

# Juventud, ocio, cultura e Inteligencia Artificial



## CRÉDITOS

© Fundación Fad Juventud, 2026

### Edita:

**Centro Reina Sofía de Fad Juventud**  
**Avenida de Burgos, 1 y 3, 28036, Madrid**

**[fad.es](http://fad.es)**

**91 383 83 48**

**[fad@fad.es](mailto:fad@fad.es)**

### Coordinación:

Anna Sanmartín Ortí

### Autoría:

Alfredo Ramos Pérez

### Maquetación:

Roberto Sánchez Gómez

**ISBN:** 978-84-19856-58-6

**DOI:** [10.5281/zenodo.18887721](https://doi.org/10.5281/zenodo.18887721)

Sugerencia de cita: Ramos Pérez, A (2026). Juventud, cultura, ocio e inteligencia artificial. Centro Reina Sofía de Fad Juventud. <http://doi.org/10.5281/zenodo.18887721>



# Índice

Introducción y objetivos.....	4
Metodología.....	7
Diferencias entre ocio y cultura.....	10
Consumos culturales y de ocio.....	15
Brecha institucional.....	31
Desigualdad, consumos culturales y de ocio.....	36
Desafíos y posibilidades de la Inteligencia Artificial.....	44
Conclusiones.....	59
Referencias.....	63

# 1

## INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

Centro  
Reina Sofía

---

**fad**  
Juventud

## Introducción

En los últimos años gran parte de los estudios sobre prácticas culturales y de ocio de la juventud en España han estado estructurados en torno a las siguientes fuentes. En primer lugar, la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales del Ministerio de Cultura o el Informe de la Juventud, del INJUVE. Estos estudios han ido modificándose, no sólo en su periodicidad (por ejemplo, la Encuesta de Hábitos es bianual en la actualidad) sino también en las prácticas analizadas, ampliando algunas o eliminando otras. En ambos casos, una de las innovaciones más relevantes tiene que ver con la introducción de las prácticas digitales.

A este tipo de investigaciones, más basadas en datos cuantitativos (ya sean primarios o secundarios) se unen otras dos grandes líneas. Por un lado, las investigaciones cuantitativas o cualitativas sobre esferas o ámbitos específicos de las prácticas culturales o de ocio realizadas por el Centro Reina Sofía (Fad Juventud) y que han abarcado elementos como los videojuegos o el ocio digital (Ballesteros et al., 2020; Gómez Miguel. y Calderón Gómez, 2023). Por otro lado, contamos con una amplia tradición etnográfica más vinculada a la investigación sobre subculturas y postsubculturas y que ha dado lugar a los estudios de tribus urbanas, culturas digitales, bandas, etc. (Feixa, 2022).

Todas estas investigaciones han contribuido a confirmar la relevancia de la cultura y el ocio para estudiar las culturas juveniles, sus identidades, los desafíos que enfrentan, etc. Este estudio busca continuar con estas líneas de trabajo, buscando contrastar algunas de las temáticas señaladas en estas investigaciones con un estudio cualitativo, al mismo tiempo que busca avanzar nuevas líneas de investigación con cuestiones aún no tan presentes como es el caso de la capilarización de la inteligencia artificial.

## Objetivos

- Estudiar las representaciones sociales y estereotipos en torno a los roles de género.
- Identificar cómo la población joven distingue y define el ocio y la cultura.
- Analizar cómo han evolucionado determinadas prácticas de consumo cultural y de ocio, especialmente en el marco de la digitalización de las mismas.
- Explorar el modo en el que las prácticas de ocio y cultura generan identidades colectivas juveniles y cómo se articulan.
- Analizar qué elementos de desigualdad condicionan el consumo cultural y de ocio de la población joven.
- Identificar qué tipo de conflictos pueden existir entre la juventud y las instituciones culturales actuales.
- Analizar los impactos que el desarrollo de la Inteligencia Artificial está teniendo en la cultura y el ocio para la población joven, así como en ámbitos que pueden resultar de su interés, como la educación o el bienestar emocional.
- Señalar posibles líneas de investigación futuras respecto a la relación entre juventud, ocio y cultura.

# 2

## METODOLOGÍA

Centro  
Reina Sofía

---

**fad**  
Juventud

## Metodología

Para la elaboración de este informe, junto a la revisión bibliográfica, se realizaron 10 entrevistas individuales, una entrevista grupal y un grupo de discusión. A continuación, se presentan los perfiles de las mismas.

### Entrevistas realizadas

---

Persona entrevistada y código de la entrevista	Ocupación	Fecha
Kike Labián <b>(E1)</b>	Músico, especialista en arte e innovación social. Miembro de la consultora Harmon	31 de octubre de 2025
Nada Colectivo <b>(E2)</b>	Colectivo de investigación sobre arte y juventud. Promotoras de proyectos como Locus y Galaxxia.	6 de noviembre de 2025
Alberto Soler <b>(E3)</b>	Concejalía de Juventud, Ayuntamiento de Cartagena. Coordinador premio Mandarache de Literatura	5 de noviembre de 2025
Adrián Sepiurca <b>(E4)</b>	Director Artístico 21 Distritos	7 de noviembre de 2025
Nira Santana <b>(E5)</b>	Investigadora sobre videojuegos, cultura audiovisual, adolescencia y juventud	11 de noviembre de 2025
Susan Ríos <b>(E6)</b>	Directora AYE Cultura Social, de promoción de la participación cultural en entornos vulnerables.	2 de diciembre de 2025
Pedagogías Invisibles <b>(E7)</b>	Colectivo de mediación artística, responsables de programas como POM en el Centro Conde Duque	16 de diciembre de 2025
Vanessa Rodríguez <b>(E8)</b>	Sexóloga y psicóloga especializada en adolescencia y juventud	18 de diciembre de 2025
Lucas Rodríguez <b>(E9)</b>	Cofundador de la Asociación El Cinorrio de	12 de noviembre de 2025

	dinamización cultural en entornos rurales	
Roy Galán <b>(E10)</b>	Escritor e investigador sobre género	12 de noviembre de 2025

## Entrevista grupal. 12 de noviembre de 2025

---

Mujer, 19 años, estudiante de filosofía, Tenerife <b>(J1.EG)</b>
Mujer, 20 años, estudiante de filosofía, Granada <b>(J2. EG)</b>
Hombre, 19 años, estudiante de filosofía, Tenerife <b>(J3.EG)</b>

## Grupo de discusión. 10 de diciembre de 2025

---

Hombre, 23 años. Desempleado. Nacionalidad española <b>(J1.GD)</b>
Mujer, 26 años. Estudiante de Psicología. Dependienta Decathlon. Nacionalidad española. <b>(J2.GD)</b>
Mujer. 23 años. Estudiante de Nutrición. Camarera. Nacionalidad española. <b>(J3.GD)</b>
Mujer. 20 años. Grado superior de Realización Audiovisual-Realizadora en Intereconomía. Española. <b>(J4.GD)</b>
Hombre. 21 años. Título de celador sanitario. Catering de bodas. Nacionalidad española. <b>(J5.GD)</b>
Hombre. 24 años. Periodista deportivo. Nacionalidad argentina/italiana. <b>(J6.GD)</b>
Mujer. 23 años. Estudiante de Enfermería. Nacionalidad española. <b>(J7.GD)</b>
Hombre. 26 años. Estudiante TSEAS. Camarero. Nacionalidad chilena. <b>(J8.GD)</b>

# 3

## DIFERENCIAS ENTRE OCIO Y CULTURA

Centro  
Reina Sofía

---

**fad**  
Juventud

## Diferencias entre ocio y cultura

En las sociedades contemporáneas, las prácticas culturales y de ocio ocupan un lugar muy relevante en la vida de las personas jóvenes. Ambos tipos de prácticas cumplen funciones muy importantes a la hora de conformar las identidades juveniles, definir sus vínculos y estilos de vida y permitirles interpretar su lugar en la sociedad (Hansen et al., 2024; Janssen et al., 2025). Pero esta centralidad genera un aparente problema analítico: qué es ocio y qué es cultura.

Podemos partir de aquellas definiciones que asocian la cultura a determinadas expresiones artísticas, a valores compartidos por una comunidad, al patrimonio cultural de la misma o a cuestiones como los hábitos y las buenas maneras; mientras que el ocio queda más relegado al tiempo libre (Purhonen et al., 2025). Sin embargo, ambas esferas se confunden, son intercambiables en muchos casos en la investigación social o en políticas públicas (Ballesteros et al., 2020).

Las prácticas juveniles contribuyen a hacer aún más compleja esta posible distinción. En primer lugar, por reivindicar el ocio no sólo como tiempo libre, sino como un espacio de motivación intrínseca, de satisfacción y de construcción de identidades (Feixa, 2012). Pero también un espacio de distinción y disputa con el mundo adulto que mira el ocio juvenil de manera ambigua, entre un espacio de riesgo y otro de aprendizaje y socialización (Tanner et al., 2015). En segundo lugar, la cultura deja de estar vinculada a la excelencia artística, a determinadas instituciones o prácticas, para relacionarse con prácticas cotidianas, estilos de vida y formas de expresión colectiva.

Ambos, cultura y ocio, son difíciles de distinguir en la medida en que conforman experiencias de aprendizaje, construcción de vínculos y de identidades que afectan a las biografías juveniles. Ante esta dificultad, podemos considerar dos posibilidades conceptuales. La primera es el uso de la idea de cultura expandida. Esta idea parte del trabajo de Williams (1958) que diferenciaba entre un modelo jerárquico de cultura, que la hacía operar como forma de distinción, y otro que la entiende como una práctica más ordinaria, vinculada a la vida cotidiana y a la producción compartida de símbolos. Vich (2013) retoma esta idea para señalar que la cultura expandida tiene que ver con su capacidad para producir sujetos, relaciones y sentidos compartidos. Lo que se altera aquí no es solo que la cultura ya no es únicamente patrimonio de especialistas, sino que la gente joven puede ser productora de cultura, en muchos casos a través de prácticas vinculadas aparentemente al ocio.

Pero además de la idea de cultura expandida, que nos permite considerar prácticas habitualmente entendidas como fuera de la cultura reconocida y a la juventud como un agente que participa de esta redefinición, contamos con otro

concepto que nos permite abordar la confusión entre ocio cultura: las experiencias expandidas de ocio (Scott y Harmon, 2016).

El traslado de numerosas prácticas de ocio y cultura a la esfera digital y la hibridación entre estas prácticas, junto a la interacción entre esferas digital y presencial, ha llevado a la proliferación de las experiencias expandidas de ocio. Se trata de experiencias multi-fase, que van más allá de la actividad concreta y que tienen que ver con las fases previas (adaptación), la inmersión en la propia práctica y la reflexión y el aprendizaje posterior (Scott y Harmon, 2016). En estas actividades, los y las participantes se conectan, crean comunidades, expresan identidades y desarrollan formas de consumo que van más allá de la propia práctica, generando aprendizajes que condicionan sus elecciones futuras (ibid.). Esto nos lleva no sólo a confrontarnos con un concepto expandido de cultura, que va a incluir diferentes formas de ocio, también a considerar el propio proceso de las prácticas culturales y de ocio más allá del momento específico de su desarrollo.

Como se ha señalado anteriormente, las prácticas culturales y de ocio han sido un campo fundamental para analizar las culturas juveniles y para tener una aproximación a los modos de vida de la gente joven. Más allá de su utilidad como herramienta, la frontera entre ambos campos, ocio y cultura, dista de ser evidente. La tarea de diferenciarlos nos ayuda a entender un poco mejor como trabajadores culturales y población joven manejan determinados elementos que dan sentidos específicos a estos ámbitos.

El primer elemento que aparece como distinción, especialmente entre la población joven entrevistada, tiene que ver con cómo se posicionan frente al ocio y a la cultura. El ocio aparece mayoritariamente como un campo donde son activos, mientras que con la cultura sucede lo contrario, tienen una relación más pasiva:

*“Un concierto es más ocio que cultura, es cultura también, pero lo estas sintiendo con tu cuerpo... yo el ocio lo relaciono más con hacer cosas con tu cuerpo, con estar más activamente haciendo algo” (J1.EG)*

Esta relación más pasiva tiene que ver, también, con que se define la cultura desde cierta exterioridad. Si bien el ocio es algo a lo que se pertenece, no siempre sucede lo mismo con la cultura. Se mantiene, respecto a esta última, una relación más ambigua. Por ejemplo, varios jóvenes identifican la cultura “con un legado, con una tradición” (J3.EG). En otros casos tiene más que ver con las culturas nacionales, con elementos patrimoniales, con hábitos y costumbres o incluso con museos o instituciones de este tipo. En ocasiones, como señalan algunos agentes culturales, los y las jóvenes se ven ante la cultura como consumidores:

*“Se ven como consumidores, no articulan la cultura como un bien común (...) cuando se ponían a hablar de experiencias culturales se ponían como consumidores” (E7)*

La siguiente distinción, elaborada fundamentalmente por los jóvenes, tiene que ver con qué tipo de beneficio se obtiene en cada campo. El ocio está asociado a diversión, a un goce más inmediato y a una presencia más accesible, más presente en su vida cotidiana:

*“El ocio es un goce más individual o más inmediato, más espontáneo” (J2. EG)*

*“El ocio, es para un uso recreativo, un uso, no sé, más cotidiano.” (J1. GD)*

La cultura, que está más distante, tiene que ver con una experiencia con más impacto, más transformadora, pero que se entiende como más exigente:

*“Creo que en el ocio no tienes que poner tanto de ti en un sentido íntimo y en la cultura, pienso en el cine, en el teatro, en todas estas cosas... requieren que pongas algo de ti. O sea, tú estás recibiendo algo del otro que quiere enseñarte. De ahí que tú le pongas atención a alguien. Hay un recibir que se da en la cultura que no se da en el ocio” (J3. EG)*

Sin embargo, pese a estas distinciones, es compartida la dificultad de trazar fronteras claras en casi todos los ámbitos que se ven más cercanos a la cultura. Mientras que, desde la juventud, se ve que hay elementos como salir de fiesta o quedar con amistades, que están claramente vinculados al ocio. Aunque como señalaremos posteriormente esta distinción no está tan clara en el caso de los agentes culturales. Sin embargo, prácticas como ir al cine, ver series, escuchar música, jugar a videojuegos, no tienen un lugar tan claro entre ocio y cultura, incluso entre la dicotomía entre activo/ pasivo. El caso de los videojuegos es especialmente paradigmático:

*“A través de este producto [los videojuegos] no solamente consumen de manera pasiva un relato, una serie de narrativas, sino que son parte protagonista del mismo, toman decisiones y esto no lo pueden hacer cuando escuchan una decisión (...) no cambian el relato, pero en el mundo de los videojuegos todas las decisiones que toman determinan lo que va a ocurrir (...) el videojuego es un espacio que les permite ponerse en la piel de otro personaje, de otra identidad diferente a la suya. Esto es un elemento motivador para jugar, además de que es un espacio de relación (...) en las partidas online están contactando, como ocurre en plataformas como Discord, están relacionándose, están hablando” (E5)*

Una distinción similar entre ocio y cultura aparece en agentes que intervienen y residen en el mundo rural. En ese caso, la cultura como tal se vive con una distancia más clara:

**"El término cultura está relegado a un grupo poblacional definido (...) a los chavales les dices actividad cultural y piensan que no es para ellos, pero eso sí, aunque sea lo mismo (...) Hablar de cultura puede sonar más aburrido" (E9)**



4

# CONSUMOS CULTURALES Y DE OCIO

Centro  
Reina Sofía

---

**fad**  
Juventud

## Consumos culturales y de ocio

La reciente Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2024-2025 presenta una conclusión clara, la juventud (especialmente entre los 15 y los 24 años) presenta las tasas de participación cultural más alta en casi todos los ámbitos de consumo cultural analizados. Con excepciones concretas, como el caso de la lectura de prensa, el consumo de música clásica o escuchar la radio. Aquí tenemos algunos de los datos más relevantes de este estudio:

- Museos: el grado de interés entre los 15 y los 19 años es de 5,5 (sobre 10), un 5,8 entre los 20 y los 24, frente a una media de 5,2. Un 47,6% de la población dice haber visitado museos, frente al 63,4% (entre los 15 y los 19) y el 55,2% (entre los 20 y los 24 años).
- Lectura: en este caso presentan un interés algo por debajo de la media (6,3) en el caso de la franja entre los 15 y los 19 (6,0) e igual que la media entre los 20 y los 24. Sin embargo, el porcentaje de personas que leyeron libros es más alto que la media nacional (64,9%), con un 86,5% (15 a 19) y 78,4% (20 a 24). Estas tasas coinciden (a la hora de destacar un porcentaje alto de la juventud interesada en la lectura) con otros estudios como la Encuesta de Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España, 2024 (FGE, 2025).
- Escénicas: la juventud entre 15 y 24 es el grupo que muestra más interés (un 5,3 frente al 4,8 de media) y también es el que tiene porcentajes de asistencia más altos, alcanzando el 35,5% entre los 15 y los 19, frente a la media nacional del 33,2% de la población que ha ido al menos una vez en un año.
- Música: además de que su asistencia a conciertos o de que el consumo de música es mayor, llama especialmente la atención un grado de interés especialmente alto: 8,8 (población entre 15 y 19) y 8,5 (20 a 24 años), frente a 7,5 (media nacional).

Estas diferencias (respecto al grado de interés o la participación) se mantienen similares en ámbitos como el cine o las series de televisión o en prácticas como la realización de videos. Las diferencias a favor de la juventud destacan también en ámbitos como los videojuegos, donde la media de uso nacional es de 15%, frente a 48,4% (15 a 19 años) y 38,8 (20 a 24 años). También se dan diferencias relevantes en prácticas que no están vinculadas únicamente al consumo pasivo, sino a la participación cultural activa: escribir, pintar, hacer fotografía o videos, tener blog o diseñar páginas web.

El diagnóstico que dibuja el estudio que recoge el esfuerzo más relevante que se hace en España para medir los hábitos culturales (y de ocio) es evidente: hay una mayor participación cultural de la juventud, que además es creciente. Sin embargo, nos interesa conocer qué elementos caracterizan esa práctica. Para ello hemos de detenernos en las conclusiones del otro gran estudio que se aproxima (aunque de forma indirecta) a los consumos de ocio y cultura de la juventud, el Informe Juventud en España del Instituto de la Juventud. Las conclusiones de este estudio señalan que las prácticas culturales y de ocio de la juventud se han (Hansen et al., 2024:

- *Diversificado*: se han ampliado las prácticas de ocio y consumo cultural de los y las jóvenes.
- *Digitalizado*: como sucede con otros ámbitos relevantes en la vida de la juventud (como la educación), muchas de las actividades culturales y de ocio se han trasladado a la esfera digital. Esta digitalización va más allá de las fronteras del hogar y su práctica, a través de dispositivos móviles, se extiende a otros espacios de la vida cotidiana juvenil. Una juventud que, además, discute la existencia de fronteras claras entre mundo online y offline.
- *Individualizado*: Las prácticas culturales que se realizan de manera individual son las que más han aumentado (ver televisión, series en plataformas, hacer deporte, escuchar música, etc.). A esto se le añade que no hay grandes tendencias o identidades colectivas tan relevantes, con lo que las preferencias y los hábitos están más personalizados.
- *Distinguido*: estas prácticas juveniles siguen afectadas por diferentes desigualdades, de forma que el capital económico y cultural sigue convirtiéndose en un factor que explica y condiciona las elecciones de consumo de ocio y cultura de la juventud.

Más allá de la diversificación, que aparece más reflejada en los datos que acabamos de presentar (el consumo cultural de la juventud, no sólo crece, sino que se diversifica), prestaremos atención a tres de estos fenómenos de forma específica en este estudio. En este epígrafe analizaremos con más detalle aquello que tiene que ver con los modos de consumo y los cambios que se han dado al respecto, así como a la cuestión de las identidades y la individualización. En otro epígrafe se profundizará en la dimensión de la desigualdad cultural de la juventud.

Seguramente el cambio más relevante respecto a las prácticas culturales y de ocio de la juventud haya sido la digitalización de las mismas (Hansen, et al., 2024; Janssen et al., 2025). Aunque el hecho de que la mediación digital afecte a numerosas prácticas culturales y de la vida cotidiana está capilarizado en toda la

población, gran parte de ese traslado ha estado protagonizado por las prácticas juveniles (Hepp, 2022). La incorporación de la juventud a la esfera digital tuvo un momento crítico durante la pandemia de la Covid-19. Durante ese periodo, ante la imposibilidad de realizar prácticas culturales o de ocio presencialmente, muchos y muchas jóvenes desplazaron sus prácticas de ocio y cultura al ámbito digital (Arana Arrieta et al., 2020). La digitalización ha modificado gran parte de las formas de consumo cultural y de ocio, generando nuevas posibilidades de uso: el *streaming* musical, el acceso a audiovisuales en plataformas digitales, el *scrolling* en redes sociales, los podcasts o las formas de comunicación cotidiana a través de redes sociales son solo algunos de los ejemplos de estas transformaciones, que en muchos casos tienen a la juventud como una de sus protagonistas (Janssen et al., 2025).

La digitalización ha supuesto cambios relevantes respecto al cómo se consumen los productos culturales y de ocio. Por ejemplo, en los casos de la lectura o de la música, además del producto en sí, encontramos un conjunto de acciones que tienen que ver con el uso de formatos multimedia, hipervínculos, pertenencia a comunidades digitales, podcasts, etc., de modo que muchos de los productos que antes podían distinguirse (un libro, un disco, una serie,...) ahora se hibridan a través de la práctica, haciendo que su distinción sea más compleja (Lloret e Iturralde de Bracamonte, 2025; Magadán-Díaz y Rivas-García, 2025). Las prácticas culturales y de ocio digitales de la juventud se caracterizan por ser fragmentadas, interactivas y dinámicas (Iturralde de Bracamonte y Fragoso Mora, 2025). Además de estas nuevas relaciones entre géneros, las prácticas culturales y de ocio de la juventud generan nuevas interacciones entre las esferas física y virtual. La investigación sobre estas prácticas ya no tiene tanto que ver con si ambas esferas están o no conectadas, sino con cómo y en qué espacios se conectan (Bengtsson y Jensen, 2024; Kankainen, 2024). Las investigaciones sobre prácticas culturales centradas en el contexto, el tiempo y la situación donde una determinada práctica cultural tiene lugar, prestan especial atención a cómo se va del espacio online al offline y viceversa (Levratto et al, 2021). Por último, se configuran experiencias que también cambian los modos de consumir estos productos. Campos como el de los *e-sports* modifican la consideración de público, ya que generan no sólo una nueva industria de ocio y entretenimiento, el visionado de videojuegos (especialmente deportivos), sino que hacen de esa práctica una novedad respecto a qué se considera normal como práctica de ocio o cultura, frente a quienes reducen la posibilidad de ser público a los eventos deportivos más clásicos (Du et al., 2025).

En la esfera digital, además, conviven diferentes formas de consumo digital, uno más activo, que invierte tiempo en buscar contenidos que le interesan, y otro más pasivo, conocido como “dopamine-scrolling” más caracterizado por ir pasando contenido en busca de novedades. En ambos casos, los algoritmos de gestión de las plataformas o las redes en las que se interactúa de forma más activa o pasiva, organizan la experiencia buscando mantener el uso y el consumo de la población (Sharpe y Spooner, 2025).

En este sentido, muchos jóvenes están encontrando en las redes sociales particularmente espacios donde generar oportunidades profesionales a partir de sus hobbies o sus prácticas de ocio y cultura. A partir de la creciente mercantilización de diferentes esferas de vida, promovida por la expansión de las redes sociales, muchas de estas prácticas se mueven en un terreno fronterizo entre el placer y el trabajo, con lo que se incrementa la tarea y la presión en torno a estas prácticas, al tiempo que los y las jóvenes renuevan su repertorio de creación de identidades a través de su presencia en redes como especialistas en cocina, cine, literatura, videojuegos, etc. (Jourdain y Naulin, 2024). Todo este traslado de actividad corre pareja a la exigencia o la recompensa de visibilidad social (Scott y Harmon, 2016). Se ha modificado la forma de presentarse públicamente para la gente joven, que traslada muchos esfuerzos a su presentación online, recurriendo en muchos casos a su autodefinición a través de la cuidada presentación de sus prácticas culturales y de ocio (Brandtzaeg y Chaparro-Domínguez, 2020)

Una de las transformaciones más significativas que ha supuesto la digitalización de las prácticas culturales y de ocio tiene que ver con cómo ha afectado a las identidades o culturas juveniles. Durante años este vínculo estuvo centrado en la expresión de las subculturas juveniles como expresiones de resistencia juvenil muy marcadas por identidades de clase social y por su adscripción a comunidades muy vinculadas a los gustos musicales (Feixa, 2022; Skrobanek, 2025). En los últimos años esta perspectiva ha sufrido un conjunto de críticas que ha dado lugar a la emergencia de las postsubculturas. Críticas vinculadas a su enfoque eminentemente urbano, a la poca relevancia de las mujeres o de las juventudes ordinarias (Bennett, 2015). Pero especialmente por su enfoque centrado en la clase social (Skrobanek, 2025). Pese a que subculturas y postsubculturas mantienen especial atención a cómo las identidades juveniles se vehiculan a través de las prácticas culturales y de ocio, las segundas no dan tanta relevancia a la cuestión de clase, apostando más por un individualismo reflexivo más fluido e híbrido que por ese tipo de comunidades (Bennett, 2015). Nos encontramos con identidades juveniles con una base más individual y reflexiva, pero con fundamentos afectivos relevantes respecto a gustos, estilos y estéticas (ibid.).

La digitalización de las prácticas culturales y de ocio no solo ofrece más recursos para el desarrollo de este tipo de identidades. Las individualiza al tener que ver con prácticas de consumo más individuales (Hansen et al., 2024) o con la relevancia de cómo la propia imagen mediada por usos culturales y de ocio se posiciona en redes. Pero también genera nuevos vínculos o nuevas formas de comunidad basadas en pasiones individuales o en hábitos culturales más mundanos, así como en vínculos desterritorializados (Feixa, 2022; Bennett, 2015).

Pese a la existencia de investigaciones recientes que señalan que los consumos culturales de la población joven en España son altos y que, además, suben, la primera opinión de la población joven respecto a dichos consumos es la contraria. Mayoritariamente los jóvenes consideran que en su generación ha descendido el consumo cultural. A la hora de analizar cómo ven dicho consumo, afirman:

*“Donde bajó la juventud hoy en día es en la lectura de libros” (J6. GD)*

*“Ya no es tanto el hecho de tocar un libro que es así, ponerte a leer, o ponerte a eso, pues, estar constantemente viendo un vídeo y pasando y pasando y pasando, y que te llegue toda esa dopamina” (J4. GD)*

*“Justo, yo creo que, pues, en libros, teatro, yo a poca gente con lujo de mi edad que vaya a ver teatros o a ver, algo así” (J3. GD)*

*Yo también creo que ha bajado (...) Es más habitual quedar con tus amigos para ir a jugar a unos bolos en vez de ir al museo. (J7. GD)*

En general comparten ese diagnóstico que implica interiorizar un discurso que los agentes culturales definen como crítico respecto a la juventud. Dichos agentes señalan su sesgo adultocéntrico, donde es la población adulta la que estructura el análisis de la situación respecto al ocio y a la cultura, sin contar con la opinión de la gente joven. Señalan también que el tipo de discursos sobre que la gente joven no consume cultura tienen que ver con un marco más amplio, que se repite generación en generación, en el que sobre la juventud se vierten diferentes críticas y juicios:

*“A la juventud se la convierte en un monstruo, se la percibe como una amenaza, como desagradecida” (E2).*

Este diagnóstico más negativo está acompañado de otras aproximaciones. En primer lugar, sí que se reconoce que se trata de un consumo diversificado, en esto coinciden tanto jóvenes como agentes culturales:

*“Creo que los jóvenes consumimos más formas de cultura que los adultos ahora mismo”. (J7.GD).*

La música, la lectura, los videojuegos, ver series o cine en plataformas, salir de fiesta con las amistades son las prácticas de ocio y cultura que tanto los agentes culturales como los jóvenes señalan como mayoritarias. Respecto a sus motivaciones, los y las jóvenes comparten tres fundamentales, divertirse, conocer gente y enriquecerse. Ambas motivaciones fluctúan entre diferentes productos y prácticas en función de si se consideran ocio o cultura.

Además, tanto jóvenes como agentes culturales insisten en poner en valor otras prácticas culturales que no son las habitualmente reconocidas como cultura.

Estas últimas, habitualmente, cuando se analizan desde el consumo, suelen estar reservadas a las formas canónicas de producción artística.

*“Hay algo de considerar cultura ir al ballet, a la ópera y al teatro, que es elitista, cuando la juventud no se mueve por esos sitios, pero sigue consumiendo cultura. Ir a un concierto, ir a una charla sobre trap, es donde la juventud está...” (J2.GD)*

Frente a este tipo de consideraciones, los y las jóvenes defienden la ampliación del marco de lo que es considerado como cultura. No sólo por el propio reconocimiento de las prácticas como culturales, sino también de sí mismos como agentes culturales:

*“La cultura de internet, hablar con tus amigos de Discord, también lo consideraría cultura” (J2. EG)*

*“Por ejemplo, para mí, el fútbol o así el deporte es cultural también” (J6. GD)*

*“A mí me gusta mucho comer y conocer culturas gastronómicas, Y ahí realmente digo, es que cultura” (J7. GD).*

Habitualmente se ha reconocido que la cultura y el ocio son relevantes para abordar las culturas y los modos de vida juveniles. El elemento que se destaca aquí tiene más que ver con que lo que la gente joven está disputando es la propia consideración de qué es cultura.

*“Los jóvenes consumen más o menos cultura, la misma que en otras generaciones, en formatos diferentes a los que hasta ahora no habíamos puesto las gafas de reconocer esto como práctica cultural” (E1)*

*“Hay una ampliación del concepto de cultura en cada salto generacional” (J3. EG)*

El cambio más relevante respecto a los modos de consumir ocio o cultura tiene que ver con la relevancia de lo digital como el ámbito en el que gran parte de este consumo se concentra o al que se traslada. Pese a no ser exclusivo por parte de la juventud, ni ser el único ámbito donde la juventud desarrolla ese consumo, existe una clara identificación entre jóvenes y digital:

*“Se están empezando a medir ciertas prácticas culturales que antes no se consideraban cultura y que son más propias de la juventud... especialmente en lo que tienen que ver con la digitalización. Los jóvenes consumimos más plataformas digitales, más cine en plataformas de streaming, más música online” (E1)*

Pero esta preeminencia de lo digital no se entiende únicamente desde la perspectiva de los nativos digitales o desde la capacidad de adaptación rápida de la juventud a los entornos digitales. Hay dos elementos que se destacan. Por un lado, la pérdida de tiempo para el encuentro con sus pares, que los lleva a buscar esos espacios de conexión con otros en la esfera digital, aparentemente más sencillos. Por otro lado, las condiciones de acceso material a la cultura y al ocio. Las nuevas tecnologías facilitan el acceso a productos musicales, audiovisuales, a videojuegos, etc., a jóvenes que tendrían más difícil su acceso por razones económicas, de tiempo o de distancia territorial a las instituciones culturales.

*“Si yo no puedo vivir en el centro, tengo menor poder adquisitivo y cada vez que quiero ir a un museo tengo que desplazarme un montón...que los jóvenes consuman más cultura digitalizada tiene que ver con variables materiales que hacen que te quedes en casa” (E1)*

Además de estas cuestiones materiales, es habitual que jóvenes y agentes culturales se refieran a la experiencia de la pandemia del Covid-19 como un acontecimiento a partir del cual lo digital se instaló de forma definitiva en sus vidas.

El espacio digital tiene dos consecuencias directas. Por un lado, hace que determinados consumos y prácticas sean más accesibles y desplaza los intereses hacia esos productos (como la música, los videojuegos y los audiovisuales). Por otro lado, como se señalará posteriormente, individualiza más las prácticas culturales.

Pero existe cierto consenso en que genera nuevas formas de acercarse a los productos culturales y de ocio y ahí reside una de sus grandes innovaciones, en los tipos de comunidad que se generan en lo digital. Muchos jóvenes que han desplazado parte de su actividad a lo digital encuentran en esta esfera un espacio muy importante de relación en torno al ocio y la cultura:

*“En Discord puedes hacer grupos grandes, un grupo de gente a la que le gustan los gatos, hacer llamadas sobre los gatos... Videojuegos, una comunidad muy grande de gente que juega, que habla de los videojuegos... o ven una peli. Yo en pandemia lo usaba para ver películas con gente que conocía de internet y ese era el pasatiempo. O jugábamos un juego y si yo no tenía el ordenador pues jugaba alguien y yo lo veía como jugaba, entonces hablábamos sobre lo que hacía y lo que no” (J1. EG)*

*“Hacen quedadas cuando sale un nuevo capítulo de la serie que les gusta y las ven todos juntos el mismo tiempo” (E8).*

El siguiente cambio en los modos de consumir y que se señala especialmente desde los jóvenes tiene que ver con cómo han cambiado los modos de atención.

El acceso a redes sociales y plataformas como Tik Tok o Instagram, la práctica del *scrolling*, son cuestiones que consideran que han cambiado el modo de estar atento y de que los productos culturales te afecten. Estos cambios les hacen más difícil seguir patrones clásicos de consumo cultural o de ocio:

*“Ver tanto video rápido y tan estimulante, pierdes la atención y te aburre ver una película. Ver videos que son tan cortos y tan estimulantes que te enganchan, frente a una película que tiene ratos en los que no está pasando nada” (J1. EG)*

*“Sí, creo que hay un cambio cultural muy grande entre los adultos y nosotros, y también creo que hay muchas cosas que, a lo mejor, no se pueden adaptar a la dopamina o a la rapidez que a veces necesita el público joven, porque nacemos con las redes sociales y nos pasa que vemos videos de 30 segundos y los pasamos, y hay obras que son de una hora y nos pueden durar cinco minutos porque queremos rapidez y explicación. Entonces, yo creo que hay algo ahí que creo que hay que promoverlo de muy chico, como decía bien Sara, pero que, a lo mejor, no se puede adaptar del todo, o sea, que no va ser todo a la vida un reel de Instagram de 30 segundos y que no me guste y lo saco” (J7. GD)*

*“Si no eres capaz de estar dos horas atento no vas a poder disfrutar de determinadas cosas, porque tu atención está muy limitada, siempre estás buscando un estímulo” (J 3. EG).*

Con respecto a los cambios en los modos de vincularse con la cultura y el ocio, se señalan algunos espacios o prácticas específicas de innovación. El primero de ellos, que señala una relación muy particular entre el mundo online y el offline, es la danza. Tanto algunos jóvenes, como diferentes agentes culturales, señalan la danza como la práctica más característica del momento actual. Bien sea por su generalización, como por los modos de relación entre estas dos esferas:

*“La danza creo que es la práctica de los próximos años, nunca en la historia, probablemente, ha habido tantas personas ocupando espacio público, las calles, y Tik Tok, bailando (...) la danza es la nueva moda” (E1)*

*“Donde noto más vigor, más desarrollo, es en la danza. Creo que ahí la gente joven encontró un canal de expresión muy potente, muy profundo y es alucinante las cosas que hay” (E4)*

La danza se ha convertido en una práctica con un grado de difusión inédito entre la gente joven. Uno de los elementos que más ha contribuido a ello ha sido la generalización de videos en Tik Tok con coreografías que, en muchos casos, circulan a modo de retos. Jóvenes de diferentes lugares del mundo comparten su recepción y desarrollo de estas coreografías, comparten consejos y comunican a través del cuerpo el mundo digital con el presencial. Realizar estas coreografías se

convierte también en una manera no sólo de encontrarse online, también de encontrarse en espacios de cercanía física:

*“Yo con mis amigos, muchas veces acabamos haciendo bailes, inventándonos nuestras coreografías...” (J1. EG)*

Este tipo de prácticas promueven formas de encuentro a partir de las cuales elementos críticos de las identidades juveniles se ven cuestionados. Ciertos modos de performar más vinculados a las masculinidades hegemónicas o a la heterosexualidad, se flexibilizan a través de la danza, afectando a las posibilidades de expresión de los chicos, especialmente. Pero, además, afectan a las propias formas de producción de los eventos culturales o de ocio. La puesta en valor de la danza, según algunos agentes culturales, está influyendo en los espectáculos en vivo, especialmente de grupos y cantantes más vinculados a públicos juveniles, que realizan sus coreografías en contacto directo con estos modos híbridos (entre lo online y lo offline) de recibir y performar la danza.

Si la danza es un claro ejemplo de las experiencias expandidas de ocio o de cultura, algo similar sucede con los videojuegos. Más allá de su generalización como práctica de ocio o cultura, lo relevante de los videojuegos es la diversidad de formas de consumo que articulan, mucho más generalizada de lo que puede suceder con otros productos.

*“No solamente jugamos, sino que consumimos contenido sobre videojuegos... hay más jóvenes que consumen contenido vinculado a los videojuegos que jóvenes que juegan” (E5)*

Acudir a chats, montar espacios en redes sociales para compartir consejos, organizar partidas online, acudir a eventos sobre videojuegos. Los modos de vincularse con el producto cultural o de ocio están muy diversificados. Si bien es cierto que este grado de diversificación podría encontrarse en otros productos (desde la música a la literatura y a géneros como el anime) en el caso de los videojuegos es más relevante por su grado de masificación.

El elemento más innovador respecto a cómo se definen las prácticas culturales es que, en torno a los videojuegos, se redefine la noción de público. No tanto respecto a la distinción entre consumo activo/ pasivo, sino respecto a un marco más adultocéntrico de frente a qué prácticas se puede ser público. La gente joven ha normalizado ser público de los videojuegos, es decir, conectarse a redes, plataformas... para ver a otras personas jugar, para ver competiciones de e-sports. Muchos de ellos señalan que ese tipo de práctica genera muchísima incompreensión por parte de los adultos, que no son capaces de entender el goce de ver a otras personas jugar, el sentido de ese espectáculo, que está muy generalizado entre la población joven. Más allá del entretenimiento de asistir a este tipo de prácticas, desde la gente joven también se señala que es una forma de vincularse al ocio o a la cultura que también está mediada por cuestiones

materiales. Muchos señalan que se conectan a ver jugar porque no tienen dinero para hacerlo.

*“En nuestra generación ha coincidido jugar a los videojuegos o ver streaming de gente que juega a los videojuegos. Si no tienes pasta en casa, pues te pones Twitch y ves jugar a alguien al videojuego que te querías comprar” (J2. EG)*

El ámbito rural también se está convirtiendo en un espacio de innovación cultural donde son otro tipo de fronteras las que se desdibujan mediante las prácticas juveniles. Asistimos al desarrollo de un conjunto de experiencias que piensan la cultura no cómo práctica artística, sino como un modo de vincularse a los problemas del territorio. En este tipo de experiencias la frontera entre prácticas culturales y otros ámbitos de trabajo y otros conocimientos más expertos se hace más porosa, pero también su diálogo con las tradiciones locales:

*“Nos vinculamos con prácticas como la caprinocultura o la gestión de incendios (...) “una cultura no entendida desde la tradicionalidad de las administraciones: teatro, circo, pintura y poco más... hablamos de innovación ciudadana, un tipo de cultura donde encajaba todo y que encajaba muy bien con el tipo de vida que nosotros habíamos aprendido de los pueblos. Gente diferente se junta para sacar adelante respuestas a las problemáticas de los territorios” (E9)*

*“En el mundo de lo rural, se está cruzando o con las tradiciones, la artesanía, con el folklore se cruza con jóvenes que están acogiendo esas prácticas y las están llevando a otros lugares” (E7)*

Otro ámbito de innovación e hibridación está siendo el de la fiesta. Aparece como un espacio de experimentación, más vinculado en algunos casos a formas de autogestión juvenil, en otros a cooperación con instituciones culturales que abren estos espacios para la juventud. En estos procesos se articula un escenario de cooperación multidisciplinar y de aprendizaje:

*“En el espacio de la fiesta, ahí ocurren cosas. Por un lado, el mundo de la producción musical, porque no deja de haber perfiles más emergentes que están pinchando o que están presentando otro tipo de espectáculos, performances, o cosas así. Al final tienes también artes visuales, proyecciones que pueden ocurrir también en estos espacios. El mundo de la fiesta es un mundo en el que muchas cosas se van moviendo que luego se convierten en nuevos proyectos” (E2)*

Un último elemento respecto a las formas de innovación tiene que ver con el diálogo existente entre los usos de la cultura y el ocio y algunos de los desafíos actuales que enfrenta la juventud. El primero de ellos aparece en la práctica de algunos de los agentes culturales entrevistados y tiene que ver con la salud

mental de la juventud. No se trata únicamente de la proliferación de iniciativas que a través de lo cultural o de algunas prácticas de ocio, están ocupándose de la salud mental. Se trata más bien de la relevancia que tiene el tipo de relación que generan. Parte de estos actores trabajan con un concepto que, veremos después al ocuparnos de la inteligencia artificial, va a ser relevante para la población joven. Se trata del *espacio seguro*. Este tipo de espacio se ha pensado siempre desde la seguridad de quien vigila u organiza el espacio, no tanto desde la perspectiva de quienes acuden al mismo buscando algún tipo de entorno desde el cual intervenir en su situación. Las prácticas que se están promoviendo buscan modificar esta consideración. Se trata de que usos de productos culturales o de metodologías artísticas permitan a la gente joven encontrar un espacio en el que exponer sus problemas vinculados con el bienestar emocional o con la salud mental sin verse juzgados. Este tipo de espacio seguro se busca garantizar también en el mundo de la fiesta. El desarrollo de protocolos de actuación, códigos de conducta, sistemas de autoayuda que proliferan en algunos espacios juveniles son formas de responder a las incertidumbres del ocio y de garantizar la inclusividad de estos espacios.

Por otro lado, se destaca el uso de los productos culturales y de ocio para manejar cierta desesperanza. Ante un contexto donde se ha generalizado una visión pesimista sobre el futuro que le espera a la gente joven, están teniendo en el ocio y la cultura un espacio particular desde el cual relacionarse con el pesimismo. No sólo se trata de la proliferación de un determinado tipo de producto cultural, que una psicóloga entrevistada define como los productos culturales de la desesperanza:

*“Las prácticas culturales de los jóvenes, antes tenían más que ver con la transgresión, ahora tienen más que ver con la depresión (...) son los productos culturales de la desesperanza. Por ejemplo, ahora, hay un montón de series donde los protagonistas son adolescentes con adultos inútiles y son los adolescentes quienes tienen que resolver los problemas” (E8)*

A esto se añade que, ante el imaginario de que el pasado de las generaciones anteriores estaba organizado en torno a expectativas más favorables sobre el futuro, está cada vez más difundida la práctica de recurrir a los productos culturales del pasado.

*“Consumen mucha serie antigua (...) trabajo con jóvenes que están viendo Friends o Sexo en Nueva York, ... nosotros no veíamos las series que veían nuestros padres” (E8)*

Se señala también que, en relación con contextos difíciles o con situaciones de desastre, como la reciente Dana en Valencia, la gente joven moviliza los aprendizajes de cooperación y relación que aprenden en torno al ocio y la cultura desarrollados fundamentalmente en el espacio digital, para generar redes de

ayuda que permitan mejorar las respuestas ciudadanas ante este tipo de situaciones.

Con respecto a las identidades juveniles vehiculadas a través de la cultura y del ocio, el primer elemento compartido es que siguen actuando como un elemento de distinción del mundo adulto. Estas prácticas se perciben como una forma de afirmación de identidades juveniles, que, de manera individual o colectiva, trazan una primera frontera con el mundo, las prácticas y las necesidades de los adultos.

*“Los jóvenes quieren estar con jóvenes, en estos momentos están ratificando su autonomía” (E4)*

Una búsqueda de autonomía y distinción que se ha trasladado también al espacio más relevante de sus nuevas prácticas culturales y de ocio, el digital.

*“Percibo en las generaciones jóvenes más autonomía, las redes son un lugar de encuentro donde reunirse, donde no hace falta que una estructura adulta te facilite ese encuentro” (E3)*

Más allá de este consenso, hay varios elementos que se destacan a la hora de analizar la relación entre prácticas culturales o de ocio e identidades juveniles. En primer lugar, cuáles son las prácticas más relevantes para desarrollar esas identidades. En segundo lugar, qué tipo de identidades individuales o colectivas se están articulando a través de la cultura y el ocio.

Respecto a la primera cuestión, la música continúa siendo el elemento más relevante a la hora de vertebrar identidades, dando continuidad al impacto que se ha venido detectando en los estudios sobre culturas juveniles. La música es un elemento que organiza un conjunto de modos de vida:

*“Sigo viendo jóvenes y adolescentes que en función de la música que escuchan hablan de una manera, actúan de una manera y se relacionan de una manera (...) la música es el lugar para distinguirse y para conectarse” (E1)*

*“En el mundo de la música, mucha gente también identifica su forma de vestir y de tal, por lo que escuche o al revés” (J4. GD)*

La música aparece también como un recurso para identificar a qué comunidad se pertenece, pero también como un mecanismo de orientación de a qué comunidad y, por lo tanto, a qué gustos, pertenecen otros.

*“El otro día estábamos en un encuentro con jóvenes y les dijimos: pues si queréis hacer la playlist... Y era brutal como cambiaba de un chaval a otro. Y había una parte de la procedencia, del origen. Era chulísimo ver como un tema podía estar ligado a una persona latina y era Bad Bunny a tope... o cómo los gitanos te decían “ponnos gitaneo”. Esto sigue estando” (E6)*

*“Porque tú enganchas a un Cayetano por la calle y le dices: Taburete!” (Jl. GD)*

Junto a la música como un factor más clásico de creación de identidades, emergen otros nuevos. Destaca la lectura como un campo en el que, según algunos agentes culturales, se están dando numerosas prácticas de identificación que hasta hace pocos años no existían. En primer lugar, se señalan las identificaciones individuales o colectivas en torno a los géneros literarios. La identificación con un género se convierte en una forma muy cotidiana de conformar una identidad propia y de establecer comunidades (virtuales o presenciales) en torno a dichos géneros. Además, la literatura se conforma como un ámbito donde identidades no normativas encuentran un espacio a partir del cual tener referentes, construir vínculos y reflexionar sobre las propias biografías que los jóvenes no tenían antes. Agentes culturales especializados en el trabajo con el mundo editorial destacan mucho este cambio

*“Me parecen mucho más interesantes algunos cambios que tienen que ver con la conciencia de lo identitario, de la literatura como un lugar donde desarrollar los relatos identitarios (...) hay una enorme conciencia de quién está legitimado para contar algunas historias y quién no (...) y a la vez desde hace unos años un florecimiento de la edición independiente. Las herramientas de edición y distribución se han abaratado muchísimo y eso ha provocado la proliferación de proyectos editoriales con una vocación de diversificar el canon, muchas con una enorme conciencia política y otras con muchas ganas de divertirse y de colocar las disidencias encima de las novedades, disidencias y otros relatos marginales alejados de lo hegemónico” (E3)*

Más allá de estas identidades/ comunidades vinculadas a la literatura y a la música, se destacan otras dos. La identidad *gamer*, vinculada al mundo de los videojuegos y que, como se ha señalado antes, implica un conjunto de prácticas múltiples de relación con determinados productos de ocio y cultura. Por lo tanto, permite muchas formas de participar en diferentes comunidades. Por otro lado, aquellas vinculadas al anime (los Otakus), que tienen más que ver con gustos literarios, de consumo audiovisual y de moda.

El espacio digital aparece como la esfera donde más se están desarrollando este tipo de identidades y comunidades. Pero más allá del espacio donde los jóvenes pueden acceder a estos productos, lo digital es su espacio de encuentro más importante. Esto supone, como innovación principal, que muchos jóvenes están accediendo a prácticas de identificación desterritorializadas.

*“Ahora, de repente, veo jóvenes que a través de Twitch y de Tik Tok bailan pop coreano, se enseñan mutuamente y quedan en los bajos de Nuevos Ministerios para ensayar con los espejos, como si fuera una academia de baile y se han conectado por el juego al que juegan o por el streamer al*

*que siguen o por los videos que ven en TikTok... y por la música que escuchan, que viene de Corea. Muchas veces la manera de conectar de estos jóvenes no es viéndose la cara porque muchos de ellos utilizan un avatar, de anime o de lo que sea. Hay una dimensión de las identidades culturales que ya existen únicamente en lo digital, desvinculado de lo territorial, de lo offline” (E1)*

La segunda cuestión vinculada a las identidades tiene que ver con el carácter más individual o colectivo de las mismas. Encontramos un cierto consenso, coherente con la literatura actual sobre estudios de culturas juveniles, en torno a la preeminencia de formas más individualizadas:

*“La gente joven sí que lee, la gente joven utiliza los videojuegos muchísimo, consumen mucha música, pero también hay cierto grado de individualismo que hace que muchas de estas actividades se vivan más desde lo individual” (E2)*

Un fenómeno que, se considera, tiene mucho que ver con la ausencia de espacios colectivos offline que se han visto sustituidos por comunidades virtuales:

*“La desaparición de los terceros espacios, de estos espacios intermedios que no son ni el espacio privado, ni el espacio público, ahora mismo están desapareciendo. Esta idea de que me puedo bajar a la plaza, a estar ahí, o puedo ir a la iglesia... que estos espacios estén desapareciendo, junto a la aceleración del resto de elementos de la vida... tiene como consecuencia un mayor individualismo a la hora de relacionarte con el consumo cultural. Antes era ir al cine, ahora me quedo escuchando Spotify o viendo una serie en una plataforma” (E2)*

A este consumo más solitario le acompaña una mayor sensación de soledad por parte de la población joven a la hora de vincularse con los consumos culturales. Estos últimos, mediados por el espacio digital, no siempre sirven para construir comunidades.

Además de este proceso de individualización de las prácticas, de los modos de consumir cultura y ocio, encontramos procesos muy específicos de construcción de las identidades individuales de los jóvenes a través de la cultura. En general, existe consenso entre los y las jóvenes entrevistados en que la cultura es un elemento que les ayuda a construir su identidad.

*“Sí, vamos, yo creo que al final nos podemos definir con cultura. O sea, hola, soy Sara, me gusta el arte” (J2. GD)*

*“soy yo literal...la identificación con un personaje que he leído o esa serie somos yo y mi mejor amiga literal” (J2. EG)*

*“La cosa identitaria que hay con la cultura. El producto cultural nos lo apropiamos de una forma muy identitaria. Fíjate, yo que me presento y digo que soy fan de Manuel Carrasco. Lo que tú eres se ve muy definido por lo que tu consumes y, sobre todo, por lo que los demás saben que tú consumes” (J3. EG)*

El último elemento señalado en este extracto de entrevista es relevante en la medida en que ilustra un elemento fundamental de este tipo de identidades, dónde se expone y dónde se comparte. Por un lado, las identificaciones con determinados productos culturales o de ocio es una base fundamental para la exhibición en redes sociales o para la presentación a los demás. Por otro lado, son la base para generar afinidades posteriores.

*“De ahí [de hablar sobre un producto cultural específico], pues, empiezas a entrar a una conversación, cosas en común, no sé. Pues yo creo que todo el mundo puede sacar de ahí su personalidad y saber un poco quién es, cómo es y construir su grupo, su círculo” (J2.GD)*

*“Esta cosa de narrarte o explicarte a través de la historia de un personaje, de un videojuego o de la canción de no sé quién... toda esta cosa de compartir lo que eres o lo que crees que eres, la cultura facilita esta manera de ser leído o leída” (E9)*

*“Lo bonito de poder identificarte con una canción o con un artista es poder compartirlo con gente a la que le guste también, hablar sobre ello” (J1. EG)*



5

# BRECHA INSTITUCIONAL

Centro  
Reina Sofía

---

**fad**  
Juventud

## Brecha institucional

Actualmente existen dos tendencias aparentemente contradictorias respecto a la relación entre instituciones culturales y juventud. Por un lado, lo que se ha venido en denominar el “giro participativo” de dichas instituciones y que comprende desde museos a otro tipo de instituciones como teatros, centros de danza, etc. (Malzacher y Warsaw, 2017; ICOM; 2022). Desde esta perspectiva se busca abrir las instituciones culturales a la participación activa de aquellos públicos habitualmente excluidos, como la juventud, pero también otro tipo de colectivos como migrantes, población racializada o con discapacidad (Peters et al., 2025).

Este esfuerzo, convive con una tendencia mucho más mayoritaria, que es el adultocentrismo de las políticas culturales (Morales y Martínez Muñoz, 2024; Soler i Martín y Ballesté-Isern, 2024). El adultocentrismo es un enfoque que establece claras fronteras y jerarquizaciones entre generaciones. Supone poner en valor determinados tipos de cultura, identificándola como aquella a la que se tiene que acceder y la que se debe de promover. Dicha cultura suele identificarse con formas canónicas de arte o patrimonio. Frente a esto, las formas de crear o consumir cultura de la juventud suelen verse poco consideradas o valoradas. Esto tiene como consecuencia que la juventud no se vea reconocida por este tipo de instituciones y se vea relegada a posiciones periféricas, algo que sucede también en otras políticas públicas (Soler i Martín y Ballesté-Isern, 2024).

En este escenario encontramos algunas experiencias donde este giro participativo tiene una traducción concreta. Casos como el de *Rompepuertas* en Zaragoza, donde grupos de jóvenes entre 16 y 21 años participan de procesos de formación en diferentes ámbitos de políticas y gestión cultural para después promover diferentes iniciativas en distintas instituciones culturales de la ciudad. O el proyecto de participación y lectura *Mandarache* en Cartagena (Murcia), donde miles de jóvenes de la localidad participan como jurados literarios. Pero, en la mayoría de los casos, la tensión entre adultocentrismo y giro participativo de las instituciones culturales se ha saldado mediante el recurso a herramientas digitales para mejorar la estrategia comunicativa de las instituciones culturales y tratar de acercar dichas instituciones a la población joven (Iturralde de Bracamonte y Frago Mora, 2025; Vikmane et al., 2025).

La investigación comparativa que dio lugar a la Adenda Joven a la Carta de Porto Santo<sup>1</sup> 2025 mostraba una relación entre juventud e instituciones culturales marcada por los siguientes elementos (Figueiredo y Pereira, 2024): a) pese a que

---

<sup>1</sup> La Carta de Porto Santo es un documento, promovido desde el Plan Nacional de las Artes (Portugal), en cooperación con instituciones y ONGs de diferentes países europeos, con el objetivo de promover políticas y prácticas de democracia cultural en diferentes escalas. La Adenda Joven se presenta en 2025 como añadido a esta carta y recoge los resultados de una investigación sobre las percepciones de la juventud sobre la cultura en diez países europeos (Austria, Bélgica, Estonia, Letonia, Países Bajos, Polonia, Portugal, Escocia, Eslovenia y España).

la juventud valora las políticas y las instituciones culturales como elementos significativos para la convivencia democrática, rechazan la manera en la que la cultura está siendo gestionada por la clase política; b) la juventud no se ve representada ni considerada por dichas instituciones, considera que tiene pocas oportunidades para la participación cultural y; c) no sólo consideran que las instituciones culturales no recogen los intereses de los y las jóvenes, sino que, además, reciben una actitud desmotivadora en forma de crítica a sus modos de relacionarse con la cultura.

En definitiva, desde la gente joven se percibe que, en muchos casos, lo que ellos y ellas perciben como cultura no es considerado de la misma manera desde las instituciones culturales (Peters et al., 2015). Mientras que la participación cultural aparece como una práctica que podría tener numerosos efectos positivos, que van desde reconstruir este vínculo entre juventud e instituciones, a otros como los impactos en la salud y el bienestar de la juventud (Giovanis, 2021), los y las jóvenes no ven que dicha participación se esté promoviendo. A esto se añade que una parte relevante de la práctica cultural y de ocio de la población joven está organizada en torno a modelos más autogestionados o de DIY (Do It Yourself), fuera de los circuitos formales de aprendizaje y circulación cultural (Bennett, 2018).

Las altas tasas de consumo cultural a las que se ha hecho referencia anteriormente, conviven, según los discursos recogidos, con una importante distancia de la población joven con respecto a las instituciones culturales más clásicas. Además de las formas de adultocentrismo que ya hemos señalado previamente, agentes culturales y jóvenes muestran como la distancia entre jóvenes e instituciones culturales se mantiene e incluso se acrecienta ante las transformaciones en los modos de participación cultural y de ocio de la juventud y la creciente diversidad de la misma (identidades sexuales, orígenes, etc.). Esta distancia se articula en torno a varios elementos:

Las primeras experiencias culturales: *“Si hablamos con jóvenes, lo primero que han visto es la casa de Bernarda Alba, con la compañía de toda la vida y han salido con ganas de no volver nunca más” (E6)*

Quién gobierna las instituciones culturales: *“Si tú miras las instituciones culturales, la media de edad de las personas que toman las decisiones, es alta” (E1)*

El tipo de programación y público que se prioriza: *“Programamos un grupo que eran los teloneros de un grupo muy conocido. Esperábamos que se llenase, pero sólo fueron 20 chavales. Fuera había 500 esperando para preguntar, pedir autógrafos... Les preguntamos por qué no habían entrado y nos dijeron: aquí no voy a entrar porque aquí viene mi abuela” (E4)*

Cómo se incorpora a la juventud en numerosas ocasiones. Un modo de inclusión que no reconoce cuáles son sus modos de hacer ni qué pueden

aportar, sino que la considera como ajena a la institución: *“Es incluir al otro como un otro, por eso no se consolidan las comunidades, porque siempre son incluidas desde la otredad”* (E7)

A estos elementos hay que añadir otro considerado en anteriores epígrafes de este informe que tiene que ver con la distancia percibida entre la juventud entre lo que se entiende que es cultura desde las prácticas y los hábitos de la gente joven y aquello que entienden que las instituciones culturales consideran que es cultura. Uno de los elementos más relevantes es que la desconexión y la desconfianza hacía las instituciones culturales se ha convertido en confianza y conexión con las plataformas digitales, más abiertas al reconocimiento y la circulación de sus expresiones culturales:

*“Muchos creadores, especialmente en lo que tiene que ver con las culturas urbanas, reniegan de ser “músicos”, son “artistas”, esto pasa una barbaridad. Porque creo que la desconfianza en las instituciones que definieron lo que eran esas disciplinas, lo que es música, lo que no es música, lo que no es cine. Cómo se ha erosionado el rol de los auditorios o los teatros ... se ha sustituido por Youtube, por TikTok, que no te obligan a decidir si algo es o no es música, tu confías más en esas instituciones y desconfías en las etiquetas que las otras instituciones han creado. Si a mí me han dicho que el trap no es música, pues vale, que no sea música”* (E1)

Más allá de estas formas de distancia que guardan coherencia con las cuestiones señaladas en la literatura, encontramos dos opiniones mayoritarias a la hora de considerar como instituciones culturales y jóvenes podrían vincularse. La primera es que más allá de centrarse en otras iniciativas que hayan podido acercar a la población joven a las instituciones culturales, se centran en aquellas cuestiones que tienen que ver con el precio o la renta. Es decir, mencionan el Bono Cultural Joven o la gratuidad de las entradas en determinadas instituciones como formas de vincular a la juventud a las instituciones culturales. Por otro lado, son pesimistas respecto a otras formas de vínculo. Este imaginario está muy marcado por su consideración de los cambios en los regímenes de atención. Para ellos es imposible que las instituciones puedan responder al tipo de estímulo que los y las jóvenes necesitan.

Desde los agentes culturales, esta cuestión de los modos de atención es algo que también preocupa, pero con una constatación clara, la renovación de las instituciones culturales para adaptarse a los modos de consumo de la juventud no puede pasar por replicar los modos de atención de las plataformas digitales:

*“La solución no es hacer instituciones más dopaminérgicas”* (E7)

Pero, en otros casos, otros agentes culturales entienden que el problema no es tanto las formas de atender de la juventud, entendiendo que la gente joven necesita una estimulación muy determinada, sino las formas de atender a la

juventud. Desde este tipo de agentes se insiste en no sobrevalorar la relevancia de estas necesidades de estímulo y concentrar más esfuerzos en generar escenarios donde los y las jóvenes puedan sentirse reconocidos y valorados como agentes culturales válidos y con marcos claros de cooperación:

*“Cuando se les da un espacio para hablar, que habitualmente no tienen, pueden estar horas hablando contigo sin estar mirando el móvil. Porque esto es novedoso para ellos, que un adulto les escuche y dé validez a su palabra. Puedes estar horas hablando con un adolescente, no con un adulto” (E8).*

*“La gente joven quería participar en marcos de cocreación y en marcos muy claros. Para comprometerse necesitaban saber muy bien a qué se comprometían (...) necesitaban tener cierta flexibilidad porque quieren ser cocreadores, para poder ir modificando desde lo que la gente quiere que suceda” (E7)*

6

DESIGUALDAD,  
CONSUMOS  
CULTURALES Y  
DE OCIO

Centro  
Reina Sofía

---

**fad**  
Juventud

## Desigualdad, consumos culturales y de ocio

Mientras que existe consenso en que los ámbitos del ocio y la cultura están condicionados por un conjunto amplio de desigualdades, el grado de análisis de su relación con dichas desigualdades tiene un desarrollo diferente. Mientras que, en el caso del ocio, encontramos diferentes investigaciones que analizan como las variables de renta, territorio, sexo, exclusión social, etc., pueden condicionar las prácticas de ocio en diferentes ámbitos (Calderón, 2020; López-Noguero et al., 2016), no sucede lo mismo en la cultura. El análisis de la relación entre cultura y desigualdad, ya sea vinculada a la juventud, ya sea desde una mirada más amplia, sigue siendo un elemento a abordar (Barbieri, 2018; Gayo, 2017).

Uno de los primeros elementos que caracterizan la desigualdad cultural en el contexto español es que cerca del 50% de la población no participa de la oferta cultural institucional, especialmente aquellas personas con poca renta, en situación de desempleo o poca formación (Barbieri, 2018). Este dato es coherente con otros que aparecen en investigaciones internacionales donde se establece que, al considerar la cultura como aquella vehiculada por las instituciones artísticas clásicas, la participación desciende, mientras que concepciones más expandidas de cultura revelan una participación cultural mucho mayor (Taylor, 2016; Cveticanin et al., 2025).

La renta y el tiempo disponible son dos elementos fundamentales a la hora de determinar las posibilidades de participación cultural. No tener tiempo y no tener dinero suelen ser dos elementos que se retroalimentan (Cveticanin et al., 2025). No sólo por la posibilidad de acceso en sí, también por cómo operan la capacidad económica o el capital simbólico a la hora de hacer de los productos culturales elementos de distinción cultural entre clases sociales, más allá de tendencias de omnivorismo cultural (Barbieri, 2018; Hansen et al., 2024).

Los hábitos culturales o el capital cultural de las familias es otro de los elementos que más interviene sobre la desigualdad cultural de la juventud, especialmente cuando las familias son el agente que conduce las primeras experiencias culturales de los y las jóvenes, seguida por la escuela (Figueiredo y Pereira, 2024). La escuela es uno de los agentes más relevantes respecto a la socialización cultural, con un potencial elemento de construcción de igualdad, sin embargo, nos encontramos con que, desde la juventud, se tienda a considerar que el curriculum y las prácticas escolares constituyen más una barrera que un dinamizador de la participación cultural (Figueiredo y Pereira, 2024). Investigaciones europeas comparadas revelan que a mayor capital cultural y educativo (tanto propio como de las familias) mayor participación cultural (Cveticanin et al., 2025).

La cuestión territorial es otro de los elementos más relevantes a la hora de analizar las desigualdades vinculadas a las prácticas culturales. En primer lugar, por la falta de equipamientos públicos en diferentes zonas (rurales o con poca población) que dificulta el acceso a la cultura, como sucede, por ejemplo, con las bibliotecas (MCU, 2025). Una dificultad a la que se suma el acceso a otros equipamientos como teatros, cines o museos (CGLU, 2004). En segundo lugar, los imaginarios negativos que pueden darse respecto a algunas zonas (por vulnerabilidad social, episodios de violencia etc.) dificultan el desarrollo de actividades culturales (CGLU, 2004; OVC, 2024).

El sexo, la etnia o el lugar de procedencia también son elementos que estructuran la desigualdad en el acceso a bienes culturales. Junto a su cruce con los elementos señalados anteriormente, hay otras cuestiones que son relevantes (Esteban-Ramiro y Moreno-López, 2025; Gómez y Calderón, 2023; Pujar, 2016, Araña et al., 2020) : a) el campo de la representación: el hecho de que en torno a los productos culturales se siguen elaborando y consumiendo imágenes que perpetúan formas de exclusión y discriminación de mujeres, migrantes, personas racializadas o con discapacidad; b) la existencia de prácticas culturales realizadas mayoritariamente por determinados grupos poblacionales, con casos paradigmáticos como los videojuegos como una práctica muy masculinizada en los segmentos de población más joven; c) cómo estas desigualdades en la representación cultural afectan al modo de concebir las biografías o los itinerarios profesionales de estos grupos que se ven excluidos en los imaginarios compartidos de determinados futuros y; d) la necesidad de prestar atención a cómo estos grupos generan prácticas culturales que cuestionan estos elementos de desigualdad. Algunas investigaciones más específicas vinculadas a la desigualdad por razones de sexo muestran que el tiempo de ocio disponible también es desigual entre hombres y mujeres con edades entre los 18 y los 24 años. Las mujeres aparecen como mayoría entre el grupo que solo puede dedicar menos de una hora y media a su ocio, mientras que los hombres son mayoría en aquellos que pueden disfrutar de más de una hora y media (Codina y Pestana, 2019).

Aunque el traslado de los consumos culturales a la esfera digital haya podido actuar como elemento democratizador del acceso a la cultura, especialmente en el caso de la población joven (Hansen et al., 2024), también está generando nuevas desigualdades. No se trata únicamente de aquellas que tienen que ver con los dispositivos de acceso (MCU, 2025), con las desigualdades o violencias que se puedan experimentar en el ámbito digital, también tienen que ver con las capacidades necesarias para desenvolverse en los ámbitos digitales (Ariño, 2016).

Un elemento determinante a la hora de pensar en la desigualdad cultural tiene que ver con qué tipo de prácticas y expresiones se ven reconocidas como cultura y cómo, desde las instituciones públicas especialmente, se incluyen las mismas (Mulcahy, 2006). El escenario más habitual es que la cultura con reconocimiento

oficial tiene que ver con determinados productos artísticos o tradiciones más relacionadas con la alta cultura o con el patrimonio cultural de grupos más hegemónicos. Esto supone que determinadas expresiones culturales no se ven reconocidas como tales. Esto implica dos problemáticas: a) ampliar el canon cultural compartido para poder reconocer dichas prácticas; b) intervenir en el reparto de recursos materiales que garanticen equidad en la representación cultural (Belfione et al., 2023).

Una de las cuestiones más relevantes respecto a la relación entre cultura y desigualdad tienen que ver con cómo el acceso a la cultura repercute o profundiza otras formas de desigualdad. En primer lugar, por el hecho de que dicha exclusión puede repercutir en los modos de convivencia o en los sentidos de pertenencia a estructuras colectivas. Si las prácticas culturales pueden vehicular diferentes tipos de identidades y comunidades, la no participación en las primeras, puede profundizar el sentimiento de exclusión (Janssen et al., 2025; OVC, 2024; Codina y Pestana, 2019). En segundo lugar, las prácticas culturales son espacios de adquisición de herramientas, formación, capitales de diferente tipo, que pueden influir directamente en los itinerarios personales y profesionales de la juventud. Por último, la desigualdad en el acceso a la cultura implica, también, la desigualdad en el disfrute de los impactos de la cultura y el ocio en ámbitos como el bienestar emocional o la salud física y mental de la población (Giovanis, 2021).

Con respecto a cómo las desigualdades afectan al ocio y al consumo cultural o cómo el acceso a estos puede generar diferentes desigualdades, aparecen dos cuestiones fundamentales. La primera es que familia y educación son los dos ámbitos más importantes a la hora de promover el acceso a determinadas formas de ocio y cultural. La segunda es que territorio y renta son los dos factores que más condicionan la posibilidad de acceso. Mientras que otros factores como el sexo o la etnia no se destacan tanto.

Existe consenso generalizado a la hora de señalar la familia como el agente más relevante a la hora de facilitar o promover la participación y el consumo cultural. Todos los y las jóvenes entrevistados señalan que son sus familias quienes les han fomentado o no el interés por determinadas prácticas culturales. Aunque con el paso del tiempo puedan ser las amistades, las redes o los grupos de pares los que se conviertan en actores con la misma influencia, señalan el papel determinante de sus familias.

Esto es un elemento que se analiza, por parte de jóvenes y de agentes culturales, como un factor de desigualdad. En primer lugar, porque ya coloca a los y las jóvenes en un contexto de partida tremendamente desigual, vinculado con los recursos económicos y culturales de las familias:

*“Lo que más influye es la herencia académica y el capital cultural de tu familia” (E1)*

*“Una familia pobre no va a pensar en gastar ese dinero para consumir cultura” (J2. EG)*

La dependencia de las familias resulta especialmente problemática ante la falta de políticas o espacios correctores de estas desigualdades fuera del ámbito doméstico:

*“No hay una transmisión democrática de la cultura, es decir, tu no empiezas a ir al teatro si no lo tienes en la familia” (E2)*

Con respecto al sistema educativo, existe cierto acuerdo en que la educación debería de ser el ámbito que más promoviera el consumo cultural, especialmente por su capacidad de intervenir ante las desigualdades existentes entre el alumnado. Sin embargo, no está cumpliendo con dicho rol y en muchos casos es más potenciadora de desigualdades que generadora de igualdad de oportunidades:

*“La educación no cumple con su rol de garantizar el acceso a la participación cultural” (E1)*

Cómo se ha visto previamente, con la lectura como ejemplo, el sistema educativo no termina de adaptarse a los gustos culturales de la juventud. Pese a tratar con un público cautivo, al que se lleva a diferentes actividades culturales, estas actividades no siempre hacen de la experiencia cultural algo atractivo para la población joven o algo que la interpele de manera directa.

Ante este escenario, se apuesta por promover una mayor cooperación entre entidades culturales públicas (fundamentalmente) y privadas. Se entiende que su impacto a largo plazo frente a las formas de desigualdad cultural que padece la juventud puede ser mayor que la de otro tipo de políticas públicas puestas en marcha hasta ese momento:

*“Está muy bien que exista un bono cultural joven, pero lo que tiene que haber para mejorar su acceso y su participación cultural es una política de colaboración con institutos” (E2)*

Actores que cuentan ya con una marcada experiencia en la cooperación con el sector educativo señalan varias cuestiones: a) la necesidad de transversalizar metodologías artísticas como una manera de encarar en los espacios educativos cuestiones sensibles para el alumnado, que van desde temas como el bienestar emocional o los diferentes tipos de violencia que padecen; b) promover procesos de cooperación cultura-educación con los centros educativos y; c) dar al profesorado un rol activo dentro de dichos procesos, operando como figuras de mediación cultural. Este tipo de procesos tienen que operar, también, a través del

análisis de los hábitos culturales del profesorado o de otros agentes que intervienen con la juventud y que pueden promover su participación cultural.

El territorio destaca como elemento condicionante de las posibilidades de acceso a bienes culturales y de ocio. En primer lugar, porque territorios periféricos, con poca población, rurales o afectados por factores de exclusión social ofrecen pocos recursos públicos y privados para el acceso a la cultura.

*“La brecha de programación, de recursos invertidos en cultura entre las grandes urbes y las menores es demencial” (E1)*

Ante estas desigualdades, la juventud suele llevarse la peor parte respecto al acceso a la oferta cultural.

*“En un pueblo, la carencia que existe es que existe el móvil, pero no existen todas las otras cosas, es muy raro encontrarse museos con una oferta adaptada a las necesidades o las demandas de la juventud, cuando te encuentras museos... es muy difícil tener una oferta de conciertos o una oferta musical que llegue a todos los gustos de la juventud, normalmente está muy sesgado” (E9)*

Destaca especialmente, según la experiencia de quienes viven o trabajan en estos territorios, la carencia de un determinado tipo de servicio público con un gran impacto a la hora de promover y democratizar la participación cultural, como son las bibliotecas. Esta ausencia, como equipamiento de proximidad, se destaca mucho más que la de otros grandes equipamientos como pueden ser teatros o cines. Diferentes agentes culturales señalan que no sólo es que haya pocas bibliotecas, sino que las que existen no funcionan bien.

*“Dentro del barrio no hay biblioteca o la biblioteca está cerrada y no hay conserje para abrirla” (E6)*

Añadido a la falta de equipamientos nos encontramos con dos elementos que generan desigualdad cultural en función del territorio. El primero de ellos tiene que ver con el acceso digital. Más allá de la posible falta de infraestructura para poder acceder al espacio digital, que no se destaca, este tipo de desigualdad tiene que ver con cómo las tecnologías de la información o las herramientas de IA generan desarraigo y falta de vínculos. Los algoritmos que determinan el funcionamiento de estas tecnologías no están contextualizados, es decir, no están organizados de forma que fomenten el acceso a redes, oferta cultural, prácticas de ocio o grupos de cercanía, con lo que se fomenta la necesidad de movilidad geográfica y el desarraigo.

El segundo tiene que ver con la dificultad de reconocimiento de la diversidad cultural. La falta de oferta cultural suele venir acompañada de la falta de

reconocimiento o de canales de representación de la diversidad cultural de estos territorios, especialmente en casos que tienen que ver con la diversidad de identidades y orientaciones sexuales o con otro tipo de expresiones no normativas. Esta falta de espacio, de reconocimiento, muchas veces supone un estímulo para abandonar la vida en este tipo de territorios:

*“Hay una falta de representatividad en la cultura que se práctica en los pueblos. No creo que todas las identidades que, al igual que en las ciudades, están presentes en el mundo rural, se visibilicen mediante la oferta cultural. Esto implica que hay necesidades que no están siendo escuchadas (...) esto se traduce en que estas personas quieran huir del pueblo para encontrarse con ellos mismos (...) esto tiene consecuencias negativas para la supervivencia de los pueblos, fomenta la despoblación”*  
(E9)

El territorio también es un factor de desigualdad respecto al trabajo cultural. No solo está vinculado a que la mayor parte de los equipamientos públicos y privados están en las grandes ciudades. También tiene que ver con que las políticas de fomento a la creación cultural se suelen concentrar en dichas grandes ciudades o en territorios muy específicos. Agentes culturales vinculados con la descentralización cultural señalan que, para la población joven, es muy difícil promover proyectos culturales en territorios alejados de ciudades como Madrid o Barcelona, que tienen pocas posibilidades de éxito y sostenibilidad. Especialmente porque el acceso a recursos públicos de financiación es especialmente difícil para dichos proyectos.

Junto al territorio, como se ha señalado al referirnos al rol de las familias en la promoción del consumo cultural, la renta o el dinero disponible es el otro gran elemento que condiciona el consumo cultural. En este caso, se formula como un elemento que, en primer lugar, condiciona las capacidades de las familias. En segundo lugar, condiciona las propias posibilidades de acceso a equipamientos u oferta cultural cuando los y las jóvenes o se emancipan o dependen de sus propias fuentes de renta para acceder a bienes de ocio y cultura. En algunos casos se destacan algunas políticas como correctoras con impacto positivo en sus biografías. Ya sea la gratuidad de los museos para menores de una determinada edad o el propio bono cultural como algo que utilizan para consumos culturales. Aunque su uso no aparece como generalizado.

No se destaca mucho la desigualdad de género en el acceso al ocio y a la cultura. Sólo se hace especial mención a la misma en el caso de los videojuegos. En este caso, dicha desigualdad se articula a través de los siguientes elementos. El primero tiene que ver con las formas de representación de las mujeres, habitualmente sexualizadas, junto al hecho de que escasean protagonistas femeninas. En segundo lugar, no sólo los personajes femeninos pueden sufrir determinadas formas de violencia machista en el juego, también las participantes

pueden sufrir acoso durante el juego por parte de sus compañeros, tanto en los chats como en algunos espacios de los juegos en los que algunos hombres buscan establecer relaciones de confianza (en muchos casos con identidades falsas). El tercer elemento tiene que ver con su legitimidad como jugadoras. Aún está presente la concepción de que los videojuegos son un territorio eminentemente masculino. Eso implica que muchas chicas y mujeres se vean cuestionadas como jugadoras. Ante contextos, especialmente en partidas online, donde su desempeño o incluso su propia presencia puede verse cuestionada, emplean diferentes estrategias:

*“Utilizan un nombre de usuario masculino, que consideran que las hace pasar por hombres, una skin o un avatar masculino, no utilizan el chat de voz para que su voz no las delate como mujeres o utilizan distorsionadores de voz masculina” (E5)*

La desigualdad de género que se experimenta en el mundo de los videojuegos ayuda mucho a entender algunas de las consecuencias que las formas de desigualdad en ámbitos culturales y de ocio puede tener a futuro, es decir, cómo pueden ser generadoras de nuevas desigualdades:

*“La identidad gamer está asociada a los hombres jóvenes y esto determina las vocaciones académicas, formativas y laborales de las chicas e incide en las vocaciones STEM y la ausencia de las mujeres en los ciclos formativos vinculados a los videojuegos” (E5)*

Otra forma de desigualdad con poca presencia en los discursos recogidos tiene que ver con la desigualdad por razones de etnia o de lugar de procedencia. Se destacan dos formas específicas de la misma. Además de la ausencia de representación, de la existencia de figuras que representen a esta población más allá de estereotipos, se plantea el problema de su inclusión en determinadas políticas o productos culturales de una manera parcial, es decir, sin que tengan verdaderas garantías ni protagonismo en el conjunto de los procesos artísticos:

*“Puedes encontrar una obra que se responsabilice en recoger las voces de las personas racializadas, que las coloque en el centro. Pero resulta que la dirección es blanca, que la producción es blanca... que las personas que controlan el proceso son blancas” (E7)*

La siguiente forma que se destaca tiene que ver con el trato que reciben en las instituciones culturales. Aquí, el cruce entre ser población joven y de otras etnias actúa como un elemento que hace más difícil su reconocimiento como actores con una presencia legítima en dichas instituciones:

*“Nosotras trabajamos en el barrio de los rosales, con población gitana y población de origen marroquí (...) El estigma que sufren estos jóvenes es tan grande que ya lo expulsan de todo...Ese joven cuando decide ir al teatro, la mirada de quien lo recibe es una mirada desde el estigma. Qué ganas le dan de ir, si cuando empieza a moverse van a pensar que está robando” (E6)*



7

# DESAFÍOS Y POSIBILIDADES DE LA IA

Centro  
Reina Sofía

---

**fad**  
Juventud

# Desafíos y posibilidades de la Inteligencia Artificial

Las percepciones e imaginarios en torno a la inteligencia artificial en el ámbito cultural están marcadas por el mismo conflicto que articula su percepción en términos generales. Se trata de una percepción caracterizada por el conflicto entre visiones tecno-optimistas frente a otras tecno-pesimistas (Siurala, 2025; Andersson y Rainer, 2023). Las primeras hacen referencia al carácter inevitable y esencialmente positivo del desarrollo tecnológico, al protagonismo de las generaciones más jóvenes como nativas de la inteligencia artificial y a las posibilidades de cooperación con las industrias tecnológicas. Mientras que las segundas cuestionan el carácter esencialmente positivo de los desarrollos tecnológicos y su naturaleza inevitable, presentan menos esperanzas en las generaciones más jóvenes por su falta de conciencia en los impactos tecnológicos y del contexto digital y que oponen a las posibilidades de cooperación, los intereses económicos que guían a los actores más relevantes de la industria tecnológica.

Las instituciones, las prácticas y las industrias culturales han mantenido siempre relaciones ambivalentes con las innovaciones tecnológicas que suponían transformaciones respecto a la consideración de las prácticas artísticas, de las formas de creación o de circulación de las obras, entre otras cuestiones. Sin embargo, el escenario actual, especialmente en la última década con la adopción y proliferación de herramientas de Inteligencia Artificial generativa, está caracterizado por impactos en las industrias y en los ecosistemas culturales que están siendo más acelerados que su capacidad de adaptación y respuesta (McCormack et al., 2019; UNESCO, 2025).

Podemos encontrar tres ámbitos donde dichas transformaciones están siendo especialmente significativas: a) el campo de la gestión y transformación de las instituciones culturales; b) las nociones de creatividad, autoría y originalidad y; c) la situación de trabajadores y trabajadoras del sector cultural.

La inteligencia artificial ofrece nuevas oportunidades para la gestión de las mismas y para el desarrollo de servicios adaptados (Gurel, 2025). En primer lugar, por su capacidad para gestionar datos, organizar archivos, clasificar objetos, crear y sistematizar perfiles de públicos (Irala, 2024) y, como consecuencia, ofrecer servicios más personalizados y rápidos (Pisoni et al., 2021; Ivanov, 2023). Así mismo, se pueden generar entornos interactivos que mejoren la participación de los públicos de dichas instituciones (UNESCO, 2025). Estos entornos más interactivos y personalizados pueden generar instituciones más inclusivas en términos de diversidad y discapacidad (Pisoni et al., 2021), algo especialmente relevante para incorporar a la juventud a dichas instituciones.

En el campo de las prácticas artísticas las transformaciones más relevantes tienen que ver con las posibilidades y conflictos que se articulan en torno a las formas de creación. En primer lugar, el desarrollo de las herramientas de inteligencia artificial y su capacidad de componer y generar obra artística ponen en cuestión el rol humano en la creación (Colmán López, 2025). Bien sea por la posibilidad de crear obra sin intervención humana, bien por el escaso reconocimiento a la autoría de las obras que se han utilizado para entrenar las herramientas de inteligencia artificial, la figura del autor o la autora se ve profundamente cuestionada. A esto se añade la posibilidad de que artistas humanos se vean sustituidos por dispositivos tecnológicos en diferentes fases del proceso creativo o en diferentes sectores culturales (CISAC, 2024; Briot et al., 2020).

La crisis de autoría está profundamente vinculada a la tensión entre una creatividad humana y creatividad vinculada a la inteligencia artificial. Por un lado, por parte de quienes entienden que las herramientas tecnológicas carecen de cualidades humanas, como la carga emocional derivada de la experiencia subjetiva (Colmán López, 2025), o quienes consideran que asistiremos a una pérdida de singularidad de la producción artística ante su estandarización y homogeneización (Mazzone y Elgammal, 2019; UNESCO, 2025).

A estas concepciones se oponen quienes entienden que el apoyo de las herramientas de inteligencia artificial en las diferentes fases de los procesos de creación, producción y circulación artística van a permitir el desarrollo de nuevas formas de expresión artística, la proliferación de nuevos formatos e ideas y la diversificación de los agentes con posibilidades de crear productos culturales (UNESCO, 2025). Este tipo de aproximación tiene que ver con la figura del artista expandido (Edwards, 2023), es decir, con aquel que amplía sus capacidades creativas en diferentes ámbitos artísticos gracias a las posibilidades que le ofrece la inteligencia artificial. La exploración de nuevas formas de creación mediante el acceso a referencias, el *feedback*, los recursos técnicos, etc., que surgen de la cooperación artista/ tecnología presuponen un escenario muy diferente al de la posibilidad de reemplazo del artista humano por la tecnología (Briot et al., 2020).

Las posibilidades que se abren en el campo de las instituciones culturales, como en el campo de la creación artística, ilustran claramente las tensiones subyacentes al desarrollo de la inteligencia artificial. Por un lado, las posibilidades de inclusividad e interacción en espacios institucionales y la pluralización de los agentes con posibilidades de producción, resuenan con los debates existentes en torno a la democracia cultural. La democracia cultural tiene que ver con el fomento de la pluralidad de las expresiones culturales de una comunidad, de la diversidad de los modos de ser público, no como receptores pasivos, sino desde las capacidades de producir cultura e influir en las instituciones culturales (Belfiore et al., 2023). Por lo tanto, las oportunidades que se dibujan en torno al impacto en la cultura de la inteligencia artificial, podrían contribuir a la consolidación de prácticas de democracia cultural. Sin embargo, estas posibilidades de creación expandida, están condicionadas por las desigualdades

de acceso a estos recursos (en general en manos de grandes empresas y plataformas), así como a las herramientas y al conocimiento necesarios para su manejo (UNESCO, 2025).

El tercero de los ámbitos críticos tiene que ver con cómo afecta a los y las profesionales del sector cultural. Si bien es cierto que la IA introduce nuevas posibilidades profesionales en el sector cultural o nuevas posibilidades de cooperación entre sectores culturales y tecnológicos (UNESCO, 2025), también introduce numerosos desafíos.

El primero tiene que ver con los derechos de autor. Se refiere a los derechos de las personas cuya obra se ha usado para entrenar a las inteligencias artificiales sin que hayan recibido ninguna remuneración a cambio. También tiene que ver con qué sucede con aquellos trabajos que están creados fundamentalmente a través de la IA y que vienen a cuestionar el propio concepto de autoría (Kulesz, 2018).

El segundo problema es la posibilidad de reemplazo, es decir, de la posible sustitución de profesionales del sector cultural por herramientas tecnológicas (Elgammal et al., 2017), una posibilidad que en sectores como el de la música o los audiovisuales se considera que podría alcanzar el 20% (CISAC, 2024).

Por último, se pueden destacar dos cuestiones. Por un lado, la dificultad de adaptarse al nuevo escenario ante la falta de procesos formativos accesibles. Por otro, la movilidad forzada de trabajadores culturales (especialmente del Sur al Norte Global) ante las nuevas desigualdades territoriales derivadas de la implementación de la inteligencia artificial (UNESCO, 2025).

La educación es otro de los ámbitos más relevantes respecto a las tensiones que derivan del desarrollo y capilarización de la Inteligencia Artificial. Las herramientas de IA pueden transformar no sólo los entornos, también las prácticas de aprendizaje, las relaciones entre los actores y las percepciones sobre el propio valor del aprendizaje (Soto Vazquez et al. 2025; Barceló Ugarte et al., 2024). A continuación, presentamos una tabla resumen de los posibles impactos negativos y positivos de la IA en los contextos educativos:

## Posibles impactos positivos

Posibilidad de establecer itinerarios adaptados y personalizados de aprendizaje.

Posibilidades de retroalimentación permanente para el alumnado a través de interfaces que hacen menos conflictiva la crítica.

Ampliar los tiempos/ espacios de aprendizaje más allá de la escuela.

Diversificar las metodologías educativas y adaptarlas a exigencias derivadas de la atención a la diversidad y a las necesidades especiales.

Fomento de la cooperación entre el alumnado y entre el alumnado y el profesorado.

Mejora de la creatividad



## Posibles impactos negativos

Problemas a la hora de generar alternativas a las propuestas facilitadas.

Se pueden alterar las funciones del profesorado que termina siendo un mediador con la tecnología, en muchos casos con poca preparación.

Impacto negativo en la creatividad, en el desarrollo del pensamiento crítico y la capacidad de reflexión.

Los itinerarios personalizados pueden replicar prejuicios sobre el alumnado, estandarizar las intervenciones y limitar sus desarrollos.

Reproducción de desigualdades por cuestiones de accesibilidad y renta.

Posible incremento de la dependencia tecnológica.

Pérdida de la capacidad de esfuerzo del alumnado para mejorar su performance académica.

Pese a la existencia de estos posibles beneficios, las investigaciones vinculadas al desarrollo de la IA en espacios educativos señalan que su percepción es más abstracta que práctica, es decir, que se ve como posibles beneficios en el futuro, no tanto como impactos consolidados del uso de la IA (Soto Vázquez et al., 2025). Este tipo de expresión es coherente con otras que señalan que, pese al coste en términos organizativos y de aprendizaje que tiene la implantación de la IA, los públicos de la misma siguen siendo receptores de beneficios muy abstractos (Machado et al., 2025; Wilson 2023).

En la actualidad, pese al contexto, el uso más habitual de la IA tiene que ver con el uso de herramientas de consulta, de búsqueda de información, ayuda en la realización de tareas o para resumir textos, siendo los *chatbots*, especialmente ChatGPT, las herramientas más usadas (GAD3, 2023; Soto Vázquez et al., 2025). Encontramos un uso de estas herramientas que alcanza al 91% de alumnado, el 86% de profesorado y 71% de las familias (GAD3, 2023). La necesidad de formación y aprendizaje respecto a la IA está más presente entre el profesorado (82%) que entre el alumnado (63%). Dicho profesorado es poco optimista respecto a los beneficios de la IA en el aprendizaje (solo el 39% cree que tendrá un impacto positivo). Un porcentaje bajo que guarda relación con que solo el 25% del profesorado recomienda la IA para hacer deberes y trabajos, una práctica que, sin embargo, está muy presente entre el alumnado.

En lo que respecta a los usos de herramientas de IA por parte de la juventud, una de las prácticas que más notoriedad ha ganado en los últimos tiempos es su uso para consultar temas vinculados a la salud mental o a las relaciones personales (Bentley et al., 2025; López et al., 2025). En un contexto en el que salud mental continúa siendo un problema relevante para la población joven, aunque con un descenso relativo en su incidencia (Gómez et al., 2025), asistimos a la proliferación de apps y herramientas vinculadas a esta temática, pero también al uso de *chatbots* más convencionales para realizar consultas sobre relaciones afectivas o problemas de salud mental. Investigaciones recientes como la de Plan Internacional afirman que cerca de un 20% de jóvenes y adolescentes, especialmente chicas, hacen este uso cotidiano de dichas herramientas. Investigaciones internacionales, como la realizada con jóvenes en Inglaterra y Gales, señalan que cerca del 40% de adolescentes (entre 13 y 17 años) afectados por violencia están haciendo este uso de las herramientas de IA (Bentley et al., 2025).

Sucesos recientes como el suicidio de Adam Raine (16 años, California), presuntamente desencadenado tras sus interacciones con ChatGPT, junto con estas estadísticas han situado en el debate público dos tipos de problemas: a) qué tipo de uso, vinculado a las relaciones personales y a la salud mental, está haciendo la juventud de la IA (Bae et al., 2021 y; b) qué problemas emergen de los sesgos presentes en la programación y el entrenamiento de las IAs (Toupin, 2023).

Con respecto a la primera cuestión, los escasos estudios recientes muestran que, aunque existen herramientas específicas orientadas a responder a cuestiones vinculadas a la salud mental, la juventud recurre a *chatbots* como ChatGPT o similares (Lorca, 2025). Es decir, se recurre a herramientas no especializadas para la búsqueda de recursos psicológicos de diferente tipo que van desde la información a apoyos más específicos. Entre las razones que llevan a la juventud a recurrir a estos dispositivos encontramos (Bae et al., 2021; Lorca, 2025; Bentley et al., 2025): a) acceso a apoyo emocional en los propios contextos, sintiéndose más seguros; b) ausencia de juicio por parte de la herramienta con la que interactúan; la posibilidad de pensar en el problema que tienen de forma diferente; d) la ausencia de vínculos afectivos sólidos con los que puedan sostener estas conversaciones y; e) la falta de recursos públicos a disposición de los y las jóvenes y la falta de empatía que detectan por parte de profesionales socio-sanitarios.

Este tipo de uso se considera problemático porque se entiende que la IA puede dar respuestas no especializadas o demasiado condicionadas por los sesgos de las diferentes IAs. Dichos sesgos, que tienen que ver con los procesos de creación de estas herramientas y cómo se las entrena, están vinculados a la reproducción de determinados modos de pensamiento, habitualmente hegemónicos o conservadores, excluyendo otros. Investigaciones recientes muestran la relevancia de discursos de odio, contenidos sexuales explícitos, parámetros racistas o misóginos en el entrenamiento de IAs con alto grado de penetración en la sociedad en general y entre la juventud en particular (Deibert 2021; Siurala, 2025; Toupin, 2023; Baradan, 2024; Gurel, 2025). Este tipo de sesgos puede condicionar no sólo los modos de creatividad que emergen en la interacción con las IAs o determinados programas pedagógicos, también pueden afectar a los *feedback* que los y las jóvenes reciben a la hora de plantear consultas sobre su salud mental.

El primer elemento que se destaca sobre el impacto de la IA en el campo cultural es el de las posibilidades de democratizar la creación artística. Se entiende que la inteligencia artificial va a generar nuevas posibilidades para que más personas puedan desarrollar trabajo creativo en diferentes sectores de la cultura y de la creación artística (música, escritura, creación audiovisual, ... etc.).

*“Permite que muchas personas creen, que antes no podían crear (...) “o igual si podían crear, pero no podían acceder a que eso les diera de comer” (E1)*

*“Todo lo que te puede ofrecer la inteligencia artificial es que va a democratizar, de hecho, ya democratiza que cualquier persona puede escribir, cualquier persona puede grabar, cualquier persona puede hacer determinados análisis” (E4)*

Existen productos en dichos sectores que la juventud ya interpreta como consecuencia de esa posible democratización de la creación, los campos en los

que más los detectan son la música y la creación audiovisual (por ejemplo, series de dibujos):

*“Cosas que nos podríamos haber perdido... porque la persona que tuvo la idea, que puedo ser yo en mi cuarto, pero como no tengo las herramientas para yo dibujarlo... y gracias a que uso la inteligencia artificial, pues tenemos ese producto [serie Animal Engine]... siento que hay cosas que, si no estuviera, nos las podríamos haber perdido” (J1. EG)*

Esta posibilidad, por parte de algunos agentes culturales, se compara con el impacto que otras tecnologías han tenido en el pasado, especialmente en campos como la música. Pero se percibe que el impacto va a ser mucho más amplio al extenderse a sectores que antes no tenían soportes tecnológicos como los que permite la IA.

*“Y, pues eso, y pues como también hace, pues no sé hace cuánto salió el auto tune, pero cuando saliese, pues también permite muchísima más gente ser cantante que no lo era. Y que lo es, pero porque tienen las voces que están, pero que no suena a nadie. Entonces, sí, yo creo que los nuevos avances tecnológicos van haciendo que todo el mundo pueda hacer lo que quiera” (J2.GD)*

Además, la IA va a permitir que más personas puedan vivir de su trabajo creativo o desarrollar una carrera profesional en este ámbito al afectar al conjunto del proceso de producción y distribución de una creación, reduciendo los costes de algunas de las fases de este proceso.

*“Sí, porque, al final, es más fácil. O sea, al final, pues, yo tengo amigos que sacan temas y tienen que hacer unas portadas y pues, se lo meten a la IA y le quedan unas portadas que están guapísimas. Entonces, es más fácil” (J2.GD)*

Sin embargo, este posible impacto positivo está acompañado de otros impactos negativos, con lo que se consolida cierta percepción ambigua de la IA en el sector cultural. Por parte de la juventud, el sector cultural es uno de los que se ve más frágiles ante el desarrollo de la IA. Se asume como algo inevitable que la reestructuración del mercado laboral que va a suponer la IA va a terminar con determinados trabajos. Dentro de esas transformaciones, determinados trabajos en la cultura se perciben como especialmente amenazados. Se trata de casos como los ilustradores, guionistas, músicos....

El ámbito de los derechos de autor se considera especialmente problemático. Existe consenso, independientemente del vínculo existente con el sector cultural, que el desarrollo de la IA no puede realizarse a expensas del trabajo de autores y autoras y que dicho trabajo necesita de reconocimiento.

*“No sé habéis visto últimamente, pues, pasa eso ahora mucho con los ilustradores, porque muchas imágenes y videos se generan con ChatGPT, entonces hay muchos, sí, sí, muchos ilustradores de libros, rollo. Ha sacado esta autora un libro con una portada de ChatGPT y dijo, tío, porque con inteligencia artificial, hasta qué punto se comercializa una cosa que una autora, pues evita pagar dinero, evita pagar dinero, poniendo tres palabras a un chat y generan una portada”. (J2.GD)*

*“De esta manera, se puede convertir en el robo del Siglo” (E1)*

El recelo respecto a los impactos laborales en el ámbito cultural se extiende a otros sectores profesionales. Se entiende que la IA puede entrar en conflicto con otros trabajos al facilitar el acceso a determinados recursos que pueden hacer que determinadas personas no recurran a un profesional al entender que les más rápido y accesible usar la IA.

*“Pero es que eso pasa con todo, como cuando ella ha dicho que hacía sus menús..., bueno, yo he estudiado Nutrición y me quiero dedicar a ello, y, pues, como ella dice que se mete ahí en ChatGPT y que haga alguna dieta de lunes a viernes, pues como... Sabes qué es eso. Al final, nos van a quitar el trabajo. Menos a un peluquero que tienes que estar ahí para cortar el pelo, no va a cortar el pelo ChatGPT. Pero que nos van a quitar el trabajo”. (J3.GD)*

De manera generalizada no se interpreta una oposición entre creatividad humana y creatividad vinculada a la IA. Solo algunos jóvenes presentan un conflicto entre ambas, mediado por la idea de que la segunda podría desplazar a la primera. La opinión más generalizada es la de las posibilidades de cooperación con la IA a la hora de desarrollar trabajos creativos.

Paralela al posible conflicto entre creatividad humana y creatividad artificial encontramos la discusión sobre la posibilidad o no de emocionarse con una obra generada por o a través de la IA. La opinión mayoritaria es que es posible emocionarse ante una obra generada por o con IA. Diferentes jóvenes relatan momentos en los que se han emocionado con textos, música o creaciones audiovisuales.

*“Sí. Sí. Yo he leído frases o yo qué sé pues, eso, pues una frase o un libro o... no, creo que yo haya leído ningún libro hecho por IA, pero vamos. Frases o cosas de una persona hablando, contando una historia que es súper catastrófica todo, y es, vaya, y al final, pues, emociona” (J4GD)*

*“Yo lo he, a mí me ha pasado, por ejemplo, con música, de un rapero que se murió hace diez años o así, Canserbero, que era venezolano, pues han hecho un par de con... con escrituras suyas que él tenía de canciones y tal, pues han hecho como con la voz de la y tal. Y yo he flipado, porque diez*

*años después he dicho, no puede ser que esté otra vez de vuelta este hombre aquí. Claro, y lo escuchas y dices, no, claro, es que no es él, pero que es él. Entonces, ya te da un vuelco a la cabeza que no... Pero sí, sí, pasa". (J1.GD)*

Frente a esta perspectiva, otros jóvenes o trabajadores culturales consideran que la IA carece de sensibilidades que son patrimonio humano (experiencia vital o capacidad de generar misterio, especialmente) y que son las que pueden hacer que nos emocionemos ante una creación artística.

*"Me preocupa al escribir, con la escritura es un tema y lo que antes te emocionaba porque tenía una verdad muy humana, ahora también te la hace Chat GPT y de pronto no te emociona igual" (J3. EG)*

*"Es imposible que la IA emocione, yo creo que no, tendría que tomar conciencia, que hubiera misterio y la IA solo desvela cosas" (E10)*

Destaca, como un elemento compartido entre jóvenes y trabajadores de la cultura, el hecho de que el trabajo artístico con IA introduce nuevos elementos vinculados a la creatividad. En este caso se trata de las formas de interacción con la IA. Es decir, la creatividad se desplaza, u ocupa un nuevo lugar, al referirse a cuestiones como las preguntas que se le hacen a la IA o los prompts que se le trasladan.

*"Se lo puedes a la inteligencia artificial, te trabajas un poco el modo de pedirlo (...) y eso nos lleva también a pensar la pregunta de otra manera" (E4)*

*"Te quiero decir, hay que saber en plan los prompts que decirle, porque tú al final quieres hacer un cuadro y o crear una imagen de, oye, mira, créame una imagen, yo qué sé, de Trump con mostacho. Y al a lo mejor, no lo pilla que tienes que generar, pues eso, al final, poniéndole un prompt todo detalle" (J3.GD)*

Los y las profesionales del trabajo cultural con jóvenes que están en contacto directo con el profesorado y la mayoría de los jóvenes entrevistados destacan las siguientes cuestiones:

- La falta de herramientas del profesorado para abordar el escenario que está generado la proliferación de herramientas de IA y la necesidad de formación de dicho profesorado. Esta falta de formación, en algunos casos, se coloca en continuidad con la falta de capacidad del ámbito de la educación obligatoria para dar respuesta a los retos tecnológicos de los últimos tiempos.
- La proliferación de la IA ha generado un clima de desconfianza mutuo entre profesorado y alumnado. Si los primeros no se fían del uso que los

alumnos están haciendo (uso de la IA para hacer trabajos y otras tareas), el alumnado no confía en el acompañamiento docente para utilizar estas herramientas y tampoco opta por comunicar su uso ante el miedo de ser juzgados o acusados de estar ahorrando esfuerzos.

- Son muy pocos los casos en los que se hace referencia a estrategias activas por parte del profesorado a la hora de abordar la IA. En la mayoría de los casos, predomina un abordaje marcado por el miedo y la desconfianza. En otros casos se detectan otro tipo de estrategias que tienen que ver con evitar los problemas de la IA mediante el refuerzo de contextos de aprendizaje interactivos con el alumnado
- Estos contextos interactivos en pocos casos se realizan mediante la IA, destacando la falta de recursos del profesorado para desarrollarlos. Si bien es cierto que los y las profesionales o jóvenes que los han puesto en práctica destacan su impacto positivo a la hora no sólo del aprendizaje en el uso de la IA, también sobre cómo funciona la IA. Se destaca la potencialidad de determinados proyectos artísticos y culturales para promover este tipo de aprendizajes.

El difícil contexto de aprendizaje y adquisición de aprendizaje en torno a la IA en contextos oficiales lleva a la mayoría de jóvenes a articular su formación y su adquisición de conocimientos a otros espacios que van desde las relaciones personales a determinados perfiles en redes sociales. Este tipo de aprendizaje deja de lado los posibles impactos negativos de la IA y el contexto en el que se desarrolla.

Se destaca, más por parte de la juventud que por los profesionales de la cultura, el impacto problemático de la IA respecto a los procesos de aprendizaje y respecto a los hábitos de la juventud en torno a dicho aprendizaje. La opinión más compartida es que con la proliferación de la IA las tareas escolares y académicas más cotidianas se han hecho más sencillas y requieren menos esfuerzo.

*“Te acuerdas de nuestro primer trabajo, el primero de filosofía... éramos 50 en clase, 35 lo hicieron con ChatGPT” (J3. EG)*

*“La comodidad ... desde que luego es todo más cómodo” (J1. EG)*

Se considera que esta situación tiene un lado negativo que es el uso de herramientas de IA para la realización de trabajos y tareas de un modo que no implican ningún tipo de esfuerzo por parte del alumnado.

En este escenario, algunas opiniones por parte de los y las jóvenes señalan que los procesos de adquisición de conocimiento se van a ver alterados. Ya sea porque no se dan, limitándose a la entrega de tareas, bien porque se aceleran y privan a las personas de un recorrido personal en dicho aprendizaje.

*“Me produce malestar, me da miedo real, porque empieza a estructurar razonamientos... hay una cosa como que el conocimiento no es inmediato, ya no hay búsqueda, ya no hay un viaje del conocimiento” (J3. EG)*

En algunos casos se destaca que esta situación de aparente hedonismo juvenil, donde se realizan menos esfuerzos sin que eso derive en un menor rendimiento académico, cuestiona las propias lógicas del proceso de aprendizaje. En un contexto en el que dichos procesos están más orientados a la consecución de resultados que al aprendizaje en sí, la proliferación y el uso de la IA puede llevar a los y las jóvenes a centrarse aún más en la dicha consecución de resultados (ej. terminar un trabajo de fin de grado), más que a desarrollar un aprendizaje efectivo ante el poco beneficio personal que puedan sacar de dicho resultado.

Los usos cotidianos de la IA que refiere la juventud se centran básicamente con la búsqueda de información, la ayuda en la planificación de algunas actividades y otros que tienen más que ver con consejos más específicos (por ejemplo, cómo comunicarse de manera menos agresiva), junto a usos profesionales y académicos (especialmente ayudarles con tareas y trabajos académicos). Destaca que aquellas personas más vinculadas a ámbitos rurales, ya sea por su residencia o por su trabajo, hacen menos referencia a los usos en estas zonas. No se trata tanto de que no se use, sino que está menos extendido.

Dentro de los usos cotidianos se constata cierta generalización del uso de herramientas de IA para abordar cuestiones vinculadas a relaciones interpersonales y al bienestar emocional. Se recurre a ChatGPT y herramientas similares para afrontar rupturas o infidelidades y especialmente para consultar sobre problemas de salud mental.

*“Un amigo mío, que era donde trabajábamos y tal, tuvo un problema con su chica sentimental, y como no tenía a nadie porque estábamos, se lo preguntó a ChatGPT.” (J1.GD)*

*“A ver, luego, a ver, yo también, por ejemplo, que también soy así como muy basta para hablar, cuando quiero decir algo bien, con asertividad, tal, yo sé que voy al psicólogo, pero es que, aun así. Digo, cuando escribes un mensaje y dices, no, esto va a sentar fatal. Pues abro ChatGPT y le digo, oye, a ver, dime esto más... más calmada, y, escucha, es que es fantástico. A veces, me lo pone igual, pero está mejor redactado.” (J3.GD)*

Destacan dos razones para ello: a) la rapidez y accesibilidad. Ante la dificultad de encontrar recursos especializados, se percibe que la IA es rápida y ;b) no sentirse juzgado. Se percibe que la IA es un espacio seguro, que actúa como un interlocutor al que se le pueden contar las cosas sin verse juzgado, una sensación que no se tiene en los grupos de pares, el trabajo, la familia o la escuela.

*“Yo no creo que sea por recursos, también es fácil, accesible y no te sientes juzgado. Entonces, al final, a un amigo le dices: he puesto los cuernos a mi novia. Y el amigo te dice: pues te mato. Y ChatGPT te dice: vamos a buscar soluciones.” (J2.GD)*

*“Sí, puede ser, es que al final es eso, tienes problemas y se lo cuentas. A ver, que yo no, porque a veces he visto muchos colegas. Pero hay gente que, pues eso, que no tiene o no esa confianza o para hablar con alguien, y es eso, al final no te estás juzgando nadie.” (J4.GD)*

*“Más por el hecho de, o sea, no lo sé, ¿eh? Pero, yo creo que es más por el hecho de no sentirte juzgada que de sentirte acompañado, porque no sé hasta qué punto te puedes sentir acompañado.” (J7.GD)*

Es en este ámbito desde donde se percibe de manera más clara la existencia de un conjunto de atributos humanos que, por el momento, no se encuentran en la IA. Destacan dos: la honestidad y la sinceridad. La cuestión de la sinceridad y la honestidad tienen que ver con una cualidad de la IA que se destaca especialmente en las entrevistas a la gente joven: son herramientas que trasladan respuestas que no contradicen los deseos de quienes las realizan

*“Yo creo que el ChatGPT es como una manera muy sencilla y muy rápida, por así decirlo de... no es como que te hablen bien, ¿sabes? O que te digan cosas de que quieras escuchar, sino es una manera, pues...” (J5.GD)*

*“Vamos a buscar hasta que la IA nos dé un punto que nosotros queramos. Yo le puedo preguntar en, oye, si tiro esto aquí, ¿qué probabilidades hay en que le caiga una persona? Porque lo quiero tirar, y me puede decir no, hay unas probabilidades muy altas, pero yo quiero hacerlo, digo, y le voy poniendo yo mis cosas, pero si lo tiro con cuidado y tal, hazlo, me va a decir, pero es porque yo lo estoy buscando no porque me lo va a dar” (J8.GD)*

Uno de los problemas más relevantes que se destaca por parte de los y las jóvenes respecto a la IA es el alto grado de dependencia que les puede generar en un futuro. Especialmente en aquellos casos en los que han empezado a gestionar muchas de sus actividades cotidianas (por ejemplo, las comidas) a través de la IA, el grado de dependencia que experimentan es más alto. Más allá de si usan de manera cotidiana la IA, entre la juventud se generaliza cierta percepción de un escenario en el que van a depender mucho de un conjunto de herramientas frente a las cuales carecen de conocimiento y formación.

*“No para que me haga exámenes en plan integral, pero no sé, lo uso mucho, pero para todo, si tengo que prepararme... yo qué sé un menú de lunes a viernes, que me tengo que preparar comidas y cenas, se lo mando.*

*Pero todo, yo es que ahora me quitas el chat o el Géminis y es que no..., vamos, una mano delante y otra detrás.” (J4.GD)*

*“Pues, porque creo que desde que salió todo esto de la inteligencia artificial y tal, la gente se ha vuelto demasiado dependiente” (J1.GD)*

Uno de los problemas compartidos por jóvenes y agentes culturales tiene que ver con la existencia de sesgos. Un problema identificado dentro de la literatura y que tiene que ver con el carácter sexista que tienen los diseños de la IA y que puede afectar al tipo de documentos con el que se trabaja, las alternativas que aparecen, incluso a los sistemas de reconocimiento humanos (como el facial). Este tipo de precaución, como señalamos, es compartido. Aunque son los agentes culturales quienes más desconfían de las herramientas más extendidas de IA y de que respondan a criterios normativos y hegemónicos.

*“Para mí, con respecto a la IA; el miedo mayor es el tema de los sesgos, de quienes crean la IA. Me da más miedo esa idea, de que está creado desde lo más normativo y lo más hegemónico, pues hombre, blanco... y que lo hace lo hace desde ese conocimiento” (E2)*

*“Lo más problemático son los sesgos de la IA, son respuestas sesgadas que no van a resolver el problema o lo pueden agravar” (E5)*

A este respecto, desde los agentes culturales especialmente, se plantea la necesidad de conocer o experimentar con herramientas de IA que estén basadas en sistemas menos sesgados o que tengan una mayor transparencia o diversidad respecto a cómo han sido creadas y entrenadas.

# 8

## CONCLUSIONES

Centro  
Reina Sofía

---

**fad**  
Juventud

## Conclusiones

La distinción entre cultura y juventud aparece como un elemento de alta complejidad para jóvenes y agentes culturales. Lo relevante, para trazar esta diferencia, no es tanto la actividad que se desarrolla, sino los modos de hacer y estar. El ocio en muchas ocasiones se vincula a modos más activos, mientras que la cultura (asociada a formas de transmisión) se vincula a modos más pasivos.

Lo relevante es que, desde las prácticas juveniles, la distinción no es extremadamente operativa y resulta más relevante abordarla desde la consideración de la cultura expandida. El problema tiene que ver con que, desde la juventud, se está redefiniendo qué es cultura y esta práctica incorpora no sólo ámbitos como lo digital, sino que se hibrida con prácticas habitualmente vinculadas al ocio o a otro tipo de disciplinas (como aparece en entornos rurales).

Se confirma que las prácticas culturales y de ocio de la juventud se han diversificado y digitalizado. De hecho, existe una relación clara entre ambas dinámicas. Los y las jóvenes realizan más prácticas culturales y algunas se desarrollan en el espacio digital, mientras que algunas son novedosas respecto a generaciones anteriores y tienen, precisamente en lo digital, su espacio de desarrollo.

Uno de los elementos más relevantes que emerge respecto a los consumos culturales y de ocio de la juventud tiene que ver con el adultocentrismo interiorizado por parte de los y las jóvenes. Pese a la existencia de estadísticas que hablan de un alto consumo cultural, los y las jóvenes cuyo discurso se ha analizado en este estudio mantenían posiciones cercanas a la opinión de que la juventud ya no consume tanta cultura. Esto nos lleva a considerar que una futura línea de investigación tiene que ver con qué elementos influyen en y estructuran este adultocentrismo interiorizado.

Más allá de la digitalización en sí, encontramos cambios muy relevantes en torno a prácticas clásicas como la música y la lectura y otras más recientes como los videojuegos y la danza que nos hacen prestar atención a la cuestión de las experiencias expandidas. Es decir, a cómo las prácticas culturales y de ocio se expanden más allá de la práctica en sí, de modos que modifican la articulación de los espacios online y offline, mientras que algunas de estas prácticas se hibridan. Este tipo de experiencias nos invitan a desarrollar más investigación sobre los contextos y los modos de consumir cultura y ocio.

Con respecto al vínculo entre identidades juveniles y prácticas de ocio y cultura, el primer elemento que podemos concluir es que dichas prácticas siguen actuando como marcos a partir de la cual los y las jóvenes se identifican. Bien sea para distinguirse del mundo adulto, bien sea para identificarse a través del vínculo con

una práctica concreta. La música sigue siendo un elemento determinante para dichas identidades, pero ya no es el más relevante. Nos encontramos con la emergencia de otros como la literatura. También es relevante el desarrollo de identidades juveniles más desterritorializadas y vinculadas a prácticas digitales.

Si bien es cierto que estas identidades están organizadas en torno a prácticas más individualizadas, no lo es tanto que dichas prácticas no estén generando identidades o comunidades más colectivas. Especialmente a través de las prácticas digitales y del vínculo online/offline característico de los modos de hacer de la juventud, se construyen diferentes modos de estar juntos y juntas que obligan a matizar la aparente individualización de las prácticas culturales juveniles. Aunque esto no implica abandonar la atención a cuáles son los elementos que llevan a los y las jóvenes a abandonar otros espacios presenciales de encuentro o a centrarse en la práctica digital. La ausencia de tiempo, la pérdida de centralidad de esos espacios presenciales (muchas veces desmantelados), la precariedad económica o la búsqueda de espacios seguros son algunas de las razones que hemos podido señalar más allá de la propia experiencia positiva de este tipo de vínculos que es necesario poner en valor.

En esta investigación se confirman los clásicos elementos de desigualdad que condicionan la participación cultural. Se confirma la relevancia no sólo de la renta, sino también del capital cultural y educativo, así como la cuestión territorial. No aparecen con tanta relevancia elementos o cuestiones de sexo/ género o de procedencia a la hora de determinar los consumos culturales y de ocio.

Esta jerarquización de elementos debería de cruzarse con elementos como la identificación ideológica o la priorización de problemas sociales, para tratar de investigar posibles vínculos entre el desplazamiento de qué elementos de desigualdad cultural se consideran relevantes y posibles movimientos ideológicos en la población joven.

De este estudio emergen las siguientes necesidades: a) elaborar una investigación que permita cruzar consumos culturales y de ocio con las diferentes formas de desigualdad y la intersección de las mismas y; b) incorporar nuevas posibles variables de desigualdad como los usos del tiempo o los conocimientos y habilidades de uso de la IA.

Pese a que los consumos culturales y de ocio de la juventud han subido en los últimos años, especialmente aquellos más vinculados a la cultura, se detecta cierta desconexión entre las instituciones culturales y dicha población joven. Esta situación, aparentemente paradójica, no tiene tanto que ver, únicamente, con que la juventud no valore aquello que las instituciones ofrecen. Tiene también que ver con que entienden que sus maneras de vincularse con la cultura no tienen reconocimiento institucional.

Así mismo podemos encontrar una crisis de confianza mutua entre instituciones y jóvenes que podría ser un campo de continuidad de esta investigación. No sólo en términos de qué le pasa a la juventud con las instituciones culturales, sino cómo esta aparente desconfianza puede extrapolarse a otro tipo de instituciones democráticas, frente al vínculo existente con otro tipo de institucionalidades.

A las formas de desconfianza institucional hay que añadir otro elemento muy relevante que se deriva de este estudio: la relación de las prácticas culturales y de ocio, junto a los usos de la inteligencia artificial, con algunos de los malestares juveniles. Aparece de manera especial la cuestión del bienestar emocional y de la salud mental. Los y las jóvenes buscan en las herramientas de inteligencia artificial y en determinados dispositivos culturales, respuestas a estos desafíos. La noción de espacio seguro aparece en ambos casos como una respuesta a un déficit existente en los modos habituales de responder a estas problemáticas. Resulta necesario seguir profundizando en por qué los y las jóvenes buscan en la inteligencia artificial o en procesos culturales, respuestas a estos malestares.

La proliferación de la Inteligencia Artificial se recibe de manera ambigua respecto al campo cultural. Si bien es cierto que se consideran los problemas referidos a los derechos de autoría o a la fragilidad de determinadas profesiones del mundo de la cultura, también se pone en valor el potencial democratizador de la IA. Es decir, se considera positivamente que puede hacer que muchas personas desarrollen su creatividad cultural, tanto a nivel amateur como profesional. No se percibe de manera mayoritaria un conflicto entre creación humana y creación artificial, sino que se apuesta por formas de cooperación entre ambas.

Aparece como más problemática su presencia en el ámbito educativo. No sólo por aquello que tiene que ver con su uso para ahorrar tiempo en las tareas escolares o académicas, sino porque se considera que el profesorado no está capacitado para abordar los retos de la IA. Esto lleva a muchos y muchas jóvenes a buscar respuestas a las potencialidades de la IA en otros espacios, con lo que se pueden generar formas de desigualdad muy tempranas respecto a sus usos. A esto se añade el problema de la progresiva dependencia de la IA para las tareas cotidianas, unido al desconocimiento de sus sesgos, algo que problematiza aún más dicha dependencia. Desde agentes culturales y jóvenes se insiste en la necesidad de mejorar la formación en el uso de la IA, tanto para el profesorado como para la propia juventud, como una forma de poder responder a todos estos retos.

9

# REFERENCIAS

Centro  
Reina Sofía

---

**fad**  
Juventud

## Referencias

- Andersson J., y Rainie L., (2023). As AI spreads, experts predict the best and worst changes in digital life by 2035. Pew Research Institute. <https://www.pewresearch.org/internet/2023/06/21/as-ai-spreads-experts-predict-the-best-and-worst-changes-in-digital-life-by-2035/>
- Aparicio, W. O. (2023) La Inteligencia Artificial y su incidencia en la Educación: transformando el aprendizaje para el siglo XXI. *Ripie: Revista Internacional de Pedagogía e Innovación educativa*, 3 (2), 217-230. <https://doi.org/10.51660/ripie.v3i2.133>
- Arana Arrieta, E., Mimenza Castillo, L. y Narbaiza Amillategi, B. (2020). Pandemia, consumo audiovisual y tendencias de futuro en comunicación. *Revista De Comunicación Y Salud*, 10(2), 149-183. [https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(2\).149-183](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(2).149-183)
- Araña, N., Tortajada, I., y Figueras-Maz, M. (2020). Feminist Reggaeton in Spain: Young Women Subverting Machismo Through 'Perreo'. *YOUNG*, 28(1), 32-49. <https://doi.org/10.1177/1103308819831473>
- Ariño, A. (2016). "Participación cultural y políticas públicas en España". En: Rius-Ulldemolins, J. y Rubio Arostegui, J.A. (coords.) *Treinta años de políticas culturales en España*. Valencia: Universidad de Valencia, pp.161-184.
- Bae, P., Skjuve, M., Kristoffer Dysthe, K. y Følstad, A. (2021): When the social becomes non-human: young people's perception of social support in chatbots. *Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. <https://doi.org/10.1145/3411764.3445318>
- Ballesteros, J.C., Megías, E. y Rodríguez, E. (2020). *Ocio y modelos de vida. La inevitable consolidación de las tecnologías en el tiempo libre de la juventud*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fad.
- Baradaran, A. (2024). Towards a decolonial I in AI: mapping the pervasive effects of artificial intelligence on the art ecosystem. *AI & Society* 39, 7-19. <https://doi.org/10.1007/s00146-023-01771-5>.
- Barbieri, N. (2018). Es la desigualdad, también en cultura. *Cuadernos Cultura, Ciudadanía y Pensamiento*. Madrid: Ministerio de Cultura.
- Barceló Ugarte, T., Martín García, A. y Mora Márquez, M. (coords.) (2024). *Revolucionando la docencia universitaria: innovación educativa en la era de la IA y la gamificación*. Madrid: Dykinson.
- Belfiore, E., Hadley, S., Heidelberg, B. y Rosenstein, C. (2023). Cultural Democracy, Cultural Equity, and Cultural Policy: Perspectives from the UK and USA. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 53(3): 157-168. <https://doi.org/10.1080/10632921.2023.2223537>.
- Bengtsson, T. T. y Jensen, K. H. (2024). Exploring Digital/Non-digital Entanglements Through Everyday Practice Connections in Young People's Gaming. *Cultural Sociology*, 19(4), 673-690. <https://doi.org/10.1177/17499755241259927>
- Bennett, A. (2018). Conceptualising the Relationship Between Youth, Music and DIY Careers: A Critical Overview. *Cultural*

*Sociology*, 12(2), 140-155.  
<https://doi.org/10.1177/1749975517750760>

Bennett, A. (2015). "Speaking of Youth Culture': A Critical Analysis of Contemporary Youth Cultural Practice" En Woodman, D. y Bennett, A. (coords.) *Youth Cultures, Transitions, and Generations*. Londres: Palgrave Macmillan. pp. 42-55.

Bentley, A. (2025) *Access to mental health support for children and young people involved in or at-risk of serious youth violence across England and Wales: findings from a multi-strand project*. Londres: Youth Endowment Fund.

Brandtzaeg, P. B. y Chaparro-Domínguez, M.Á. (2020). From Youthful Experimentation to Professional Identity: Understanding Identity Transitions in Social Media. *YOUNG*, 28(2), 157-174.  
<https://doi.org/10.1177/1103308819834386>

Briot, J.P., Hadjeres, G. y Pachet, F.D. (2020). *Deep Learning Techniques for Music Generation*. Cham: Springer

Calderon, D. (2020). Jóvenes y desigualdad digital: las brechas de acceso, competencias y uso, en <https://www.centroreinasofia.org/blog/analisis-y-debate/jovenes-y-desigualdad-digital-las-brechas-de-acceso-competencia-s-y-uso/#:~:text=Con%20respecto%20a%20las%20competencias,mundo%20cada%20vez%20m%C3%A1s%20hiperconectado>.

CGLU (Ciudades y Gobiernos Locales Unidos) (2004). *Agenda 21 de la Cultura*. Barcelona: CGLU.

CISAC (International Confederation of Societies of Authors and Composers) (2024). *Study On the Economic Impact of Generative AI in the Music and Audiovisual Industries*. Neuilly-sur-Seine: CISAC.

Codina N., y Pestana J.V. (2019) Time Matters Differently in Leisure Experience for Men and Women: Leisure Dedication and Time Perspective. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 16(14).  
<https://doi.org/10.3390/ijerph16142513>

Colmán López, M. C. (2025). La inteligencia artificial en la creación artística: Análisis de su influencia en la producción cultural. *I+D Internacional Revista Científica Y Académica*, 4(1), 43-64.  
<https://doi.org/10.63636/3078-1639.v4.n1.26>

Cvetičanin, P., Pereira, L. P., Petrić, M., Lebaron, F. y Katz-Gerro, T. (2025). "Mapping cultural practices in Europe: social inequalities and cross-national differences". En Janssen, S. Kristensen, N. y Verboord, M. (coords.) *Engagement with culture in transformative times*. Londres: Routledge. pp. 53-70.

Deibert R. J. (2021). *Reset: Reclaiming the internet for civil society*. Ontario: House of Anansi Press.

Du, X., Yoon, H. (Violet), y Liechty, T. (2025). Bridging esport, sport and leisure: Empirical perspectives from esport consumers. *Journal of Leisure Research*, 1-13.  
<https://doi.org/10.1080/00222216.2025.2559239>.

Elgammal, A., Bingchen L., Elhoseiny, M. y Marian Mazzone, M. (2017). CAN: Creative adversarial networks, generating "art" by learning about styles and deviating from style norms. *arXiv*.  
<https://doi.org/10.48550/arXiv.1706.07068>.

Esteban-Ramiro, B. y Moreno-López, R. (coords.) (2025). *Start Game: un análisis sobre género, odio y sesgos en los videojuegos online*, Valencia: Octaedro.

- Edwards, B. (2023). From Toy to Tool: DALL-E 3 Is a Wake-Up Call for Visual Artists—and the Rest of Us. *Ars Technica*. <https://arstechnica.com/information-technology/2023/11/from-toy-to-tool-dall-e-3-is-a-wake-up-call-for-visual-artists-and-the-rest-of-us>
- Feixa, C. (2022). “Youth Cultures and Identities: The Surfaces of the Underground”. En Benedicto, J., Urteaga M., y Rocca D. (coords.), *Young people in complex and unequal societies. Doing Youth Studies in Spain and Latin America*. Boston y Leiden: Brill. pp. 177-202.
- Feixa, C. (2012). “Leisure”. En Lesko, N y Talburt, S. (coords.) *Keywords in Youth Studies. Tracing Affects, Movements, Knowledges*. Londres: Routledge. pp. 39-44
- FGE (Federación del Gremio de Editores de España) (2025). Encuesta de Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España, 2024. Madrid: Federación del Gremio de Editores de España.
- Figueiredo, C. y Pereira, T. (coords.) (2024). *Tell Those in Charge Transdisciplinary Report*, Caldas da Rainha, Ministerio de Cultura de Portugal.
- Hansen, N., Prado, M. y Feixa, C. (2024) “Ocio, sociabilidad y culturas juveniles”. En Feixa, C. (coord.) *Informe Juventud en España, 2024. Entre la emergencia y la resiliencia. Volumen II*. Madrid: Injuve. pp. 49-115
- GAD3 (2023) *Empantallados. Educar en la era de la IA*. Madrid: GAD3
- Gayo, M. (2018). Desigualdad, ¿existe alguna posibilidad de conseguir niveles de igualdad cultural aceptables?. *Revista Periférica*, 18: 64-76. <https://doi.org/10.25267/Periferica.2017.i18.06>.
- Giovanis, E. (2021). Participation in socio-cultural activities and subjective well-being of natives and migrants: evidence from Germany and the UK. *International Review of Economics* 68, 423–463. <https://doi.org/10.1007/s12232-021-00377-x>
- Gómez Miguel, A., Sanmartín Ortí, A. y Kuric Kardelis, S. (2025). *Barómetro Juventud, Salud y Bienestar 2025*. Madrid: Centro Reina Sofía de Fad Juventud.
- Gómez Miguel, A. y Calderón Gómez, D. (2023). *Videojuegos y jóvenes: lugares, experiencias y tensiones*. Madrid: Centro Reina Sofía de Fad Juventud.
- Gurel, E. (2025). AI-driven experiences in cultural and creative industries: a review of literature and development of a multifaceted framework. *The Service Industries Journal*, 1–40. <https://doi.org/10.1080/02642069.2025.2542822>.
- Hepp, A. (2022). Agency, social relations, and order: Media sociology’s shift into the digital. *Communications*, 47 (3), 470-493. <https://doi.org/10.1515/commun-2020-0079>
- Irala, P. (2024). La inteligencia artificial y otras tecnologías como aliadas en el disfrute del arte y los museos. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1–13. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-438>.
- Iturralde de Bracamonte, J., y Frago Mora, M. (2025). Museums on TikTok: Key Strategies for Attracting Generation Z. *Museum International*, 77(1–2), 28–41. <https://doi.org/10.1080/13500775.2025.2540203>

Ivanov, R. (2023). Exhibitxplorer: Enabling personalized content delivery in museums using contextual geofencing and artificial intelligence. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 12(10), 434. <https://doi.org/10.3390/ijgi12100434>.

Janssen, S., Nørgaard Kristensen, N. y Verboord, M. (2025). "Introduction", En En Janssen, S. Kristensen, N. y Verboord, M. (coords.) *Engagement with culture in transformative times*. Londres: Routledge. pp. 1-30.

Jourdain, A. y Naulin, S. (2024). Cooking and Crafting in a Digital Economy: The Effects of Online Commodification on Leisure Activities. *Cultural Sociology*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/17499755241305843>.

Kankainen, V. (2024). Curating the Self-Identity: Tabletop Game Hobbyist Online Practices as an Extended Leisure Experience. *Leisure Sciences*, 1-20. <https://doi.org/10.1080/01490400.2024.2305666>

Kulesz, O. (2017). "Cultural Policies in the Age of Platforms". En: UNESCO, *Reshaping Cultural Policies*, París: UNESCO. pp. 69-83

Levratto, V., Suminas, A., Schilhab, T. y Esbensen, G. (2021). Smartphones: reading habits and overuse. A qualitative study in Denmark, Lithuania and Spain. *Educación XXI*, 24(2), 167-188. <https://doi.org/10.5944/educxx1.28321>.

López-Noguero, F., Sarrate Capdevila, M. L., & Lebrero Baena, M. P. (2016). El ocio de los jóvenes en situación de vulnerabilidad. Análisis discursivo. *Revista española de pedagogía*, 74(263), 127-145.

Lloret, N. y Iturralde de Bracamonte, J. (2025). "Recomendación algorítmica y diversidad cultural en el streaming: la

experiencia de la Generación Z en España", en Romás, C. (coord.) *Informe sobre el estado de la cultura en España 2025*, Madrid: Fundación Alternativas. pp. 66-79

López, C. (coord.) (2025) *Así somos: el estado de la adolescencia en España*. Madrid: Plan Internacional.

Lorca J. G. (2025). La inteligencia artificial que te cuida: sociabilidad, afectos y soledad no deseada en el chatbot Replika. *Política y Sociedad*, 62(3). <https://doi.org/10.5209/poso.95897>

Machado, H., Silva, S. y Neiva, L. (2025) Publics' views on ethical challenges of artificial intelligence: a scoping review. *AI Ethics* 5, 139-167. <https://doi.org/10.1007/s43681-023-00387-1>

Magadán-Díaz, M. y Rivas-García, J. (2025) "Del papel al pixel. Cambios estructurales en la edición contemporánea", en Romás, C. (coord.) *Informe sobre el estado de la cultura en España 2025*, Madrid: Fundación Alternativas. pp. 112-130

Malzacher, F., y Warsaw, J. (coords.) (2017). *Empty Stages, Crowded Flats. Performativity as Curatorial Strategy*. Berlin: Alexander Verlag.

Mazzone, M., & Elgammal, A. (2019). Art, Creativity, and the Potential of Artificial Intelligence. *Arts*, 8(1), 26. <https://doi.org/10.3390/arts8010026>

McCormack, J., Gifford, T. y Hutchings, P. (2019) "Autonomy, Authenticity, Authorship and Intention in Computer Generated Art". En: Ekárt, A., Liapis, A. y Castro Pena, M.L. (coords.), *Lecture Notes in Computer Science*, Londres: Springer. pp. 35-50.

- MCU (Ministerio de Cultura) (2025). *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2024-2024*. Madrid: Ministerio de Cultura.
- Morales, S. y Martínez Muñoz, M. (2024). *Adultocentrismo. ¿Qué piensan chicas y chicos?*. Barcelona: Octaedro.
- Mulcahy, K. (2006). Cultural Policy: Definitions and Theoretical Approaches, *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 35(4): 319-330. <https://doi.org/10.3200/JAML.35.4.319-330>.
- Oficina C (2024). *Informe C. Inteligencia artificial y educación*. Madrid: Congreso de los Diputados.
- OVC (Observatorio Vasco de la Cultura) (2024). *La cultura ante la exclusión social*. Donostia- San Sebastián: Observatorio Vasco de la Cultura.
- Peters, J., Astor, A., Janssen, S., Krstić, N., y Kristensen, N. N. (2025). "The limits of cultural democracy? Challenges and paradoxes in advancing cultural inclusion and participation in Denmark, The Netherlands, Serbia, and Spain". En Janssen, S. Kristensen, N. y Verboord, M. (coords.) *Engagement with culture in transformative times*. Londres: Routledge. pp. 304-320.
- Pisoni, G., Díaz-Rodríguez, N., Gijlers, H., y Tonolli, L. (2021). Human-Centered Artificial Intelligence for Designing Accessible Cultural Heritage. *Applied Sciences*, 11(2), 870. <https://doi.org/10.3390/app11020870>.
- Pujar, S. (2016). *Gender Inequalities in the Cultural Sector*. Bruselas: Culture Action Europe.
- Purhonen, S., Kisić, V., Goran Tomka, G., Sirkka, O. y Bonnet, Ph. (2025) "Understandings of culture in nine European countries. Advancing the study of cultural stratification". En Janssen, S. Kristensen, N. y Verboord, M. (coords.) *Engagement with culture in transformative times*. Londres: Routledge. pp. 33-52.
- Rojas, F., Espinoza, J. G. y Mendoza, M. (2024) Inteligencia artificial: dependencia y la afección del pensamiento crítico. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8 (5), 12590-12608. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i4.13462](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4.13462)
- Scott, D., y Harmon, J. (2016). Extended Leisure Experiences: A Sociological Conceptualization. *Leisure Sciences*, 38(5), 482-488. <https://doi.org/10.1080/01490400.2015.1123126>.
- Sharpe, B. y Spooner, R. (2025). Dopamine-scrolling: a modern public health challenge requiring urgent attention. *Perspectives in Public Health*, 145(4):190-191. <http://doi:10.1177/17579139251331914>
- Siurala, L. (2025). Too Complacent About Digitalization? What Can the Youth Field Do? *YOUNG*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/11033088251364670>
- Skrobanek, J. (2025). Is the concept of subculture 'unworkable' as an analytical tool in youth sociology? A Swiss quantitative perspective on the subculture/post-subculture debate. *Journal of Youth Studies*, 1-19. <https://doi.org/10.1080/13676261.2025.2488793>
- Soler-i-Martí, R., & Ballesté-Isern, E. (2024). Political disaffection or institutional adultcentrism? Youth perceptions of adult hegemony in institutional politics and policies. *Journal of Youth Studies*, 1-19.

<https://doi.org/10.1080/13676261.2024.2399611>

Soto-Vázquez, J., Pérez Parejo, R., Jaraíz Cabanillas, F.J. y Gómez Caballero, M. (2025) Percepciones del alumnado de educación sobre la Inteligencia Artificial: el caso de la Universidad de Extremadura (España), *Educação e Pesquisa: Revista da Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo*, 51 (1):

Tanner, J., Asbridge, M., y Wortley, S. (2012). Leisure Worlds: Situations, Motivations and Young People's Encounters With Offending and Victimization. *Youth & Society*, 47(2), 199-221.

<https://doi.org/10.1177/0044118X12456561>

Taylor, M. (2016). Nonparticipation or different styles of participation? Alternative interpretations from Taking Part. *Cultural Trends*, 25(3), 169-181.

<https://doi.org/10.1080/09548963.2016.1204051>

Toupin, S. (2023). Shaping feminist artificial intelligence. *New Media & Society*, 26(1), 580-595.

<https://doi.org/10.1177/14614448221150776>

UNESCO (2025). *Report of the Independent Expert Group on Artificial Intelligence and Culture*. París: UNESCO.

Vich, V. (2013). *Desculturizar la cultura: La gestión cultural como forma de acción política*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

Vikmane, E., Tjarve, B., & Katrīna Cērpa, L. (2025). The Participatory Engagement of Generation Z in Museums: A Case Study From Latvia. *Museum International*, 77(1-2), 14-27.

<https://doi.org/10.1080/13500775.2025.2540200>

Williams, R. (1958). *Culture and society, 1780-1950*. Londres: Chatto & Windus.

Wilson, Ch. (2022) Public engagement and AI: A values analysis of national strategies. *Government Information Quarterly*, 39 (1).  
<https://doi.org/10.1016/j.giq.2021.101652>.

# Juventud, ocio, cultura e Inteligencia Artificial

Centro  
Reina Sofía

fad  
Juventud

Con el apoyo de:

Google.org

