



**Pautas y perfiles culturales de la
juventud valenciana**

Ramón Llopis



**GENERALITAT
VALENCIANA**

Vicepresidència Primera i
Conselleria de Cultura i Esport

**VNIVERSITAT
DE VALÈNCIA**

Pautas y perfiles culturales de la juventud valenciana

Ramón Llopis

Universitat de València

1. INTRODUCCIÓN

Como demostró Bourdieu, los intereses y las prácticas culturales no pueden ser considerados como la expresión de un don natural, pues más bien constituyen una manifestación práctica de diferencias existentes en la sociedad, basadas en la lógica de la distinción y la dominación (Bourdieu, 1988). Hay una homología entre el espacio social y el espacio cultural: las prácticas culturales son resultado de la interiorización inconsciente de esquemas cognitivos, axiológicos y emocionales –que dan lugar a unas determinadas disposiciones o *habitus*–, así como de las limitaciones estructurales impuestas por el volumen y características del capital cultural y económico con el que cuenta cada individuo. En consecuencia, los gustos y las prácticas culturales no son una cuestión de mera preferencia personal. El sexo, la edad, la situación vital, el nivel educativo o los ingresos son aspectos que condicionan las prácticas culturales.

Dentro de la teoría del capital cultural, la juventud ha sido concebida como una etapa central en el proceso de formación del *habitus*, si bien el papel que se le ha dado ha sido, en general, subordinado (Gayo, 2013). El énfasis de esta perspectiva teórica en la reproducción social le impedía verla como poco más que una fase de cristalización de las influencias paternas; irrelevante, por tanto, en términos teóricos, pese a que un amplio número de investigaciones ha adjudicado un papel determinante a la edad en la explicación de los intereses y las prácticas culturales. De ello se ha derivado una visión excesivamente homogénea y unitaria de la juventud que no se corresponde con la heterogeneidad que verdaderamente se detecta en sus pautas de participación cultural.

La investigación que se presenta en este trabajo se centra en las prácticas y los intereses culturales de la juventud valenciana y pretende identificar su heterogeneidad interna. El tema de estudio es, pues, la participación cultural de la juventud valenciana, con respecto a la cual se plantea un objetivo triple. En primer lugar, identificar las dimensiones que la articulan, es decir, los ejes que más allá de la muy amplia casuística de consumos que se registran en cada subesfera del ámbito cultural, dan forma al campo cultural. Este análisis de las dimensiones del espacio de la participación cultural se

bifurca en dos vertientes: por un lado, el análisis de los intereses culturales que la población declara y, por otro, el análisis de las prácticas específicas que la población lleva a cabo con mayor o menor frecuencia. El segundo objetivo consiste en examinar en qué medida la población se agrupa en torno a las mencionadas dimensiones del campo cultural generando lo que a menudo se define como sociotipos, conglomerados o enclaves culturales. La determinación de estas agrupaciones permitirá ir más allá de la consideración de la juventud como un grupo sociocultural homogéneo (Criado, 1998) y de aquellas perspectivas que no son capaces de superar sus tendencias dicotomizadoras. El tercer objetivo radica en examinar la distribución de esos sociotipos en la estructura social. Así, tres son las preguntas de investigación a las que trata de dar respuesta este estudio: ¿cuáles son las principales dimensiones o ejes que articulan el espacio cultural de la juventud valenciana?, ¿cómo se agrupa la juventud en torno a los intereses y prácticas culturales? y ¿qué pautas de distribución y estratificación se observan en relación con esos intereses y prácticas culturales? Para abordar estos objetivos, el artículo se despliega en tres apartados. A continuación, se presentan las características de la encuesta y las técnicas estadísticas aplicadas. Tras ello, se incluye un apartado de resultados y, finalmente, las conclusiones.

2. MÉTODO

La base empírica de la investigación proviene de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2021/2022 del Ministerio de Cultura y Deporte (MCD, 2022). Más concretamente de la submuestra correspondiente a la Comunidad Valenciana, cuyo análisis global ya hemos abordado en un reciente informe (Ariño y Llopis, 2023). Esta submuestra alcanzó un tamaño de 1.156 entrevistas personales y su universo fue la población de 15 y más años residente en la Comunidad, de las cuales 304 correspondieron a jóvenes entre 15 y 35 años. El diseño muestral fue bietápico con estratificación de unidades de primera etapa (secciones censales) y de unidades de segunda etapa (población de 15 años en adelante).

La estratificación de las unidades de primera etapa se efectuó conforme al tamaño del municipio de pertenencia de cada sección. La afijación de las unidades de segunda etapa se realizó mediante un criterio de compromiso entre la afijación uniforme y la proporcional. La selección de la muestra de unidades de primera etapa se efectuó

aplicando un muestreo sistemático con arranque aleatorio dentro de cada estrato, asignando una probabilidad de selección proporcional a su tamaño, medido en número de habitantes de estas. Dentro de cada sección, la selección de unidades titulares de segunda etapa se realizó con igual probabilidad, también por el método de muestreo sistemático con arranque aleatorio, previa ordenación del fichero por sexo y edad. El trabajo de campo se distribuyó en cuatro periodos trimestrales con la finalidad de incorporar las pautas culturales asociadas a cada época del año. Las entrevistas fueron personales y se realizaron en el domicilio de los entrevistados. El error de muestreo, para un supuesto de $P=Q=0.5$, fue de $\pm 2,88\%$ para el conjunto de la muestra y de $\pm 5,64\%$ para la submuestra de jóvenes.

Para abordar los objetivos planteados previamente se ha desarrollado una secuencia de análisis que combina el uso de técnicas bivariantes, como los estadísticos chi-cuadrado y *t* de Student, con otras de carácter multivariante, como el análisis de componentes principales y el análisis de conglomerados. La validación de los resultados de este último se ha efectuado con el análisis de varianza (ANOVA) y el análisis discriminante. Los análisis de componentes principales se han aplicado al conjunto de la muestra, lo que con posterioridad ha permitido examinar el modo en que se están reconfigurando las prácticas culturales de la población joven respecto al conjunto de la población.

3. RESULTADOS

3.1. Las dimensiones del campo cultural en la sociedad valenciana

En primer lugar, se han comparado las medias de la población joven (15-35 años) y la adulta (más de 35 años) en los veintiséis indicadores de interés cultural de los que proporcionaba información la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2021/2022 (MCD, 2022). Todos ellos formaban parte de una misma batería en la que la población entrevistada era invitada a otorgar una puntuación de uno (ningún interés) a diez (máximo interés) a distintas actividades culturales. Como muestra la tabla I, la actividad que mayor interés despierta entre las personas de 15 a 35 años es escuchar música (8,5) y la música en general (8,4), lo que también sucede con las personas de más de 35 años. Tras estas, aparecen los contenidos audiovisuales (7,84), los conciertos de música actual (7,66) y el cine (7,65). A continuación, cinco actividades obtienen puntuaciones medias por encima de los seis puntos: los monumentos (6,99), la lectura en general (6,73), la

lectura de libros por razones que no tienen que ver con el trabajo o los estudios (6,6), los yacimientos arqueológicos (6,55) y los museos (6,19). Por el contrario, la actividad que menor interés suscita entre la juventud (y también entre la población adulta) son los toros (1,62). No es mucho mayor el atractivo de la zarzuela (2,98), la ópera (3,39), los archivos (3,76), la lectura de revistas (3,77) y el ballet y la danza (3,97) para los jóvenes. Y se encuentran también por debajo del cinco, las bibliotecas (4,04), el circo (4,63), los conciertos de música clásica (4,85) y la lectura de periódicos (4,88). Merece la pena subrayar que no se han encontrado diferencias estadísticas significativas en el interés que jóvenes y adultos muestran por los museos, el ballet y la danza, las exposiciones, los monumentos, los yacimientos arqueológicos, las galerías de arte, los archivos, la lectura en general y la lectura no relacionada con el trabajo o los estudios.

Tabla I. Intereses culturales en jóvenes y adultos en la Comunidad Valenciana

Intereses culturales	Jóvenes (15-35)		Adultos (> 35)		<i>t</i> de Student	
	Media	DS	Media	DS	<i>t</i>	Sig.
Lectura (+)	6,73	2,433	6,66	2,767	0,413	0,340 ns
Leer libros por trabajo o estudio (+)	5,74	2,675	4,64	3,027	5,967	0,000***
Leer libros por otras razones (+)	6,60	2,540	6,40	2,864	1,169	0,122 ns
Leer periódicos	4,88	2,880	5,76	2,727	-4,752	0,000***
Leer revistas	3,77	2,452	4,13	2,448	-2,162	0,015*
Bibliotecas (asistencia presencial y vía internet)	4,04	2,826	3,53	2,723	2,796	0,003**
Archivos	3,76	2,704	3,59	2,643	0,980	0,164 ns
Museos	6,19	2,427	6,43	2,439	-1,488	0,069 ns
Exposiciones (fuera de un museo)	5,75	2,497	5,91	2,446	-0,937	0,174 ns
Galerías de arte	5,18	2,554	5,12	2,504	0,343	0,366 ns
Monumentos	6,99	2,187	7,11	2,323	-0,802	0,211 ns
Yacimientos Arqueológicos	6,55	2,468	6,61	2,544	-0,376	0,354 ns
Cine y contenidos audiovisuales	7,54	1,929	7,28	2,113	1,886	0,030 *
Cine	7,65	1,927	7,23	2,094	3,048	0,001 **
Contenidos audiovisuales	7,84	1,775	7,52	1,832	2,646	0,004 **
Escénicas en general	5,69	2,408	6,06	2,350	-2,378	0,009 **
Teatro	5,73	2,580	6,37	2,406	-3,867	0,000 ***
Ópera	3,39	2,603	4,31	2,633	-5,212	0,000 ***
Zarzuela	2,98	2,324	4,03	2,547	-6,300	0,000 ***
Ballet o danza	3,97	2,688	4,18	2,542	-1,225	0,110 ns
Circo	4,63	2,409	4,25	2,353	2,440	0,007 **
Música en general (+)	8,40	1,536	7,65	2,088	6,626	0,000 ***
Conciertos de música clásica	4,85	2,813	5,48	2,790	-3,374	0,000 ***
Conciertos de música actual (+)	7,66	2,078	6,35	2,508	8,928	0,000 ***
Escuchar música (+)	8,50	1,580	7,69	2,133	6,917	0,000 ***
Toros (+)	1,62	2,552	2,28	2,912	-3,756	0,000 ***

Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2021/22. Ministerio de Cultura y Deporte. Unidad: promedio (1-10). Base: submuestra de la Comunidad Valenciana (n = 1.156 casos).

(+) La *t* de Student se aplicó sin asumir la igualdad de las varianzas (test de Levene).

*** (p < 0,001); ** (p < 0,01); * (p < 0,05); ns (no significativo).

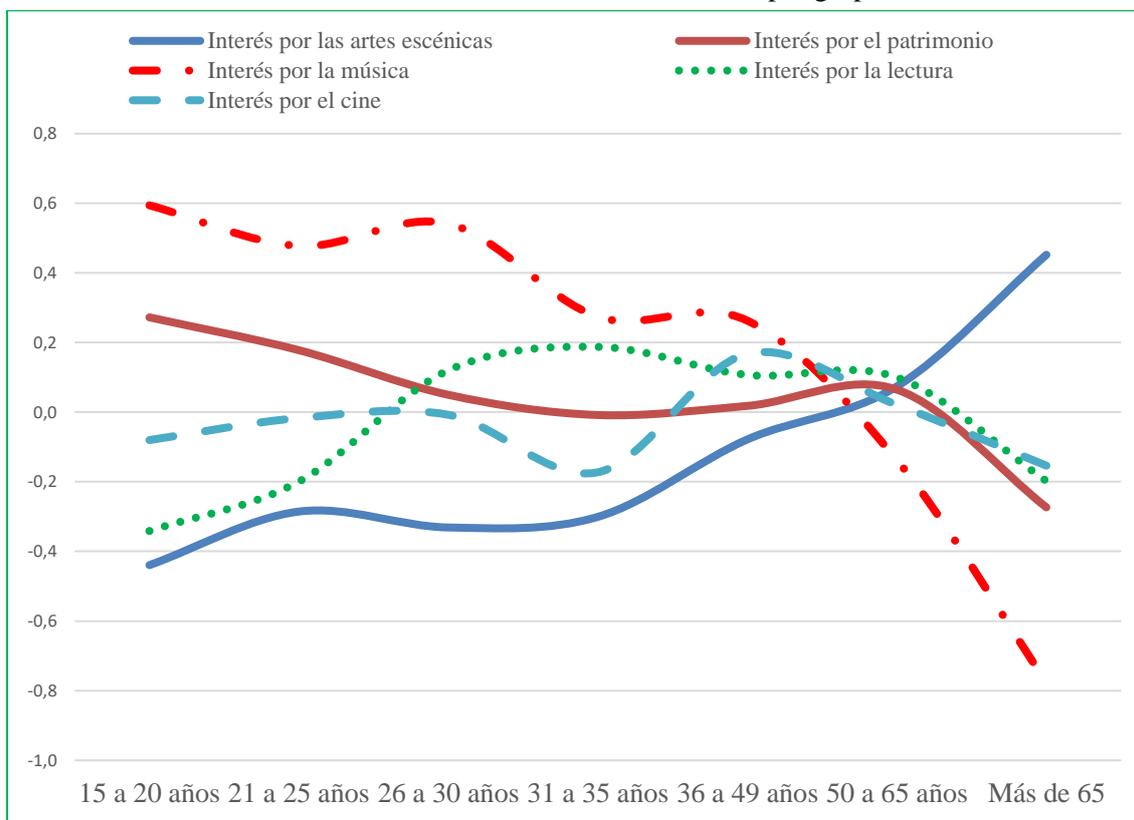
La tabla I también revela que nueve de las veintiséis actividades incluidas en la batería de intereses culturales despiertan de manera significativa más interés entre la población joven que entre la adulta. Se trata de los conciertos de música actual, leer libros por trabajo o estudio, escuchar música, la música en general, la asistencia a bibliotecas, el cine, el circo y los contenidos audiovisuales. Sucede lo contrario y, por tanto, se registra un interés significativamente superior entre los adultos en el caso de la zarzuela, la ópera, la lectura de periódicos, los toros, el teatro, los conciertos de música clásica, las artes escénicas y la lectura de revistas.

Con el objeto de examinar el modo en que esos indicadores de interés cultural se ordenan y organizan empíricamente, se procedió a la aplicación de un análisis de componentes principales (ACP) con rotación varimax al conjunto de la muestra. Este análisis proporcionó un modelo significativo al 99,9% según la prueba de Bartlett y con un elevado ajuste ($KMO=0,908$), que arrojó cinco componentes que de manera conjunta explicaban el 68,9% de la varianza¹. Estos cinco componentes incluían el interés por las artes escénicas, el interés por el patrimonio, el interés por la música, el interés por la lectura y el interés por el cine.

La asociación entre la edad y el interés por la música exhibe, tal y como refleja el gráfico 1, una relación lineal negativa pues a medida que aumenta la primera disminuye la segunda. Algo parecido sucede con el interés por el patrimonio, aunque la tendencia es mucho menos acusada y, en todo caso, debe tenerse presente que entre los 36 y los 65 años aumenta con respecto a los niveles que alcanza entre los jóvenes de mayor edad (30-35 años). Los otros tres componentes siguen trayectorias distintas. Por un lado, el interés por las artes escénicas muestra una tendencia plenamente contraria pues a medida que aumenta la edad, aumenta también el interés por las artes escénicas. Por otro lado, el interés por el cine aumenta con la edad, con la excepción del descenso que experimenta entre los 30 y los 49 años, pues a esa última edad alcanza un pico a partir del cual vuelve a descender. El interés por la lectura sigue un trazado similar al del interés por el cine, pero con la salvedad de que este último desciende en las etapas centrales, mientras que la lectura aumenta precisamente en ese mismo periodo.

¹ Los resultados completos del Análisis de Componentes Principales de los intereses culturales, incluida la matriz factorial rotada, puede ser consultado en Ariño y Llopis (2023).

Gráfico 1. Puntuaciones en los intereses culturales por grupos de edad



Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2021/22. Ministerio de Cultura y Deporte. Unidad: puntuaciones factoriales. Base: submuestra de la Comunidad Valenciana (n = 1.156 casos).

Una vez examinada la estructura empírica de los intereses culturales de la sociedad valenciana, a continuación, se hace lo propio con las prácticas culturales.

La tabla II ofrece los resultados en las veintiocho variables para la población joven y la adulta con la aplicación del estadístico chi cuadrado. En general, las prácticas culturales con mayor cobertura son las que tienen que ver con Internet, los ordenadores, la música grabada, las series, las películas, la prensa y la lectura de libros al margen de la profesión y estudios. Por el contrario, las menos frecuentes se refieren a la zarzuela, la ópera, el ballet, los conciertos de música clásica, los archivos, las revistas culturales y de cualquier otro tipo y las galerías de arte. Hay, pues, un predominio de la cultura digital y audiovisual, frente a las artes escénicas, claramente residuales.

Las prácticas que arrojan más diferencias a favor de los jóvenes al compararlos con la población adulta son las relativas al acceso a Internet, el uso de ordenadores, la escucha de música grabada, el consumo de series, la lectura de libros por trabajo/estudios, la

asistencia al cine, la asistencia online o presencial a bibliotecas, el consumo de películas, la visita de monumentos, la visita de yacimientos arqueológicos y la asistencia a conciertos de música actual. En los casos mencionados las diferencias halladas son estadísticamente significativas cuando se aplica la prueba de Chi cuadrado. Por el contrario, la población adulta únicamente aventaja a la juventud en la lectura de prensa, revistas culturales y de cualquier otro tipo, la asistencia a conciertos de música clásica y la zarzuela. Ahora bien, estas diferencias solo son estadísticamente significativas en los casos de la prensa y los conciertos de música clásica.

Tabla II. Prácticas culturales de la población valenciana joven y adulta

<i>Prácticas culturales</i>	Jóvenes (15-35 años)	Adultos (> 35 años)	Chi-Square Test	
			Valor	Sig.
Monumentos (últimos 12 meses)	27,6%	20,1%	10,322	0,016*
Yacimientos (últimos 12 meses)	14,8%	9,6%	7,096	0,069 ns
Museos (últimos 12 meses)	19,1%	16,4%	4,180	0,243 ns
Exposiciones (últimos 12 meses)	10,2%	8,3%	2,234	0,525 ns
Galerías (últimos 12 meses)	6,3%	4,6%	3,598	0,308 ns
Archivos (últimos 12 meses)	3,0%	2,7%	3,958	0,266 ns
Prensa (al menos una vez semana)	51,6%	62,6%	14,551	0,024*
Prensa deportiva (al menos una vez semana)	33,6%	31,5%	4,293	0,637 ns
Revistas culturales (al menos una vez semana)	4,9%	8,2%	4,987	0,545 ns
Otras revistas (al menos una vez semana)	5,6%	7,7%	2,983	0,811 ns
Ballet (últimos 12 meses)	2,3%	1,1%	3,701	0,296 ns
Ópera (últimos 12 meses)	1,6%	1,5%	0,854	0,837 ns
Zarzuela (últimos 12 meses)	0,0%	0,9%	5,247	0,155 ns
Teatro (últimos 12 meses)	11,2%	7,7%	3,919	0,270 ns
Concierto música clásica (últimos 12 meses)	3,0%	4,1%	10,723	0,013*
Concierto música actual (últimos 12 meses)	9,5%	5,3%	31,824	0,000***
Asistencia al cine (sala) (último año)	44,1%	26,1%	45,068	0,000***
Asistencia a bibliotecas (presencial) (último año)	21,7%	10,3%	52,109	0,000***
Asistencia a bibliotecas (online) (último año)	10,5%	4,7%	30,165	0,000***
Música grabada (online) (diariamente)	82,6%	60,0%	56,555	0,000***
Libros por trabajo/estudios (últimos 3 meses)	33,6%	14,9%	96,952	0,000***
Libros por otros motivos (últimos 3 meses)	47,0%	43,3%	10,645	0,059 ns
Audiovisuales películas (al menos una vez a la semana)	70,1%	59,6%	41,522	0,000***
Audiovisuales series (al menos una vez a la semana)	74,3%	55,5%	60,008	0,000***
Ordenador por trabajo/estudios (al menos una vez a la semana)	60,9%	32,5%	80,698	0,000***
Ordenador por otros motivos (al menos una vez a la semana)	65,1%	45,7%	43,272	0,000***
Internet por trabajo/estudios (al menos una vez a la semana)	64,8%	35,3%	93,389	0,000***
Internet por otros motivos (al menos una vez a la semana)	94,1%	79,5%	36,042	0,000***

Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2021/22. Ministerio de Cultura y Deporte. Unidad: porcentajes. Base: submuestra de la Comunidad Valenciana (n = 1.156 casos).

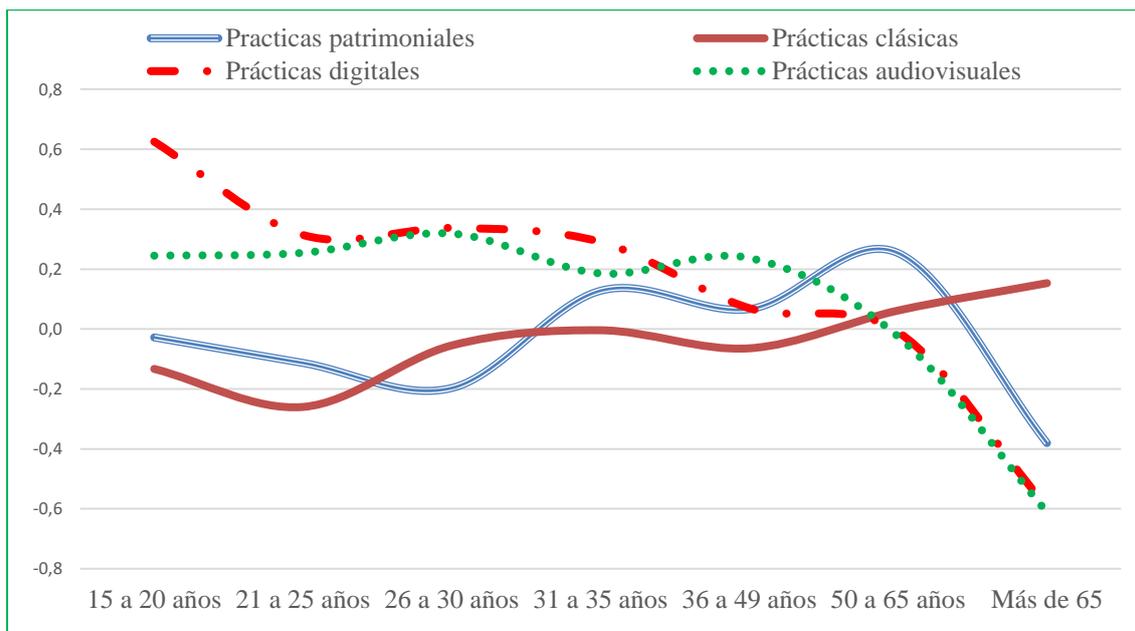
*** (p < 0,001); ** (p < 0,01); * (p < 0,05); ns (no significativo)

Al igual que se hizo en el caso de los intereses culturales, las variables referidas a las prácticas culturales fueron introducidas un análisis de componentes principales (ACP) de cara a obtener sus dimensiones estructurales. Este análisis resultó significativo al 99,9% según el test de Bartlett ($KMO = 0,824$) y arrojó una solución de siete componentes que, de manera conjunta, explicaban un 58,6% de la varianza del conjunto inicial de variables. Los componentes obtenidos incluían las prácticas patrimoniales (visita a lugares), las prácticas clásicas (artes escénicas), las prácticas digitales (uso de ordenador e internet), las prácticas audiovisuales (películas, series y música grabada), las prácticas lecto-formativas (asistencia a bibliotecas y lectura por trabajo y estudios), las prácticas lectoras relativas a la prensa y las prácticas lectoras relativas a revistas².

La asociación con la edad de estos cinco componentes aparece recogida en los dos gráficos siguientes. En el gráfico 2 se presentan las prácticas clásicas, las prácticas patrimoniales, las prácticas digitales y las prácticas audiovisuales. Las dos primeras muestran tendencias similares, aunque con algunos matices. Ambas incrementan su presencia con el aumento de la edad, aunque en el caso de las patrimoniales esa relación se quiebra a partir de los 65 años, cuando se inicia un claro descenso. Por otro lado, tanto las prácticas audiovisuales como las prácticas digitales descienden con la edad, aunque las primeras se mantienen relativamente estables hasta los 49 años que es cuando realmente empiezan a descender.

Gráfico 2. Puntuaciones en las prácticas culturales por grupos de edad

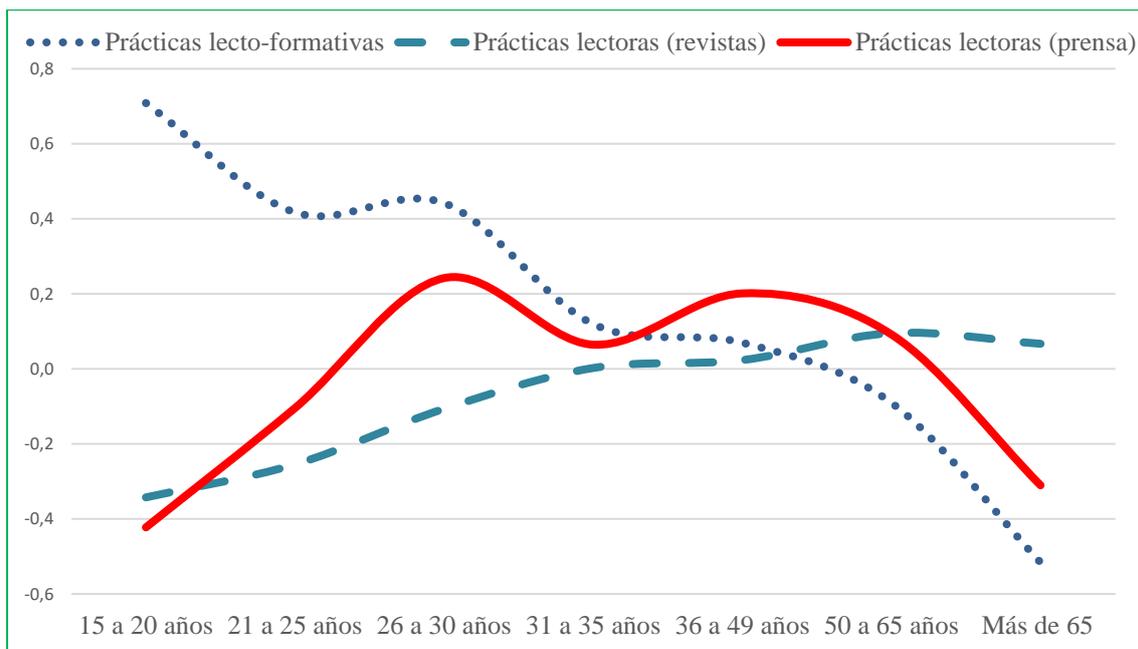
² La información relativa a la obtención de los componentes principales y sus características se encuentra en Ariño y Llopis (2023).



Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2021/22. Ministerio de Cultura y Deporte. Unidad: puntuaciones factoriales. Base: submuestra de la C. Valenciana (n = 1.156 casos).

La relación con la edad de los restantes tipos de prácticas culturales aparece en el gráfico 3. Las prácticas lecto-formativas muestran una relación lineal negativa con la edad, es decir, descienden en la medida que esta última aumenta. Lo contrario puede aplicarse al caso de las prácticas lectoras relacionadas con las revistas: su incidencia aumenta con la edad, si bien es cierto que a partir de los 65 años retroceden ligeramente. Por último, la lectura relacionada con la prensa tiene sus mayores niveles en las edades centrales, aunque de los 31 a los 35 años experimenta un descenso.

Gráfico 3. Puntuaciones en las prácticas culturales por grupos de edad (II)

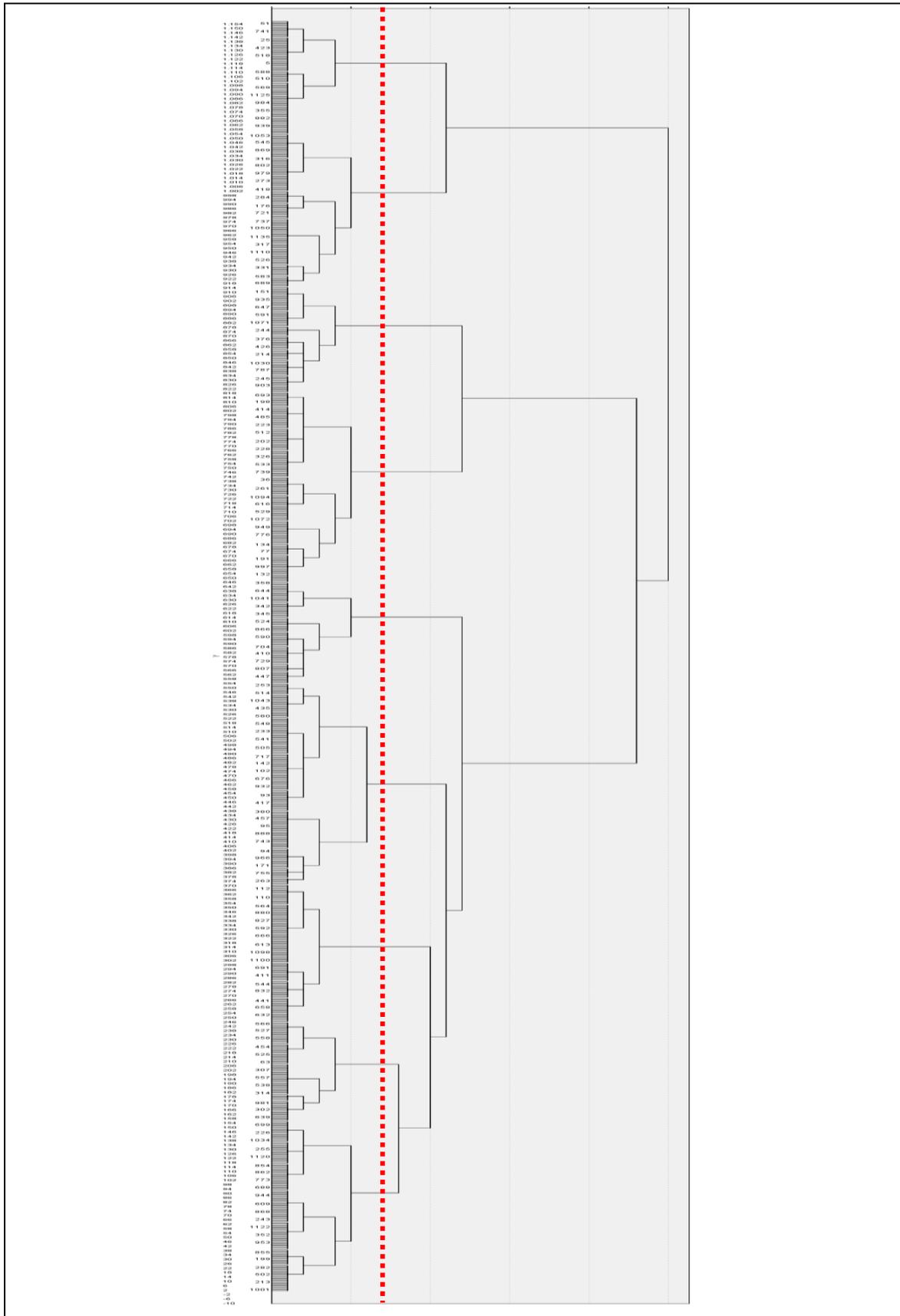


Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2021/22. Ministerio de Cultura y Deporte. Unidad: puntuaciones factoriales. Base: submuestra de la C. Valenciana (n = 1.156 casos).

3.2. Una tipología cultural de la población valenciana

En este apartado, se procede a la obtención de una tipología mediante la técnica del análisis de conglomerados siguiendo el procedimiento sugerido por Hair et al. (1999) y Levy y Varela (2003). En primer lugar, se ha aplicado un método jerárquico (método de Ward y distancia euclídea al cuadrado) para determinar el número adecuado de conglomerados y sus centros iniciales y, en segundo lugar, el método de optimización *k*-medias a partir de los centros iniciales obtenidos en la primera fase. La solución que se consideró más apropiada teniendo en cuenta la observación del dendograma (véase figura 1) y la pertinencia de los conglomerados resultantes de la fase de optimización fue la de nueve grupos.

Figura 1. Dendograma (método de Ward)



Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2021/22. Ministerio de Cultura y Deporte. Base: submuestra de la C. Valenciana (n = 1.156 casos).

Antes de examinar las características de cada conglomerado, se procedió a una triple comprobación de la validez de la clasificación obtenida (Díaz de Rada, 2002: 310). En primer lugar, el análisis de varianza reveló que la variabilidad entre-grupos superaba la intra-grupos ($p < 0,001$) en los 12 componentes introducidos.

Tabla III. Análisis de Varianza

	Clúster		Error		F	Sig.
	Media cuadrática	GL	Media cuadrática	GL		
Interés por las artes escénicas	35,118	8	0,762	1147	46,085	<0,001
Interés por el patrimonio	44,401	8	0,697	1147	63,677	<0,001
Interés por la música	58,255	8	0,601	1147	96,985	<0,001
Interés por la lectura	47,610	8	0,675	1147	70,544	<0,001
Interés por el cine	40,720	8	0,723	1147	56,324	<0,001
Prácticas patrimoniales	20,986	8	0,861	1147	24,385	<0,001
Prácticas clásicas	82,968	8	0,428	1147	193,716	<0,001
Prácticas digitales	42,525	8	0,710	1147	59,863	<0,001
Prácticas audiovisuales	67,431	8	0,537	1147	125,647	<0,001
Prácticas lecto-formativas	52,404	8	0,641	1147	81,692	<0,001
Prácticas lectoras (revistas)	68,061	8	0,532	1147	127,868	<0,001
Prácticas lectoras (prensa)	49,984	8	0,658	1147	75,922	<0,001

Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2021/22.

En segundo lugar, al realizar un análisis discriminante utilizando como variable dependiente, la pertenencia a los 9 conglomerados creados con el método k-medias y como variables independientes los 12 componentes principales, se obtuvo un 93% de casos correctamente asignados, lo que puede considerarse un buen resultado.

Tabla IV. Resultados de clasificación (análisis discriminante)

Clúster	Pertenencia a grupos pronosticada									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
n	122	1	0	1	0	4	2	5	1	136
	0	139	3	1	0	0	1	3	1	148
	2	2	110	0	0	0	1	1	0	116
	3	0	1	91	0	1	1	0	1	98
	0	2	0	1	136	1	1	0	1	142
	0	3	2	1	0	103	1	2	2	114
	1	1	1	1	0	0	143	1	2	150
	1	0	0	1	0	3	6	113	0	124
	1	2	0	1	0	0	4	2	118	128
%	89,7	0,7	0,0	0,7	0,0	2,9	1,5	3,7	0,7	100
	0,0	93,9	2,0	0,7	0,0	0,0	0,7	2,0	0,7	100
	1,7	1,7	94,8	0,0	0,0	0,0	0,9	0,9	0,0	100
	3,1	0,0	1,0	92,9	0,0	1,0	1,0	0,0	1,0	100
	0,0	1,4	0,0	0,7	95,8	0,7	0,7	0,0	0,7	100
	0,0	2,6	1,8	0,9	0,0	90,4	0,9	1,8	1,8	100
	0,7	0,7	0,7	0,7	0,0	0,0	95,3	0,7	1,3	100
	0,8	0,0	0,0	0,8	0,0	2,4	4,8	91,1	0,0	100
	0,8	1,6	0,0	0,8	0,0	0,0	3,1	1,6	92,2	100

Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2021/22.

En tercer lugar, el examen de las diferencias de los conglomerados, considerando la distancia entre los centroides (distancia euclídea), también arrojó resultados positivos. La tabla V muestra que los conglomerados más diferentes son el 5 y el 6, con una distancia de 3,694, mientras que los más parecidos son el 1 y el 2 (2,221). En cualquier caso, todos los coeficientes son elevados, lo que indica que los conglomerados se diferencian claramente.

Tabla V. Distancias entre los centros de los conglomerados finales

Conglomerado	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	--								
2	2,221	--							
3	2,690	2,646	--						
4	2,802	3,029	3,493	--					
5	3,549	3,209	2,689	3,155	--				
6	2,560	2,841	3,049	3,101	3,694	--			
7	3,107	3,101	3,389	3,664	3,557	3,153	--		
8	2,954	3,063	3,448	3,551	3,676	2,754	2,968	--	
9	2,644	2,411	3,253	3,082	3,082	2,505	2,932	3,480	--

Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2021/22.

Una vez validada la clasificación en nueve conglomerados, en la tabla VI se presentan sus centros finales. El primer conglomerado destaca esencialmente por sus elevadas puntuaciones en interés por la lectura y el cine, así como en las prácticas culturales digitales, audiovisuales y lectura de revistas. Este conglomerado revela también una falta de interés por las artes escénicas que coincide con la escasez de prácticas culturales clásicas. La denominación elegida es la de *público digital*.

El segundo conglomerado ha sido denominado *público cinéfilo*, dado que el componente de los intereses culturales en el que tiene la puntuación positiva más alta es el referido al cine. Destaca también por sus altas puntuaciones en prácticas audiovisuales, un factor que aglutina el consumo de series, películas y música grabada.

El tercer conglomerado registra sus puntuaciones más altas en las prácticas lectoras de prensa, por lo que la denominación que mejor se le ajusta es la de *público informado*. Muestran también interés por el patrimonio y el cine, pero con la excepción de las ya apuntadas prácticas de lectura de prensa y patrimoniales, todos los demás factores de prácticas obtienen puntuaciones negativas.

El cuarto conglomerado lo hemos denominado *público musical* dado que sus únicos intereses culturales se refieren a la música. En el apartado de prácticas, la única puntuación positiva relevante de este conglomerado es la referida a las prácticas audiovisuales, donde se incluye la variable que registra la escucha de música grabada. Dado que el interés por el cine de este conglomerado es el más bajo de los nueve, queda claro que el aspecto que predomina de las prácticas audiovisuales es el referido a la música.

El quinto conglomerado obtiene cargas factoriales negativas en prácticamente todos los componentes, especialmente en los referidos al interés por la música y a las prácticas audiovisuales. Obtiene una puntuación positiva, aunque muy baja en intereses clásicos, pero las prácticas homólogas son claramente negativas. En coherencia con todo ello, la denominación que mejor le encaja es la de *público alejado*.

El sexto conglomerado agrupa a personas cuya principal característica es su elevada puntuación en prácticas lecto-formativas, es decir, referidas a lecturas relacionadas con los estudios y la asistencia a bibliotecas, por lo que hemos considerado conveniente denominarlo *público en formación*.

Tabla VI. Centros finales de los conglomerados según intereses y prácticas culturales

	Público digital	Público cinéfilo	Público informado	Público musical	Público alejado	Público en formación	Público clásico	Público ilustrado	P. músico-patrimonial
Interés por las artes escénicas	-0,45513	-0,13306	-0,51551	-0,67851	0,21520	-0,18100	0,96469	0,44253	-0,01264
Interés por el patrimonio	-0,16815	-0,33600	0,31773	-1,47826	-0,25668	0,60846	0,26240	0,46647	0,39446
Interés por la música	0,28488	-0,07093	-0,78248	0,41426	-1,34754	0,53128	0,27960	0,18376	0,68735
Interés por la lectura	0,45129	0,11068	-0,04728	-0,00762	-0,59170	0,38648	0,20089	0,79352	-1,25072
Interés por el cine	0,56631	0,76455	0,27353	-1,22482	-0,43978	-0,10154	0,01524	-0,29669	0,05202
Prácticas patrimoniales	-0,02442	0,40941	0,04607	-0,92692	-0,44536	0,08002	-0,02455	0,31274	0,36909
Prácticas clásicas	-0,45118	-0,38817	-0,30395	-0,34590	-0,35794	-0,38029	1,91967	0,10066	-0,14285
Prácticas digitales	1,19842	-0,84767	-0,13056	0,03073	-0,46284	0,15313	0,14884	0,01570	-0,01095
Prácticas audiovisuales	0,48609	0,83921	-1,15260	0,27888	-1,21781	0,20245	0,02835	0,03362	0,44914

	Público digital	Público cinéfilo	Público informado	Público musical	Público alejado	Público en formación	Público clásico	Público ilustrado	P. músico-patrimonial
Interés por las artes escénicas	-0,45513	-0,13306	-0,51551	-0,67851	0,21520	-0,18100	0,96469	0,44253	-0,01264
Prácticas lecto-formativas	-0,35036	-0,43290	-0,13850	0,03956	-0,59648	1,61922	-0,11522	0,40545	-0,07012
Prácticas lectoras-revistas	-0,08265	-0,16839	-0,48991	-0,07142	-0,08035	-0,30052	-0,15377	1,92256	-0,54431
Prácticas lectoras-prensa	0,32875	0,32410	1,24277	-0,18629	-0,88054	-0,16966	0,01933	0,14677	-0,74455

Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2021/22.

A continuación, el séptimo conglomerado congrega a las personas con más elevadas puntuaciones en los factores relacionados con el interés por las artes escénicas y las prácticas clásicas. Es, por tanto, un *público clásico*.

El siguiente conglomerado obtiene puntuaciones positivas en prácticamente todos los factores de intereses y prácticas. La excepción es el cine, donde registra una puntuación negativa, y las prácticas digitales y audiovisuales, donde obtiene valores cercanos a cero. Ahora bien, destaca por su interés en la lectura y el patrimonio, así como por sus prácticas lectoras y patrimoniales. A la luz de estos rasgos, este grupo podría ser denominado *público ilustrado*.

Y el noveno y último conglomerado aglutina a un público con muy escasos intereses y prácticas lectoras que, sin embargo, obtiene sus puntuaciones más altas en los intereses y las prácticas relacionadas con el patrimonio y la música, por lo que hemos optado por denominarlo *público músico-patrimonial*.

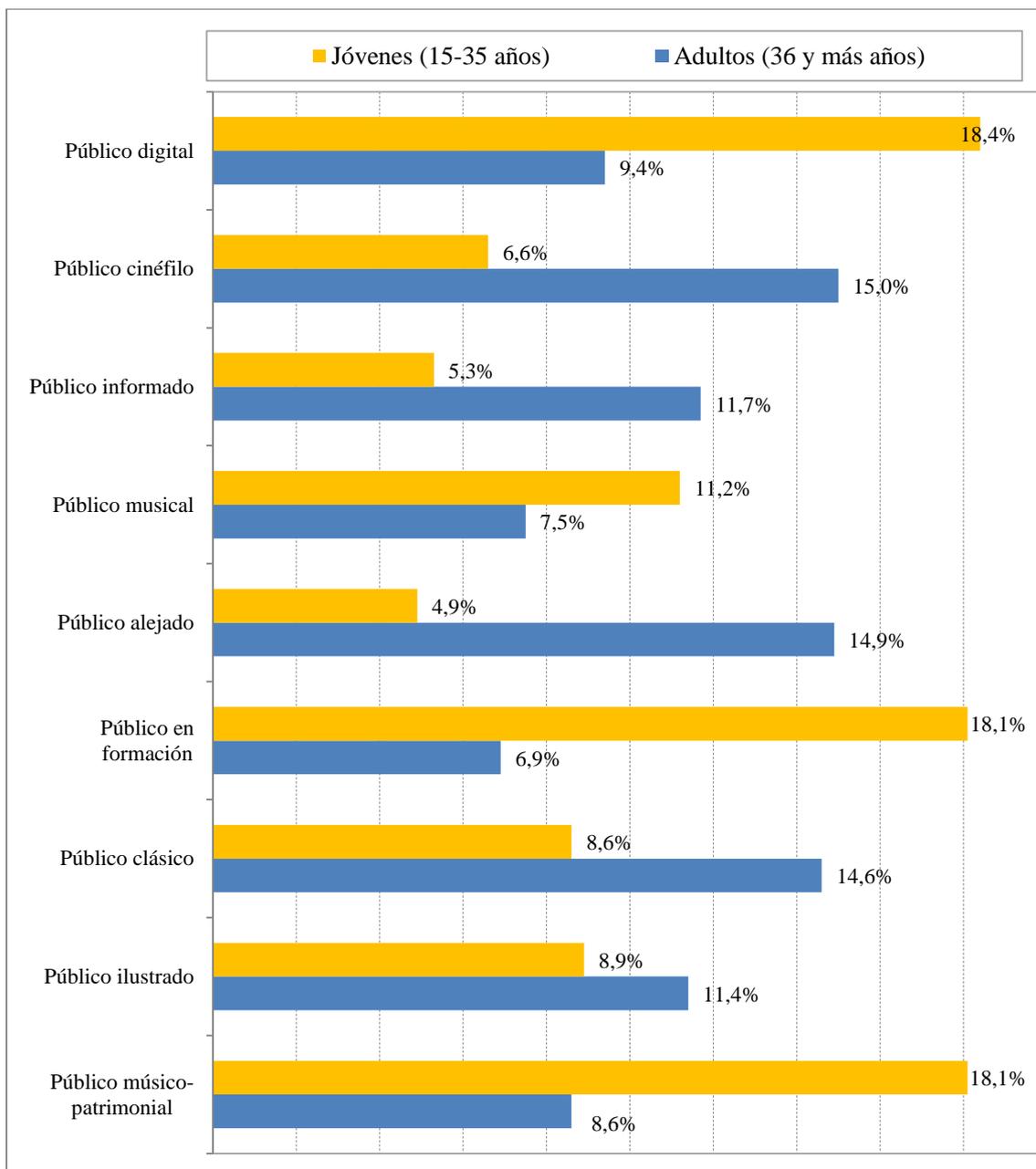
La distribución porcentual de los nueve conglomerados en el conjunto de la sociedad valenciana muestra diferencias relevantes, tal y como se puede comprobar en el gráfico 4. Las barras de color más claro –referidas a la población joven– muestran que el *público digital* supone un 18,4% de la población de 15 a 35 años, un porcentaje que supera al de todos los demás conglomerados juveniles y que duplica al de la población de más de 35 años.

A continuación, otros dos conglomerados son los que agrupan a mayor proporción de personas jóvenes: el *público en formación* y el *público músico-patrimonial*, ambos con un 18,1% de la población joven. El primero es casi el triple entre la población joven que entre la adulta, mientras que el segundo se acerca al doble.

El cuarto conglomerado más presente entre los jóvenes es el *público musical*, con un 11,2%, que supone cerca de cuatro puntos más que la presencia que tiene entre la población adulta.

Los restantes cinco conglomerados se muestran porcentualmente más presentes entre la población adulta. Así, por ejemplo, el *público cinéfilo* es más del doble entre la población adulta (15% en mayores de 25 años y 6,6% entre menores de esa edad). En el caso del *público clásico*, las proporciones son 14,6% entre adultos y 8,6% entre jóvenes. Por lo que se refiere a los *informados* y los *ilustrados*, las diferencias son muy similares, en ambos casos a favor de la población adulta. Así, el *público informado* alcanza un 11,7% entre adultos y un 5,3% entre jóvenes, proporciones que en el caso del *público ilustrado* se convierten en 11,4% y 8,9% respectivamente. Por último, el público alejado entre la población adulta (14,9%) multiplica por 3 el porcentaje relativo a la joven (4,9%).

Gráfico 4. Conglomerados de intereses y prácticas culturales en la sociedad valenciana



Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2021/22. Ministerio de Cultura y Deporte. Unidad: porcentajes. Base: submuestra de la C. Valenciana (n = 1.156 casos).

3.3. Distribución de los sociotipos jóvenes en la sociedad valenciana

Para finalizar el análisis de las pautas y perfiles culturales de la juventud valenciana, incluimos un análisis bivariable que permite identificar los rasgos sociodemográficos de los nueve conglomerados presentados en las líneas anteriores.

Los resultados incluidos en la tabla VII ponen de manifiesto que los jóvenes entre 26 y 35 años se encuentran más presentes en el conglomerado de *público digital*. En este mismo conglomerado, también tienen una presencia superior al promedio los jóvenes

con estudios universitarios, que se encuentran trabajando y residen en capitales de provincia.

El *público cinéfilo* cuenta con una mayor presencia de hombres, de 21 a 30 años, con estudios de secundaria y residentes en municipios de menos de 50.000 habitantes. Además, los integrantes de este conglomerado se encuentran prácticamente en su totalidad en situación laboral de ocupados.

El *público informado* también cuenta con una mayor presencia de hombres, pero al margen de eso, la única característica que le define entre la población joven es su mayor concentración en el segmento de 31 a 35 años.

El perfil sociodemográfico del *público musical* es muy similar al anterior en cuanto a la edad, ya que en este caso la distribución entre sexos es más equilibrada y los que destacan ahora son las personas ocupadas.

El *público alejado* se caracteriza por carecer de estudios, encontrarse en desempleo o en otras situaciones (tareas domésticas sin remunerar o pensionista) y por residir en mucha mayor medida que los integrantes del resto de conglomerados en capitales de provincia.

Teniendo en cuenta las pautas culturales que lo definen, no sorprende que el *público en formación* se caracterice por su menor edad (tiene una fuerte concentración en el grupo de 15 a 20 años) y por su mayor proporción en la condición de estudiante. Además, es un segmento con una mayor presencia de mujeres.

Esta mayor presencia femenina constituye también un rasgo distintivo del *público clásico*, prácticamente el rasgo sociodemográfico más definitorio de dicho conglomerado, al margen de la mayor presencia en el mismo de personas residentes en municipios de menos de 50.000 habitantes.

Como en los casos anteriores, el *público ilustrado* vuelve a nutrirse en mayor medida de mujeres. A ellas, hay que añadir ahora el segmento de 31 a 35 años, las personas con estudios universitarios y las residentes en municipios de más de 50.000 habitantes (excluyendo las capitales de provincia).

Por último, el *público músico-patrimonial* muestra un perfil sociodemográfico muy similar al del *público en formación* en relación con la edad (de 15 a 20 años) y la situación laboral (estudiantes), pero no en lo que se refiere al sexo, pues en este caso

hay un mayor equilibrio entre hombres y mujeres. Otro rasgo específico del mismo es la mayor presencia de personas con estudios de formación profesional.

Tabla VII. Distribución de los conglomerados culturales entre la juventud valenciana (15-35 años)

<i>Variables sociodemográficas</i>		Conglomerados									Total
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Sexo	Hombre	57,1%	60,0%	87,5%	55,9%	53,3%	45,5%	38,5%	33,3%	52,7%	52,0%
	Mujer	42,9%	40,0%	12,5%	44,1%	46,7%	54,5%	61,5%	66,7%	47,3%	48,0%
Edad	15 a 20 años	8,9%	15,0%	25,0%	20,6%	20,0%	40,0%	26,9%	7,4%	41,8%	25,0%
	21 a 25 años	30,4%	45,0%	6,3%	14,7%	46,7%	25,5%	26,9%	25,9%	23,6%	26,3%
	26 a 30 años	25,0%	35,0%	18,8%	17,6%	6,7%	23,6%	19,2%	14,8%	16,4%	20,4%
	31 a 35 años	35,7%	5,0%	50,0%	47,1%	26,7%	10,9%	26,9%	51,9%	18,2%	28,3%
Estudios	Estudios básicos sin Secundaria	3,6%	5,0%	6,3%	2,9%	40,0%	1,8%	3,8%	3,7%	7,3%	5,9%
	Formación Profesional	10,7%	40,0%	37,5%	32,4%	20,0%	27,3%	19,2%	14,8%	27,3%	24,0%
	Bachillerato	30,4%	20,0%	12,5%	35,3%	13,3%	21,8%	34,6%	14,8%	36,4%	27,0%
	Bachillerato	10,7%	20,0%	25,0%	23,5%	13,3%	21,8%	15,4%	14,8%	10,9%	16,4%
	Universitarios	44,6%	15,0%	18,8%	5,9%	13,3%	27,3%	26,9%	51,9%	18,2%	26,6%
Situación laboral	Trabajando	74,5%	94,7%	68,8%	79,4%	26,7%	44,4%	56,0%	61,5%	48,1%	60,7%
	Parado	5,5%	--	12,5%	5,9%	26,7%	3,7%	12,0%	7,7%	11,1%	8,1%
	Estudiantes (no trabajan)	18,2%	--	12,5%	14,7%	20,0%	51,9%	32,0%	26,9%	38,9%	28,2%
	Otras situaciones	1,8%	5,3%	6,3%	--	26,7%	--	--	3,8%	1,9%	3,0%
Hábitat	Capitales de provincia	42,9%	30,0%	18,8%	38,2%	53,3%	30,9%	23,1%	29,6%	36,4%	34,5%
	De más de 50.000	23,2%	20,0%	37,5%	20,6%	6,7%	21,8%	19,2%	40,7%	29,1%	24,7%
	De menos de 50.001	33,9%	50,0%	43,8%	41,2%	40,0%	47,3%	57,7%	29,6%	34,5%	40,8%

Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2021/22. Ministerio de Cultura y Deporte.

Unidad: porcentajes. Base: submuestra 14-35 años (n = 304).

4. CONCLUSIONES

Este trabajo se ha adentrado en el estudio de las pautas y perfiles culturales de la juventud valenciana, con el objetivo de obtener una mejor comprensión de los aspectos que la diferencian de la población adulta y que definen su heterogeneidad interna.

A partir de un total de cincuenta y cuatro indicadores referidos a sus intereses y prácticas culturales, se ha obtenido un total de doce factores (componentes principales): cinco referidos a los intereses y siete a las prácticas culturales. La relación de estos doce factores con la edad ha permitido efectuar un análisis del modo en que jóvenes y adultos difieren en sus pautas culturales. Así, el interés por las artes escénicas, las prácticas clásicas y las referidas a la lectura de revistas aumenta con la edad (relación lineal positiva), mientras que el interés por la música y las prácticas digitales, audiovisuales y lecto-formativas disminuye con la edad (relación lineal negativa). Frente a esto, los intereses y las prácticas patrimoniales, así como el interés por el cine, se mantienen relativamente estables desde la juventud hasta la edad adulta, aunque descienden a partir de la edad aproximada de jubilación. Por otro lado, el interés por la lectura y las prácticas referidas a la lectura de prensa muestran sus niveles más elevados en las edades intermedias.

Este trabajo se proponía también obtener una tipología de la población joven que mostrara el modo en que esta se agrupa en torno a las dimensiones culturales previamente identificadas. Se pretendía con ello ir más allá de los esquematismos dicotómicos con que a veces es presentada la juventud en relación con sus pautas de participación cultural.

El estudio ha mostrado la existencia de un primer conglomerado, que ha sido denominado *público digital*, que aglutina a casi dos de cada diez jóvenes y que, junto al segundo y tercer conglomerado con más presencia entre la población juvenil (*público en formación* y *público músico-patrimonial*) supone el 54,6% de la juventud valenciana. Estos tres conglomerados solo suponen una cuarta parte de la población mayor de 35 años (24,9%). Junto a estos tres grupos, el *público musical* alcanza también una mayor presencia relativa entre la población juvenil que entre la población adulta.

Por el contrario, los conglomerados más destacados entre la población adulta son el *público cinéfilo*, el *público informado*, el *público clásico*, el *público ilustrado* y el *público alejado*.

Los resultados obtenidos muestran un desplazamiento de la población joven hacia enclaves de cultura digital, audiovisual y musical. Frente a esos espacios a los que ahora tiende la juventud valenciana, la población adulta mantiene una mayor adhesión al universo de las prácticas relacionadas con la lectura, el cine y las artes escénicas.

5. REFERENCIAS

- Ariño, A. y Llopis, R. (2023): *Prácticas culturales en tiempos inciertos*. Comunidad Valenciana 2021/22. Tirant Humanidades.
- Bourdieu, P. (1988): *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus.
- Criado, E. (1998): *Producir la juventud*. Istmo.
- Gayo, M. (2013): La teoría del capital cultural y la participación cultural de los jóvenes. El caso chileno como ejemplo. *Última Década*, 38, pp. 141-171.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. y Black, W. C. (1999): *Análisis Multivariante*. 5ª edición. Prentice Hall.
- Lévy, J. P. y Varela, J. (2003): *Análisis multivariable para las ciencias sociales*. Pearson Educación.
- MCD (2022): *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España. 2021-2022*. División de Estadística y Estudios, Secretaría General Técnica. Ministerio de Cultura y Deporte