasado a resultar clave en su enfoque de tiempo de ocio y disfrute a todos los niveles, (eso si no vamos a cómo han llegado a convertirse en sus referentes).

Para muchos y muchas adolescentes, los influencers suponen su principal fuente de diversión, llegando incluso a sentirse parte de una comunidad, lo que influye en gran medida en su forma de pensar, en lo que les gusta o en lo que compran.





“Para mi Ibai es como de mi familia (...) además es muy buena persona (..) no le conozco, pero si, le conozco de las redes y así se conoce a la gente.”

“Yo en general nunca he tenido una mala experiencia, a ver lo típico que alguna vez te hayas podido rayar con algo que no era lo que esperabas.”

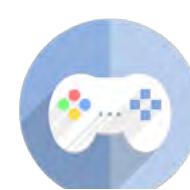
En este sentido, también se percibe que los niveles de gasto y descontrol sobre el gasto en ocio digital son mayores en adolescentes y jóvenes vulnerables y con menos estudios, así como entre aquellos de menos edad.

“Mi experiencia siempre ha sido buena menos una vez que me gasté mogollón de pasta porque no sabía que me había suscrito a un canal de pago.”

“Lo que los usuarios no perdonan es no tener acceso a los contenidos, sus hábitos de consumo han cambiado”, motivo quizá por el que están en auge las páginas web de visionado de películas por Internet y descarga de música, ante la falta de alternativas comerciales de calidad.”







OCIO DIGITAL VS OCIO PRESENCIAL

Como hemos venido viendo a lo largo de estas páginas, la irrupción de las tecnologías de la información y la comunicación en todos los aspectos de nuestra vida ha transformado las actividades realizadas durante el tiempo de ocio lo cual ha tenido una implicación directa en los cambios de comportamiento.

Es por ello por lo que desde un enfoque amplio del término entendemos por ocio digital a todas las oportunidades de ocio que se encuentran ligadas a las posibilidades que ofrece el uso de las tecnologías digitales.

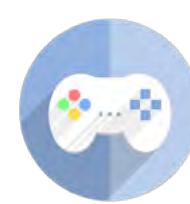
Y es que el desarrollo de la cultura digital no sólo ha propiciado nuevas prácticas de ocio, sino que también ha transformado la propia forma de practicarlas.

Un indicador de la importancia que el ocio como dimensión tienen en el proceso de socialización es que la relación entre el ocio y familia ha mostrado cómo las actividades de ocio familiar tienen por objetivo por ejemplo mejorar el funcionamiento de las relaciones intrafamiliares.

No hemos de olvidar que toda experiencia de ocio tiene un predominio emocional y el ocio es una vivencia que se encuadra en el mundo de las emociones.

Vivimos inmersos en un ecosistema tecnológico múltiple y diversificado que se manifiesta en actividades tan diversas como escuchar podcast; ver series y películas a demanda; jugar a videojuegos online en grupo, ver vídeos de influencers; escuchar música en streaming, etc. Cada vez son más las actividades de ocio digital que los y las jóvenes pueden disfrutar.

“Yo creo que hay oferta suficiente. La cosa es saber buscarla, los amigos también te dicen que ha salido una cosa u otra.”



Este ecosistema del ocio juvenil es posible porque disponen de los medios para ello. De hecho, más del 70% de jóvenes de entre 15 y 29 años dispone de, al menos, cuatro dispositivos diferentes a través de los cuales consumir ocio digital: smartphone, portátil, smart TV, videoconsola, tablet, etc. Y los usan para fines lúdicos de forma diaria una inmensa mayoría (79,9%).

“Las personas jóvenes han integrado en su cotidianidad la tecnología no solo para comunicarse o para informarse sino también para divertirse.”

Las opciones de consumo son variadas y diversas y lo que es más interesante, están totalmente integradas en su día a día. Las actividades más frecuentes se relacionan con la música; con el contenido audiovisual (vídeos, películas, series, etc.); y con las redes sociales y videojuegos.

El ocio juvenil digital supone un campo en constante movimiento y evolución no exento de algunos riesgos y problemáticas que deben ser observados y monitorizados.

En cuanto a los contenidos, los jóvenes señalan como principales riesgos de este ocio digital la excesiva sexualización de muchos de los contenidos ofertados. Los menores asumen unos patrones y valores que no les corresponden y que los llevan a la búsqueda de un cuerpo o aspecto imposible.

Ello trae problemas de diverso tipo como los de identidad personal y autoestima se pasan a construir en base a la imagen y la apariencia. Los menores aprenden a valerse por su atractivo, un atractivo dictado por los medios que a veces no se ajusta a los cánones reales.

En este contexto, es en el que 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.

“Escucho mucha música, veo Youtube, televisión, películas pirateadas del [...].”

“Yo tiro más por las series online. Cada día veo menos televisión, yo y mis amigos preferimos los contenidos streaming.”

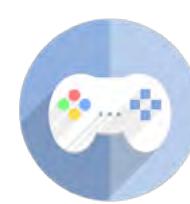
“Vamos a ver no tiene nada que ver, de esta forma yo decido que veo, cuando lo veo y como lo veo.”

La digitalización en todos los aspectos de nuestra vida, ha aportado una nueva dimensión al ocio que altera sus propiedades tradicionales, dirigiéndose hacia la construcción digital.



I 04

DIMENSIÓN EDUCATIVA
DEL OCIO DIGITAL



DIMENSIÓN EDUCATIVA DEL OCIO DIGITAL

En el entorno en el que se contextualizan las actividades relacionadas con el ocio digital, aparecen diferentes propuestas que ponen en valor el aprendizaje tanto en entornos formales como informales y no formales.

El papel del ocio dentro de los procesos de aprendizaje se desarrolla en tres espacios fundamentales:

- » las redes sociales
- » los videojuegos
- » las comunidades virtuales

Estas dimensiones, directamente relacionadas con los parámetros de calidad e innovación educativa, están orientados en los retos que presenta una sociedad netamente informational interconectada globalmente.

Resulta muy difícil entender la sociedad actual sin tener en cuenta el valor del ocio como pilar de desarrollo humano. De hecho, el ocio, entendido como experiencia personal y fenómeno social, es fuente de beneficios en múltiples dimensiones que inciden directamente en nuestra calidad de vida. Todo ello enmarcado en una democratización del acceso a las redes sociales, que ha tenido una repercusión directa en los propios hábitos de los consumidores de ocio.

No podemos pasar por alto el potencial que las actividades de ocio tienen más allá de **“disfrutar”** o **“pasarlo bien”** como es por ejemplo su capacidad para adiestrar en una serie de comportamientos con influencia directa posterior en toda una serie de habilidades y competencias, claves para la vida.

Participación, colaboración, socialización, aprendizaje en red, empoderamiento ciudadano o generación de conocimiento colectivo son solamente algunas de ellas. Desde el punto de vista educativo, esta ventana abierta al mundo que suponen las redes sociales supone también exigir la necesidad de poner en marcha mecanismos informativos que conciencien sobre los posibles peligros a los que se pueden ver expuestos los potenciales usuarios.



Cada vez es más difícil llevar cabo una diferenciación entre lo que es y no es información útil y de calidad.

Las actividades de ocio en la red no solo pueden convertirse en herramientas de aprendizaje enfocadas a la diversión, el entretenimiento o la socialización, sino que también son mecanismos que promueven el aprendizaje colaborativo en red, lo cual conlleva un ineludible enriquecimiento mutuo.

Y es que existen muchas y variadas experiencias de uso por ejemplo de las redes sociales en el aula, uso que supone importantes beneficios para la mejora de los contextos de aprendizaje.

Estas herramientas, proporcionan recursos para trabajar en clave de un aprendizaje más dinámico y atractivo, aumentando la motivación de los participantes y ayudando a que los y las jóvenes estudiantes puedan expresar su opinión, relacionarse con otros, contestar a una pregunta del profesor, interactuar con el resto de los compañeros, publicar vídeos u otros archivos multimedia.

“Existen muchas experiencias en este nivel, aunque si hablamos de ocio digital no podemos olvidarnos de ese componente lúdico que acompaña por ejemplo al aprendizaje basado en juegos.”

Las herramientas sociales directamente relacionadas con la tecnología nos ayudan a interiorizar nuevos conceptos. Así, lejos de concebir el ocio digital como meras actividades destinadas a pasar el rato y la diversión, se erige como un ámbito social de aprendizaje, en contextos no formales o informales.

“Está claro que este punto de vista entra dentro de la corriente que pone el peso en el aprendizaje a lo largo de la vida, que es un concepto fundamental que adquiere carácter de transversalidad.”

“Estamos ante la generación digital, Por qué no aprovechar esas dimensiones relacionadas con el ocio que nos pueden aportar importantes ventajas a nivel educativo.”

Algunos aspectos a los que se debería prestar atención serían:

- » **Las imágenes.** Fundamentales en el simbolismo tecnológico.
- » **El Hipertexto.** Entendido como una forma de organización de la información diferente a la utilizada en la escritura y en el medio lineal del aprendizaje.
- » **La Conectividad.** La generación digital forma parte de un mundo conectado sincrónica y asincrónicamente. Ambos tipos de conexión ofrecen oportunidades diferentes para acceder a la información y a las relaciones sociales. De ahí la importancia de la alfabetización informacional.
- » **La acción constante.** Las generaciones digitales están acostumbradas a pasar a la acción de forma inmediata, lo cual tiene una incidencia directa a la hora de plantear las actividades de ocio digital.
- » **La orientación hacia la resolución de problemas.** Se trata de aprender a utilizar el ensayo-error como estrategia de búsqueda de la solución.
- » La recompensa inmediata. Aspecto básico a la hora de plantear actividades gamificadas.

No debemos pasar por alto que las actividades de ocio digital destacan por su práctica fuera de entornos formales, para lo cual es necesario formar a los docentes en el papel como recurso de la innovación educativa.

Los recursos no son suficientes si no contamos con las habilidades y conocimientos necesarios para aprovechar sus beneficios tanto a nivel personal como social.



I 05

TRABAJANDO UN OCIO
DIGITAL DESDE LOS
VALORES



TRABAJANDO UN OCIO DIGITAL DESDE LOS VALORES

Si algo estamos sacando en claro en esta Guía, es que las formas de entretenimiento han cambiado radicalmente en las últimas décadas:

El ocio está marcado por el uso de la tecnología. En ocasiones, el ocio digital se limita a la traslación online de acciones offline, pero existen otros tipos de actividades de ocio que solo son posibles en entornos digitales.

“A mí no me preguntes por la radio, yo escucho podcasts”

¿De qué hablamos cuando hablamos de valores?

Vamos a revisar algunas definiciones, que hemos identificado en nuestro proceso de revisión bibliográfica, por ejemplo, la propuesta por Carlos Díaz (2001:51 que nos ha gustado mucho porque define valor como:

«valor es lo que mueve mi corazón, imanta mi vida, me hace existir, ser, moverme. Cuanto menos valioso es algo para mí, tanto más se aleja de mi horizonte».

Según estas aproximaciones conceptuales, los valores suponen reglas de conducta y actitudes según las cuales nos comportarnos y que están de acuerdo con aquello que consideramos correcto. Al nacer, no somos ni buenos ni malos. Con la ayuda de sus padres, educadores y de nuestros círculos secundarios, vamos aprendiendo lo que está bien y lo que está mal, vamos aprendiendo lo que debemos y no debemos hacer, vamos aprendiendo a actuar y por supuesto a vivir bajo determinados parámetros.



La educación en valores es la que se instaura en el proceso a partir del que se inculcan pautas morales que permiten crear sociedades más cívicas y democráticas. La educación en valores, por tanto, promueve la tolerancia y el entendimiento por encima de nuestras diferencias políticas, culturales y religiosas, poniendo especial énfasis en la defensa de los derechos humanos, la protección de las minorías étnicas y de los colectivos más vulnerables, y la conservación del medio ambiente.

“Ocio con valores: La verdad es que no me lo he planteado nunca”

Este punto de vista está en la línea de otros estudiosos que consideran que “**los valores son concepciones, creencias y principios referidos a formas de conducta y modos de vida deseables, con los que la persona mantiene un intenso vínculo emocional y desde los que guía su pensamiento y orienta su acción**”.

Las personas conforman un sistema de valores que da continuidad a sus acciones y se adapta a los procesos de madurez y a los cambios sociales y culturales.

El consumo múltiple, de varios contenidos a la vez, está enormemente generalizado y dentro de este consumo existen comportamientos que socialmente no se reconocen como alineados con aquellos valores que ensalzan el valor educativo.

“Más del 70% de jóvenes del mismo rango de edad dispone de, al menos, cuatro dispositivos diferentes: smartphone, portátil, ‘smart TV’, videoconsola o tablet, entre otros dispositivos que una gran mayoría (79,9%) usa con fines lúdicos.”

Estamos hablando por ejemplo de actividades como el acceso a pornografía, o las apuestas online que de algún modo son comportamientos que desvirtúan el valor del ocio en nuestras sociedades.

¿Se halla este detrimento de los valores en el desarrollo de una industria de consumo que impulsa un cambio gradual del sistema de valores?

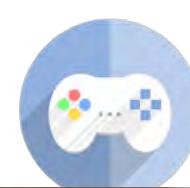
Una pedagogía del ocio con valores ha de ser capaz de abordar diferentes objetivos que van desde impulsar mejoras en el desarrollo formativo y social de las personas jóvenes a dar respuesta a sus intereses y necesidades.





I 06

CONSTRUYENDO LA
+IDENTIDAD PERSONAL
Y SOCIAL
A TRAVÉS DEL OCIO



CONSTRUYENDO LA IDENTIDAD PERSONAL Y SOCIAL A TRAVÉS DEL OCIO

Una de las bases en las que se sustentan las ciencias sociales, establecen como paradigma que el ser humano desde que nace es un ser social.

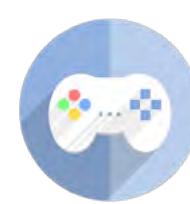
Ello significa que vivimos como seres sociales y que en ese proceso establecemos relaciones con los demás y con nuestro entorno. La interacción con los otros se convierte por tanto en un proceso continuo de socialización.

El proceso de socialización conlleva conductas sociales, establecidas de acuerdo con unas norma y valores que hacen inevitable la interiorización de una serie de patrones culturales que se traducen en comportamientos.

Es en la adolescencia cuando construimos nuestra identidad fruto de un proceso de conocimiento, pero también de los aspectos relacionados con la interacción social.

“Es cierto que hoy en día las cosas han cambiado y el tiempo que se dedica a las redes sociales, va a tener un peso importante a la hora de determinar la identidad del joven, su sistema de valores, sus creencias, sus expectativas, su forma de estar en el mundo...”

La media actual de uso de los dispositivos móviles se eleva de acuerdo con los últimos datos a casi 3 horas.



“Podemos hablar de identidades móviles entre los adolescentes y de hecho es un aspecto que no podemos obviar a la hora de definir la personalidad de un colectivo que se está formando, tanto en cuestiones de personalidad como de adquisición de valores.”

Es por ello por lo que el pensamiento crítico pasa a ser una variable clave en los procesos educativos determinantes también a la hora de que los adolescentes planifiquen sus propias acciones de ocio.

“El pensamiento crítico nos ayuda a discernir entre argumentos mediocres y brillantes, a distinguir la información de valor de la prescindible, a desmontar prejuicios, a hallar conclusiones bien fundamentadas, a generar alternativas, a mejorar la comunicación y, en definitiva, a ser dueños de nuestro pensamiento y actuar en consecuencia.”

Formar a los adolescentes en la adquisición de esta competencia, va a permitir empoderarles, otorgándoles capacidad propia para que decidan por sí mismos si algo no lo ven, si les parece mal o bien, si lo pueden utilizar... Porque ni la tecnología ni el ocio digital son “malos” por naturaleza, simplemente es necesario educar en un uso adecuado de los recursos que se ponen al alcance de los y las jóvenes.

El ocio es un importante recurso para el desarrollo personal, social y económico en la actualidad. En una sociedad en red el aprendizaje es y debe darse de manera integral, lo que obliga a tomar en consideración el ocio digital como ámbito de aprendizaje informal, formal y no formal.

Disponer de tiempo de ocio es uno de los aspectos claves en la definición de calidad de vida, tanto para la población adulta como para la población más joven, con bastante más impacto en estos últimos.

Por ello., los jóvenes han de manejar información críticamente para reflexionar sabiamente y actuar éticamente lo cual no está en contradicción con pasarlo muy bien. En este contexto, distinguimos diferentes funciones.

1. **Informativa.**
2. **Motivacional.**
3. **Emocional.**
4. **Valorativa.**
5. **De influencia.**

Urge hoy una auténtica pedagogía social donde los y las adolescentes aprendan lo que supone reconstruir su ocio en general para ser los protagonistas y no sólo consumidores.

En este sentido, autores como Bauman señalan como ante una cultura que vive volcada en el presente, “donde priman la velocidad y la eficacia antes que la paciencia y la perseverancia, en una economía de consumidores que debe recurrir al exceso y al despilfarro para abastecer esas nuevas necesidades, impulsos, compulsiones y adicciones» que se van creando en estas formas de vida acelerada.“

Y es que, no podemos perder de vista que la juventud es una etapa vital en la que el uso del tiempo libre resulta determinante para poder observar diferencias entre unas y otras generaciones juveniles.





BIBLIOGRAFIA

- » Cortés, E. (2021). ¿Por qué no jugamos online? Artículo publicado en Anait-Games. <https://www.anaitgames.com/opinion/por-que-no-jugamos-online>.
- » Cuenca, M. (2014). Ocio Valioso. Documentos de Estudio de Ocio, 52. Bilbao. Universidad de Deusto.
- » Gradaílle, R., Varela, L. y De Valenzuela, A. (2016). Preocupación del profesorado y de las familias sobre los tiempos escolares y de ocio del alumnado de educación Secundaria postobligatoria. Revista interuniversitaria de formación del profesorado. 86. 49-62.
- » Livingstone, S., Bovill, M. (2001). Children and their changing media environment. A European comparative study. Londres, Lawrence Erlbaum Associates.
- » McMillan, S.J., Morrison, M. (2006). "Coming of age with the internet: a quantitative exploration of how the internet has become an integral part of young people's lives". New Media & Society, 8(1), 73-95.
- » Melendro, M. (2014). Transitar a la vida adulta en la era de la globalización: acción socioeducativa con jóvenes vulnerables. En Pérez Serrano, G. De Juanas Oliva, A. (ed.) Educación y Jóvenes en tiempos de cambio (pp.7-15). Madrid. UNED.



- » Melendro, M., García-Castilla, F.J. y Goig, R. (2016). Influencia del uso de las TIC en las expectativas de los jóvenes vulnerables. *Revista española de Pedagogía* 74 (263) 71-89.
- » Rheingold, H. (2002). *Smart Mobs. The next social revolution*. Cambridge, MA: Perseus Publishing.
- » Scannell, P."Big Brother as a television event." *Television & New Media* vol. 3 (2002), núm. 3, p. 271-282.
- » Tabernero, C., Sánchez-Navarro, J., Aranda, D., Tubella, I. (2009a)."Transformación de prácticas comunicativas en contextos de multiplicación de pantallas". *Tripodos extra* 2009: 1011-1020.
- » Tabernero, C., Sánchez-Navarro, J., Aranda, D., Tubella, I. (2009b). "Media practices, connected lives". En: Cardoso, G., Cheong, A., Cole, J. (eds.)
- » World Wide Internet: Changing Societies, Economoies and Cultures. Macau, University of Macau.
- » Tabernero, C., Sánchez-Navarro, J., Tubella, I. (2008).
- » The young and the Internet: Revolution at home. When the household becomes the foundation of socio-cultural change. *Observatorio (OBS*) Journal* 6.





Moviéndote elkartea gizarte eta kultur eremu guztietañ herritarren parte-hartzea sustatzeko interesa duten pertsona egonezinez osatutako elkartea da.

Getxon jaio ginen, duela ia hamarkada bat, gure udalerriko gizarte zibiletik datozen pertsona eta elkarteen bokazioaren elkargune gisa. Gizarteratzeko zaitasun bereziak dituzten kolektiboen egoera soziolaborala hobetzen laguntzeko lan egiten dugu pertsona horiek, eta, horretarako, inpaktu positiboa, hazkunde iraunkorra eta inklusiboa sortzen lagunduko duten programa berritzaila eta parte-hartzaila diseinatu eta sustatzen ditugu, bai eta gure inguruaren garatzen ditugun jardueren erdigunea beti eta azken tokian kokatzen den lankidetza-espazioak ere.

Enplegua sortzea, bereziki egoera ahulean dauden taldeentzat, etorkinentzat, emakumeentzat, gazteentzat eta kualifikazio txikiko pertsonentzat, erronka handienetako bat da datozen urteetarako. Hain zuzen ere, aukerak sortzen laguntzeko estrategiaren barruan, berariazko ereduaren alde egiten dugu, talde bereziki ahulak gizarteratzeko espazioak sustatzeko ezagutza partekatua eraikitzeko dinamika berriak barne hartzen dituzten ereduaren alde.

Horretarako, Moviéndotene, programa eta jarduera berritzaila diseinatzen ditugu. Programa eta jarduera horiek gure jarduera, hau da, tokiko komunitatea, garatzen dugun hurbileko testuinguruaren ezagutzatik abiatuta egiten ditugu, helburu eta jarduera-ildoak finkatzeko, horiek batera lantzea, eztabaideatzea eta adostea dakarren konpromiso kolektibotik.

Gure esperientzia gizarteratzeko eta laneratzeko zaitasun bereziak dituzten kolektiboetik, hala nola gazteei, zuzendutako programen esparruan garatu ditugun hainbat jarduera garatzera bideratuta dago.

Oraindik bide luzea dugu egiteko, eta horregatik, gizarte zibileko elkartearak gara, gure eguneroko lanaren bidez guzion alde eta guztiotzat egindako estrategia eta ekinmenen aldeko apustu sendoa egiten lagun dezakegunak, euskal gazteen eskubideak, balioak eta baliabideak finkatzen lagunduko duena.

Eskerrak eman nahi dizkiegu gida hau garatzen parte hartu duten guztiei, batez ere Focus Group "Aisialdi digitala eta gazteen parte-hartza. T zuk, zer diozu?".

Haren iritziak balio handikoak izan dira atalak eta edukiak garatzeko, eta, horregatik, hurrengo orrialdeetan hainbat ataletan tartekatuta aurkituko dituzu.



“

Gazteriaren bideak bizitza osoa darama
Pablo R. Azkura



Gaur egungo gazteria teknologia digitalekin hazi den belaunaldi bat da. Ordenagailuak, bideojokoak, internet, kamera digitalak edo telefono mugikorrok eguneroko bizimoduaren zati dira, eta komunikatzeko, partekatzeko, kontsumitzeko, parte hartzeako edo sortzeko funtsezko tresnak dira. Hain zuzen, Eusko Jaurlaritzako Enplegu eta Gizarte Politiketako Sailaren Gazteen Euskal Behatokiak, azterketa baten arabera, **“15 eta 29 urte bitarteko Euskadiko gazteen %49,6k egunero kontsumitzen du aisaldi digitala”**.

Horregatik, funtsezkoa da teknologia digital berrien erabilerarekin zerikusia duten nerabeen komunikazio-praktikak eta kultura-kontsumoa aztertzea. Internet, sare sozialak, telefono mugikorrok eta bideojokoak modu eraginkorrean erabiltzeari buruz Espainiako 12 eta 18 urte bitarteko biztanleei egindako inuesta batek sarea erabiltzen ikasi duen eta batez ere espazio informaletan (pribatuak eta/edo familiairekin edo lagunekin lotutakoak) Internetera konektatzen den gazte bat erakusten digu.

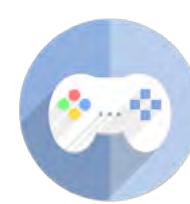
Gazteentzat, Internet aisialdirako gunea da, batez ere. Teknologia digitalen erabilerari buruz duten pertzepzioan oinarritzen den alderdi garrantzitsu bat aipatu behar da, gazteek identitatea eta pribatutasuna kudeatzeko modu bereizgarriak erakusten dituena.

Hauek dira proiektuarekin planteatzen ditugun helburuak:

1. Teknologia digitalen erabilerarekin zerikusia duten nerabeen komunikazio-praktikak eta kultura-kontsumoa aztertzea
2. Kolektiboak teknologia digitalei ematen dien erabilera integratzea, pertsonalizaztea eta ikusaraztea
3. Generoa eta aisia digitala
4. Aisia digitala eta sare informal digitalak
5. Aisia digitala eta garapen pertsonala
6. Aisaldi digital osasun garria sustatzeko estrategiak

Oinarrizko printzipioa elkartasuna da, eta parte hartza da funtsean, ez bakarrik gauzatzearren alderdian, baizik eta azterketara eta erabakiak hartzen bideratutako prozesuetan. Parte hartzeko esparruak irekitzeak konpromisoa sortzen du, eta ekintza-aukerak badirelako kontzentzia pizten du; espazio irekiak sortzen ditu, elkarren arteko eztabaidea kritiko, errespetuzko eta ez-bazterzaileari lotuak.





ZER DA AISIA DIGITALA?

Denbora gutxian, hamarkada batzuk besterik ez gara pasatu mundu estanko batean bizzitzetik eta moldatzetik globalizazio ekonomiko eta kulturalean oinarritutako mundura, etengabeko aldaketa, mugikortasuna, aurrerapen tekniko eta zientifikoak, gehiegizko informazioa, migrazioak, kultura-aniztasuna ezaugarri dituen mundura.

Gazteak ingurune berriean garatzen dira, eta horien berezitasun nagusiak dira, adibidez, baliabideen eta teknologiaren presentzia gero eta handiagoa, funtsezko zeregina baitute eguneroko bizitzako hainbat alderditan.

nerabeek Internet eguneroko bizitzan integratzen dute, hasieran bederen, beren lineaz kanpoko ingurunea online hedatzeko.

Gida hau Aisiaren kontzeptura hurbilduz, honela definitzen da:

“giza bizipen bat, non subjektua protagonista baita, garapen-esperientzia bat eta funtsezko oinarri bat izan baitezake ikaskuntza (formala, informala edo ez-formala) edo bizi-kalitatea bezalako prozesuei arrakastaz aurre egiteko”.

(Rubio Florido, 2012)

“(...) giza esperientzia doakoa, beharrezkoa eta aberasgarria izatea.”
(Cuenca, 2000:15)

Azken urteotan etengabe gertatu diren gizarte-aldaketen ondorioz, aisia, berez balioa den aldetik, giza garapenaren zutabe garrantzitsu bihurtu da.



Gailu mugikorren bidez Interneten sartzeak aisaldi pertsonalizatuagoa eskaintzen die munduko erabiltzaile guztiei. Bakotzak nahi duen denboran entretenitzeko aukera dezake eta, batez ere, behar duen guztia aurki dezake.

Adin-tarte guztietan gertatzen da hori, baina asko arduratzen dira gazteenek teknologia-ri ematen dioten erabilera. Izen ere, Espanian berriki egindako azterlan batek baieztu du gazteek egunean 7 ordu baino gutxiago kontsumitzen dutela aisaldi digitalean.

«Kontsumitu, sortu, jokatu. Gazteriaren aisaldi digitalaren panoramika», **FAD Gazteria Fundazioko Nerabe eta Gazteriari buruzko Reina Sofía** Zentroak eginga, aisaldi digitala gazteriaren eguneroko bizitzan integratuta dago.

Hain zuzen, txosten horretan emandako datuen arabera, 5 gaztetik 4k egunero egiten dituzte aisaldi digitaleko praktikak, eta batez beste egunean 7 ordu ematen dituzte.

Jarduera ohikoenak musika entzutearekin eta ikus-entzunezko edukiak (bideoak, filmak, telesailak, etab.) ikustearekin lotuta daude. eta sare sozialen erabilera, nahiz eta bideojokoak ere oso ohikoak diren gizonezkoen artean.

Gainera, 4 gaztetik 3k ikus-entzunezko edukiak ordaintzeko harpidetzak dituzte, eta batez besteko gastua 20 eurokoa da.

“Guk ez dugu telebista ikusten, nik Youtube ikusten dut, interesatzen zaizkidan streamer-ak eta Twitch-en ikasteko erabiltzen ditugun bideoak.”

“Gizona, azkenean, konektatuta gaude, lehen bezala, baina sarean”

Aisaldi digitalaren eskaintza honetan dagoen eduki-mota asko eta askotarikoa da, generoaren arabera.

Erreferentzia-txostenean aztertutako datuetatik ateratzen diren desberdintasun nagusiak erakusten dutenez, nesken artean nabarmenzen dira ikus-entzunezko edukiak (zinema edo musika, edertasuna eta moda, animaliak edo gastronomia), mutilen artean bideo-jokoak eta kirol-edukia.

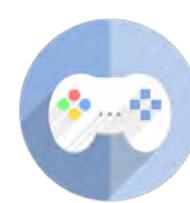
Hauek dira aisaldi digitaleko zerbitzu gisa gehien erabiltzen diren plataformak: Instagram, Tik Tok eta Twitch. Gainera, oro har, gazteek iritzi ona dute eduki-sortzaileei buruz, zenbait arlotan erreferentzia gisa ere ikusten baitituzte.

Hala ere, egia da gazte askok, gaur egun, ez dakitela egiten dituzten jarduerekin aisaldi digitaleko jardueretan sartuta daudela. Jarduera horiek jaio dira eta ohituta daude, eta, horregatik, ohituta daude aisiarekin identifikatzen ez dituzten praktika jakin batzuk.

“Bada, sarean jolasten dugunean edo filmak edo streaming-eko edozein gai ikusten ditugunean, pentsatzen dut hori guztia kontuan har daitekeela”.

“Ondo pasatzeko egiten dugun guztia, baina Interneten.”

“Edozein aisialdiko jarduerarekin zerikusia duten sareko jarduerak”



la %90, zehazki, nerabeen %82,3k egunero kontsumitzen ditu sare sozialak. Ger-tu-gertutik jarraitzen dion aisialdi digitaleko beste jarduera bat musika entzutea da, dela deskargatuta, dela online plataformetan (%75,2).

Neurri txikiagoan, aipatzekoak dira bideoak eta streaming-a (%60,4), plataformetan edo deskargatuta dauden filmak eta serieak (%59,3) eta telebista (%53,7). Telebista aisialdiko jarduera giltzarri gisa mantentzen da, baina dagoeneko urrun dago erabat digitalak diren beste jarduera batzuetatik.

“Egunkariak, zer diozu? Ez nik ez lagunek ez ditugu erabiltzen. Gu ez gara horrekin jaio.”

“Bada, bai, nik egunero jolasten dut, gainera batzuetan bakarrik eta beste batzuetan lagunekin.”

“Nik telebista ez dut ukitzen, hori gurasoentzat uzten dut.”

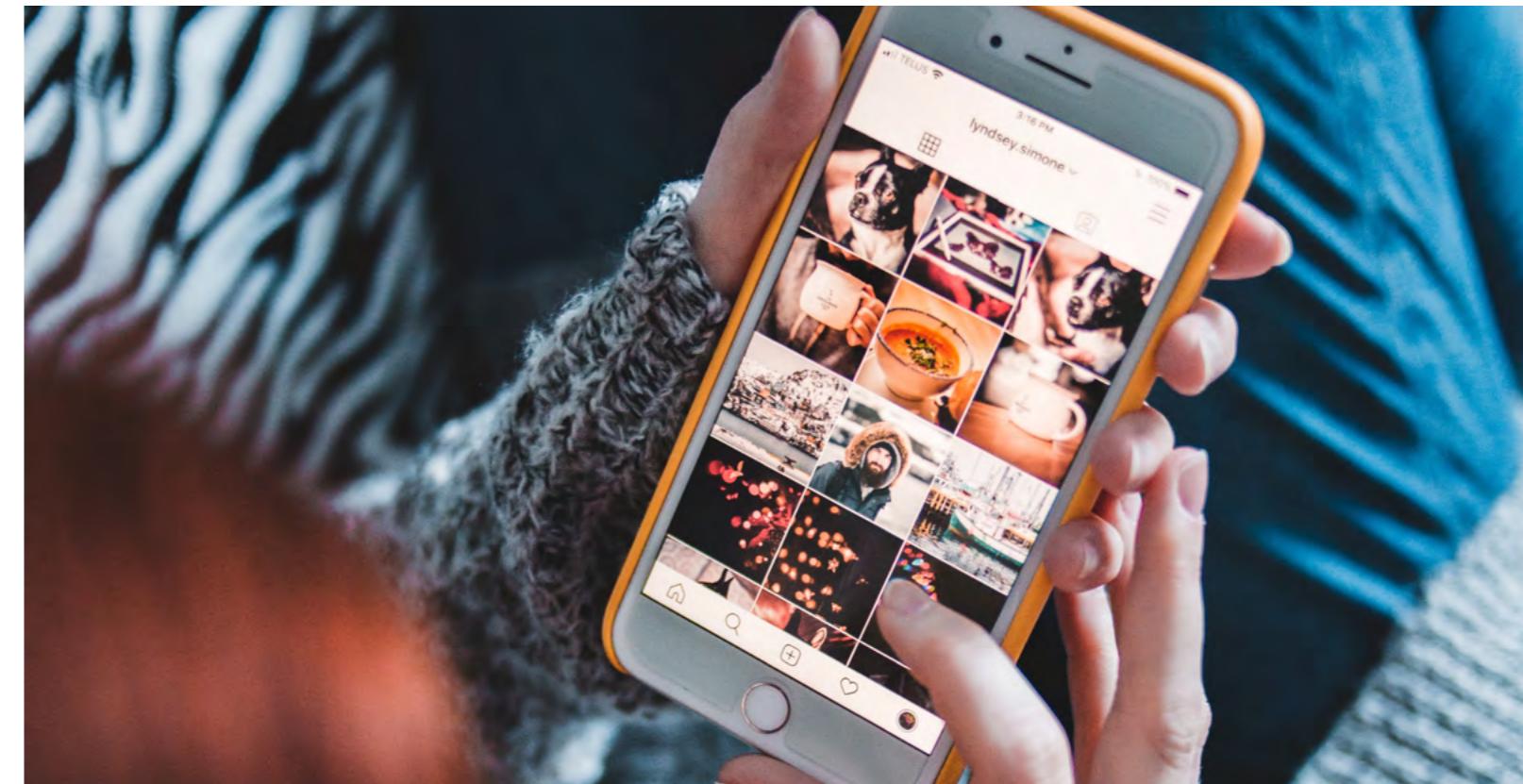
Sare sozialak erabiliz, nerabeek beren ezagutza eta gogo-aldarte batzuk uzten dituzte sarean, eta trukean, ezagutza eta soziabilitate-aukera gehiago lortzen dituzte.

“Jakina, gure bizitzako zati garrantzitsu bat da (...) nik ez nuke ulertuko sareetara sartu gabe.”

“Nahi duzuna egin gabe utz nazazu, gutxiago Internet gabe.”

Ezinbestekoa da, halaber, on line identitatearen kudeaketa deritzon gaitasuna es-kuratzea, edo, beste era batera esanda, askatasunean identitate bat eraikitzea, identitate desberdinak modu produktiboan hartzea eta besteen nortasunen aniztasunarekin negoziatzea, baita aisialdian ere.

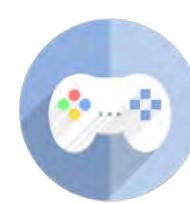
“Nire kasuan teknologiak gehiago elkartu gaituela uste dut, talde handiagoa egin digu”





| 02

ESPERIENTZIA DIGITALAK,
ONAK ETA EZ HAIN ONAK.



ESPERIENTZIA DIGITALAK, ONAK ETA EZ HAIN ONAK.

Komunikabideen eta entretenimenduaren merkatuak 45.000 milioi euro inguru mugitzen ditu urtero, IKTen sektoreko sektore anitzeko elkarteen datuen arabera, eta, gainera, erritmo onean hazten da.

Zerk egiten du hain erakargarri merkatu hori eta nola kokatu merkatu horretan?

Gehien erakartzen duena, dudarik gabe, placera da, aisialdiaz gozatzea, sare sozialak, bideo-jokoak mugikorrean edo musika-entzunaldiak erabiliz, adibide batzuk jartzearren.

Plataforma sozialen erabilerari eta ingurune birtualetako presentziaren kudeaketari estu lotutako dimentsioetako bat Interneteko edukiak sortzea eta kontsumitzea da. Kontsumitzen diren edukiei erreparatzen badiegu, era askotakoak direla ikusiko dugu: musika, umorea eta bideojokoak, zinemaren eskaintza, telesailak eta dokumentalak...

Aisaldi digitala beste aisaldi mota baten gainetik jartzearen ondorioz, arrisku garrantzitsu bat gehiegizko kontsumoa da, bai ordu kopuruagatik bai kontsumo modalitateengatik, eta alderdi hori erabilera arrazionalizatzen ez duten portaera motekin lotuta dago.

Gehiegizko kontsumo horren ondoriozko portaerak arretaz aztertuz gero, ikus dezakegu, adibidez, nerabeen artean oso ohikoa dela erlazio digitalak lehenestea presentzialak baino.

Harremanetarako gizarte-espazioa aldatu egiten da, eta horrek zuzeneko eragina du kontsumoan.



“Nik inoiz ez dut telefonoz deitzen, WhatsApp bat agintzen dut eta kito.”

“Egia esan, nahiago dut harremana birtuala izan, ez zait asko gustatzen jendearekin jardutea.”

“Ea gaur inork ez duen telefonoa erabiltzen deitzeko, nik uste dut ez duela bizitzan egiten!.

Bistan denez, portaera horiek maizago eta normalago izatearekin lotu du pandemiak.

“Egin beharreko ezer ez izatea, pantaila bat-en adikzio-potenzialarekin batera, sareko praktika txarretara joateko arrisku-guneak dira (Enpantallados & GAD3, 2021)”.

Ikasketa-mailak eta erosteko ahalmenak ere zuzeneko eragina dute aisaldi digitaleko jarduerekiko portaera arrazionalagoak/gutxiago aztertzeko orduan. Hain zuzen, ezartzen den erlazioa alderantziz proporcionala da aldagai horiekiko.

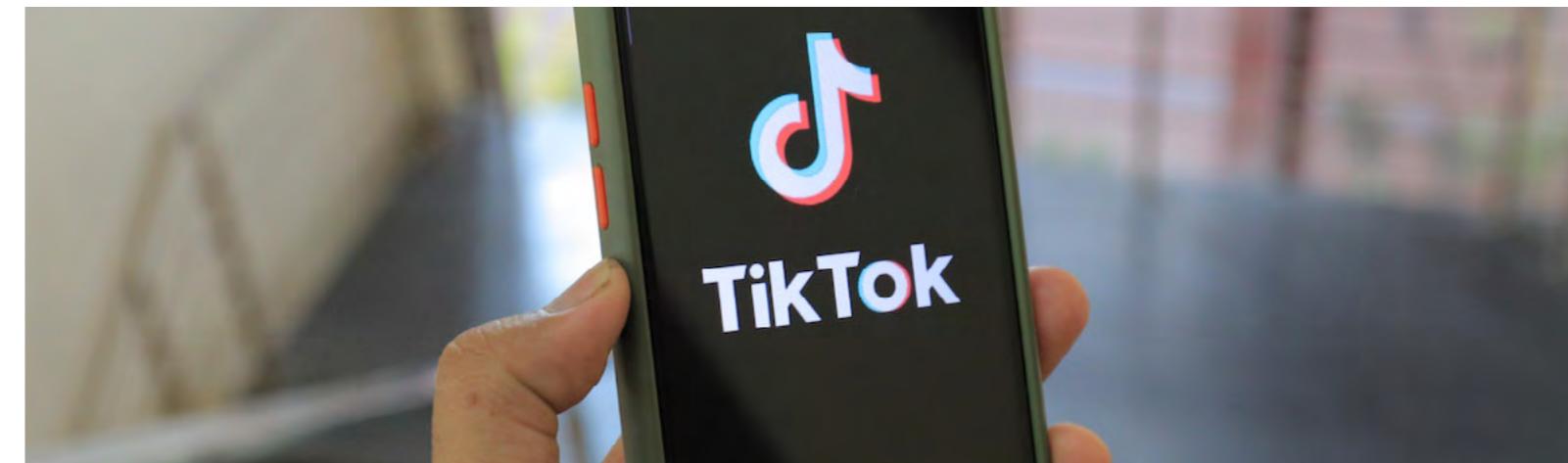
Nabarmenzekoa da zenbait azterlanek erakusten dutela nerabeen erdiak baino gehiagok adierazi duela noizbait pentsatu duela denbora gehiegi ematen duela edukia kontsumitzen, eta hori oso adierazle interesgarria da aisaldi-eskaintzarekin duten erlazioari buruz.

Hor ezin dugu alde batera utzi “Influencers” direlakoien irudia, zeinak giltzarri bihurtu baitira maila guzietan aisialdiaren eta gozamenaren ikuspegitik (hori bai, ez dugu ikusiko nola bihurtu diren haien erreferente).

Nerabe askorentzat, influencer-ak dira haien dibertsio-iturri nagusia, komunitate bat-en parte sentzera ere iristen dira, eta horrek eragin handia du haien pentsaeran, gustuko dutenetan edo erosten dutenetan.

“Nire ustez, Ibai nire familiakoa da (...) gainera oso pertsona ona da (...) ez dut ezagutzen, baina bai, sareez ezagutzen dut eta horrela ezagutzen da jendea”.

“Nik, oro har, inoiz ez dut esperientzia txarrik izan, ea noizbait espero zenuena ez zen zerbaitekin marratu ahal izan duzun tipikoa”



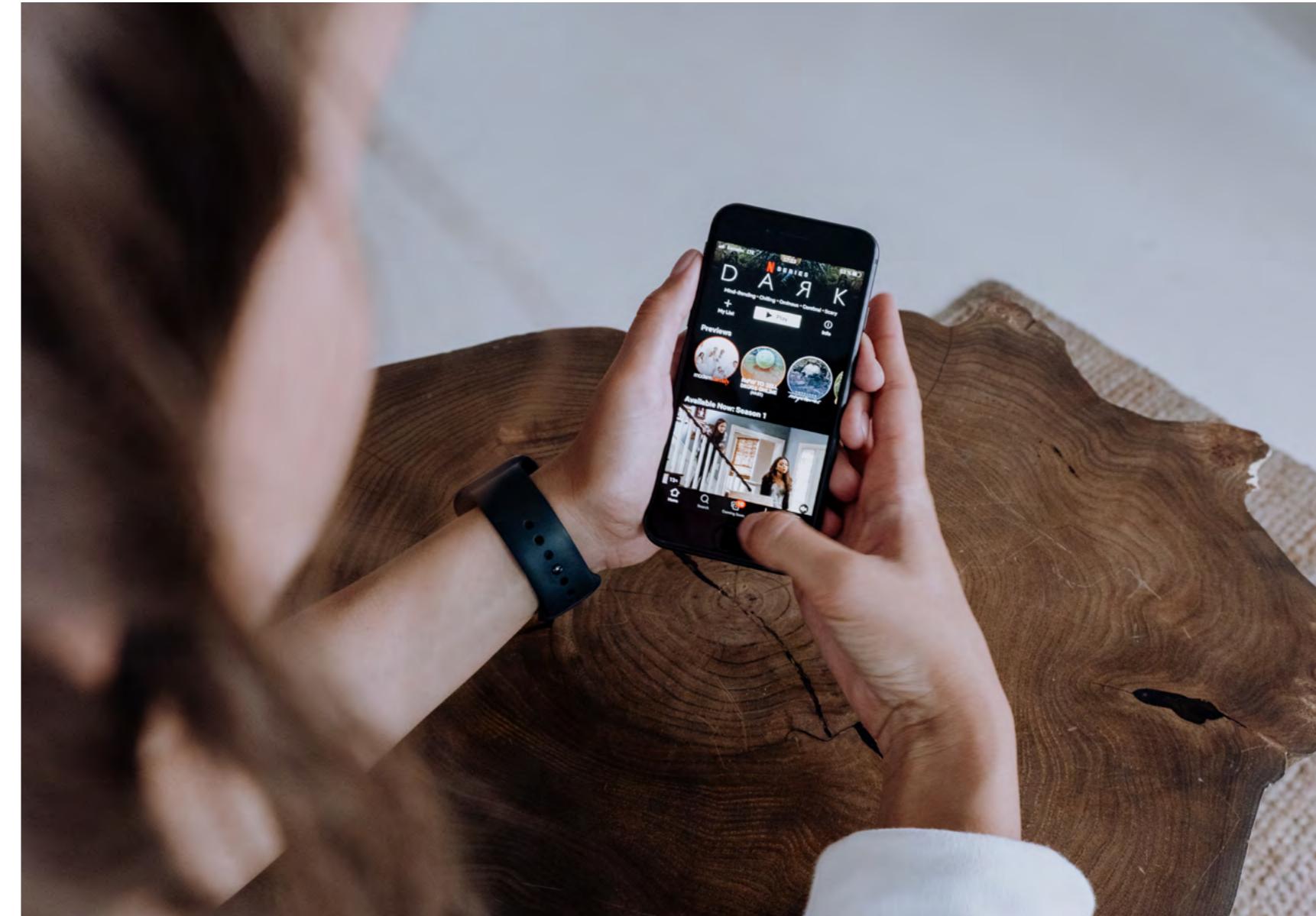


Alde horretatik, ohartzen gara aisia digitalean egiten den gastuaren gastu eta kontrolik eza handiagoak direla nerabe eta gazte urrakorretan eta ikasketa gutxien dituztenetan.

“Nire esperientzia beti izan da ona, ken pasta mogollon bat gastatu eta gero, ez nekielako ordainpeko kanal batera harpidetu nintzela.”

“Uff nire anaiaren eta bioren artean diru mordoa gastatzen dugu, baina hori da daukagun bizio bakarra.”

“Erabiltzaileek ez dute barkatzen edukietarako sarbiderik ez izatea, kontsumo-ohiturak aldatu egin dira”. Hori dela eta, agian, gero eta gehiago dira Internet bidez filmak ikusteko eta musika deskargatzeko web orriak, kalitatezko merkataritzaukerarik ez dagoelako”.







Ocio juvenil y socialización digital, Retos de presente y de futuro
Gazteen aisia eta sozializazio digitala, egungo eta etorkizuneko erronkak

AISIA DIGITALA VS AISIA PRESENTZIALA

Orrialde hauetan zehar ikusi dugun bezala, informazioaren eta komunikazioaren teknologiak gure bizitzako alderdi guztieta sartu izanak aldatu egin ditu aisialdian egindako jarduerak, eta horrek zuzeneko eragina izan du portaera aldaketetan.

Horregatik, aisialdi digitala terminoaren ikuspegi zabal batetik, teknologia digitalen era bilerak eskaintzen dituen aukerekin lotuta dauden aisialdi-aukera guztiak ulertzen ditugu.

Izan ere, kultura digitalaren garapenak, aisialdiko praktika berriak sustatzeaz gain, praktika horiek egiteko modua ere aldatu du.

Aisiak sozializazio-prozesuan dimentsio gisa duen garrantziaren adierazle bat da aisialdiaren eta familiaren arteko harremanak erakutsi duela familia-asisiako jardueren helburua, adibidez, familia barruko harremanen funtzionamendua hobetzea dela. Ez dugu ahaztu behar aisialdiko esperientzia guztiekin emozioen nagusitasuna dutela eta aisialdia emozioen munduan sartzen den biziarena dela.

Ekosistema teknologiko anizkoitz eta dibertsifikatu batean murgilduta bizi gara, eta hainbat jardueratan agertzen da: podcast-a entzutea, telesailak eta filmak eskaripean ikustea, online bideojokoetan taldean jolastea, influencer-en bideoak ikustea, streaming bidez musika entzutea, etab. Aisialdi digitaleko jarduerak gero eta gehiago dira gazteek goza ditzaketenak.

“Nik uste dut eskaintza nahikoa dagoela. Bilatzentjakitea da kontua, lagunek ere gauza bat edo beste atera dela esaten dizute”.

Ocio juvenil y socialización digital, Retos de presente y de futuro
Gazteen aisia eta sozializazio digitala, egungo eta etorkizuneko erronkak



Gazteen aisialdirako ekosistema hori posible da horretarako baliabideak dituztelako.

Izan ere, 15 eta 29 urte bitarteko gazteen %70ek baino gehiagok gutxienez lau gailu ditu aisia digitala kontsumitzeko: smartphone, eramangarri, smart TV, bideo-kontsola, tableta eta abar. Eta gehienek (%79,9) egunero erabiltzen dituzte helburu ludikoetarako.

**“Gazteek beren egunerokotasunean integratu
dute teknologia, komunikatzeko edo informat-
zuko ez ezik, dibertitzeko ere”.**

Kontsumo-aukerak askotarikoak eta askotarikoak dira, eta interesgarriena dena guz-
tiz integratuta dago eguneroko bizitzan. Jarduera ohikoenak musikarekin eta ikus-ent-
zunezko edukiarekin lotuta daude (bideoak, filmak, serieak, etab.).); eta sare soziale-
kin eta bideojokoekin.

**Gazteen aisialdi digitala etengabe
mugitzen eta bilakatzen ari den ere-
mu da, eta ez ditu alde batera uzten
behatu eta monitorizatu beharreko
arrisku eta arazo batzuk.**

Edukiei dagokienez, gazteek adierazten dute aisialdi digital horren arrisku nagusia
eskainitako eduki askoren gehiegizko sexualizazioa dela.

Adingabeek, bereziki, ez dagozkien patroi eta balio batzuk onartzan dituzte, eta ezi-
nezko gorputz edo itxura baten bila eramatzen dituzte.





Horrek era askotako problemak dakartza, hala nola identitate pertsonala eta autoestimua, zeinak irudiaren eta itxuraren arabera eraikitzen baitira. Adingabeek beren erakargarritasunagatik baloratzen ikasten dute, batzuetan egiazko kanonekin bat ez datorren bitarteko bidez emandako erakargarritasunagatik.

Testuinguru horretan, aisialdi digitalak maiz ordezten du teknologia tradizionalenetan oinarritutako aisialdia, eta, maiz, aldatu egiten du aisialdiko jarduera garatzeko modua.

“Musika asko entzuten dut, Youtube, telebista, pirateatutako filmak [...]” ikusten ditut.

“Nik gehiago tiratzen dut lineako serieetan. Gero eta telebista gutxiago ikusten dut, nik eta nire lagunek nahiago ditugu streaming edukiak.”

“Ikus dezagun ez duela zerikusirik; horrela, nik erabaki dut ikusten dudala, ikusten dudanean eta ikusten dudanean.”

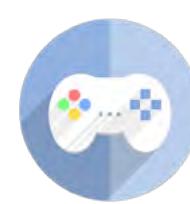
Digitalizazioak, gure bizitzako alderdi guztieta, aisiari dimensio berri bat eman dio, bere ezaugarri tradizionalak aldatzen dituena, eraikuntza digitalera bideratuta.





| 04

AISIALDI DIGITALAREN
HEZKUNTZA-DIMENTSIOA



AISIALDI DIGITALAREN HEZKUNTZA-DIMENTSIOA

Aisialdi digitalarekin lotutako jarduerak kokatzen diren ingurunean, ikaskuntzari balioa ematen diotzen zenbait proposamen agertzen dira, bai ingurune formaletan, bai informaletan eta ez formaletan.

Aisiak ikaskuntza-prozesuetan duen zeregina funtsezko hiru eremutan garatzen da:

- » sare sozialak
- » bideojokoak
- » komunitate birtualak

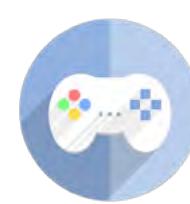
Dimentsio horiek zuzeneko lotura dute hezkuntzaren kalitatearen eta berrikuntzaren parametroekin, eta gizarte informazional eta globalki konektatutako batek dituen erronketan oinarritzen dira.

Oso zaila da egungo gizartea ulertzea aisiak giza garapenaren oinarri gisa duen balioa kontuan hartu gabe.

Izan ere, aisia, esperientzia pertsonal eta fenomeno sozial gisa ulertuta, onura iturri da hainbat dimentsiotan, gure bizi kalitatean zuzenean eragiten dutenak.

Hori guztia sare sozialetarako sarbidea demokratizatzearen baitan dago, eta horrek zuzeneko eragina izan du aisialdiko kontsumitzaileen ohituretan.

Ezin dugu ahaztu aisialdiko jarduerek “gozatzeaz” edo “ondo pasatzeaz” haratago duten potentziala; esate baterako, bizitzarako funtsezkoak diren trebetasun eta gaitasun batzuetan eragin zuzena duten jokabideetan trebatzeko duten gaitasuna.



Parte-hartzea, lankidetza, sozializazioa, sareko ikaskuntza, herritarren ahalduntzea edo ezagutza kolektiboa sortzea dira horietako batzuk. Hezkuntzaren ikuspegitik, sare sozialek munduari irekitako leihoko horrek informazio-mekanismoak abian jartzeko beharra ere eskatzen du, erabiltzaile izan daitezkeenek izan ditzaketen arriskuez kontzientziatzeko.

Gero eta zailagoa da bereiztea zer den eta zer ez den informazio erabilgarria eta kalitatezkoa.

Sareko aisialdiko jarduerak, dibertitza, entretenitza edo sozializatzera bideratutako ikasketa-tresna bihurtzeaz gain, lankidetzan sarean ikastea sustatzen duten mekanismoak ere izan daitezke, eta horrek elkar aberastea dakar ezinbestean.

Izan ere, askotariko erabilera-esperientziak daude, esate baterako, gizarte-sareak ikasgelan. Erabilera horrek onura handiak dakartzan ikaskuntza-testuinguruak hobetzeko.

Tresna horiek ikaskuntza dinamikoago eta erakargarriagoan lan egiteko baliabideak ematen dituzte, parte-hartzaleen motibazioa areagotzen dute eta ikasle gazteek beren iritzia eman dezaten, beste batzuekin harremanak izan ditzaten, irakaslearen galdera bati erantzun diezaioten, gainerako ikaskideekin elkarreraginean aritu daitezen, bideoak edo bestelako multimedia artxiboak argitara ditzaten laguntzen dute.

“Esperientzia asko daude maila horretan, baina aisialdi digitalaz ari bagara, ezin dugu ahaztu jolasetan oinarritutako ikaskuntzari laguntzen dion osagai ludikoa”.

Teknologiarekin zuzenean lotutako gizarte-tresnek kontzeptu berriak barneratzen laguntzen digute. Hala, aisialdi digitala denbora eta dibilitsoia pasatzeko jarduera soiltzat hartu beharrean, ikaskuntzarako gizarte-esparru gisa eratzen da, testuinguru ez-formal edo informaletan.

“Argi dago ikuspuntu hori bizitza osoko ikaskuntzan pisua jartzen duen korrontearen barruan sartzen dela, zeharkakotasun-izaera hartzen duen oinarrizko kontzeptua baita”.

“Belaunaldi digitalaren aurrean gaude, zergatik ez ditugun aprobetxatzen aisiarekin lotutako dimentsio horiek, hezkuntza-mailan abantaila handiak ekar baititzakete”.

Hona hemen kontuan hartu beharreko alderdi batzuk:

- » **Irudiak.** Funtsezkoak sinbolismo teknologikoan
- » **Hipertestua.** Informazioa antolatzeko modu bat da, idazketan eta ikaskuntzaren bitarteko linealean erabiltzen dena ez bezalakoa.
- » **Konektitatea.** Sorkuntza digitala sinkronikoki eta asinkronikoki konektatutako mundu baten parte da. Bi konexio mota horiek aukera desberdinak eskaintzen dituzte informazioa eta harreman sozialak eskuratzeko. Horregatik da garrantzitsua informazio-alfabetizazioa.
- » **Ekintza etengabea.** Belaunaldi digitalak ohitura daude ekintzara berehala pasatzera, eta horrek eragin zuzena du aisialdi digitaleko jarduerak planteatzean.
- » **Problemak ebazteko orientazioa.** Akatsa erabiltzen ikastean datza irtenbidea bilatzeko estrategia gisa.
- » **Berehalako saria.** Jarduera gamifikatuak planteatzeko oinarrizko alderdia.

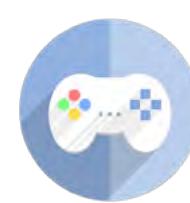
Ez dugu ahaztu behar aisialdi digitaleko jarduerak ingurune formaletatik kanpo eginen direlako nabarmentzen direla; horretarako, beharrezko da irakasleak hezkuntza-berrikuntzaren baliabide gisa prestatzea.

Baliabideak ez dira nahikoak, maila pertsonalean nahiz sozialean etekinak aprobatutzeko behar diren trebetasunak eta ezagutzak ez baditugu.



| 05

BALIOETATIK ABIATUTA
+ AISIA DIGITALA LANTZEA



BALIOETATIK ABIATUTA AISIA DIGITALA LANTZEA

Gidaliburu honetan argi eta garbi ikusten badugu entretenitzeko moduak errotik aldatu direla azken hamarkadetan:

Aisialdia teknologiaren erabilera markatzen du. Batzuetan, aisaldi digitala offline ekintzen on line translaziora mugatzen da, baina badira ingurune digaletan bakarrik egin daitezkeen bestelako aisialdiko jarduerak.

“Niri ez galdetu irratiaz, nik podcast-ak entzuten ditut”

Zertaz ari gara balioez ari garenean?

Berrikuste bibliografikoaren prozesuan identifikatu ditugun definizio batzuk berriku-siko ditugu, adibidez, Carlos Diazek egindako proposamena (2001:51), asko gustatu zaiguna, balio hau definitzen baitu:

«Balioa da nire bihotza mugitzen duena, nire bizitza imitatzen dueña, existitu, izan, mugitu egiten nauena. Zenbat eta baliotsuagoa izan niretzat, orduan eta gehiago urruntzen da nire horizontetik».

Kontzeptuzko hurbilketa horien arabera, balioak portaera- eta jarrera-arauak dira, eta horien arabera jokatzen dugu, eta bat datoaz egokitxat jotzen dugunarekin.

Jaiotzean, ez gara ez onak ez txarrak. Gurasoen, hezitzailleen eta bigarren mailako ikasleen laguntzarekin, ondo dagoena eta gai zki dagoena ikasten joango gara, zer egin behar dugun eta zer ez dugun egin ikasiko dugu, zerbait egiten ikasiko dugu eta, jakina, parametro jakin batzuen pean bizitzen.



Balioetan oinarritutako hezkuntza da gizarte zibikoagoak eta demokratikoagoak sortzeko bide ematen duten jarraibide moralak ezartzen dituen prozesuan ezartzen dena. Balioetan oinarritutako hezkuntzak, beraz, tolerantzia eta ulermenaren sustatzen ditu gure desberdintasun politiko, kultural eta erlijiosoaren gainetik, eta arreta berezia jartzen du giza eskubideen defentsan, gutxiengo etnikoen eta talde ahulenen babesean eta ingurumenaren kontserbazioan.

“Aisia balioekin? Egia esan, ez dut inoiz zilarreztatu”.

Ikuspuntu hori beste ikerlari batzuen ildoan dago. Haien ustez, “**balioak jokabide-moduei eta bizimodu desiragarriei buruzko ikuskerak, sinesmenak eta printzipioak dira, eta horiekin lotura emozional handia du pertsonak, eta haietatik gidatzen du bere pentsamendua eta bideratzen du bere ekintza**”.

Pertsonek beren ekintzei jarraipena ematen dien eta heldutasun-prozesuetara eta gizarte- eta kultura-aldaketetara egokitzen den balio-sistema bat osatzen dute.

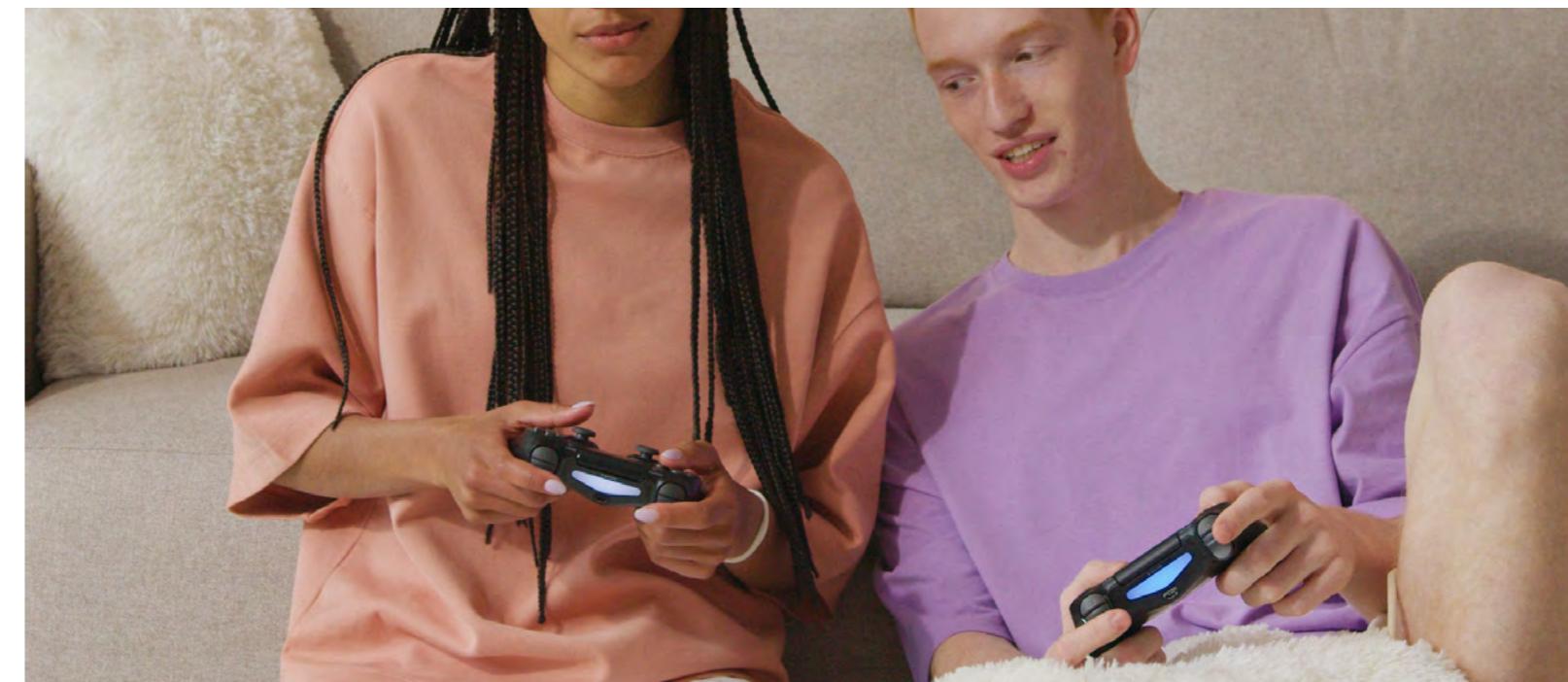
Kontsumo anizkoitza, aldi berean zenbait edukitatik, oso hedatuta dago, eta kontsumo horren barruan badira gizartea onartzen ez dituen portaerak hezkuntza-balioa goresten duten balioekin bat datozenak.

“Adin-tarte bereko gazteen %70ek baino gehiagok, gutxienez, lau gailu ditu: smartphone, ordenagailu eramangarria, ‘smart TV’, bideo-kontsola edo tableta, beste askoren artean (%79,9), jolaserako erabiltzen dituzte.”

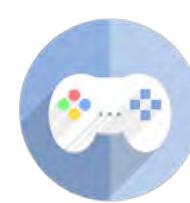
Adibidez, pornografiarako sarbidea edo on line apustuak dira gure gizarteetako aisia-ren balioa ahultzen duten jokabideak.

Balioen galera hori balio-sistemaren pixkanakako aldaketa bultzatzen duen kontsumo-industria baten garapenean dago?

Balioak dituen aisialdiaren pedagogiak gai izan behar du helburu desberdinei heltzeko, hala nola, gazteen prestakuntza- eta gizarte-garapena hobetzea, gazteen interesai eta beharrei erantzuteko.







NORTASUN PERTSONALA ETA SOZIALA ERAKITZEN AISIALDIAREN BIDEZ

Gizarte-zientzien oinarrietako batek paradigma gisa ezartzen du gizakia sortu zenetik izaki soziala dela.

Horrek esan nahi du izaki sozial gisa bizi garela eta prozesu horretan besteekin eta gure ingurunearekin harremanak ezartzen ditugula. Beraz, besteekiko elkarrenagina sozializazio-prozesu jarraitu bihurtzen da.

Sozializazio-prozesuak portaera sozialak dakartzat berekin, arau eta balio batzuen arabera ezarriak, eta horiek ezinbestez barneratzen dituzte portaera bihurtzen diren kultura-eredu batzuk.

Nerabezaroan eraikitzen dugu gure nortasuna ezagutza-prozesu baten ondorioz, baina baita gizarte-interakzioarekin lotutako alderdien ondorioz ere.

"Egia da gaur egun gauzak aldatu egin direla eta gizarte-sareetan ematen den denborak garrantzi handia izango duela gatztearen nortasuna, balio-sistema, sinesmenak, itxaropenak, munduan egoteko modua eta abar zehazteko orduan.

Gailu mugikorren batez besteko erabilera ia 3 ordura igo da, azken datuen arabera.

"Nerabeen arteko identitate mugigarriez hitz egin dezakegu, eta, izatez, ezin dugu alde batera utzi kolektibo baten nortasuna definitzean, nortasunari eta balioak eskuratzeari dagokienez".



Horregatik, pentsamendu kritikoa funsezko dimesnisoia da hezkuntza-prozesuetan, baita nerabeek beren aisia-ekintzak planifikatzerakoan ere.

“Pentsamendu kritikoak lagundu egiten digu argudio kaskar eta distiratsuen artean bereizten, baliozko informazioa baztergarritik bereizten, aurreiritziak desmuntatzen, ondorio ondo oinarrituak aurkitzen, alternatibak sortzen, komunikazioa hobetzen eta, azken batean, gure pentsamenduaren jabe izaten eta horren arabera jarduten.”

Nerabeei gaitasun hori eskuratzeko prestakuntza ematea ahalbidetuko die, eta beren kabuz erabakitzeko gaitasuna emango die zerbait ikusten ez duten, gaizki iruditzen zaien edo erabil dezaketen... Izan ere, teknologia eta aisialdi digitala ez dira berez “txarrak”; nahikoa da gazteen eskura jartzen diren baliabideak egoki erabiltzen irakastea.

Aisia baliabide garrantzitsua da gaur egun garapen pertsonal, sozial eta ekonomikorako. Sareko gizarte batean, ikaskuntza da eta modu integralean egin behar da, eta, beraz, aisia digitala ikaskuntza informal, formal eta ez-formal gisa hartu behar da.

Aisialdia izatea bizi-kalitatearen definizioaren funsezko alderdietako bat da, bai helduentzat, bai gazteenentzat, azken horietan eragin handiagoa baitu.

Horregatik, gazteek informazio kritikoa erabili behar dute hausnarketa zuhurra egiteko eta etikoki jarduteko, eta hori ez dator bat oso ondo pasatzearekin.



Testuinguru horretan, hainbat funtzi bereizten ditugu:

1. Informatiboa.
2. Motibaziokoa.
3. Emozionala.
4. Balorazioa.
5. Eragina.

Gaur, benetako pedagogia soziala premiazkoa da. Nerabeek beren aisialdia oro har berreraikitzea zer den ikasiko dute, protagonista izateko eta ez soilik kontsumitzaile izateko.

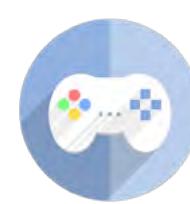
Alde horretatik, Bauman bezalako autoreek diotenez, gaur egun bizi den kultura baten aurrean, **“abiadura eta eraginkortasuna nagusitzen dira pazientzia eta pertseberrantzia baino, gehiegizko eta xahutzera jo behar duen kontsumitzaileen ekonomia batean, bizimodu azeleratu horietan sortzen diren behar, bulkada, konpultsio eta mendekotasun berriak asetzeko”**.

Izan ere, ezin dugu ahaztu gazteak ezinbesteko etapa bat direla, eta denbora librea erabakigarria dela gazteen belaunaldi batzuen eta besteen arteko desberdintasunak ikusteko.



| 07

BIBLIOGRAFÍA



BIBLIOGRAFÍA

- » Cortés, E. (2021). *Zergatik ez gara online jolasten? AnaitGamesen argitaratu-tako artikulua.* <https://www.anaitgames.com/opinion/por-que-no-jug-online>.
- » Cuenca, M. (2014). *Aisialdi baliotsua. Aisialdi ikasketen agiriak*, 52. Bilbo. Deustuko Unibertsitatea.
- » Gradaillé, R., Varela, L. eta De Valenzuela, A. (2016). *Irakasleek eta familiiek derrigorrezko bigarren hezkuntzaren ondoko ikasleen eskola- eta aisialdi-denborei buruz duten kezka. Irakasleen prestakuntzarako unibertsitate arteko aldizkaria*. 86. 49-62.
- » Livingstone, S., Bovill, M. (2001). *Children and their changing media environment. A European comparative study*. Londres, Lawrence Erlbaum Associates.
- » McMillan, S.J. Morrison, M. (2006). "Coming of age with the internet: a quantitative exploration of how the Internet become an integral of young people's lives". *New Media & Society*, 8(1), 73-95.
- » Melendro, M. (2014). *Globalizazioaren aroan helduarora igarotzea: gizar-te-hezkuntzako ekintza gazte ahulekin*. Pérez Serrano, G. Juanas Oliva, A. (arg.) *Educación y Jóvenes en tiempos de cambio* (7-15 orr.). Madril. UNED.
- » Melendro, M. García-Castilla, F.J. eta Goig, R. (2016). *IKTen erabilerak gazte ahulen itxaropenetan duen eragina*. *Revista española de Pedagogía* 74 (263) 71-89.
- » Rheingold, H. (2002). *Smart Mobs The next social revolution*. Cambridge, MA: Perseus Publishing.
- » Scannell, P.: "Big Brother as a television event." *Televisión & New Media* bol. 3 (2002), 3, or. 271-282.



- » Tabernero, C. Sán-Navarro, J., Aranda, D.: Tubella, I. (2009a). "Komunikazio-praktikak pantaila ugariko testuinguru bihurtzea". 2009ko aparteko tri-podoak: 1011-1020.
- » Tabernero, C. Sán-Navarro, J., Aranda, D.: Tubella, I. (2009b). "Media practices, connected lives". Non: Cardoso, G. Cheong, A., Cole, J. (arg.)
- » World Wide Internet: Changing Societies, Economoies and Cultures. Macau, Macauko Unibertsitatea.
- » Tabernero, C. Sán-Navarro, J., Tubella, I. (2008).
- » The young and the Internet: Iraultza hasiera-hasieran. Householdean al-daketa soziokulturala sortu behar da. Behatokia (OBS*) Journal 6:

www.moviendote.org