

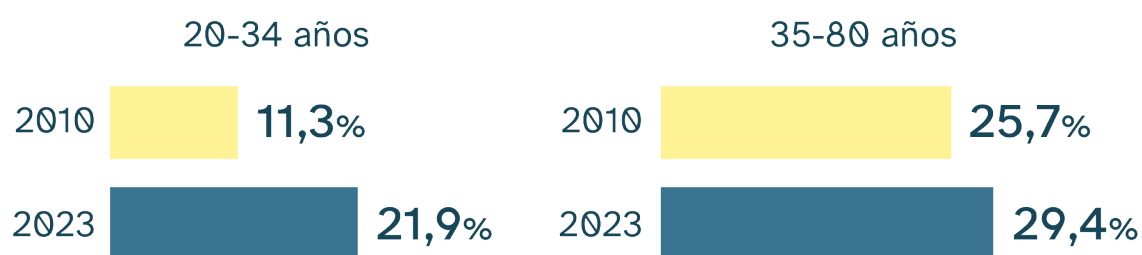
Ocio en la red y a la carta



El ocio tendrá un papel cada vez más central en la vida cotidiana y en la percepción del bienestar.⁷² Es posible que las generaciones futuras dispongan de más tiempo libre gracias a jornadas laborales más cortas, una mayor conciliación corresponsable y a avances tecnológicos que harán más eficientes muchas tareas cotidianas. Sin embargo, disponer de más tiempo libre no se traducirá necesariamente en mayores niveles de bienestar.

En 2050, los algoritmos serán previsiblemente capaces de anticipar y condicionar, en mayor medida, las preferencias, los hábitos y los patrones de atención de cada persona.⁷³ Los sistemas de recomendación que median el acceso al ocio digital seguirán volviéndose cada vez más sofisticados, configurando experiencias personalizadas y difíciles de compartir. Podría ser frecuente que personas que conviven en un mismo hogar consuman contenidos distintos, en momentos y entornos diferentes y a través de plataformas inmersivas, sin apenas referencias comunes.⁷⁴ Comprender cómo los algoritmos moldean la experiencia cotidiana y contar con una mayor transparencia sobre su funcionamiento tendrá una importancia creciente [véase el Frente 1 de Estrategias de actuación para las vidas del futuro].

Personas que no socializan al menos semanalmente por tramo de edad (% del total)

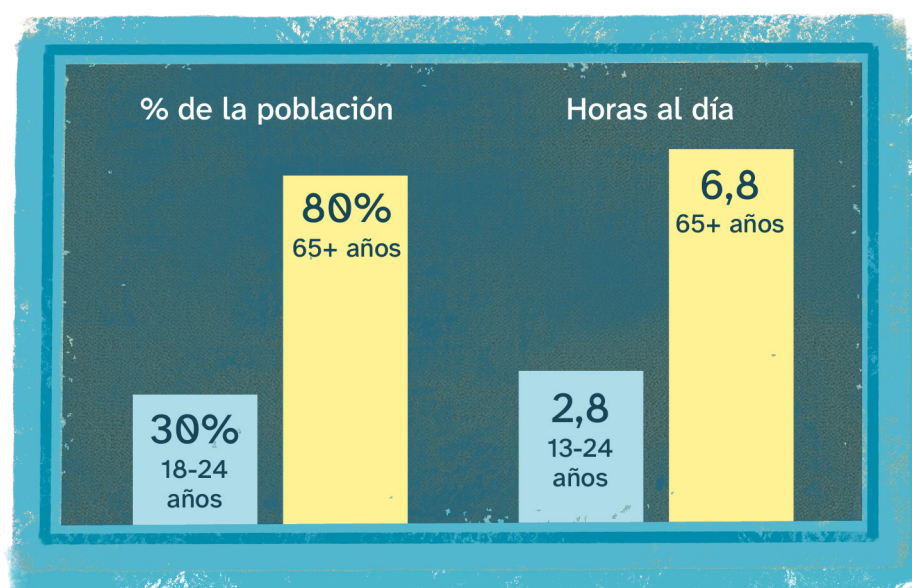


Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta Social Europea.

Esta hiperpersonalización no será una ruptura, sino la intensificación de tendencias ya visibles. **El consumo individual y bajo demanda ha ido desplazando progresivamente formas de ocio vinculadas a horarios y espacios compartidos.** El cambio resulta especialmente visible entre niños y adolescentes: los menores de 13 años apenas dedican un 15% de su tiempo de ocio a jugar al aire libre, siete de cada diez tienen móvil antes de los 15 años y la mayoría supera el tiempo recomendado frente a pantallas. Los videojuegos están cada vez más generalizados y se practican a edades más tempranas, con una interacción crecientemente *online* y personalizada⁷⁵. Al mismo tiempo, algunas formas tradicionales de sociabilidad presencial también parecen debilitarse entre los adultos jóvenes: entre 2010 y 2023 se duplicó la proporción de personas de entre 20 y 34 años que no socializaba al menos una vez por semana.⁷⁶

Las formas tradicionales de informarse y acceder al ocio tenderán a perder peso frente a plataformas digitales más personalizadas. Las plataformas de *streaming*, accesibles para más del 60% de la población, han ido desplazando al consumo tradicional de televisión en el hogar. Hoy, casi la mitad de la población se informa a través de redes sociales y cada vez más a través de pódcast, cuando en los años noventa la mayoría recurría principalmente a la televisión, la radio o la prensa escrita⁷⁷ [Fig. 13]. La televisión sigue ocupando un lugar central entre las generaciones de mayor edad, pero pierde protagonismo entre los más jóvenes: en 2024, los mayores de 65 años dedicaban casi siete horas diarias a la televisión, frente a menos de tres entre los jóvenes de 13 a 24 años.⁷⁸

Consumo diario de televisión por tramo de edad, 2024

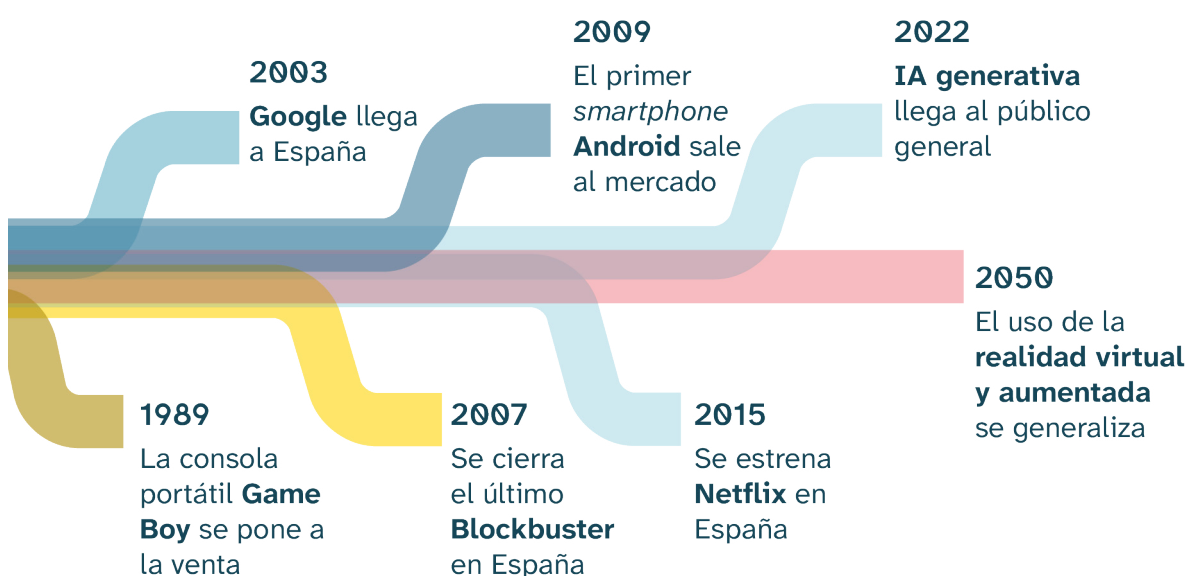


Fuente: elaboración propia a partir de Barlovento Comunicación y 40dB.

El creciente peso de los algoritmos hará que una parte cada vez mayor del acceso a la información y al ocio quede mediada por sistemas de recomendación. Distinguir entre información veraz y manipulada podría convertirse en una capacidad cada vez más relevante en un contexto donde los contenidos tienden a personalizarse y fragmentarse, debilitando los espacios comunes de referencia y favoreciendo dinámicas de polarización.⁷⁹ Seguir avanzando en la transparencia de las plataformas digitales y en el desarrollo de competencias digitales y mediáticas será clave para que el ocio y el acceso a la información puedan desenvolverse en un entorno de mayor confianza y autonomía.⁸⁰

Parte del tiempo libre podría orientarse hacia la mejora y el seguimiento de los propios hábitos y el rendimiento personal.⁸¹ Con la incorporación de la inteligencia artificial, medir el sueño, la actividad física o los niveles de atención podría dejar de ser una decisión consciente para convertirse en una práctica automática y permanente, difuminando la frontera entre ocio, bienestar y productividad.⁸² La conexión permanente ocupará cada vez más las horas nocturnas, reduciendo el tiempo y la calidad del sueño. En 2024, el 73% de la población dormía menos de lo deseado en días laborales y, entre los adolescentes de 11 a 18 años, la proporción de quienes dormían seis horas o menos entre semana pasó de menos del 10% en 2010 al 25% en 2022. Esta dinámica podría intensificarse en las próximas décadas, especialmente entre las personas que viven solas.⁸³ [véase [Trabajar para vivir](#) y [Vivir más y vivir mejor](#)].

Fig. 13. Hitos representativos de la historia de la comunicación y el entretenimiento en España



Fuente: elaboración propia.

Las experiencias analógicas basadas en la desconexión digital, la atención sostenida y la interacción directa tenderán a percibirse como bienes más escasos y valiosos, asociados a nuevas formas de prestigio ligadas a lo lento, lo manual y lo presencial. Para que este tipo de ocio resulte accesible, será importante adaptar los espacios públicos para favorecer actividades pausadas, el encuentro social y los usos compartidos. De lo contrario, estas prácticas podrían convertirse en un nuevo eje de diferenciación social: la posibilidad de cultivar formas de ocio que requieren tiempo, atención prolongada y determinados recursos dependerá en gran medida del capital cultural y económico de cada persona. Como ha ocurrido en otros momentos, cuando ciertas prácticas se generalizan, la distinción tiende a desplazarse hacia las menos accesibles.⁸⁴

2024. *Edición 2024*. Madrid: Ministerio para la Transición Digital y de la Función Pública, 2024. <http://doi.org/10.30923/23024013X>.
- ⁶⁹ Sobre la desigual distribución del teletrabajo y la flexibilidad laboral según ocupación, territorio y características del empleo, véase: Eurofound. *Living and working in Europe 2024*. Luxemburgo: Publications Office of the European Union, 2025. <https://eurofound.link/ef25033>; y Verd, Joan M., et al. "Escaping the trap of temporary employment: Precariousness among young people before and after Spain's 2021 labour market reform act". *International Journal of Social Welfare*, 2024. <https://doi.org/10.1111/ijsw.12645>.
- ⁷⁰ El tecnoestrés se refiere a la tensión, ansiedad o malestar que algunas personas experimentan cuando interactúan con tecnologías digitales como ordenadores, teléfonos inteligentes o redes sociales. Para más información sobre cómo el teletrabajo puede impactar en la salud mental y el bienestar de las personas, véase: Nguyen, Minh Hao, y Eszter Hargittai. "Digital disconnection, digital inequality, and subjective well-being: a mobile experience sampling study". *Journal of Computer-Mediated Communication* 29, n.º 1, 2024. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmad044>; y Oakman, Jodi, et al. "A rapid review of mental and physical health effects of working at home: how do we optimise health?". *BMC Public Health* 20, n.º 1825, 2020. <https://doi.org/10.1186/s12889-020-09875-z>.
Para más detalles sobre el efecto del teletrabajo en el balance trabajo-vida privada, véase: Rodríguez-Modroño, Paula, y Purificación López-Igual. "Job quality and work-life balance of teleworkers". *International Journal of Environmental Research and Public Health* 18, n.º 6, 2021. <https://doi.org/10.3390/ijerph18063239>.
- ⁷¹ El Real Decreto-ley 4/2023, de 11 de mayo introdujo medidas para proteger a las personas que trabajan al aire libre frente a episodios de calor extremo, incluyendo la adaptación de la jornada cuando sea necesario. Para más información, véase: Boletín Oficial del Estado. *Real Decreto-ley 4/2023, de 11 de mayo, por el que se adoptan medidas urgentes en materia agraria y de aguas en respuesta a la sequía y al agravamiento de las condiciones del sector primario derivado del conflicto bélico en Ucrania y de las condiciones climatológicas, así como de promoción del uso del transporte público colectivo terrestre por parte de los jóvenes y prevención de riesgos laborales en episodios de elevadas temperaturas*. Madrid, 2023. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2023-11187>; y Instituto Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo. *Espacio del INSST sobre el trabajo a la intemperie*. Madrid: INSST. <https://www.insst.es/documentacion/espacio-monotematico/golpe-de-calor>.
- ⁷² Estas preferencias ya son visibles en la actualidad: en 2022, alrededor de dos tercios de la población menor de 45 años consideraba el ocio más importante que el trabajo, frente a algo más de la mitad entre quienes tenían entre 45 y 64 años. Para más detalle, véase: Papel. "Encuesta Sigma Dos. Uno de cada dos jóvenes españoles preferiría estar en el paro antes que ser infeliz en su trabajo." *El Mundo*, <https://www.elmundo.es/papel/historias/2022/11/13/636e9ac7e4d-4d80a128b4590.html>.
- ⁷³ Para más información, léase: Milli, Smitha, et al. "Engagement, user satisfaction, and the amplification of divisive content on social media". *PNAS Nexus*, 2025. <https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgaf062>; OCDE. *Artificial Intelligence in Society*. París: OECD Publishing, 2019. <https://doi.org/10.1787/eedfee77-en>; y Schuster, Nick, y Seth Lazar. "Attention, moral skill, and algorithmic recommendation". *Philosophical Studies*, 2024. <https://doi.org/10.1007/s11098-023-02083-6>.
- ⁷⁴ En 1989, las tres actividades de ocio más habituales entre los jóvenes españoles era salir con los amigos (77%), hacer deporte (48%) y acudir a bares, cafeterías o pubs (48%). Para 2016, aunque salir con los amigos seguía siendo lo más común (94%), formas de ocio alternativas como escuchar música (92%), ver la televisión (91%) o ir al cine (88%) habían ganado importancia relativa. En 2018, el 36% de los españoles ya dedicaba su tiempo libre a navegar por internet o usar redes

sociales, superando a opciones más tradicionales como ir a bares o discotecas (26%). Para más detalle, véase: Centro de Investigaciones Sociológicas. *Barómetro de junio 2018*. Madrid: Estudio n.º 3217, 2018. <https://www.cis.es/documents/d/cis/es3217marpdf>; y González-Anleo, Juan María, y José A. López Ruiz. *Jóvenes españoles entre dos siglos: 1984-2017*. Madrid: Observatorio de la Juventud en Iberoamérica, 2018. <https://oji.fundacion-sm.org/nuestros-estudios/jovenes-espanoles-entre-dos-siglos-1984-2017/>.

Las aplicaciones cerebro-ordenador, que hasta ahora se han centrado principalmente en el ámbito sanitario o en la asistencia a personas con movilidad reducida, empiezan a mostrar su potencial también en el terreno del entretenimiento. En lo que respecta a los videojuegos, una de las líneas de investigación más prometedoras plantea que el propio funcionamiento cerebral del usuario pueda intervenir directamente en la dinámica del juego. Así, por ejemplo, un videojuego podría aumentar su nivel de dificultad si detecta que el jugador está aburrido o volverse más suave si percibe signos de estrés. Para más información, véase: de Queroiz Cavalcanti, Daniel, et al. "Research on Brain-Computer Interfaces in the Entertainment Field." En Masaaki Kurosu y Ayako Hashizume (eds.). *Human-Computer Interaction International Conference 2023. Lecture Notes in Computer Science*. Cham: Springer, 2023.

- ⁷⁵ En 2023, los niños menores de 13 años en España dedicaban un 15% de su tiempo de ocio a jugar al aire libre y un 23% a actividades frente a pantallas. La proporción de niños de entre 10 y 15 años con teléfono móvil aumentó del 58% en 2006 al 70% en 2024. También en 2024, el 97% de los niños de entre 10 y 17 años utilizaba teléfonos o *tablets*, principalmente para consultar redes sociales (80%), escuchar música (78%) y ver series o películas (52%). Para más información, véase: INE. *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares 2022. Evolución de datos de niños de 10 a 15 años (2006-2024) por sexo, hábitat, tamaño del hogar, principales variables y periodo. Niños que disponen de teléfono móvil*. <https://www.ine.es/dynt3/inebase/>

<index.htm?padre=1834&capsel=11811>; Instituto Tecnológico de Producto Infantil y Ocio. *Guía Aiju. Única guía basada en estudios con niños/as y familias*. Alicante: AIJU, 2023. <https://www.aiju.es/wp-content/uploads/2023/11/guia-aiju-2023-2024.pdf>; y Save the Children. *Derechos #sinconexión. Un análisis sobre derechos de la infancia y la adolescencia y su protección en el entorno digital*. Madrid: Save the Children España, 2024. https://www.savethechildren.es/sites/default/files/2024-07/Informe_Derechos_Sin-Conexion.pdf.

En 2023, el 73% de los jóvenes españoles de entre 15 y 19 años jugaban a videojuegos y, de ellos, un 60% lo hacía a diario. En ese mismo año, el 61% de los jugadores jugaban *online* al menos una vez por semana frente al 37% que jugaba con amigos de forma presencial. En 2002, los jóvenes de entre 14 y 18 años que jugaban a videojuegos era del 58%, sólo el 20% lo hacía a diario, y apenas el 6% lo hacía por internet de manera regular. Para más información, consúltase: Rodríguez, Elena (coord.). *Jóvenes y videojuegos: Espacio, significación y conflictos*. Madrid: Edición Injuve-FAD, 2002. <https://www.injuve.es/observatorio/ocio-y-tiempo-libre/jovenes-y-videojuegos-espacio-significacion-y-conflictos-fad>; y Gómez-Miguel, Alejandro, y Daniel Calderón-Gómez. *Videojuegos y jóvenes: lugares, experiencias y tensiones*. Madrid: Centro Reina Sofía de Fad Juventud, 2023. <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7970990>.

- ⁷⁶ Entre 2010 y 2023, el porcentaje de personas españolas de entre 20 y 34 años que no socializan al menos una vez a la semana con sus familiares o amigos aumentó del 11% al 22%. Entre las personas de entre 35 y 80 años, el aumento fue menor: del 26% al 29%. Para más detalles, véase: Encuesta Social Europea. *Rounds 5 (2010) y 11 (2023) [sclmeet]*. <https://www.europeansocialsurvey.org/data-portal>.

- ⁷⁷ En 2023, el 70% de los españoles utilizaba la televisión para informarse; el 55% usaba la prensa (ya sea en formato digital o papel); el 44%, la radio; el 44%, las redes sociales y el 12%, los podcasts. En 2024, los jóvenes de entre 16 y 30 años

se informaban en su mayoría a través de redes sociales (49%), seguidas de la televisión (44%), y la prensa o las plataformas de noticias (20%). Para más detalles, véase: Centro de Investigaciones Sociológicas. *Estudio sobre audiencias de medios de comunicación*. Madrid: Estudio n.º 3421, 2023. <https://www.cis.es/documents/d/guest/es3421mar-pdf>; Eurobarómetro. *Youth Survey 2024*. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3392>; y Save the Children España. *Desinformación y discursos de odio en el entorno digital*. Madrid: Save the Children España, 2024. https://www.savethechildren.es/sites/default/files/2024-09/Desinformacion_y_discursos_de_odio_en_el_entorno_digital.pdf.

Sobre la evolución del consumo de información, véase: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. *Marco General de los Medios en España 2025*. Madrid: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, 2025. https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2025/02/Marco_General_Medios_2025.pdf.

- ⁷⁸ En España, la televisión comenzó a popularizarse en los hogares a finales de los años cincuenta y, para finales de los sesenta, el 62% de los hogares ya disponía de un televisor, una cifra que ascendía al 97% en 1987. Para 2024, la media de televisores en los hogares españoles era de dos. Ese mismo año, el 80% de los mayores de 65 años seguía viendo la televisión lineal a diario, frente al 30% de los jóvenes de 18 a 24 años. Para más información, véase: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. En paralelo, ese mismo año, los mayores de 65 años veían de media 409 minutos diarios de televisión, más del doble que los jóvenes de 13 a 24 años (167 minutos). *¿Alguien sabe cómo, dónde y cuándo vemos televisión?* A Coruña: AEDEMO, 2025. https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2025/04/2025_03_27_AEDEMOTV_Ponencia_AEDEMO-2025_Alguien_sabe_como_donde_y_cuando_vemos_television.pdf; Barlovento Comunicación. *Análisis de la industria televisiva-audiovisual 2024*. 2025. <https://barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2025/01/INFORME-ANUAL-2024-BARLOVENTO-COMUNICACION.pdf>; Centro de Investigaciones Sociológicas. *Distribución de*

los tiempos y audiencia de los medios de comunicación. Cuestionarios A y B. Madrid: Estudio n.º 1709, 1987. https://www.cis.es/documents/d/cis/es1709mar_Total-pdf; Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. *Panel de hogares. Cantidad de equipamientos tecnológicos disponibles en el hogar*. <https://data.cnmc.es/panel-de-hogares/conjuntos-de-datos/estadisticas-panel-de-hogares>; 40dB. *Radiografía de la lectura en el siglo XXI*. <https://elpais.com/babelia/2024-11-23/consulte-todos-los-datos-internos-de-la-encuesta-sobre-el-lector-espanol-del-siglo-xxi-cuestionarios-cruces-y-respuestas-individuales.html>; y Rueda-Lafond, José Carlos. “La televisión en España: expansión y consumo social, 1963-1969”. *Anàlisi: Quaderns de comunicació* 32, 2005. <https://ddd.uab.cat/record/5411>.

En 1987, el 29,5% de los españoles iban al cine habitualmente, frente al 14% que reconoce ir al menos una vez al mes en 2024. El porcentaje de individuos con acceso a plataformas de streaming en sus hogares ha aumentado del 23% en 2018 al 68% en 2024. Para más detalles sobre la evolución de las preferencias en torno al cine como forma de ocio, así como sobre la expansión de las plataformas de streaming, véase: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. *2024-3ª Ola. Cine: Hábitos de Asistencia*. <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cine>; y Marco General de los Medios en España 2025. Madrid: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, 2025. https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2025/02/Marco_General_Medios_2025.pdf; y Centro de Investigaciones Sociológicas. *Evolución del sistema de valores (III) y proceso de secularización de la sociedad española (Nacional)*. Madrid: Estudio n.º 1698, 1987. <https://www.cis.es/es/estudios/evolucion-del-sistema-de-valores-iii-y-proceso-de-secularizacion-de-la-sociedad-espanola>.

- ⁷⁹ Sobre el creciente papel de las plataformas de personalización y de la inteligencia artificial en la configuración de los hábitos mediáticos, así como sobre los desafíos asociados a la proliferación de contenidos sintéticos y la desinformación, véase: European Board for Digital Services.

First report of the European Board for Digital Services in cooperation with the Commission pursuant to Article 35(2) DSA on the most prominent and recurrent systemic risks as well as mitigation measures. European Board for Digital Services, 2025. https://home-affairs.ec.europa.eu/networks/eu-knowledge-hub-prevention-radicalisation/welcome-package/learning-resources/first-report-european-board-digital-services-cooperation-commission-pursuant-article-352-dsa-most_en; Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. *Guía para el uso de IA generativa en educación e investigación.* París: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2024. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000389227>; y World Economic Forum. *The Global Risks Report 2026.* Ginebra: 21st Edition, 2026. <https://www.weforum.org/publications/global-risks-report-2026/>. Para más información sobre las implicaciones en cohesión social véase: Digipatch. “Moving from networked to patchworked society.” Digipatch, <https://digipatch.eu/>; Kossowska, M., et al. “Internet-based micro-identities as a driver of societal disintegration.” *Humanit Soc Sci Commun* 10, 2023. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02441-z>; y Lobato, R. M., et al. “Impact of psychological and structural factors on radicalization processes: A multilevel analysis from the 3N model.” *Psychology of Violence* 13, n.º 6, 2023. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/vio0000484>.

⁸⁰ Para más información, véase: Boletín Oficial del Estado. *Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo de 19 de octubre de 2022 relativo a un mercado único de servicios digitales y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE (Reglamento de Servicios Digitales).* <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2022-81573>; y Gobierno de España. *Carta de Derechos Digitales.* Madrid, 2021. https://www.lamoncloa.gob.es/presidente/actividades/Documents/2021/140721-Carta_Derechos_Digitales_RedEs.pdf.

⁸¹ Sobre el tiempo como recurso escaso y gestionado, léase: Durán Heras, María Ángeles. *Tiem-*

po de vida y tiempo de trabajo. Bilbao: Fundación BBVA, 2010; y Kooji, Dorian T. A. M., et al. “Future time perspective: A systematic review and meta-analysis”. *Journal of Applied Psychology*, 2018. <https://doi.org/10.1037/apl0000306>. Acerca de la valorización del rendimiento, la optimización constante y la autoexplotación, véase: Han, Byung-Chul. *La sociedad del cansancio.* Barcelona: Herder Editorial, 2024.

⁸² Para más información sobre cómo la recopilación creciente de datos personales está transformando la relación con el propio cuerpo y fomentando formas de autoevaluación continua, en un contexto en el que medir, interpretar y optimizar la actividad cotidiana se vuelve cada vez más habitual, véase: Kristensen, Dorte Brogård, y Minna Ruckenstein. “Co-evolving with self-tracking technologies.” *New Media & Society*, 2018. <https://doi.org/10.1177/1461444818755650>; Lupton, Deborah. “The diverse domains of quantified selves: self-tracking modes and dataveillance.” *Economy and Society*, 2016. <https://doi.org/10.1080/03085147.2016.1143726>; Neff, Gina y Dawn Nafus. *Self-tracking.* The MIT Press, 2016; y Pols, Jeannette, Dick Willems, y Margunn Aanes-tad. “Making sense with numbers. Unravelling ethico-psychological subjects in practices of self-quantification”. *Sociology of Health & Illness*, 2019. <https://doi.org/10.1111/1467-9566.12894>.

⁸³ El porcentaje de trabajadores en España que afirma haber experimentado *burnout* aumentó del 39% en 2021 al 70% en 2023. Para más información, véase: The Adecco Group. *Resetting Normal II: redefiniendo la nueva era del trabajo.* Madrid: The Adecco Group, 2021. <https://www.adeccoinstitute.es/wp-content/uploads/2021/12/NdP-Resetting-Normal-4-de-cada-10-espanoles-han-sufrido-burnout-durante-el-ultimo-ano-y-piden-a-las-empresas-que-apliquen-medidas-para-garantizar-la-sa.pdf>; y *What's Working? Navigating the AI Revolution and the Shifting Future of Work.* Global Workforce of the Future. Zúrich: The Adecco Group, 2023. <https://www.adeccogroup.de/wp-content/uploads/2023/10/Studie-Global-Workforce-of-the-Future-2023.pdf>. En 2024, el 73% de la población española de-

claraba dormir menos de lo deseado durante los días laborables, y el 80% de quienes tenían problemas de sueño los atribuían al estrés. Además, un 18% de las personas con un descanso poco reparador recurría a ansiolíticos o antidepresivos para poder dormir. Para más detalles, véase: El País y SER. *Radiografía del sueño*. Madrid: El País y SER, 2024. https://ep00.epimg.net/infografias/encuestas40db/2024/02-sueno/2024_02_sueno_informe.pdf.

Acerca de la evolución de adolescentes de entre 11 y 18 horas que no duermen más de seis horas entre semana, véase: Moreno Rodríguez, María del Carmen (coord.). *Informe comparativo de las ediciones 2002-2006-2010-2014-2018-2022 del estudio HBSC en España*. Madrid: Ministerio de Sanidad, 2025. <https://www.sanidad.gob.es/areas/promocionPrevencion/entornosSaludables/escuela/estudioHBSC/2022/divulgativo.htm>.

Dormir mal o tener un descanso poco reparador no solo afecta al bienestar diario, sino que también eleva el riesgo de desarrollar enfermedades cardiovasculares y trastornos mentales como el alzhéimer, y la probabilidad de mortalidad. Para más información, véase: Amin, Krunal D., et al. "A good night's rest: A contemporary review of sleep and cardiovascular health". *American Journal of Preventive Cardiology* 21, 2025. <https://doi.org/10.1016/j.ajpc.2024.100924>; Blackman, Jonathan, et al. "Cross-sectional and longitudinal association of sleep and Alzheimer in cognitively unimpaired adults". *Brain Communications* 4, n.º 6, 2022. <https://doi.org/10.1093/braincomms/fcac257>; y Del Bruto, Oscar H., et al. "Poor sleep quality increases mortality risk: A population-based longitudinal prospective study in community-dwelling middle-aged and older adults". *Sleep Health* 10, n.º 1, 2024. <https://doi.org/10.1016/j.sleh.2023.10.009>. En Alemania, el 41% de adultos jóvenes declaró recientemente haber utilizado en el pasado alguna aplicación de bienestar digital en un deseo de desconexión, y, en Suiza, alrededor de tres de cada cuatro adultos afirman que se toman periodos de desconexión digital frecuentemente. En España, en 2022, casi el 70% de la población reconocía su dependencia de la tecnología, un 46% consideraba que debería reducir su uso, e incluso un

10% había recurrido o había considerado recurrir a terapia para disminuir el tiempo dedicado a sus dispositivos. Para más información, consúltese: Kaspersky. *Influencia de la tecnología en la vida de los españoles*. Madrid: Kaspersky, 2023. https://media.kasperskydaily.com/wp-content/uploads/sites/88/2023/04/11112639/kaspersky_InformeInfluenciaTecnologiaVidaEspanoles.pdf; Nassen, Lise-Marie, et al. "Opt-out, abstain, unplug. A systematic review of the voluntary digital disconnection literature". *Telematics and Informatics* 81, 2023. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2023.101980>; Nguyen, Minh Hao, Moritz Büchi, y Sarah Geber. "Everyday disconnection experiences: Exploring people's understanding of digital well-being and management of digital media use". *New Media & Society* 26, n.º 6, 2024. <https://doi.org/10.1177/14614448221105428>.

⁸⁴ Para más información sobre cómo los procesos de diferenciación social se articulan a través de la adopción y resignificación de prácticas culturales, véase: Bourdieu, Pierre. *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Editorial Taurus, 2012; y Simmel, George. *On individuality and social forms*. Londres: The University of Chicago Press, 1971; y *Sobre la diferenciación social. Investigaciones sociológicas y psicológicas*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2017.

Sobre los efectos del espacio público en la interacción y la vida social, véase: Chen, Shuolei, et al. "Exploring associations between social interaction and urban park attributes: Design guideline for both overall and separate park quality enhancement". *Cities*, 2024. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2023.104714>; y Loo, Becky PY, y Zhuangyuan Fan. "Social interaction in public space: Spatial edges, moveable furniture, and visual landmarks". *Environment and Planning B: Urban Analytics and City Science*, 2023. <https://doi.org/10.1177/23998083231160549>.

⁸⁵ Para más información, léase: Amati, Viviana, et al. "Social relations and life satisfaction: the role of friends". *Genus*, 2018. <https://doi.org/10.1186/s41118-018-0032-z>; Brehm, John M., y Wendy Rahn. "Individual-Level Evidence for the Causes and Consequences of Social Capital". *Ame-*