

Información disponible sobre la economía del ocio juvenil: Rastreo bibliográfico

Ignacio Megías Quirós
Investigador social y economista

Las numerosas actividades en las que los y las jóvenes ocupan, especialmente durante los fines de semana, su tiempo de ocio, conforman un sector económico de creciente e innegable importancia. Las características de este sector condicionarán de forma definitiva tanto los espacios y momentos en los que se llevan a la práctica tales actividades, como la propia naturaleza de esas actividades. Todo ello provoca que, junto a acercamientos al fenómeno desde la sociología, la psicología o la antropología, debamos tener en cuenta aspectos meramente económicos para abordar el tema de la manera más completa posible. Tal convencimiento nos llevó a realizar un rastreo bibliográfico sobre la información de la que se puede disponer al respecto, necesaria contextualización de un tema de múltiples aristas y primer acercamiento a un subsector económico de gran relevancia.

Palabras clave: Ocio, Jóvenes, Economía, Oferta, Demanda, Datos disponibles, Rastreo bibliográfico.

La decisiva importancia que las características económicas del ocio adquieren a la hora de configurar el espacio ocupado y el tiempo empleado, así como la consideración de dicho tiempo de ocio como tiempo de consumo, hace imprescindible un acercamiento a esta realidad desde una perspectiva económica. Son escasos los estudios que abordan este asunto adoptando una perspectiva que aglutine oferta y demanda, lo que confiere especial interés a cualquier búsqueda de aquellas pistas que puedan constituirse en cimientos sobre los que construir futuras investigaciones.

De la escasa especialización de los datos existentes arranca la principal dificultad que cualquiera que pretenda acercarse al tema que nos ocupa debe afrontar. Todas las estadísticas al respecto suelen estar fundamentadas en datos muy genéricos y, especialmente en lo que a muchos tipos de oferta se refiere, resulta muy complicado obtener esos mismos datos desagregados por edades (algo que pretendíamos por ser la juventud el sector que

ocupa nuestro estudio). Ninguno de los organismos consultados pudo aportar más que datos aproximativos o genéricos (en el mejor de los casos) y sobre ellos hemos de construir nuestra búsqueda. Conviene, por tanto, mostrar cierta cautela ante los datos que obtendremos tras las referencias indicadas, pues si bien tenemos bastantes indicios acerca de en qué cosas suelen gastarse su dinero los jóvenes, no resulta tan fácil averiguar el peso específico que tal sector poblacional representa respecto a los ingresos y al volumen de negocio de aquellos que viven, directa o indirectamente, del ocio. De cualquier modo, las cifras que muestran los cuadros, tablas y gráficos ocultos tras las referencias encontradas, señalan la importancia de un sector económico que pone en juego grandes cantidades de dinero. El ocio es un negocio.

El rastreo bibliográfico que a continuación presentamos no tiene más objetivo que el de presentar, de una forma ordenada, aquellas pistas que puedan orientar una introducción más

profunda en el tema, así como aportar un nuevo contexto de análisis al conjunto de perspectivas que se han abordado. No pretende, por tanto, presentar los datos en sí ni realizar una interpretación de los mismos, de la misma manera que se centra en aquellos que reflejan cierta representatividad económica, obviando otros muchos que, pese a mostrar gran interés sociológico, no encajan en el objetivo de la búsqueda.

1. La demanda

La importancia que adquiere el gasto de los y las jóvenes en ocio debe considerarse no sólo en base al volumen total de negocio que generan, sino también en función del peso específico que dichos gastos representan respecto al dinero del que disponen. Independientemente de que unos dispongan de más o menos dinero, la importancia del gasto en actividades de ocio residirá en qué parte de tal presupuesto dedican a dichas actividades lúdicas. Por ello, tras averiguar la disponibilidad económica semanal de los y las jóvenes (Elzo y otros, 1999, p. 83; datos desgregados en género, edad y situación familiar. Conde y Callejo, 1994, p. 23; datos desgregados en edad y situación económica), y el grado de autonomía de tal disponibilidad económica (Elzo y otros, 1999, p. 81, 82; aporta la comparativa de dichos datos entre los años 1994 y 1999 y los datos desgregados en género y edad. INJUVE-CIS, estudio 2302, que aporta el nivel de ingresos y procedencia de los mismos, para una población de 15 a 29 años y para el año 1998. INJUVE-CIS, estudio 2265, que aporta el dinero que les dan los padres para gastos y la fuente de ingresos, para una población de 15 a 29 años y el año 1997), habremos de indagar sobre el grado de importancia que conceden al ocio (Elzo y otros, 1999, p. 360; datos desgregados por género y edad) y la valoración del tiempo libre (INJUVE-CIS, estudio 2302, 1998, 15-29 años) para establecer un primer acercamiento al peso relativo que tal actividad representa. Conociendo cuáles son sus actividades preferidas en el tiempo libre (Aguinaga y Comas, 1997, p.99;

datos desgregados por género y edad), qué tipo de actividades relacionadas con el ocio les atrae "bastante" o "muchísimo" (de Miguel, 2000, p. 288-291; datos desgregados en edad, género y nivel de estudios), cuáles son sus aficiones y entretenimientos (Informe SGAE, 2000, p. 151; datos que reflejan la práctica general y la práctica en los tres últimos meses, válidos para los años 1997 y 1998), cuáles son las actividades practicadas habitualmente (Elzo y otros, 1999, p. 366-368; datos desgregados por género, edad, clase social, ocupación y autonomías. Álvarez, Azofra y Cuesta, 1999, p. 89-92; gráficos desgregados en género, edad, estudios, hábitat, situación económica y situación de convivencia. CIS, estudio 2280, con datos sobre las actividades que practican y las que les gustaría practicar, diferenciados en periodos de fin de semana o entre semana y válidos para el año 1998. INJUVE-CIS, estudio 2265, que refleja las actividades de ocio que se realizan, al menos, una vez al mes, señalando el dinero que se gasta en ello y la persona que cubre tal gasto, con datos para una población de 15 a 29 años y el año 1997), qué número de horas dedican a las diversas actividades de ocio (INJUVE-CIS, estudio 2302, 1998, 15-29 años), cuál es la diferencia entre las actividades que les gustan y las actividades que practican (Elzo y otros, 1999, p. 363), y cómo se puede establecer una clasificación de las actividades de ocio practicadas por los jóvenes según contexto y grado de expansividad (Elzo y otros, 1999, p. 361), obtendremos un acercamiento más concreto a la realidad del ocio juvenil. Sabiendo ya cuáles son las actividades que prefieren y practican, parece razonable indagar si es en dichas actividades en las que gastan su dinero y, de ser así, cuánto. Así, sabemos cuál es el índice de consumo en ocio y diversiones (Álvarez, Azofra y Cuesta, 1999, p. 95, 96, 86; datos por niveles porcentuales de consumo y desgregados en género, edad, situación económica, situación de convivencia y situación ocupacional), cuáles son las cosas en las que gastan más dinero al mes (Martín Serrano, 1994, p. 247, 248; gráficos desgregados en edad y género, con datos de 1991), cuáles son los

gastos y compras que realizan durante el mes (Conde y Callejo, 1994, p. 24-31; datos disgregados en frecuencia, media, cantidad y porcentaje sobre el gasto juvenil, además de estar explicados en diversos gráficos), cuál es el gasto medio mensual en diversas actividades de ocio (Álvarez, Azofra y Cuesta, 1999, págs. 87, 88, 92, 93; datos disgregados en género, edad, situación económica y situación de convivencia. INJUVE-CIS, estudio 2265, que muestra el dinero que gastan en las actividades de ocio que realizan con más frecuencia), e incluso podemos acceder a un ranking de los consumos mensuales de tal sector poblacional (Conde y Callejo, 1994, p. 78. Martín Serrano, 1991, p. 40).

Una vez conocidos los datos más actuales a los que podemos acceder, podemos sopesar la importancia de los mismos (el crecimiento o decrecimiento de su peso específico respecto al total de los gastos) comparándolos con datos de décadas anteriores. En este sentido, tenemos los datos sobre los gastos de los jóvenes por épocas y orden de importancia para los años 1974, 1977, 1982, 1986 y 1991 (Martín Serrano, 1994, p. 243, y disgregados por género en p. 246), la comparativa de los jóvenes que consumen al menos alguna vez al mes productos y servicios concretos para los años 1983 y 1992 (Conde y Callejo, 1994, p. 32, 33), los datos porcentuales sobre el consumo juvenil en ocio y diversiones en los últimos cinco años y en los últimos quince años, tomando como referencia los años 1983, 1992 y 1997 (Álvarez, Azofra y Cuesta, 1999, p. 93, 94) y, yéndonos algo más atrás, la estructura del gasto en servicios de ocio para el año 1980-1981 (Zorrilla, 1990, p. 78; gasto total de los hogares).

A partir de todos estos datos, podemos concluir que existen toda una serie de actividades de ocio (asistencia a bares y discotecas, cine, teatro, conciertos, espectáculos deportivos...) respecto a las cuales los jóvenes desempeñan un muy destacado papel como consumidores, llegando a establecerse un perfil de los consumidores de cada una de esas actividades para dicho sector poblacional (Álvarez, Azofra y Cuesta, 1999, p. 95).

En el contexto de la actividad de ocio y diversión

conocida como marcha (principalmente), el consumo de alcohol y tabaco por parte de los jóvenes se incrementa. Para contrastar tal afirmación y establecer la justa medida de la misma, podemos acudir a los datos que nos proporcionan el INJUVE y el CIS sobre el hábito de consumo de bebidas alcohólicas (estudio 2302 del CIS; datos para una población de 15 a 29 años y el año 1998), con los que podríamos contrastar la importancia del consumo durante el tiempo de ocio, así como a diversos datos sobre el hábito de fumar que contrasten tal afirmación (INJUVE-CIS, estudio 2302; datos para una población de 15 a 29 años y el año 1998). Además, también podemos acceder a las encuestas (a nivel estatal) de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional Sobre Drogas: Encuesta Domiciliaria (población general de 15 y más años) 1995, 1997 y 1999, y Encuesta Escolar sobre Drogas (población 14-18 años escolarizada) 1994, 1996 y 1998. Las prevalencias de consumo de alcohol y tabaco se miden en "consumo alguna vez", "consumo en los últimos 12 meses" y "consumo en los últimos treinta días". Aporta datos sobre la cantidad de personas que "han consumido alcohol" o "fuman" en esos periodos y, probablemente, pudiera reflejar la intensidad de tales consumos, además de disgregarlos por edad y género, aunque los datos sólo están disponibles parcialmente. También a nivel estatal aportan datos los estudios "La Percepción Social de los problemas de drogas en España" (FAD, 1999) y " Los Valores de la sociedad española y su relación con las drogas" (Fundación La Caixa/FAD, 2000), de los que también se podrían extraer datos de prevalencias de consumo (alguna vez, en el último año y habitualmente) para el grupo de edad correspondiente. A este respecto existen otros muchos estudios relativos a territorios y grupos específicos de población que, junto a los anteriores y con las cautelas metodológicas correspondientes, permitirían estimar ciertas tendencias evolutivas sobre la demanda-consumo de estas dos sustancias que tienen un importante correlato económico, vinculado de forma significativa a los tiempos de ocio (aunque no sólo).

2. La oferta

Observando las actividades que configuran las preferencias del gusto juvenil respecto al tiempo libre, podemos realizar un acercamiento al volumen de negocio que tales actividades representan. Conviene señalar, como ya hemos mencionado anteriormente, que los datos existentes al respecto no siempre estarán desagregados por edades, por lo que el acercamiento a los mismos habrá de ser considerado en su justa medida, la que corresponde al conjunto de la población. De la misma manera, muchos de los sectores económicos señalados (especialmente aquellos referidos a las actividades de ocio relacionadas, directa o indirectamente, con el consumo de alcohol y tabaco) pueden resultar excesivamente genéricos o escasamente específicos, pero esto es algo que responde a la prácticamente inexistente especialización de dichos datos. Asumiendo la infinita red de las más diversas empresas de bienes o servicios que, de una forma más o menos directa, se benefician del dinero que genera el ocio y la diversión, y la imposibilidad de abarcar todas ellas, centramos el acercamiento en los grupos más básicos (bares, pubs y discotecas; cine, teatro y música; actividades deportivas y de asociacionismo), prestando especial atención a aquellos que mayor volumen de ingresos generan, por ser el tema que nos ocupa.

De cualquier modo, siendo conscientes de que el sector juvenil adquiere un peso específico especialmente relevante para la mayoría de las categorías a continuación mencionadas, sirvan los datos que se esconden tras las referencias mencionadas como interesante contextualización del debate.

A) BARES, Pubs, DISCOTECAS Y SALAS DE FIESTA:

Resulta complicado establecer el volumen de negocio que este sector representa, así como la evolución del mismo, principalmente por la escasa definición de aquellos establecimientos que se dedican a este tipo de actividades (no es fácil

acceder a las estadísticas de los bares, pubs, discotecas...) y por la amplia variedad de locales que, de una u otra forma, de manera más o menos directa, cubren un espacio muy similar del ocio juvenil. Posiblemente, sólo en base a las especificidades impositivas de cada tipo de local se pueda establecer una clasificación y cuantificación de los mismos, para lo cual habría que acceder a los datos que proporcionara el Ministerio de Economía y Hacienda.

Sólo hay un punto de unión que aglutina toda esta gama de establecimientos bajo una misma etiqueta: el consumo de alcohol por parte de los clientes es su principal fuente de ingresos. En este sentido, en el Instituto Nacional de Estadística (INE), en el Directorio General de Empresas (DIRCE), la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-93) recoge una categoría denominada Establecimientos de bebidas (Sector 55, Actividad 554), en la que están incluidos los bares y que, pese a ser bastante genérica, puede aproximarnos a la realidad de tal sector. Así, en el DIRCE podremos encontrar el número de empresas que responden a dicha categoría (Tomo I, p. 44), así como el número de locales que también se adaptan a la práctica de tal categoría (Tomo II, p. 38), con datos totales y desagregados por el número de asalariados de la empresa o local y correspondientes a todos los años hasta 1999 (los mismos datos correspondientes a años diferentes suelen coincidir en la misma página, lo que facilitará un posible estudio comparativo). De igual modo, el código 923 de la CNAE-93, denominado genéricamente "Otras actividades artísticas y de espectáculos", recoge en su seno a las discotecas.

Aceptando la importancia que el consumo de alcohol en el tiempo de ocio y diversión juvenil tiene respecto a los ingresos de aquellas empresas que se dedican a la elaboración y comercialización de dicho producto (y calibrando la representatividad de tal afirmación en función de las estadísticas de consumo cuyas reseñas reflejamos en el apartado de la demanda), nos acercamos a los datos de tales empresas por lo que puede suponer como marco de referencia respecto al aumento o descenso del volumen de negocio del sector.

De la Encuesta Industrial de Empresas del INE obtendremos los datos de aquellas dedicadas a la Elaboración de bebidas alcohólicas (Sector 14, p. 56) desagregados respecto al negocio, los ingresos, los consumos y las personas ocupadas, en datos anuales hasta el año 1998. En la Encuesta Industrial de Productos del INE encontraremos la cantidad producida y el valor de las diversas clasificaciones de productos alcohólicos: Aguardientes, licores y alcoholes procedentes de fermentación (Sector 14, p. 29); Vinos (Sector 15, p. 31); Sidra (Sector 16, p. 33) y Cerveza y malta (Sector 17; p. 35), en datos anuales hasta el año 1998.

Para calibrar la evolución del consumo y producción de alcohol en España en las últimas décadas (resaltable por lo que pudiera tener de explicativo respecto a la evolución del consumo juvenil durante el tiempo de ocio), cabe destacar la aportación que supone el artículo titulado Estimación de la evolución de la producción, el consumo, y los problemas asociados al alcohol en España desde el año 1950 hasta el año 2000 (Comas, 2000), que además de desarrollar un planteamiento explicativo del signo pasado y futuro de dicha evolución, propone una batería de estimadores que considera adecuados para realizar las estimaciones oportunas sobre la evolución del consumo de alcohol: total de ingresos de explotación de la industria de bebidas alcohólicas y total de impuestos especiales; población activa ocupada en hostelería y su distribución regional; Panel de Consumo Alimentario del MAPA; defunciones por cirrosis y su distribución regional; y las condenas por conducción alcohólica.

Si aceptamos, en función de los datos que aporten las referencias sugeridas en el apartado de la demanda, que el consumo de tabaco entre los jóvenes se incrementa en el contexto de las actividades de marcha (encuadradas, fundamentalmente, en el sector que estamos tratando), las cifras de ingresos y producción de tal producto podrían resultar interesantes. Tanto en la Encuesta Industrial de Empresas (INE), como en el Directorio Central de Empresas (INE), encontramos una categoría denominada Industria del Tabaco (Sector 16, Actividad 160). En la primera encontramos datos (anuales hasta 1998)

disgregados para los ingresos, el negocio, los consumos y las personas ocupadas (Encuesta Industrial de Empresas, p. 58). En la segunda encontramos datos (anuales hasta 1999) totales y disgregados en función del número de asalariados, tanto para las empresas (DIRCE, Tomo I, p. 32), como para los locales (DIRCE, Tomo II, p. 26). Además, la Encuesta Industrial de Productos (INE) ofrece datos (anuales hasta 1998) de la cantidad producida de tabaco y el valor de la misma (Sector 19; p. 39).

B) LAS INDUSTRIAS CULTURALES: MÚSICA, CINE, TEATRO Y OTRAS.

Antes de centrarnos en los diversos sectores que podrían agruparse bajo el epígrafe de ocio "cultural", conviene mencionar el planteamiento que aporta el libro La Industria de la Cultura y el Ocio en España: su aportación al PIB (García, Encinar y Muñoz, 1997, Datautor) que, además de sugerir la manera de medir el peso económico de dicho sector (combinando fuentes estadísticas y fuentes fiscales, en un enfoque que considera tanto el enfoque de la producción como el de la renta), aporta datos al respecto, clasificados en función de la fuente de medición empleada. Así, presentan varios cuadros que reflejan y clasifican las diversas actividades relacionados con la industria de la cultura y el ocio (adoptando el IVA como fuente de medición: págs. 35-39; adoptando el Impuesto de Sociedades como fuente de medición: págs. 51-55), aportando datos sobre el número de empresas, el valor de las ventas, el valor añadido y el número de asalariados, válidos para los años 1992 y 1993 y cuyos resultados están resumidos en dos cuadros sobre la importancia económica de la industria de la cultura y el ocio (p. 69-70).

También aporta la valoración conjunta de las actividades culturales (p. 41 para el IVA y p. 57 para el Impuesto sobre Sociedades) y el peso relativo de las actividades culturales y de ocio respecto del total de la economía (p. 43 para el IVA y p. 58 para el Impuesto sobre Sociedades), además de una comparación de la importancia de la industria de la cultura y el ocio con otros sectores de la economía española en función del valor añadido (p. 61-62).

Encontramos datos generales y conjuntos sobre la evolución de la producción y consumos culturales en el Informe España 1997 de la Fundación Encuentro (p. 667), tabla que incluye producción editorial, bibliotecas, cines, teatros y museos, todo ello para los años 1990-1997.

B.1- CINE

La Sociedad General de Autores y Editores (SGAE) y la Fundación Autor presentan los siguientes datos relacionados con el cine:

- Frecuencia de asistencia, desgregados por Comunidades Autónomas y por sectores sociales (Informe SGAE, 2000, págs. 74 y 78).
 - Evolución de la exhibición cinematográfica en España 1966-1998, que recoge datos sobre el número de pantallas, número de películas, número de espectadores, grado de asistencia, gasto medio por espectador y recaudación (Anuario SGAE 1999, p. 251).
 - Número de cines y distribución según el número de salas/pantallas, datos de los años 1994, 1995, 1996, 1997 y desgregados por Comunidades Autónomas/Provincias (Anuario SGAE 1999, p. 255-259).
 - Evolución del número de espectadores según hábitat, totales y porcentuales para los años 1997 y 1998 (Anuario SGAE 1999, p. 268).
 - Datos generales de recaudación 1998, desgregados por CCAA/Provincias, total de pesetas, media por pantalla, media por sesión, entrada y gasto por habitante (Anuario SGAE 1999, p. 276-277).
 - Caracterización sociológica de los asistentes al cine, datos porcentuales que reflejan el perfil (edad, clase social, nivel de estudios) de aquellos que van al cine más de tres veces al mes y aquellos que no van prácticamente nunca (Anuario SGAE 1999, p. 270). Interesantes, pues reflejan que los jóvenes son los que van al cine con más frecuencia.
- El Informe España 1997 de la Fundación Encuentro aporta otros datos:
- Evolución de la comparación de la tasa de espectadores de cine por 10.000 habitantes con la media nacional (1980-1996), datos por CC.AA. (Informe España 1997, p. 761).

- Evolución de la comparación del número de cines por 100.000 habitantes con la media nacional (1980-1996), datos por CC.AA. (Informe España 1997, p. 762).
 - Número de salas de cine 1994, datos por CC.AA. y desgregados por totales, número de salas en municipios con menos de 1.000 habitantes, porcentaje sobre el total de salas de la CC.AA. y porcentaje de municipios con menos de 1.000 habitantes con sala de cine.
- Además, en el CIS podemos encontrar los datos comparativos de la asistencia al cine, en comparación con hace dos años (estudio 2324, año 1999).

B.2- MÚSICA

- Aquellas actividades de ocio relacionadas con la música podrían dividirse en dos grandes grupos: el que implica la compra de grabaciones musicales en cualquiera de sus soportes (además de la posesión del equipo necesario para su reproducción, aunque obviaremos este aspecto) y el que supone la asistencia a conciertos, recitales o locales a los que se acude a escuchar música. Respecto al primero de los grupos, podemos disponer de los siguientes datos:
- Posesión de discos por hogar en 1998 según clase social y Comunidades Autónomas (Informe SGAE, 2000, págs. 29-30).
 - Hábito de compra de discos en 1998 según CC.AA., edad y clase social (Informe SGAE, 2000, págs. 31-33).
 - Número de unidades vendidas en España (Anuario SGAE 1999, p. 203), en función del formato y reflejando datos absolutos y porcentuales para los años 1991-1998.
 - Hábitos de compra según edad y clase social (Anuario SGAE 1999, p. 218), datos porcentuales, interesantes por mostrar que los jóvenes son los que más discos compran.
- Respecto al segundo de los grupos:
- Frecuencia de asistencia a conciertos en 1998 (Informe SGAE, 2000, págs. 34 y 40), en datos desgregados por estilos musicales.
 - Caracterización sociológica de los asistentes a conciertos en 1998 (Informe SGAE, 2000, págs. 34-36), desgregada por estilos musicales.

Interesante por mostrar que un sector de la juventud es el que, en líneas generales, acude con mayor frecuencia a conciertos.

- Asistencia a locales con ambiente musical (Informe SGAE, 2000, p. 39), datos porcentuales de quienes afirman ir a tales locales frecuentemente, divididos en función del tipo de local, disgregados por edades y para los años 1997 y 1998. Incluidos en este apartado por su estrecha relación con la música, pero que también podrían tener cabida en el punto referido a bares, pubs, discotecas y salas de fiesta, por lo que supone de negocio para tales locales.

- Número de recitales de música moderna (Anuario SGAE 1999, págs. 145-146), según CC.AA. y hábitat y para los años 1997 y 1998. Consideran música moderna toda aquella que no se agrupa bajo la etiqueta de música clásica (cuyos datos también están disponibles: p. 71-111).

- Número de espectadores en 1998 (Anuario SGAE 1999, págs. 154-157 y 170), según CC. AA. (total, porcentual, media por recital y media por 1.000 habitantes), hábitat (total y porcentual para 1997 y 1998), tipo de recinto (total, porcentual, espectadores por butaca y espectadores por recital, para 1997 y 1998), tipo de música (total, porcentual y media por recital) y provincia (total, porcentual, media por recital y media por 1.000 habitantes).

- Recaudación en 1998 (Anuario SGAE 1999, págs. 159-162), según CC.AA. (total, porcentual, por espectador/entrada media), hábitat (total y porcentual para 1997 y 1998), tipo de recinto (total, porcentual, media por sesión, media por recinto y entrada media) y estilo musical (total, porcentual y entrada media).

B.3- TEATRO

- Frecuencia de asistencia al teatro en 1998 (Informe SGAE, 2000, págs. 49-53), datos disgregados por género, edad, CC.AA. y sectores sociales.

- Caracterización sociológica de la asistencia al teatro (Informe SGAE, 2000, p. 50), que puede ser completada por tablas que muestran el interés por el teatro según la edad (p. 55).

- Evolución del número de espectáculos (Anuario SGAE 1999, págs. 41 y 45), datos disgregados por CC.AA. y tamaño de hábitat, válidos para los años 1997 y 1998. También podemos acceder a datos sobre el número y tipo de recintos que albergan tales representaciones (págs. 27-35).

- Evolución del número de espectadores (Anuario SGAE 1999, p. 55), datos totales, porcentuales y disgregados por hábitat, válidos para los años 1997 y 1998.

- Recaudación (Anuario SGAE 1999, págs. 61-64), indicadores globales, por hábitat, por provincias y según tipo de recinto, válidos para 1998 (y algunos comparados con 1997).

- También existe una tabla que recoge los datos globales por géneros teatrales en 1998 (Anuario SGAE 1999, p. 67), incluyendo sesiones, espectadores y recaudación.

B.4- OTRAS

Actividades (económicas) relacionadas con la lectura:

- Última compra de libros según comunidades autónomas en 1998 (Informe SGAE, 2000, p. 125).

- Lugar donde se compran los libros (Informe SGAE, 2000, p. 126), disgregados por hábitat y válidos para los años 1997 y 1998. También aporta datos al respecto el estudio 2280 del CIS (1998).

- Número de bibliotecas y librerías 1994 (Informe España 1997, p. 765), datos disgregados por CC.AA, totales, municipios con menos de 1.000 habitantes, porcentaje sobre el total de la CC.AA. y porcentaje de municipios con menos de 1.000 habitantes con biblioteca.

- Frecuencia de dedicación a la lectura (estudio 2280 del CIS, 1998), interesante por presentar los datos disgregados entre semana y fin de semana.

Actividades relacionadas con la asistencia a museos y cursos educativos y culturales:

- Visitas a museos (Informe SGAE, 2000, p. 149), además de visitas a monumentos, espacios naturales, lugares de ocio, etc., reflejando aquellos que asisten "alguna vez" y aquellos que han asistido "en los tres últimos meses", con datos de los años 1997 y 1998.

- Número de museos 1994 (Informe España 1997, p. 766), datos disgregados por CC.AA, totales,

museos en municipios con menos de 1.000 habitantes, porcentaje sobre el total de museos de la CC.AA. y porcentaje de municipios con menos de 1.000 habitantes con museo.

- Asistencia a cursos (Informe SGAE, 2000, p. 148), según frecuencia y tipo de curso, con datos de los años 1997 y 1998. Cursos que realiza al margen de estudios o trabajo (estudio 2324 del CIS, 1999).

Actividades relacionadas con la industria del vídeo:

- Evolución del mercado de alquiler y venta de vídeo (Anuario SGAE 1999, págs. 326-327), con datos a nivel de industria y a nivel de consumidor, para los años 1992-1997 y comparando los resultados de España con otros países (Bélgica, Gran Bretaña y Alemania).

- Frecuencia de compra de películas de vídeo (Anuario SGAE 1999, págs. 318-319; Informe SGAE, 2000, págs. 108-110), datos desgregados en clase social, situación familiar y frecuencia de asistencia al cine).

- Frecuencia con la que se ven películas de alquiler en vídeo (Anuario SGAE 1999, p. 321; Informe SGAE, 2000, p. 114), datos desgregados por edades y que reflejan el porcentaje de quienes tienen vídeo.

- Posesión de vídeo (Informe SGAE, 2000, p. 106; Anuario SGAE 1999, p. 318), datos totales y porcentuales para los años 1994-1998 y que aportan el perfil sociológico para el año 1998.

C) ACTIVIDADES DEPORTIVAS Y DE ASOCIACIONISMO:

Por la representatividad económica que pudiera tener, señalamos algunos datos encontrados:

- Evolución de las licencias federativas 1990-1995 (Informe España 1997, p. 668), con datos de las licencias deportivas, de caza y pesca, además de las licencias deportivas por cada 1.000 habitantes.

- Interés y participación en diversas actividades deportivas. Pertenencia a clubs deportivos y asistencia a espectáculos deportivos (Estudio 2266 del CIS, 1997).

- Evolución de asociaciones en activo por tipo 1990-1995 (Informe España 1997, p. 669), con datos totales, de asociaciones, federaciones, asociaciones juveniles y totales acumulados.

- Asistencia a centros culturales y centros de reunión social (Informe SGAE, 2000, págs. 144-145), datos por edades y tipos de centro, válidos para los años 1997 y 1998. Frecuencia de asistencia a casas de cultura, ateneos o clubes culturales y actividades que se realizan (estudio 2324 del CIS, 1999).

- Locales dedicados a actividades recreativas, culturales y deportivas (Informe España 1997, p. 764), datos desgregados por CC.AA. y válidos para el año 1991.

D) OTRAS

Resultan casi innumerables las actividades relacionadas con el ocio juvenil que poseen relevancia económica, de la misma forma que son muchas las ramificaciones de las actividades ya mencionadas que podrían tenerse en cuenta, especialmente en todo lo relacionado con los equipamientos, principales o secundarios, necesarios para ponerlas en práctica (aparatos reproductores, vehículos, ropa...), además de en las posibles inversiones o subvenciones públicas dedicadas a tales actividades. De cualquier manera, las actividades mencionadas parecen ser las que desempeñan un papel protagonista respecto al ocio juvenil más cotidiano.

Algunos estimadores que podrían ser tenidos en cuenta si se pretende realizar un estudio lo más completo posible, podrían ser los referidos a las actividades turísticas (plazas hoteleras, contratación con agencias de viajes, gasto en restaurantes...), excursionismo (aunque la relevancia económica de esta actividad tendría más que ver con el equipamiento requerido que con la actividad en sí misma), actividades relacionadas con los juegos recreativos y de azar, coleccionismos varios, actividades relacionadas con la utilización de las telecomunicaciones en las actividades de ocio, y cualquier cosa relacionada con los numerosos hobbies que la gente practica.

BIBLIOGRAFÍA.

- Aguinaga, Josune y Comas, Domingo; Cambios de hábito en el uso del tiempo: trayectorias temporales de los jóvenes españoles; INJUVE, 1997.
- Álvarez, Rosario; Azofra, M^a José; y Cuesta, María; Economía y Juventud; INJUVE, 1999.
- Bustamante, Enrique y Zalfo, Ramón; Las Industrias Culturales en España; Akal/Comunicación, 1988.
- CIS; Estudio nº 2266: Tiempo libre y deportes; 1997.
- CIS; Estudio nº 2280: Tiempo libre y hábitos de lectura; Marzo 1998.
- CIS; Estudio nº 2324: Barómetro Abril 1999.
- Comas, Domingo; Estimación de la evolución de la producción, el consumo y los problemas asociados al alcohol en España desde el año 1950 hasta el año 2000; 2000.
- Conde, Fernando y Callejo, Javier; Juventud y Consumo; INJUVE, 1994.
- De Miguel, Amando; Dos generaciones de jóvenes 1960-1998; INJUVE, 2000.
- Elzo, Javier y otros; Jóvenes españoles 99; Fundación Santa María, 1999.
- Fundación Encuentro; Informe España 1997: Una interpretación de su realidad social; CECS, 1998.
- García, M^a Isabel; Encinar, M^a Isabel; y Muñoz, Félix-Fernando; La Industria de la Cultura y el Ocio en España: su aportación al PIB; Colección Datautor (Fundación Autor), 1997.
- INE; Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-93)
- INE; Directorio Central de Empresas (DIRCE); Tomos I y II
- INE; Encuesta Industrial de Empresas
- INE; Encuesta Industrial de Productos
- INJUVE-CIS; Economía y Juventud; Rosario Álvarez/Pepa Azofra. (Corresponde con el Estudio nº 2265 del CIS: Juventud y Economía, Octubre 1997).
- INJUVE-CIS; Calidad de vida de los jóvenes. (Corresponde con el Estudio nº 2302 del CIS: Juventud y calidad de vida; Septiembre 1998).
- Martín Serrano, Manuel; Historia de los cambios de mentalidades de los jóvenes entre 1960-1990; INJUVE, 1994.
- Martín Serrano, Manuel; Los valores actuales de la juventud en España; INJUVE, 1991.
- Megías, Eusebio (dir.); La percepción social de los problemas de drogas en España. Fundación de Ayuda contra la Drogadicción, 2000.
- Megías, Eusebio (dir.); Los valores de la sociedad española y su relación con las drogas; Fundación La Caixa, Colección Estudios Sociales, nº 2, 2000.
- SGAE; Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales 1999; Fundación Autor, 1999.
- SGAE; Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural; Fundación Autor, 2000.
- Zorrilla, Restituto; El consumo del ocio: una aproximación a la teoría del tiempo libre desde la perspectiva del consumo; Dpto. de Sanidad y Consumo Gobierno Vasco, 1990.