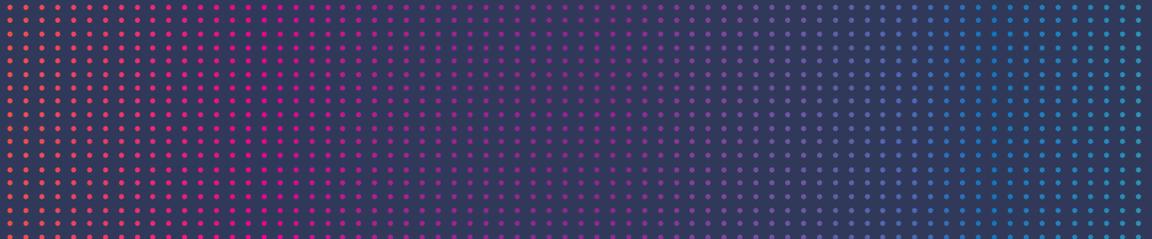




Ministerio de  
las Culturas,  
las Artes y  
el Patrimonio

Gobierno de Chile





# ASESORÍA EN SISTEMATIZACIÓN BIBLIOGRÁFICA SOBRE RELACIÓN ENTRE DESARROLLO HUMANO Y PRÁCTICAS, HÁBITOS Y PARTICIPACIÓN CULTURAL

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio  
Octubre, 2016



© Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio

**Asesoría en sistematización bibliográfica sobre relación entre desarrollo humano y prácticas, hábitos y participación cultural**

Estudio a cargo de

Departamento de Estudios

Ejecución

CulturaLab

¿Cómo citar este estudio?

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (2016). *Asesoría en sistematización bibliográfica sobre relación entre desarrollo humano y prácticas, hábitos y participación cultural*. Santiago de Chile: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. Recuperado de [www.observatorio.cultura.gob.cl/](http://www.observatorio.cultura.gob.cl/)

Se autoriza la reproducción parcial citando la fuente correspondiente.

[www.observatorio.cultura.gob.cl/](http://www.observatorio.cultura.gob.cl/)

## CONTENIDO

I. INTRODUCCIÓN. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS TEXTOS, CONCLUSIONES A PARTIR DE LA REVISIÓN DE LA LITERATURA .....	3
II. MODALIDADES DE PARTICIPACIÓN CULTURAL.....	5
1. PARTICIPACIÓN CULTURAL EN LA ERA DIGITAL.....	5
a. La figura del prosumidor .....	5
b. Nuevas plataformas y modalidades de participación .....	7
2. CONTEXTOS DE PARTICIPACIÓN .....	9
3. PERFILES DE PARTICIPACIÓN CULTURAL .....	10
III. DETERMINANTES DE PARTICIPACIÓN CULTURAL .....	15
1. PARTICIPACIÓN CULTURAL Y GÉNERO .....	15
2. NOCIONES DE GUSTO Y DESINTERÉS: PATRONES DE GUSTOS, CONSUMO Y DISTINCIÓN SOCIAL .....	16
3. CAPITAL CULTURAL Y SOCIALIZACIÓN .....	18
a. Socialización primaria y secundaria durante la niñez .....	18
b. Entorno durante la adultez.....	21
4. EFECTOS EDAD, PERÍODO Y COHORTE.....	22
5. MOTIVACIONES Y BARRERAS A LA PARTICIPACIÓN .....	23
6. POLÍTICAS CULTURALES Y PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN .....	26
IV. FORMACIÓN Y EDUCACIÓN EN ARTES Y CULTURA.....	29
1. SUBPOBLACIONES DE INTERÉS .....	31
V. CULTURA Y DESARROLLO HUMANO .....	32
1. GUSTO (CONSUMO) CULTURAL Y REDES SOCIALES.....	32
2. EL IMPACTO SOCIAL DE LAS ARTES.....	34
a. Nivel personal .....	34
b. Capital cultural y capital social .....	36
c. Críticas y asuntos metodológicos .....	42

## I. INTRODUCCIÓN. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS TEXTOS, CONCLUSIONES A PARTIR DE LA REVISIÓN DE LA LITERATURA

Las siguientes páginas presentan las principales conclusiones que se pueden extraer a partir del ejercicio de sistematización y análisis de textos sobre participación cultural.

Es importante notar que la noción de participación cultural varía considerablemente en los distintos documentos estudiados. Por una parte, lo que se entiende por *participación* en ocasiones se refiere al consumo de bienes y servicios, en otras a la realización de ciertas actividades (como tomar clases de canto, o dibujar) y en muchas otras a la asistencia a determinados lugares o eventos. Por otra parte, lo que se entiende por *cultura* es también variado, y dependiendo del estudio, involucra un rango amplio de actividades: aquellas tradicionalmente vinculadas a la cultura (como la ópera, la danza o las artes visuales), aquellas vinculadas a los nuevos medios (como la participación en redes sociales), aquellas que apuntan a la participación comunitaria (como el voluntariado), actividades recreativas (como salir a comer), e incluso la realización de deportes. Las actividades culturales suelen ser dinámicas y en muchas ocasiones específicas a un determinado contexto.

En este sentido, los resultados aquí presentados y las conclusiones extraídas a partir de los mismos, dependen considerablemente de lo que cada estudio intentó medir y de la manera en que fue medido. Estas diferencias acerca de las premisas conceptuales y las metodologías usadas para la investigación, van en desmedro de la comparabilidad de los documentos, y deben tenerse en cuenta a la hora de leer el informe.

Es importante señalar también que el presente informe se encuentra estructurado de acuerdo a cinco dimensiones identificadas para la elaboración de la sistematización bibliográfica:

- Modalidades de participación.
- Determinantes de la participación cultural.
- Formación y educación en artes y cultura.
- Subpoblaciones de interés.
- Cultura y desarrollo humano.

Las dimensiones Género y Metodologías (identificadas en la matriz bibliográfica) no se especificaron por separado en este informe, aunque son consideradas a lo largo del mismo. Cada una de las modalidades se encuentra compuesta por distintas temáticas que se desprendieron del análisis de textos. Si bien ellas coinciden en cierta medida con



algunas de las subdimensiones y ámbitos identificados en las fichas y matriz, no hay un calce perfecto entre unas y otras. La decisión de estructurar el informe de esta manera, fue producto del querer dotar al ejercicio de cierta flexibilidad para extraer conclusiones que se adaptaran a la discusión misma de los textos, sin tener que restringirlas a las categorías preestablecidas.

Por último, se debe mencionar que algunos de los textos analizados en el proceso de asesoría no fueron incluidos en el informe. Esto se debió principalmente a que el contenido de dichos textos se distancia de los ámbitos más relevantes del análisis o a que estos se centran en aspectos metodológicos o demasiado específicos, no atingentes a la discusión llevada a cabo en las próximas páginas.

Aun teniendo en cuenta todo lo anterior, el ejercicio que se presenta a continuación, propone un repaso interesante de diversas áreas que se vinculan con la participación cultural en distintos lugares del mundo y bajo diferentes enfoques, lo que probablemente podrá orientar la discusión y nutrir el marco conceptual para la realización de una nueva encuesta de participación cultural para Chile.

## II. MODALIDADES DE PARTICIPACIÓN CULTURAL

### 1. PARTICIPACIÓN CULTURAL EN LA ERA DIGITAL

#### a. La figura del prosumidor

Los desarrollos recientes de la web y de las nuevas tecnologías digitales han tenido importantes implicancias sobre las modalidades de consumo, producción y participación cultural. Los flujos de información cultural que circulan a través de las plataformas digitales han diversificado y aumentado la participación cultural y, más importante aún, han cambiado la naturaleza de dicha participación.

Los aspectos interactivos y participativos propios de los nuevos medios desdibujan los límites entre la producción y el consumo, dando lugar a la nueva figura del “prosumidor”, es decir, un consumidor que es simultáneamente productor y consumidor. (Bjarki, 2010; Beer & Borrows, 2010, Katz-Guero, 2004). En el campo de las artes específicamente, estos cambios se evidencian en el borramiento de la distinción entre el artista y la audiencia, así como también en una democratización de los modos de producción artística.

La figura del prosumidor, sus implicancias, y las modalidades de participación habilitadas por el desarrollo de la era digital son temáticas abordadas por varios autores.

En su introducción al *Journal of Consumer Culture*, Beer & Borrows (2010) realizan un repaso general por diversos aspectos significativos que se derivan de la existencia de este nuevo tipo de consumidor o prosumidor digital. Cuando el consumo requiere participación, es común que el consumidor participativo se apropie de formas culturales ya existentes. Esta práctica de apropiación se ha vuelto común, y una parte integral de la vida cotidiana de aquellos que consumen en la web. Podría considerarse también que las culturas web participativas se relacionan con el consumo de lo mundano: las personas desean comunicar aspectos de sus vidas en el dominio público, y estos datos “mundanos” son consumidos a su vez por otros.

Por otra parte, el texto menciona que en las formas interactivas de consumo que ocurren en el espacio virtual, la relación entre compradores y vendedores es diferente. La participación de los consumidores en la web hace explícitas formas ya establecidas de consumo: los actos de calificación y opinión se vuelven componentes explícitos y visibles en los sitios web. Son procesos que empoderan al consumidor dándole una voz y que evidentemente tienen consecuencias concretas para los profesionales y todos aquellos que ofrecen servicios online.



Por último, los autores mencionan que el consumo participativo alimenta lo que se denomina el “capitalismo conocedor”. Los datos producidos por el consumo participativo, generan información transaccional que las compañías recolectan y utilizan. Esta información es luego utilizada por las organizaciones para predecir patrones de consumo, hacer recomendaciones y discriminar sobre el potencial de los clientes.

Bjarki (2010) menciona que las plataformas web han dado origen a la existencia de esferas públicas culturales digitales en red. Estas esferas se caracterizan por su capacidad de procesar y comunicar autoexpansivamente en cuanto a volumen, complejidad y velocidad; por su habilidad de recombinar digitalmente, y por su flexibilidad distributiva a través de redes digitales interactivas. En base a esta conceptualización, el autor menciona que los nuevos medios han generado la aparición de una cultura de la reedición o mezcla (*remixable culture*), la cual es el resultado directo de un paisaje cultural interactivo y digital, en donde los softwares amigables a los usuarios, hacen que sea muy fácil apropiarse y reeditar ciertos contenidos digitales, tales como fotos, videos, o música.

Estos nuevos modos de generación de contenidos, asociados a la figura del prosumidor, han traído implicancias significativas sobre los derechos de propiedad intelectual tal como existían previamente, y han llevado a la generación de nuevas definiciones y soluciones en relación a estos derechos; como por ejemplo la creación de licencias que se adapten a las nuevas modalidades de participación existentes. El autor menciona la licencia propuesta por Lessig, los “Creative Commons”, que permite la creación cultural a partir de la reedición de contenido. La licencia permite a los usuarios reeditar, retocar y construir a partir de trabajos preexistentes de manera no comercial, mientras den crédito al autor original y licencien sus trabajos bajo términos idénticos a los de la licencia utilizada. Con ello se propicia una cultura de acceso que se opone a la cultura del permiso.

Se presentan como casos opuestos, el funcionamiento de ciertas plataformas como Youtube o My Space, que poseen restricciones generalizadas al tipo de contenido que puede mostrarse en ellas y en las cuales los usuarios ceden todos los derechos de los contenidos que publican.

Estos cambios tienen inevitablemente un impacto sobre algunos conceptos que orientan la política cultural tales como los ya mencionados derechos de propiedad, la gobernanza cultural y la identidad. El autor señala que la política cultural debería permanecer neutral en cuanto a la generación de contenido y concentrarse exclusivamente en la provisión de acceso. La intervención crucial de la política cultural recae en proveer el marco, las reglas de conducta, sistemas de *copyright* flexibles y fácilmente logrables, y formatos de alta calidad, entre otros.

Por su parte Ritzer & Jurgenson (2010) plantean que esta nueva figura del prosumidor puede haber propiciado la aparición de un nuevo tipo de capitalismo, dado que genera dinámicas que difieren de las lógicas del capitalismo tradicional, en las que aparecen espacios donde no predominan ni la producción ni el consumo.

Se mencionan como elementos nuevos y opuestos al capitalismo de antaño: la incapacidad de los capitalistas de controlar a los prosumidores contemporáneos del mismo modo en que se controlaban a los consumidores, productores y prosumidores tradicionales; el hecho de que los prosumidores hoy día parecen disfrutar lo que hacen y están dispuestos a dedicar largas horas a hacerlo, por lo que se dificulta la idea de explotación; la existencia de una ética ciberlibertaria (centrada tanto en la libertad individual en internet, como en que la información sea gratuita y de libre acceso) que se opone a la organización capitalista que por definición busca obtener ganancias; y por último, el hecho de que tradicionalmente, el capitalismo se basa en la escasez y la eficiencia, y el capitalismo del prosumo se trataría crecientemente sobre la abundancia y la eficacia (Jurgenson y Ritzer, 2009).<sup>1</sup> El capitalismo del prosumo, se basa en un sistema donde el contenido es abundante y gratuito; esta abundancia pone el foco sobre la creación de productos y servicios que sean efectivos, más que eficientes.

## **b. Nuevas plataformas y modalidades de participación**

Tal como se mencionó anteriormente, Internet y el desarrollo de nuevas plataformas web posibilitan nuevos modos de interacción e intercambio entre los individuos modificando también las formas de participación cultural que pueden considerarse como tradicionales, tales como la literatura, la asistencia a museos o la danza.

En este respecto, resulta relevante el texto de Vlieghe *et al.* (2016), quienes analizan el efecto de las redes sociales sobre la lectura literaria transformándola en una práctica social que permite la interacción entre los individuos. Los autores se refieren a las redes sociales como un amplio set de medios digitales basados en Internet que permiten a los usuarios visualizar, manejar, compartir y discutir conexiones sociales e información personal. Estas plataformas proveen un marco para la producción de contenido de manera autónoma y su posterior publicación.

El texto indaga sobre qué implica y qué significa leer en la era digital, a través del análisis de una plataforma web *Everybodyreads*, y su respectiva página de Facebook. Se observa que estas plataformas han posibilitado una nueva forma de interacción social entre los individuos para una práctica cultural esencialmente solitaria como lo es la lectura. Estos espacios digitales se constituyen como espacios de afinidad que apoyan

---

<sup>1</sup> Jurgenson & Ritzer (2009), "Efficiency, Effectiveness, and Web 2.0"; in S. Kleinman: *The Culture of Efficiency*.



el cultivo de las pasiones compartidas por sus usuarios y ofrecen nuevos modos de relación entre ellos. Las plataformas analizadas posibilitan a los usuarios compartir escritos, realizar críticas, conocer a otras personas que compartan los mismos intereses, abrir espacios de conversación, crear una identidad propia, e incluso generar un tipo de distinción. Son espacios sociales democráticos en los que existe lugar para la diversidad, la experimentación y la confrontación, y donde los participantes se sienten seguros, respetados y apreciados.

En su texto sobre el museo como espacio que habilita la interactividad social y la socialización de los individuos, Jafari *et al.* (2013) mencionan que parte de esta interacción social producto del museo toma parte fuera de este y de modo online. Los autores explican que la experiencia del consumo cultural se extiende también a un contexto digital. Al compartir fotografías de la experiencia en las redes sociales, por ejemplo, se crean nuevos recursos (imágenes) que permiten la generación de conversaciones e interacciones fuera del museo. Esto da lugar a su vez, a otras formas colectivas de consumo y demuestra de qué modo las nuevas tecnologías complejizan y adhieren otras dimensiones a las modalidades de participación artística tradicionales.

En base a lo anterior puede considerarse que el consumo o participación cultural digital o a través de los medios, es cada vez más relevante, tanto que hoy en día es considerado una forma más de participación a la hora de medir la participación cultural. A modo de ejemplo, en la encuesta de participación cultural realizada por la Universidad de Chicago (2013), la danza muestra la mayor proporción de participación a través de los medios. Una cantidad significativa de personas que participa de la danza lo hace solo viendo performances a través de la televisión o los medios. Estos resultados, por lo tanto, aumentan decisivamente la proporción de personas que tienen algún grado de participación en la danza.

Por último, es válido destacar que el uso de la tecnología digital no solo ha afectado las relaciones tradicionales entre artistas y audiencias, sino que también ha afectado considerablemente el modo en que las organizaciones culturales operan. La encuesta de Nesta (2015) sobre organizaciones culturales y tecnología digital en el Reino Unido afirma que para una considerable mayoría de organizaciones culturales la tecnología se ha vuelto un modo indispensable de promover, preservar y operar sus actividades y ocupa, en muchos casos, un rol importante en sus formas de crear y distribuir contenido y en las maneras de generar ingreso por su trabajo. El estudio muestra que, en su mayoría, las herramientas digitales son utilizadas como una forma de acceder a la organización, como instrumento para la difusión y planificación, para recibir donaciones, y para obtener otras fuentes de financiamiento. En general en las organizaciones donde se reporta un uso menor de la tecnología digital, esto se debe a que encuentran un rango de barreras operacionales, financieras y/o de comportamiento para su utilización.

## 2. CONTEXTOS DE PARTICIPACIÓN

La literatura revisada respecto de los contextos de participación se concentra en torno a dos aspectos: la participación cultural en el territorio y la participación cultural en lugares no convencionales.

En el primer ámbito de estudio se encuentra el trabajo de Johanson *et al.* (2014), que da cuenta de la importancia que ejercen los gobiernos locales a la hora de promover un desarrollo adecuado de la participación local, y la influencia que estos pueden tener sobre la generación de políticas culturales no solo locales, sino que a nivel nacional. El texto afirma que los gobiernos locales tienen mayores capacidades de promover y propiciar la participación cultural debido a su proximidad con las comunidades y sus necesidades, y, por ende, la información con la que estos cuentan puede ser un insumo útil y necesario a la hora de elaborar la política cultural en general.

El documento señala que la elaboración de políticas para la promoción de la participación cultural, estaría relacionada con una concepción instrumental del arte y la cultura, que reconoce la importancia de la participación cultural como un aspecto central en la constitución del estatus social y la identidad, y como un vehículo para enfrentar temas sociales, ambientales y económicos complejos que afectan el bienestar de las comunidades. Esta visión instrumental de las artes, ha provocado creciente interés y necesidad por la realización de mediciones sobre participación cultural y comunitaria de los individuos, que den cuenta de los impactos sociales de las mismas. Sin embargo, los autores hacen hincapié en la complejidad técnica y financiera que involucra el medir, y la dificultad y riesgos de aplicar indicadores generales a contextos particulares.

En relación a la participación cultural en lugares no convencionales, los estudios analizados se enfocan en la relevancia que tiene el considerar lugares alternativos a los tradicionalmente vinculados a las artes a la hora de evaluar y promover la participación cultural.

Walker y Sherwood (2003) y Fyfe *et al.* (2008), plantean que el espacio o lugar donde se realizan los eventos artísticos o culturales, ejerce influencia sobre el nivel de participación cultural de las personas. Ambos estudios analizan el rol de los espacios comunitarios en la promoción de la participación cultural, y en el caso de Fyfe *et al.*, en la de grupos más desaventajados y comunidades más marginales en particular. Los resultados de Walker y Sherwood muestran que existe una fuerte correlación entre la asistencia a espectáculos artísticos y la visita a espacios comunitarios. De acuerdo a los autores, existe más gente que asiste eventos artísticos y culturales en espacios comunitarios (tales como espacios al aire libre, escuelas y lugares de culto) que en espacios de arte convencionales (como salas de concierto, teatros, museos, o galerías



de arte). Aunque las audiencias para ambos tipos de evento se superponen, una cuarta parte de las personas que participan en la cultura y las artes, lo hacen solamente en espacios comunitarios. Por su parte, Fyfe *et al.* (2008) plantean que el rol de los espacios comunitarios que apoyan a los espacios artísticos, resulta un mecanismo fundamental para lograr la participación de aquellas comunidades que están social, económica y culturalmente aisladas. Los espacios comunitarios han demostrado poder conectar distintos segmentos de la sociedad con las experiencias artísticas.

Los resultados obtenidos por la Universidad de Chicago (2013), en su estudio sobre la participación cultural en la zona suroeste de dicha ciudad, complementan los hallazgos anteriores. La investigación muestra la importancia de la participación en los lugares no convencionalmente asociados a las artes y la cultura, determinando que el lugar más común en donde los encuestados indicaron desarrollar actividades artísticas y culturales, fue en el hogar. Esto confirma los hallazgos de estudios previos respecto de la importancia que tiene el hogar como entorno para la participación cultural. También se indicó un nivel alto de desarrollo de actividades creativas en lugares no vinculados con las artes, como, por ejemplo, en parques o al aire libre y en cafés, restaurantes, bares o clubes nocturnos; los que aparecieron como relevantes aún para la participación en actividades artísticas más tradicionales.

Los resultados de estos estudios sugieren que las locaciones no artísticamente específicas, en especial el hogar y los centros comunitarios, juegan un rol prominente en la forma en que las personas se relacionan con las artes y la cultura en un sentido amplio. Estos lugares comparten las características de ser accesibles, familiares, informales y con potencial para sociabilizar (U. Chicago, 2013), y deben tenerse en cuenta tanto en la realización de mediciones respecto de participación cultural (U. Chicago, 2013), como en la elección del lugar que las organizaciones utilicen para mostrar su trabajo (Walker y Sherwood, 2003; Fyfe *et al.*, 2008).

### 3. PERFILES DE PARTICIPACIÓN CULTURAL

Las características personales de los individuos, y la relación que ellos establecen con su entorno, dan origen a ciertos patrones en la forma de relacionarse con la actividad cultural que pueden clasificarse en perfiles de participación. Según Katz-Gerro (2004), el representar múltiples perfiles de participación, permitiría mapear diversas categorías de consumo —tales como individuos pasivos con bajo nivel de consumo cultural, individuos activos con altos niveles de consumo cultural o, individuos activos de un tipo particular de consumo cultural—, lo que se alinea con la idea de que los

individuos emplean diversos repertorios de recursos e intereses culturales.<sup>2</sup> De acuerdo a Katz-Gerro, los gustos culturales son complejos y contextuales y, por ende, dan fruto a diferentes combinaciones de campos culturales de consumo. Así, conceptualizar marcos de referencia que incorporen combinaciones de clústeres o grupos de consumo cultural, posibilita una comprensión multidimensional de los individuos y de su posición en la sociedad en cuanto a identidad y recursos.

Dos de los estudios analizados presentan una descripción exhaustiva de perfiles de participación cultural.

Uno de ellos es el trabajo de Bergadàa (2007), cuyo aporte se centra en describir perfiles de consumo cultural que interactúan con las concepciones que las personas tienen respecto del tiempo. Bergadàa propone que el tiempo no tiene realidad objetiva independiente de los seres humanos, y que la manera en que las personas lo comprenden y utilizan se enmarca en dos ejes centrales: un eje que se mueve entre la diacronía y sincronía, y otro que deambula entre la concepción del tiempo como duración y como instante. La intersección de estos ejes genera cuatro espacios (marcos temporales), en los cuales se pueden situar los distintos individuos de acuerdo a su relación con el tiempo. Cada uno de estos espacios coincidiría con un determinado tipo de participación cultural, que Bergadàa obtiene a partir de estudiar el comportamiento de las personas en cuanto a la asistencia a obras de teatro y visitas a museos en Francia y Holanda.

En base a lo anterior, Bergadàa establece cuatro perfiles de personas:

- Perfil “Presente Permanente” (sincronía y duración) y “Reactor”: En esta categoría los individuos se identifican como viviendo el presente, debido a que tienen cierto temor por el futuro. Sin embargo, su pasado permanece aún vívido en sus mentes. Ellos aceptan el destino y evitan tener que planear cualquier cosa. Reaccionan a los eventos que les toca vivir, pero no anticipan las sorpresas. Por lo que buscan altos niveles de convergencia con situaciones que les son conocidas. Respecto de su perfil cultural, se les cataloga como “reactores”. En términos generales los reactores consideran que las personas deben tener un cierto nivel de conocimiento y que es el rol de los padres traspasar el deseo de adquirir cultura a sus hijos. La educación se percibe como una obligación, excepto cuando ella se presenta como un juego. Su relación con los demás se caracteriza por perseguir la seguridad y la estabilidad. Del análisis de su actitud hacia las actividades culturales, se observa que buscan relajarse, el ocio, el placer y las emociones.

---

<sup>2</sup> Swidler, A. (1986) ‘Culture in action: symbols and strategies’, *American Sociological Review*, Vol. 51, pp. 273-286., citado en Katz-Gerro (2004).

- Perfil “Tiempo Moderno” (diacronía e instante) y “Actor Organizado”: Individuos que viven en el futuro inmediato para evitar pensar sobre el pasado con nostalgia. Piensan que el futuro puede ser auspicioso, si es que lo planean realísticamente y cumplen con sus compromisos. No creen en la suerte y apenas creen en el destino: creen controlar relativamente lo que les ocurre. Piensan que el mundo es complejo, pero eso no los complica. De todas formas, evitan las sorpresas no poniéndose en situaciones de riesgo. El análisis de perfiles culturales catalogó a este grupo como “actores organizados”, respecto de la oferta de actividades disponible. Creen que la cultura es parte de sus deberes intelectuales y sociales, y que ella es el resultado del conocimiento que uno debería adquirir para permanecer en línea con el propio contexto. Aceptan nueva información, pero siempre que complemente su conocimiento y vaya en línea con sus opiniones, de lo contrario la rechazan o evitan. Les gusta ser parte de un grupo que comparte las mismas creencias. A este grupo le gusta gastar su tiempo libre en actividades artísticas o intelectuales, en la medida de que el contenido pueda ser asimilado fácilmente.
- Perfil “Tiempo Fragmentado” (sincronía, instante) y “Actores Intuitivos”: Disfrutan la vida y la viven intensamente. No les gusta la nostalgia y les gusta pensar en su futuro. Fragmentan su presente para poder involucrarse en múltiples actividades y descubrir nuevos desafíos. Tienen muchos planes, pero no los estructuran, de manera de poder moverse espontáneamente. No creen en el destino. Son seguros y espontáneos. Creen que el mundo es complejo, pero piensan que los individuos se pueden adaptar a lo que sea y que la complejidad puede enriquecer la vida. Del análisis de perfiles culturales se clasifica a este grupo como los “actores intuitivos”. Buscan constantemente comprender y mejorar la sociedad. Las actividades culturales deben ser para ellos oportunidades de interacción social y descubrimiento. Les gusta cultivarse y adquirir nuevos conocimientos. Aman y buscan la diversidad, incluso en el conocimiento que adquieren o poseen.
- Perfil “En Ritmo” (diacronía, duración) y “Creadores”: Para este grupo el presente constituye un proceso de constante desarrollo y evolución. Creen que el mundo es complejo y alarmante, pero no temen por ellos mismos, sino más bien por la juventud y por el futuro. Creen ser intuitivos, creen en la suerte y en sortear las oportunidades como se vayan presentando. Se les identifica con el perfil “creador”. Creen que la cultura es el principal medio para el desarrollo personal y espiritual. Tienen una clara comprensión de lo que les interesa. Les gustan los desafíos intelectuales porque pueden abrirles nuevos mundos cognitivos. Creen que el conocimiento es multidisciplinario y flexible, y buscan captarlo de manera

personal. Sus elecciones se guían por su sentido intelectual y emocional de satisfacción. Ellos eligen ser eclécticos y por ende les gusta ser sorprendidos.

De acuerdo a Bergadà la identificación de estos perfiles, propondría que no existe un único marco temporal para las personas que comparten un mismo espacio geográfico y cultural, y que las personas participan en la producción de la realidad social que los rodea y del significado con el que dotan a los productos que consumen.

El segundo texto que establece perfiles de participación, es el de la consultora inglesa Morris Hargreave & McIntyre. Utilizando una base de datos propia, compuesta por más 4.500 individuos de Reino Unido, la consultora establece ocho grupos o perfiles de personas en relación a sus características propias y a cómo ellos se vinculan con la actividad cultural. Para lo anterior analiza no solo factores demográficos, sino que también las motivaciones personales, creencias y valores que las personas ponen en juego a la hora de participar. En este sentido, los segmentos se distinguen unos de otros por creencias profundas acerca del rol que el arte y la cultura juega en la vida de los individuos pertenecientes a cada segmento.

A modo de resumen, los segmentos pueden definirse como:

- Enriquecimiento: (Palabras clave: maduro, tradicional, patrimonio, nostalgia). En general adultos mayores con tiempo, que les gusta gastar en actividades de ocio cerca de su hogar. Tienen gustos establecidos y disfrutan de la cultura que se vincula con su interés en la naturaleza, el patrimonio y las formas artísticas tradicionales.
- Entretenimiento: (Palabras clave: consumidor, populistas, ocio, convencional). Adultos jóvenes convencionales para quienes las artes están en la periferia de sus vidas. Sus incursiones ocasionales en la cultura son en eventos espectaculares, entretenidos o “que deben verse”, los que compiten con un rango amplio de otros intereses vinculados al ocio.
- Expresión: (Palabras clave: receptivo, confidente, comunidad, expresivo). Este segmento está conectado con su lado creativo y espiritual. Son personas seguras, amantes de la diversión y conscientes de sí mismas, que se acomodan a un amplio rango de intereses, que va desde la cultura y el aprendizaje, a la comunidad y la naturaleza.
- Perspectiva: (Palabras clave: establecido, autosuficiente, enfocado, satisfecho). Este segmento es uno establecido, realizado y orientado al hogar. El arte y la cultura están dentro de sus prioridades más bajas, sin embargo, su naturaleza espontánea, su necesidad de realizar sus propios descubrimientos y su deseo por aprender, les dan un foco por el cual participar de las artes y la cultura

- Estímulo: (Palabras clave: activo, experimental, descubrir, contemporáneo). Grupo activo que vive su vida al máximo, buscando nuevas oportunidades de experiencias nuevas y desafíos que conquistar fuera de la masa. Están abiertos a un amplio rango de experiencias desde la cultura, hasta el deporte y la música. Les gusta estar en la vanguardia en todo lo que hacen.
- Afirmación: (Palabras clave: identidad propia, aspiracional, tiempo de calidad, mejora). El núcleo de los Afirmación está compuesto por adultos jóvenes, frecuentemente estudiando o cuidando a su familia en casa, para los cuales las artes son una entre muchas opciones de ocio. Son aventureros cuando se trata de su consumo de arte y cultura, puesto que lo ven como un medio para desarrollarse como individuos.
- Liberación: (Palabras clave: ocupado, ambicioso, priorizar, melancólico). Suelen ser adultos jóvenes con vidas ocupadas por su trabajo y familia, que solían disfrutar del arte y la cultura relativamente popular, pero que ya no lo hacen debido a que otras cosas son ahora prioritarias en sus vidas. Consecuentemente, sienten que tienen tiempo y recursos limitados para disfrutar de las artes y la cultura, aunque les gustaría poder hacerlo más.
- Esencia: (Palabras clave: perspicaz, espontáneo, independiente, sofisticado). Tienden ser profesionales bien educados que son creadores y consumidores culturales altamente activos, son líderes más que seguidores. Seguros en sus propios gustos, actúan de manera espontánea de acuerdo a su ánimo y prestan poca atención a lo que otros piensan.

### III. DETERMINANTES DE PARTICIPACIÓN CULTURAL

Existen diversos determinantes vinculados con la participación, asistencia y consumo culturales. Muchos de ellos se relacionan con características socio-demográficas de los individuos —tales como sexo (Christin, 2012; Babatunde *et al.*, 2011; U. Chicago, 2013), edad (Reeves, 2014; Van den Broek, 2013), raza o pertenencia a una etnia (U.Chicago, 2013; Ganzeboom y Nagel, 2007) y zona geográfica (Cornélio Diniz y Machado, 2010), entre otros—, mientras otros se vinculan con factores como la exposición a las artes durante la niñez (Elsley *et al.*, 2010; Oskala *et al.*, 2009, entre otros), las motivaciones personales y la existencia de barreras prácticas y psicológicas a la hora de participar, atender o consumir (Kawashima, 2001; Fyfe *et al.*, 2008; NEA, 2015).

Respecto de lo anterior, varios de los textos estudiados se dedican a analizar en profundidad cómo se vinculan los determinantes con las formas de participación cultural, cómo ellos se relacionan con la formación y expresión del gusto, y cómo afectan la participación de distintos grupos y en distintas etapas de la vida. A continuación, se detallarán algunos de estos aspectos y discusiones centrales que emergen como relevantes del análisis de los textos:

#### 1. PARTICIPACIÓN CULTURAL Y GÉNERO

El estudio *Geneder and Highbrough Cultural Participation in the United States* (Christin, 2012) plantea que las mujeres norteamericanas tienen una mayor participación en las llamadas actividades de “alta cultura” (actividades tradicionalmente vinculadas a las clases sociales más altas, y que se presentan en ocasiones como más complejas o cultivadas) que los hombres, y atribuye que dicha diferencia en participación se podría deber a tres razones principales:

- A que las mujeres tienden a tomar mayores clases artísticas durante la niñez, lo que influencia su nivel de participación en la adultez.
- A que las mujeres son más propensas a tener profesiones relacionadas a la cultura y a la educación, profesiones que suelen asociarse con mayores niveles de participación cultural.
- A que las mujeres tienden a trabajar menos en jornadas de tiempo completo que los hombres, y el empleo *part-time* también se relaciona positivamente con la posibilidad de participar culturalmente.

Sin embargo, Christin propone que existen razones para creer que la brecha de consumo cultural entre mujeres y hombres debería tender a desaparecer o disminuir en generaciones más jóvenes. Esto debido a los nuevos roles sociales que la mujer comenzó a asumir en la segunda mitad del siglo XX (incremento de mujeres con estudios superiores y que forman parte de la fuerza laboral), y a que la “alta cultura” como marcador de estatus ha empezado a perder valor, dando paso a nuevas formas de consumo cultural, que harían que la distinción entre alta y baja cultura se vuelva menos relevante.

Con todo, otros estudios recientes continúan observando diferencias significativas en la participación cultural por género, no solo en “altas artes” sino que, en actividades de distinta índole, mostrando mayores niveles de participación cultural en las mujeres que en los hombres a nivel general (Babatunde *et al.*, 2011; University of Chicago, 2013; entre otros).

## **2. NOCIONES DE GUSTO Y DESINTERÉS: PATRONES DE GUSTOS, CONSUMO Y DISTINCIÓN SOCIAL**

Diversos trabajos determinan a la educación y los ingresos, y consecuentemente al estatus socioeconómico, como algunos de los determinantes más significativos a la hora de analizar la participación cultural. De acuerdo a Chan y Goldthorpe (2007), tanto el estatus, como el nivel de educación de los individuos, serían las variables con mayor influencia en la definición del tipo de consumidor musical en Inglaterra, siendo los efectos de la última aún más fuertes que los de la primera. Cornélio Diniz y Machado (2010), encuentran para Brasil que el consumo artístico está desigualmente distribuido al estar determinado principalmente por la educación y el ingreso, y que tanto el ingreso como la educación serían las principales restricciones al consumo cultural, al encontrarse ellas relacionadas también con otras variables relevantes, como la exposición a las artes durante la niñez. Así mismo Babatunde *et al.* (2011) y Universidad de Chicago (2013), encuentran fuerte influencia de la educación y los ingresos en la participación cultural en actividades artísticas y culturales en contextos más formales o establecidos —como la visita a bibliotecas, sitios patrimoniales, teatro, ópera y danza, etc.— en Inglaterra y Estados Unidos, respectivamente.

En relación a estos hallazgos, una corriente fecunda de trabajo se ha orientado a estudiar la existencia de patrones de consumo cultural específico entre grupos que comparten características como la educación, el ingreso y, particularmente, la clase o el estatus social. Esta corriente de estudio tiene su origen en Pierre Bourdieu con su libro *La Distinción* (1979), en donde plantea un estrecho vínculo entre estratificación social, capital cultural y gusto. De acuerdo a Bourdieu, aquellos con capital cultural

elevado —activos sociales no financieros, como la educación— serían quienes determinarían lo que es el “gusto”, quedando así definida la distinción entre lo que se entiende por “alta” y “baja” cultura, y por actividades legítimas o ilegítimas. Consecuentemente, el gusto, y por ende la realización o participación en prácticas culturales legítimas, serían factores delimitadores de grupos sociales e identificadores de clase, siendo tanto determinante, como producto de la distinción social.

Desde Bourdieu, numerosos estudios han intentado comprobar o refutar la teoría de la distinción. A modo de ejemplo, entre los textos revisados, Van Hek y Kraaykamp (2015) sugieren que el comportamiento de los padres tiene una fuerte influencia sobre los hijos, propiciando una transmisión intergeneracional del gusto. Así mismo, Katz-Gerro (2004), señala que el consumo cultural y el gusto se muestran como factores importantes de diferenciación social.

Por otro lado, los trabajos de Richard Peterson (1992-1996)<sup>3</sup> en Estados Unidos y Olivier Donnat (1994)<sup>4</sup> en Francia, se enmarcan dentro de la segunda corriente de estudios, y fueron los primeros en proponer el surgimiento de una nueva forma de participación cultural, que no seguía la tendencia de homología propuesta en “La Distinción” (clases altas con formas “altas”, y clases bajas con formas “bajas”); a la que llamaron omnivorismo cultural en un caso, y eclecticismo cultural en el otro. Aunque con matices diferentes, el omnivorismo y el eclecticismo proponen la existencia de agentes culturales que más que participar de formas específicas de acuerdo a la clase o grupo social al que pertenecen, participan de una diversidad de formas culturales que permea formas tradicionalmente asociadas a las “altas artes” y formas asociadas a las “bajas artes”.

Estudios posteriores —varios de ellos en el área de la música— confirman la existencia de omnivorismo/eclecticismo cultural propuesta por Peterson y Donnat (Chan y Goldthrope, 2007; Van Eijck y Lievens, 2008; Silva *et al.*, 2009). Sin embargo, algunos de ellos plantean que la presencia de omnivorismo no anula la existencia de una correspondencia entre el espacio cultural y el espacio social, así como tampoco elimina las desigualdades de acceso a la cultura (Bellavance *et al.*, 2004). La nueva forma de distinción estaría dada por la existencia de grupos omnívoros, que consumen una variedad diversa de bienes y servicios culturales, versus grupos unívoros que consumen una baja variedad, o que prácticamente no consumen, y esa diferenciación sigue teniendo elementos vinculados a la educación y a factores socioeconómicos (Lee

---

<sup>3</sup> Peterson, Richard A. (1992), “Understanding audience segmentation: From elite and mass to omnivore and univore”, *Poetics*, 2, p. 243-258; y Peterson, Richard A. et Roger M. Kern (1996), “Changing Highbrow Taste: from Snob to Omnivore”, *American Sociological Review*, vol. 61, p. 900-907.

<sup>4</sup> Donnat, Olivier (1994), *Les Français face à la culture: de l'exclusion à l'éclectisme*, Paris, Éditions La Découverte.

*et al.*, 2015). La diversificación de los repertorios de prácticas culturales, tampoco implicaría necesariamente la democratización de las estructuras de los públicos artísticos, y, por tanto, los *usos* que se dan a esos repertorios deben también estudiarse a la hora de analizar la relación entre gustos y estatus social (Bellavance *et al.*, 2004).

Así mismo, estudios muestran que la existencia y el grado de penetración de la condición de omnivorismo/eclecticismo depende crucialmente de la manera en que se realicen las mediciones. Robette y Roueffe (2014) proponen que existen tres decisiones críticas al respecto:

- Las elecciones de los indicadores usados para medir el gusto.
- Las elecciones sobre las metodologías para construir una escala de legitimidad cultural.
- Las elecciones respecto de los indicadores utilizados para medir omnivorismo.

Y qué variaciones de cualquiera de ellas otorgará resultados muy diferentes de la medición Sin embargo, la idea de omnivorismo/eclecticismo pareciera haberse instalado en la jerga académica, contribuyendo a atenuar la fuerte correlación que Bourdieu establece entre identidad cultural y estatus cultural (Bellavance *et al.*, 2004) y proponiendo que aunque los mecanismos de diferenciación social jerárquica todavía están en juego, la mejora del “estatus social” hoy en día es buscada de un modo más abierto, indirecto y variado, que no necesariamente implica una instancia donde aspectos de exclusión y aceptación tienen un rol predominante (Chan y Goldthrope, 2007).

### 3. CAPITAL CULTURAL Y SOCIALIZACIÓN

#### a. Socialización primaria y secundaria durante la niñez

Uno de los principales determinantes que textos de diferente índole definen para la participación cultural durante la adultez, es la exposición a las artes en las etapas de socialización, tanto primaria como secundaria, durante la niñez. El efecto de la experiencia artística durante la niñez sobre el consumo en la adultez sería muy fuerte, cercano en magnitud al efecto de la educación —uno de los predictores más fuertes de participación cultural— (Oskala *et al.*, 2009).

En esta experiencia son dos los ambientes que cobran más relevancia, el entorno familiar y el entorno escolar. Nagel y Ganzeboom (2015), plantean que las fuertes influencias de la familia y la educación en la participación cultural sugieren que la



socialización temprana en las artes es decisiva: las preferencias culturales comienzan en una edad temprana, siendo los padres y la escuela los agentes de socialización principales. Elsley y McMellon (2010), por su parte, plantean que diversos estudios demuestran que una exposición temprana a las artes y la cultura es importante para desarrollar habilidades, experiencia y conocimiento sobre el acceso a la cultura. El incentivo a la participación es clave para superar barreras y entre los factores que influyen en la participación se incluirían el entorno familiar y la exposición a la educación en artes.

Respecto de estos dos, la experiencia de socialización más abordada por los textos analizados, es la referente al entorno familiar de los individuos durante su niñez. Van Hek y Kraaykamp (2015) indagan sobre el modo y la medida en que los comportamientos culturales son transmitidos intergeneracionalmente de padres a hijos. Tomando datos de Holanda, el estudio confirma que el comportamiento cultural de los padres —ya sea por ejemplo cultural (como asistir por su cuenta a obras de teatro) o por acompañamiento cultural activo (como llevar a sus hijos a establecimientos culturales, por ejemplo)— tiene influencia efectiva en la participación cultural de los hijos en la vida adulta, siendo notoriamente más fuerte la influencia del acompañamiento cultural activo. Comprueban así mismo que la variable de acompañamiento cultural de los padres está vinculada con mayores niveles de educación en los hijos, (y por lo tanto ejerce influencia indirecta, por medio de esta vía, sobre la participación cultural). Estos resultados apoyan, por tanto, la idea de que el capital cultural del entorno familiar afectaría también el nivel educacional alcanzado. Oskala *et al.* (2009), observan para Inglaterra que, tanto el ser llevado a actividades artísticas cuando se es menor de edad, como el recibir incentivo por parte de los padres a realizar alguna actividad artística mientras se está creciendo, aumenta significativamente las probabilidades tanto de asistir a eventos artísticos, como de realizar actividades artísticas durante la adultez. Nagel y Ganzeboom (2015), por su parte, sugieren que las influencias de la familia comienzan temprano en la vida y se mantienen estables luego en el tiempo, y plantean que los estudios sobre la lectura sugieren que el ejemplo dado por los padres es, en este caso, más importante que las prácticas de socialización intencionadas.

Respecto de la influencia del entorno familiar, los aspectos que más definen el nivel de exposición artística de los menores, son el capital cultural de los padres, su educación, el nivel socioeconómico del hogar y factores demográficos (como el género de los niños y la raza). De acuerdo a Oskala *et al.* (2009), el nivel de incentivo que los padres brindan a los hijos varía dependiendo del *background* familiar y de la demografía personal de los mismos: padres de estatus sociales más altos tienen más probabilidades de incentivar a sus hijos a involucrarse en las artes, mientras que las niñas y los menores de edad blancos tienen más probabilidades de ser incentivados que los niños varones y

que los menores de edad que no son blancos en general. Este mismo resultado respecto del género se observa en el ya mencionado texto de Christin (2012), quien afirma que más del 25% de la brecha en el nivel de participación cultural de hombres y mujeres en la adultez, se relaciona con las diferencias de socialización cultural por género durante la infancia.

El traspaso del capital cultural de padres a hijos se encontraría en línea con el *modelo de la reproducción cultural* de Bourdieu, que establece que la socialización en las artes es una estrategia clave a través de la cual los padres le pasan su estatus social a los hijos. La teoría establece que la socialización de las artes es exclusivamente provista por los padres y es verdaderamente efectiva cuando se adquiere en el hogar. Los niños de padres culturales activos, aún sin ser educados explícitamente en el arte, regularmente entran en contacto con varias formas artísticas y desarrollan así una actitud y un conocimiento necesarios para su apreciación.

Sin embargo, experiencias de socialización cultural externa, como la exposición y educación artística en el colegio, podrían contribuir a romper las diferencias que la reproducción en el hogar propone. Estas experiencias irían en la línea de la *teoría de la movilidad cultural* de Di Maggio, la que asume que hay amplias oportunidades para la adquisición del capital cultural fuera de la familia, y que estas oportunidades están también abiertas para los grupos de menor estatus social. Di Maggio considera que el capital cultural adquirido de este modo puede ser tan efectivo como aquel adquirido en el hogar, es decir, estudiantes que no hayan sido criados con arte en sus familias de origen, pueden encontrar otras oportunidades de adquirir capital cultural, particularmente en la escuela.

Estudios como el de Ganzeboom y Nagel (2007), apoyan de manera empírica los postulados de Di Maggio. Los autores proponen que investigaciones previas demuestran que el nivel educacional y el consumo cultural son influenciados directamente por el nivel cultural de los padres, que se vuelve un agente de reproducción social. Sin embargo, utilizando datos para Holanda, encuentran que esta situación no ocurriría para el caso de hijos de minorías étnicas e inmigrantes en el país. Cuando los adolescentes de las minorías étnicas adquieren altos niveles de educación y participan en la “alta” cultura, esto es independiente de los recursos culturales de los padres. Los adolescentes de minorías étnicas, tienen una movilidad cultural mayor que aquellos pertenecientes a familias nativas, hasta tal punto que se vuelven indistinguibles de sus compañeros “nativos”. Dicho de otro modo, la exclusión en la participación cultural que parece ser preponderante en el caso de los padres de las minorías étnicas, no lo es para los hijos adolescentes. La participación cultural de estos jóvenes es muy similar a la de los adolescentes nativos, y no hay evidencia de una exclusión cultural per se.



Elsley y McMellon (2010), reafirman los hallazgos en esta línea, y muestran que el acceso a la educación artística en las escuelas o en la comunidad, podría anular la influencia negativa de los factores socioeconómicos en la participación cultural, rompiendo con sus mecanismos de reproducción.

#### **b. Entorno durante la adultez**

A pesar de que la gran mayoría de los estudios sobre socialización se concentran en la etapa de la niñez, el estudio de Barton (2004) *Social Capital and Cultural Participation: Spousal Influences on Attendance at Arts Events*, indaga acerca de la influencia de la socialización y del capital social en la adultez, sobre la participación cultural de los individuos. En su estudio, Barton explora los efectos que tienen en la participación cultural, las relaciones de pareja. En particular, cuánto influye en la participación cultural de los individuos (entendida en este caso como asistencia a eventos artísticos) la socialización temprana y el nivel educativo de sus cónyuges.

Usando datos para Estados Unidos, Barton obtiene que existe una influencia significativa del *background* (educación y socialización artística) del(a) cónyuge sobre la participación cultural de su esposo(a) y que ese impacto es mayor en hombres que en mujeres. En el caso de los hombres, el nivel de socialización artística de sus esposas es un fuerte predictor de su participación cultural (ya sea asistiendo solo o acompañado). Para el caso de la mujer, el efecto de sus esposos es más limitado, y se observa solo en algunas formas artísticas (galerías, teatro y musicales). En cuanto a educación, el nivel educativo del(a) cónyuge es aún un mejor predictor de la asistencia a eventos artísticos de los individuos, para muchos tipos de arte, incluso controlando por el nivel educativo del individuo mismo.

De acuerdo a Barton, lo anterior sugiere que la participación artística, como cualquier otra forma de participación, es profundamente social, producto no únicamente de las características y experiencias individuales, pero de sus relaciones sociales vigentes (incluyendo el matrimonio). Un resultado crítico por lo tanto del estudio, es que la participación en eventos de arte es una función que depende no solo del capital cultural, sino que también del capital social —es decir, de los atributos de quienes componen el entorno vigente más cercano del individuo y no solo del estatus cultural en el que un individuo ha socializado en etapas anteriores—.

#### 4. EFECTOS EDAD, PERÍODO Y COHORTE

Si bien existe variada evidencia acerca de los distintos determinantes que influyen sobre el comportamiento de los individuos en relación a las artes y la cultura, los estudios suelen llevarse a cabo utilizando datos de corte transversal, que no analizan las dinámicas intertemporales de dicho comportamiento. Lo anterior, se debe normalmente a la falta de existencia de datos longitudinales.

Sin embargo, existen al menos dos estudios que analizan los patrones de consumo cultural desde una perspectiva temporal: *Cultural Engagement Across the Life Course: Examining Age-period-cohort Effects*, de Reeves (2014); y *Arts Participation and the Three Faces of Time: On Disentangling the Impact of Life Stage, Period and Socialization on Arts Participation, Exemplified by an Analysis of the US Arts Audience* de Van den Broek (2013).

Si bien utilizando metodologías diferentes, ambos estudios se centran en la estimación de posibles efectos edad-período-cohorte sobre los patrones de consumo cultural en el tiempo. Estos efectos pueden ser definidos como:

- Efecto edad: Tomando como referencia a Yang (2007),<sup>5</sup> Reeves plantea el efecto edad como cambios en los patrones de participación asociados con llegar a una determinada edad, independiente del año de nacimiento de los individuos. Para Van den Broek, sin embargo, se presenta como más relevante la edad en relación a la etapa de la vida en la que los individuos se encuentran y sus posibles consecuencias sobre el consumo y participación cultural.
- Efecto período: Tanto para Reeves como para Van den Broek se asocia a las consecuencias que provoca sobre la participación el vivir en un determinado período histórico. Reflejan los cambios a nivel social en un momento particular del tiempo que afectan a todos los grupos etáreos de manera simultánea.
- Efecto cohorte: Se asocia a los cambios que ocurren a través de distintos grupos de individuos que experimentan una experiencia similar, como el haber nacido el mismo año (Reeves, 2014, nuevamente siguiendo a Yang, 2007). Este efecto para Van den Broek se asume que proviene de las experiencias tempranas de socialización cultural que marcan el resto de la vida de las personas. Esto no implica que no existan cambios a lo largo de la vida, pero sí que las experiencias tempranas permanecen como “impresiones” en las personas.

---

<sup>5</sup> Yang, Y. (2007), “Age/Period/Cohort Distinctions”. In K. S. Markides (Ed.), *Encyclopedia of Health and Aging* (pp. 20– 22). Los Angeles, CA: Sage



Analizando datos para Reino Unido (Reeves) y Estados Unidos (Van den Broek), ambos estudios encuentran la presencia de algunos de estos efectos en análisis longitudinales. Reeves establece que los patrones de participación cultural —vinculados a actividades artísticas (como ir al teatro), recreativas (como comer en restaurantes) y de participación social (como voluntariado)—, permanecen bastante estables a lo largo de la vida y constantemente vinculados a los estratos sociales. Sin embargo, nota “efectos edad” significativos que se asocian principalmente a cambios en la salud (en edades avanzadas) y eventualmente a cambios en las responsabilidades familiares. También encuentra efectos débiles de período y de cohorte (asociados estos últimos a un posible surgimiento de omnivorismo cultural). Van den Broek por su parte, encuentra importantes efectos período, vinculados a una disminución general de la asistencia a actividades culturales y artísticas en EE.UU. entre 1992 y 2008, y ciertos efectos cohorte (aumento de participación en cohortes más jóvenes) y edad (mayor variedad de formas artísticas en edades avanzadas que en edades medias) que son relativamente débiles y no alcanzan a contrarrestar el efecto período encontrado.

## 5. MOTIVACIONES Y BARRERAS A LA PARTICIPACIÓN

Según una encuesta realizada por el National Endowment for the Arts (NEA, 2015) en Estados Unidos, los factores socio-demográficos de la población tales como la educación, el ingreso, la etnicidad y la edad, solo pueden explicar una parte de la variación en la asistencia y no asistencia a las artes. Es necesario comprender que la participación cultural está también asociada a una multiplicidad de razones y motivaciones por las que las personas asisten o dejan de asistir, que se relacionan con otros factores tales como las etapas de la vida, las actitudes y percepciones, las relaciones sociales, y los valores personales.

Hay tres estudios que se dedican a indagar en estas razones para comprender cuales son las motivaciones y las barreras de acceso a la participación cultural de las personas. Los textos son análisis específicos de tres encuestas realizadas en Gales y en Estados Unidos e identifican una serie de factores que motivan a las personas a asistir, consumir y participar culturalmente, al mismo tiempo que intentan determinar cuáles son las razones (prácticas, psicológicas o percibidas) que previenen a las personas de participar.

En general los estudios concluyen que la participación en las artes y eventos culturales es diversa. Las personas asisten a diversos eventos por distintas razones, con diferentes personas, y diferentes experiencias. Por esta razón, aquellos que quieren ampliar las

oportunidades de participación cultural deben considerar esta diversidad y comprender el “tipo” de cultura con el cual quieren trabajar para considerar y planear sus estrategias acordes (Ostrower, 2005).

Fyfe *et al.* (2008) se dedican a estudiar la disminución de la participación cultural en Gales y en su análisis identifican temas claves que resultan de importancia crítica para comprender la participación cultural y los factores que la inhiben. En un primer lugar es necesario considerar las barreras de participación generales o prácticas que afectan a aquellos que ya tienen un interés en las artes pero que por algún motivo concreto no pueden asistir o participar. Estas barreras se relacionan con razones tales como dificultades en el transporte, el costo de la entrada o actividad, o la seguridad percibida del área en donde se sitúa el espacio cultural. Un segundo aspecto a considerar, de importancia central y que se reconoce como de mayor influencia en la no participación, son las barreras de participación actitudinales o perceptuales, que afectan en mayor medida a aquellos grupos de personas que tienen escaso o ningún interés en las artes. Estas barreras se relacionan con una falta de interés o una falta de relevancia percibida de las actividades y de la oferta cultural.

La infraestructura artística, es decir, el espacio físico (*art venue*) donde se desarrolla la actividad artística es de importancia crítica para el nivel de participación que se registra en un área determinada. En este sentido, el apoyo que los espacios comunitarios hacen de los espacios o actividades artísticas resulta un mecanismo fundamental para lograr la participación de aquellas comunidades que están social, económica y culturalmente aisladas. Por último, el estudio menciona las rutas de participación asociadas a factores que influyen la participación en las artes y proveen oportunidades para incrementar esta participación. Entre estos se enumeran los siguientes aspectos (algunos ya mencionados como relevantes en el presente documento): la importancia de la experiencia de vida temprana en las artes formal o informal en formar las actitudes futuras de participación cultural, la experiencia directa de participación en las artes ofrecida por alguna sesión o actividad de “prueba” que actúe como ruta de entrada para los individuos en las artes, el ofrecer oportunidades de experiencias de distintos niveles de creatividad que puedan formar la base para el desarrollo de expresiones artísticas más elaboradas, la creación de una oferta de participación que considere el disfrute, el interés, la interacción social y la apreciación de un tipo de arte en particular como las principales razones que hacen a la participación cultural, el desarrollo de nuevas tecnologías que posibilite la elaboración de nuevas estrategias para alcanzar mayores niveles de participación cultural, y por último, la importancia de que organismos e instituciones dedicadas a promover y a ampliar la participación cultural encuentren mejores oportunidades para establecer redes y compartir experiencias exitosas.

Los estudios restantes se dedican a estudiar la participación en la población norteamericana (NEA, 2015; Ostrower 2005), y reconocen también la importancia de



las motivaciones y barreras para comprender los hábitos de participación cultural. En particular aquí se analiza la asistencia y los patrones de asistencia a eventos culturales. Se miden nuevamente las barreras de participación y se reconoce que son numerosas las personas que enunciaron un interés en participar pero que no lo hicieron por razones que se relacionan con barreras mayormente relacionadas con factores prácticos (NEA, 2015).

Antes de adentrarse en estudiar las motivaciones, el estudio del National Endowment for the Arts, establece que mucho más significativo que la edad por sí sola, es importante considerar la etapa de la vida en la que se encuentra la persona para comprender sus hábitos de participación y consumo. Cada etapa, sea esta la educación universitaria, el matrimonio, la crianza de niños o la jubilación, va a estar relacionada con diversas tasas de asistencia que se corresponden con determinadas motivaciones y barreras.

En cuanto al estudio específico de las motivaciones que llevan a las personas a participar. Estas se consideran de una importancia significativa a la hora de determinar la asistencia. El comprender las motivaciones por las cuales las personas asisten o participan culturalmente es complejo, dado que las razones son diversas, en ocasiones disímiles entre sí, y en general se relacionan de distinto modo con la forma artística en cuestión, y todavía más específicamente, con el género artístico dentro de cada disciplina artística. Así, por ejemplo, las motivaciones para asistir al museo (querer experimentar arte de gran calidad) pueden ser distintas de aquellas para asistir a un concierto (querer socializar con amigos o la familia), y las motivaciones pueden luego variar si se trata de un concierto de música clásica o un concierto de música popular o folklórica.

Por otra parte, distintos tipos o grupos de personas participarán en actividades culturales por diversas razones. Así Ostrower (2005) demuestra que las razones por las que las minorías étnicas participan culturalmente están más comúnmente asociadas con el deseo de celebrar su patrimonio cultural o el deseo de apoyar a la comunidad, frente a otras motivaciones tales como querer experimentar arte de gran calidad.

El estudio de Ostrower (2005) contempla las siguientes motivaciones para la asistencia a eventos culturales: bajo costo, querer experimentar arte de gran calidad, querer socializar con la familia o amigos, querer aprender o celebrar el patrimonio cultural de la familia, querer apoyar a una organización o evento comunitario, obtener una retribución emocional y querer ganar conocimiento o aprender algo nuevo.

## 6. POLÍTICAS CULTURALES Y PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN

Resultan interesantes una serie de textos que analizan, por una parte, los posibles efectos de las políticas culturales asociadas a la participación sobre el vínculo entre grupos socioeconómicos y participación cultural; y, por otra, temas a considerar a la hora de desarrollar políticas y programas vinculados con el desarrollo de audiencias y de la promoción del acceso a las actividades culturales.

Dentro del primer grupo se encuentra Katz-Gerro (2004), que argumenta que la política cultural condiciona la disponibilidad y el acceso a diferentes formas y actividades culturales. El texto señala que el estado tiene un rol crucial en modelar la participación al promover ciertas formas particulares de consumo mediante la creación de subsidios y la provisión de bienes, entre otros. Esto afecta el punto en que la distinción a partir del consumo cultural podría considerarse como un factor significativo en las relaciones sociales, pudiendo la política pública romper la dependencia que prácticas asociadas a ciertos estilos de vida tienen a la condición económica de los individuos.

Se encuentra también en este grupo el texto de Bille y Schulze (2006), sobre cultura y desarrollo regional y urbano, que propone que la participación cultural puede ser impactada tanto por la política cultural como por el financiamiento estatal. En este sentido la imposición de subsidios o impuestos se establece como una distorsión a los precios culturales, provocando que ellos no necesariamente sean reflejo de las preferencias de los consumidores, y rompiendo la relación entre la capacidad financiera de los individuos y su participación cultural.

En el segundo grupo de textos, se encuentra el texto de Tomka (2013), que hace una revisión del reporte *Policies and Good Practices in the Public Arts and in Cultural Institutions to Promote Better Access to and Wider Participation in Culture*, sobre buenas prácticas en torno a la promoción del acceso y participación cultural en la Unión Europea, y a partir del cual propone ciertas recomendaciones y perspectivas a tener en cuenta a la hora de realizar programas orientados a las audiencias culturales. En particular, plantea que los cambios recientes en las tecnologías digitales, en los modos de consumo de medios y en la naturaleza y estructura de las actividades de ocio, han modificado a las audiencias culturales. En relación a esto, propone que debe considerarse la existencia de distintas formas de participación cultural que no ocurren como una relación entre audiencias e instituciones culturales. Estas iniciativas comunitarias con enfoque de-abajo-hacia-arriba (como el arte de guerrilla, los clubes de arte amateur, entre otros) —y que muchas veces se apoyan en las nuevas tecnologías para producir y compartir sus logros artísticos— no deberían ser miradas en menos a la hora de querer expandir la participación cultural. Adicionalmente propone que la participación cultural no debe ser entendida solo como una demanda por productos y



servicios culturales (existen numerosas formas de participación cultural que no corresponden a actividades económicas), puesto que de esa forma es fácil caer en una lógica de mercado estricta, en donde una democracia cultural nunca podrá lograrse. La dicotomía oferta-demanda, todavía involucra una división estricta entre los creadores de arte y la audiencia. Pero el arte es crecientemente inspirado y creado por medio de la colaboración con las audiencias. El autor plantea, por último, que las preguntas importantes a la hora de definir medidas para la participación cultural deben ser: quién las inicia, quién las guía, quién tiene el poder para modificarlas, y con qué fin, y que esto implica otorgar un cierto poder a los individuos.

Finalmente se encuentra, también dentro del segundo grupo, el estudio de Kawashima (2001). El texto plantea que el desarrollo de audiencias ha experimentado un boom en la política pública de distintos países durante las últimas décadas y que ese crecimiento no ha ido a la par con una definición conceptual y certera del fenómeno y una identificación de cuáles son las formas que el desarrollo de audiencias puede tomar. En relación a ello propone que el desarrollo de audiencias puede clasificarse en cuatro tipos generales de acuerdo a quiénes apunta, cuáles son los productos que desarrolla y los objetivos que busca lograr:

- **Inclusión Cultural:** apunta a aumentar la participación de las personas que, por motivos aparentemente sociales, tienen las menores probabilidades de asistir a eventos o actividades culturales. Los programas vinculados a este aspecto se asocian normalmente a proyectos de extensión (outreach), que llevan el arte a las comunidades o que salen a buscar a las audiencias para traerlas a los establecimientos, y de los cuáles no se espera tener incrementos financieros significativos para la organización en un futuro próximo. Su propósito central es social.
- **Marketing Extendido:** se enfoca en personas con alto potencial de asistir, pero que aún no se encuentran en el grupo de consumidores o público. Se centra en los aspectos básicos del marketing artístico, despertando el interés latente en las artes en audiencias potenciales y persuadiéndolos a asistir, al mismo tiempo que perfecciona aspectos de las actividades artísticas que puedan ir en desmedro de la asistencia. Sus fines suelen ser financieros y artísticos.
- **Cultivación del Gusto:** consiste en profundizar el gusto de las audiencias ya existentes. Busca introducir a las audiencias a diferentes géneros y formas artísticas. Difiere de los anteriores en que busca entregar diferentes programas, para las audiencias que ya existen. Buscan expandir la asistencia artística como un todo, aumentando el número de visitas y las formas en que las audiencias participan, pero no aumentando el número agregado total de audiencia necesariamente. Sus propósitos suelen ser financieros y artísticos.

- Formación (o Educación) de las Audiencias: también tiene por foco principal a las audiencias ya existentes, pero en este caso busca potenciar la comprensión y disfrute de las artes que los asistentes actualmente consumen. Es decir, apunta a profundizar la calidad de la experiencia. Por sí solo, no conduce a la expansión del mercado, pero espera que una experiencia enriquecida haga volver a las audiencias más seguidamente al establecimiento o evento. Sus propósitos suelen ser educativos y financieros.

Los diferentes tipos de desarrollo de audiencias, apuntan a romper con las diversas barreras que la población presenta a la hora de involucrarse con actividades culturales y que Kawashima identifica como barreras financieras, de tiempo, físicas, de distancia geográfica, culturales y psicológicas.

Por otro lado, el documento discute acerca de las perspectivas bajo las cuales pueden formularse los programas vinculados a la generación de acceso y participación cultural, y plantea que las instituciones gubernamentales suelen entender los temas de acceso desde una perspectiva liberal humanista en donde, eliminando las barreras correctas, todos podrían ser capaces de participar y disfrutar de la vida cultural. Sin embargo, la realidad pareciera más asociarse a la perspectiva sociológica sobre la participación y el acceso, que plantea que ciertas barreras se encuentran profundamente enraizadas en la estructura social, y en donde la participación y el consumo cultural actuarían como elementos fuertes de distinción y desigualdad.

Las implicancias para la política cultural de este estudio apuntan en dos direcciones:

- El desarrollo de audiencias como una cuestión de política cultural requiere de esfuerzos sostenidos y recursos importantes y a largo plazo
- La necesidad de que se desarrolle distinto tipo de investigación de audiencias, en una base continua y regular que permita informar tanto a la política gubernamental, como a los gestores y administradores culturales.

#### IV. FORMACIÓN Y EDUCACIÓN EN ARTES Y CULTURA

La formación y educación en las artes y la cultura durante la niñez aparece como un determinante fundamental y fuertemente influyente sobre la participación cultural en la vida adulta. Incluso para una cantidad significativa de textos analizados esta influencia es decisiva, mayor que cualquier otro factor medido (Rabkin & Hedberg, 2011) e incluso puede llegar a contrarrestar las influencias negativas del hogar sobre la participación cultural —en casos de familias de bajos niveles socioeconómicos y capital cultural reducido (Ganzeboom & Nagel, 2007; Elsley & McMellon, 2010; Bergonzi & Smith, 1996)—. Los estudios analizados consideran ambas: la educación artística dentro y fuera del entorno escolar.

Para Bergonzi & Smith (1996) en la mayoría de las modalidades de participación en las artes, la educación artística fue el mejor predictor de la participación cultural en la adultez, incluso más poderoso que el estatus socioeconómico o el entorno personal del individuo. Rabkin & Hedberg (2011) también encuentran un efecto positivo y poderoso de la educación artística sobre la asistencia a eventos culturales, y añaden que cuantas más formas artísticas se estudien, mayor será la participación: aquellos que tomaron clases de una disciplina artística tienen el doble de probabilidad de asistir a algún evento artístico, mientras que aquellos que tomaron clases en dos disciplinas, tienen el triple de probabilidades de asistir.

En comparación a estos estudios es válido mencionar el resultado al que llegan Nagel & Ganzeboom (2015) en su revisión de estudios empíricos sobre arte y socialización. Para los autores, las clases de arte durante la escuela secundaria pueden incrementar la participación cultural en el futuro, pero sus efectos son débiles (y resultan más convincentes en el caso de la lectura que en el de la asistencia a las artes). Los efectos de las clases de arte parecen estar limitados a la misma disciplina en que la clase se desarrolló, sugiriendo así, que el elemento activo que la socialización cultural en la escuela aporta, es la competencia cultural específica a la actividad realizada. En relación a lo anterior, es importante señalar que los contextos familiares y escolares están frecuentemente o al menos parcialmente alineados (por ejemplo, la selección de un colegio con énfasis artístico puede estar relacionada con un interés artístico-cultural previo en la familia). Por eso, al evaluar los efectos de la socialización cultural en la escuela, es necesario controlar los efectos de la socialización parental.

A propósito de esta última aclaración, los textos analizados confirman que la educación artística de los padres, o más en general el estatus socio-económico del hogar, son los mejores predictores para la educación artística en la niñez (Rabkin & Hedberg 2011; Bergonzi & Smith, 1996). Un aumento en los recursos sociales posibilita un aumento de la educación artística. El nivel de incentivo que los padres brindan a los hijos varía



dependiendo del *background* familiar y de la demografía personal: padres de estatus sociales más altos tienen más probabilidades de incentivar a sus hijos a involucrarse en las artes (Oskala, 2009).

La influencia de la educación artística sobre la asistencia a actividades culturales se observa asimismo para los casos en los que el aprendizaje tiene lugar en la adultez. Así, la educación artística en la vida adulta permite disminuir la brecha de participación en las artes entre los adultos, acercando a personas que tienen distintos niveles de educación en general (Bergonzi & Smith, 1996). Sin embargo, en este punto es importante considerar la aclaración de Rabkin & Hedberg (2011) al subrayar que los adultos pueden tomar clases de arte simplemente porque disfrutan las artes (del mismo modo que van al museo). Por lo tanto, las clases de arte en adultos no necesariamente pueden leerse como causa de su nivel de asistencia a eventos o establecimientos artísticos, sino simplemente como otra expresión de su interés en las artes.

La educación y formación en las artes y la cultura no solo tiene fines artísticos, sino que también sirve para reforzar el aprendizaje en general. La relación de un estudiante con las artes predice un mayor logro académico y también una mejor disposición hacia la participación ciudadana o política. Se ha demostrado que esta relación es más significativa en estudiantes de contextos desfavorecidos que en estudiantes más privilegiados (Rabkin & Hedberg, 2011)

Por último, y en base a los resultados obtenidos, los estudios analizados subrayan la importancia de desarrollar iniciativas que se desarrollen fuera de la influencia del hogar y que aseguren la posibilidad a todos los niños y niñas de involucrarse en alguna actividad artística, en particular a aquellos con menor probabilidad de contar con incentivos de los padres o de los adultos mayores bajo cuyo cuidado se encuentran. La educación para las artes en el colegio, es de relevancia particular porque los colegios son la única institución capaz de llegar a un número amplio de niños, especialmente a aquellos de bajos recursos, que tienen menores probabilidades de recibir educación artística de otra vía (Oskala *et al.*, 2009; Rabkin & Hedberg, 2011). La educación artística durante la niñez provee experiencias de acceso y formación en las artes que permiten combatir barreras tanto prácticas como psicológicas a la participación (Oskala *et al.*, 2009), posibilitando así un acceso más parejo a las artes y la cultura que en última instancia mostrará un efecto significativo en la reestructuración de las audiencias futuras.

## 1. SUBPOBLACIONES DE INTERÉS

De los textos analizados, existe uno en particular que aborda la participación cultural de poblaciones inmigrantes, en este caso, en Estados Unidos: *Minding the Gap: Elucidating the Disconnect Between Arts Participation Metrics and Arts Engagement Within Immigrant Communities* de Novak-Leonard *et al.* (2015). El texto sugiere que las prácticas culturales de personas migrantes pueden estar vinculadas con actividades que no se asocian a lo que tradicionalmente se entiende por una práctica cultural en el mundo occidental. Las prácticas culturales son dinámicas, diversas y en muchos casos culturalmente específicas, existiendo probablemente diferencias entre lo que se practica en un lugar y otro del mundo.

De acuerdo a los autores, la existencia de estas discrepancias respecto de lo que se entiende como práctica podría sesgar las estimaciones que existen de participación cultural por medio de encuestas que determinan a priori un set determinado de prácticas culturales. Este sería el caso de la Survey of Public Participation in the Arts (SPPA) en EE.UU.

Los autores plantean, que otra fuente de sesgo a la hora de determinar el nivel de participación cultural por medio de encuestas, es la incertidumbre de los encuestados respecto de cuán legítimamente artísticas o culturales se consideran ciertas actividades. Al parecer, los individuos consideran una actividad como legítima cuando el fin con el que se realiza es el goce artístico. Esto podría dejar fuera de contabilidad la realización de actividades que, teniendo un alto contenido cultural, se realizan con otros fines (como rituales, religiosos o cotidianos). Lo anterior se vuelve particularmente relevante si se considera que la población migrante en los distintos países es cada vez mayor, y por ende las formas de participación cultural tienden a ampliarse.

En este sentido, el incorporar fuentes de medición que complementen metodologías cualitativas con cuantitativas puede ayudar a profundizar respecto de la comprensión de la diversidad de prácticas culturales y complementar los resultados que son obtenidos por medio de vías cuantitativas

## V. CULTURA Y DESARROLLO HUMANO

Son numerosos los textos que se dedican a analizar los impactos sociales de la cultura y la participación cultural, intentando comprender los beneficios del capital cultural sobre el capital social en distintos niveles, que van desde la dimensión particular de los individuos a un nivel más amplio que involucra los efectos de la participación sobre las comunidades o la sociedad como un todo, considerando asimismo, el rol que el consumo y los comportamientos culturales tienen sobre la formación de las redes sociales de los individuos.

### 1. GUSTO (CONSUMO) CULTURAL Y REDES SOCIALES

Partiendo de la premisa de que la cultura puede ser traducida o convertida en conexiones sociales, un primer grupo de estudios plantea que el gusto, el consumo y/o la participación cultural tienen una influencia significativa sobre la formación y la determinación de las redes y lazos sociales de los individuos (Edelman & Vaisey, 2014; Lizardo, 2006; Katz-Gerro, 2004; Jafari *et al.* 2013, Chan, 2013). La cultura se presenta aquí como un elemento significativo en la construcción y formación de redes, que habilita oportunidades de socialización entre las personas (Craig, 2011; Jafari *et al.* 2013) y que opera, en determinados casos, como un elemento de distinción y diferenciación social.

En base a esta relación positiva entre el consumo cultural y la generación de redes sociales, Lizardo (2006) se dedica a estudiar si diversos gustos culturales tenderán a la formación de distintos tipos de vínculos sociales y concluye que, independientemente de los factores sociodemográficos, el gusto por la “alta” cultura tiene más probabilidad de generar una red social de vínculos fuertes, mientras que el gusto por la cultura popular tiende a la conformación de un mayor número de vínculos débiles.

El autor considera como vínculos fuertes aquellos relacionados con interacciones frecuentes y locales que probablemente tienden a cubrir una distancia menor en el espacio sociodemográfico, conectando a las personas con individuos similares a ellas, mientras que los vínculos débiles son aquellos caracterizados por conexiones relativamente infrecuentes y extralocales que probablemente tienden a recorrer una distancia demográfica mayor, conectando a las personas con individuos más disímiles.

Se concluye así, que ciertas formas de conocimiento cultural podrán funcionar o bien como “puentes” o como “barreras” sociales. Las formas de la “alta” cultura, al requerir una mayor experiencia y formación para ser consumidas pueden funcionar como

barreras, dado que las personas utilizan este tipo de conocimiento para mantener redes sociales con más exclusividad. Las formas de la cultura popular por el contrario conectan a personas de segmentos más distantes de la estructura social, funcionando como puentes que garantizan un nivel de interacción social mínima. El consumo de formas culturales “altas” por el contrario no tiende a proveer a los individuos con un capital cultural que pueda ser usado para construir puentes sociales.

Si, por el contrario, se entiende que idealmente el capital social debería estar constituido por un balance de vínculos fuertes y débiles, entonces podría considerarse que son los omnívoros culturales (que consumen ambos tipos de cultura “alta” y popular) los que se encuentran en la posición más ventajosa por poder convertir sus recursos culturales en una red social con vínculos de diverso tipo.

Por su parte, en su estudio sobre la relación entre las redes sociales y el gusto (o consumo) musical en estudiantes de la Universidad de Cambridge, Edelman & Vaisey (2014) resaltan que es necesario contemplar ambos, el consumo y el no consumo cultural, para comprender cómo estos influyen la confirmación de redes o vínculos que operan un sistema de distinción (siguiendo la teoría de Bourdieu). Los autores concluyen que, considerados independientemente, el consumo o el no consumo cultural (musical) no demuestran una influencia significativa sobre la formación de redes, pero al ser considerados en conjunto hay evidencia de que ambos aspectos facilitan el desarrollo de vínculos sociales fuertes, prácticamente del mismo modo.

El estudio detalla, asimismo, que este proceso de “emparejamiento cultural” es más significativo en el desarrollo de vínculos fuertes y no en el general de las relaciones sociales, mientras que otros aspectos estructurales más “visibles” (características generales de los individuos como el género, el nivel de estudio que se cursa en la universidad, etc.) operan influenciando ambos tipos de relaciones sociales, fuertes y generales.

En relación a la cultura como generadora de redes sociales, Jafari *et al.* (2013) resaltan la importancia de determinados espacios culturales, como por ejemplo el museo, dado que son lugares que nutren la interactividad social de los individuos y que generan oportunidades de socialización (dentro y fuera de ellos). Los autores resaltan la importancia de la existencia de estos espacios de interacción en la sociedad contemporánea (Castels, 2002),<sup>6</sup> donde la cultura orientada por el mercado tiende a la individuación y la segmentación. Por esta razón, los espacios públicos se consideran como esenciales para la vitalidad de las sociedades actuales.

En esta misma línea, Craig (2011) menciona cómo un bien cultural como los *chapbooks* (folleto de poesía breve, de reproducción barata y distribución gratuita) posibilita la

---

<sup>6</sup> Castels, M. (2002). “Local and global: Cities in the network society”. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 93(5), 548–558.

formación de redes sociales a partir de la generación de toda una serie de interacciones y vínculos consecuencia de la existencia, producción y consumo del objeto.

## 2. EL IMPACTO SOCIAL DE LAS ARTES

Otra serie de textos se dedican a comprender las relaciones existentes entre capital cultural y capital social, a través del estudio del impacto social de la cultura y las artes. En general los estudios analizados miden los efectos de la cultura sobre la sociedad en dos niveles: individual y comunitario/social. Ambos niveles presentan un grado relativo de superposición, dado que es de esperar que ciertos beneficios a nivel del individuo podrán traducirse en un nivel más amplio que repercuta en la integración y la cohesión social, en la capacidad de la comunidad de resolver problemas, mostrando en última instancia efectos concretos sobre el capital social y la comunidad en general.

Por otra parte, es relevante tener en cuenta que distintos estudios consideran diversos tipos de participación que van desde la participación directa o activa (donde la persona se involucra de algún modo creativo en la actividad) a una participación más pasiva (donde las personas asisten como audiencia); otra dimensión de participación que se considera es la presencia de artistas u organizaciones artísticas en una comunidad (Guetzkow, 2002). Es importante considerar que distintos tipos de arte y distintos tipos de participación cultural o artística van a estar asociados más directamente con determinados tipos de resultados, impactos o beneficios sobre los individuos y la comunidad (Matarasso, 1997).

### a. Nivel personal

La participación cultural ha demostrado generar beneficios positivos en los individuos tales como la buena salud, buena satisfacción con la vida, baja ansiedad y depresión (Cuypers *et al.*, 2011; Matarasso, 1997; Guetzkow, 2002), mejoras en el rendimiento escolar, el bienestar emocional y el comportamiento de los niños (Elsley & McMellon, 2010; Martin *et al.*, 2013), contribución al desarrollo personal, mejora del bienestar psicológico, aumento de la confianza y la seguridad personal, mejora de la creatividad, desarrollo de capacidades y habilidades de las personas (Guetzkow, 2002; Matarasso, 1997; Williams, 1997), mejora en la calidad de vida (Galloway, 2006), y en la integración social de los individuos (Van Eijck & Lievens, 2008; Chan, 2013).

En relación a la salud, Cuypers *et al.* (2011) plantean que la participación en actividades culturales receptivas (pasivas) y creativas o activas (incluidas las actividades recreativas como el deporte) está significativamente asociada con la buena salud, buena



satisfacción con la vida, baja ansiedad y depresión en ambos géneros. Esta asociación es positiva para la frecuencia y la cantidad de actividades en las que se participa. Es interesante destacar que en la mayoría de los casos estas asociaciones son dependientes del género, siendo por ejemplo que para las mujeres las actividades culturales creativas tienen mayor relación con la salud percibida, mientras que en los hombres son las actividades culturales receptivas las que guardan mayor relación con la salud.

Martin *et al.* (2013), realizan un estudio longitudinal sobre los efectos de la participación artística de niños y jóvenes en colegios primarios y secundarios y los efectos que esta tiene sobre los resultados académicos y no académicos; la participación se mide en el contexto escolar, dentro del hogar y fuera de este. El estudio demuestra resultados positivos de la participación artística sobre el rendimiento escolar en el contexto de la escuela y hace hincapié en la importancia de considerar la calidad de estas actividades, dado que un factor que aparece como significativamente relevante en el análisis es el compromiso y el nivel de involucramiento con las actividades artísticas por parte de los alumnos. Es significativo que la investigación muestra impactos negativos sobre los resultados académicos de la participación que se da fuera del entorno escolar. Esto puede deberse a que elementos importantes para una enseñanza artística exterior al colegio, son el compromiso y la participación; sin estos elementos la enseñanza artística exterior puede volverse una actividad que consume el tiempo de los estudiantes, disminuyendo el tiempo con el que estos cuentan para dedicarle a sus estudios.

El estudio subraya también que los impactos académicos son mayores cuando la participación artística de los estudiantes es activa en vez de pasiva. Los autores concluyen que es importante que la participación artística tenga un lugar viable en el currículo escolar. Los resultados muestran que la participación artística no es un enemigo de los logros académicos, sino que bien tiene la capacidad potenciarlos.

Algunos textos observan cómo el consumo y/o los gustos culturales influyen sobre la personalidad de los individuos o sobre sus actitudes sociales. Particularmente Chan (2013), estudia la influencia del gusto cultural sobre las características de personalidad de ciudadanos ingleses, para concluir que aquellas personas denominadas omnívoros culturales (caracterizadas por un consumo amplio y diverso de formas y géneros artístico culturales) se presentan como individuos más confiados (por mayores niveles de educación), más abiertos, tolerantes y con una mirada supranacional, un mayor sentido del deber cívico, mayor conciencia sobre el medio ambiente y con una propensión mayor a querer tener nuevas experiencias.

El estudio de Van Eijck & Lievens (2008), similarmente se dedica a asociar patrones de consumo cultural (musical) con diversas actitudes de integración social de las personas en Flandes, Bélgica. El autor establece tres dimensiones en los gustos musicales: *highbrow*, pop y folk sobre las que luego pueden darse diversas combinaciones en los gustos o consumo de los individuos. El omnivorismo cultural aquí también se asocia con una propensión a fomentar actitudes conducentes a la integración social. Por su parte, aquellos que consumen artes musicales vinculadas a la dimensión folk se relacionan más positivamente con actitudes de solidaridad social y los valores comunitarios.

En su revisión de estudios sobre el impacto social de las artes, Guetzkow detalla que estos beneficios de las artes a nivel individual podrían ordenarse en distintas categorías que resultan útiles para comprender y ordenar el amplio espectro de aspectos que se analizan. El autor plantea tres categorías y algunos beneficios que se contemplan en cada una de ellas a modo de ejemplo:

- Material/Salud: creación de lazos interpersonales, aumento de las oportunidades de autoexpresión y disfrute, reducción de la delincuencia en la juventud, aumento en la posibilidad de participación cultural.
- Psicológica/Cognitiva: mejora de la autoestima y sentido de la eficiencia personal, mejora del sentido de pertenencia, aumento del capital humano a través del desarrollo de habilidades y capacidades nuevas, mejora del rendimiento escolar, mejora del razonamiento visual-espacial.
- Interpersonal: contribuye a la creación de redes sociales, mejora la capacidad de trabajar con otros y de comunicar ideas, fomenta la tolerancia hacia otros.

Estos beneficios a nivel de desarrollo personal, son mencionados también por Matarasso (1997) y Williams (1997) en sus estudios sobre el impacto social de las artes.

## **b. Capital cultural y capital social**

Uno de los aspectos que aparece como específicamente relevante en los estudios que analizan el capital cultural y el capital social es la relación positiva que existe en numerosos casos entre la participación cultural y las actitudes de participación cívica de las personas (Delaney & Keaney, 2006; Walker & Sharewood, 2008; Keaney, 2006; Laaksonen, 2010; Jeanotte, 2003).

En general los estudios toman la definición de capital social de Putnam 1993)<sup>7</sup> o de teorías afines, quien lo define como el pegamento social, la trama y la urdimbre de la tela social que comprende una miríada de interacciones que crean nuestra vida pública y privada. Los elementos que aumentan el capital social están principalmente basados en interacciones. Los individuos entonces necesitan oportunidades para interactuar con un número razonablemente amplio de personas, para construir así un nivel de confianza a través de experiencias positivas. El capital social en lugar de gastarse, se incrementa con su uso (Williams, 1997).

La comunidad entonces, se presenta como el espacio por excelencia donde las personas adquieren la experiencia de vida social fuera de su hogar y encuentran las oportunidades de interacción que hacen al desarrollo y fortalecimiento del capital social. La comunidad ofrece oportunidades de interacción a través de las cuales los individuos tienen la capacidad de mejorar la confianza y el desarrollo de la colaboración mutua, contribuyendo al despertar de la conciencia comunitaria, la habilidad para identificar problemas y necesidades, manejar recursos, para actuar y para cumplir metas. El mismo desarrollo de estas capacidades incrementa la agencia de los individuos y en última instancia su habilidad para generar cambio social.

Este tema se plantea como especialmente relevante para Keaney (2006) quien, en línea con lo anterior, considera el capital social y la renovación civil como aspectos claves para promover la vida comunitaria, la cultura cívica y, en definitiva, contar con comunidades exitosas. Por renovación civil se entiende el desarrollo de comunidades fuertes, activas y empoderadas, en las cuales las personas puedan hacer cosas por sí mismas, definir los problemas que enfrentan y atacarlos en comunión con instituciones públicas.

La autora plantea que la actividad cultural tiene un rol que cumplir en la generación de capital social y renovación cívica. La actividad cultural constituye un elemento de interacción social que ayuda a crear confianza y la voluntad de involucrarse. La cultura puede contribuir a la renovación cívica en cuanto que grupos culturales pueden proveer un espacio único para juntar la comunidad en torno a un mismo objetivo, superar barreras y aumentar los niveles de confianza. Además, la cultura permite crear las habilidades y la confianza necesaria para abocarse a la tarea de mejorar la comunidad. Es por esta razón que las políticas culturales podrían contribuir al fortalecimiento de los lazos comunitarios y la calidad del intercambio entre los ciudadanos y la autoridad.

Indagando en la relación entre el capital cultural y el capital social Delaney & Keaney (2006), analizan datos de varias encuestas del Reino Unido donde se miden aspectos del capital social en asociación a la participación cultural de las personas. Lo relevante

---

<sup>7</sup> Putnam, R. (1993), *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press, New Jersey.



de este estudio es que el efecto de la participación cultural resulta positivo en relación a la confianza de los ciudadanos tanto en las instituciones civiles como en las personas. Asimismo, aquellos que están involucrados en grupos culturales tienden a tener una impresión más favorable de los otros y del estado. Walker & Sharewood (2003) mencionan un resultado similar al corroborar que una mayor asistencia a eventos artísticos y culturales en Estados Unidos se asocia con un mayor nivel de participación cívica. En general estas personas tienen mayores probabilidades de ser miembros de asociaciones de voluntarios, donar dinero a causas solidarias, y votar.

En vistas a los beneficios que la participación cultural puede traer en la creación de capital social, Keaney (2006) identifica dos metas para que efectivamente la participación cultural promueva la asociatividad y la participación civil, especialmente en grupos más desventajados: (1) incluir el pensamiento acerca del capital social y la renovación cívica en la discusión acerca de las políticas culturales y (2) trasladar el pensar hacia pasos prácticos, para asegurar que todas las personas (sin importar sus condiciones) participen en el sector cultural. Para lograr estas dos metas, la autora propone las siguientes recomendaciones:

- El gobierno debe introducir objetivos de participación en actividades culturales comunitarias para promover la renovación cívica.
- El gobierno debe ampliar lo que se percibe como cultura para considerar un rango más grande de actividades.
- Las organizaciones culturales deben usar formas de participación cultural que ya hayan sido comprobadas para incluir de este modo a más personas.
- Las organizaciones culturales deben implementar medidas para aumentar la diversidad de los voluntarios culturales.
- El gobierno y las instituciones públicas tienen que proveer consejo a las organizaciones culturales acerca de cómo atraer y emplear a los voluntarios.
- El gobierno y las organizaciones culturales tienen que trabajar en conjunto para aumentar la visibilidad de oportunidades de voluntariados.
- Las sociedades creativas tienen que ofrecer oportunidades de trabajo voluntario como rutina dentro del trabajo en proyectos.
- Las autoridades locales deben crear oportunidades para que los ciudadanos determinen qué tipo de provisión cultural atrae más en sus localidades.

Por su parte, Jeanotte (2003) realiza un relevamiento de investigaciones empíricas que confirman el valor de la inversión en capital cultural sobre el bienestar colectivo de la sociedad. En particular el estudio analiza la relación entre distintas formas de



participación cultural y las tasas de voluntariado. La tesis principal de la autora es que la inversión en capital cultural tiene beneficios colectivos a la vez que fomenta el altruismo individual en la forma de voluntariado comunitario. Se observa también que los estudios y programas analizados parecen demostrar una suerte de círculo virtuoso dado que al invertir en su propio capital humano y cultural participando en diversos eventos y actividades culturales, los individuos parecen aumentar el capital social de sus comunidades.

En base a sus análisis la autora plantea un modelo (esquema) para explicar el modo en que se vinculan el capital social, el capital cultural y la cohesión social y comunidades sostenibles. El modelo ilustra las relaciones recíprocas entre la cohesión social y los resultados sociales combinando una serie de conexiones causales. Se reconoce que hay múltiples factores para la cohesión social o las comunidades sostenibles y que las políticas de gobierno son solo uno de estos múltiples factores (capital social, capital cultural, sociedad civil, política económica, instituciones, normas y significados compartidos). El modelo es holístico y recíproco dado que ilustra cómo todo afecta y es afectado por todo, y cómo una serie de resultados en una etapa, puede afectar los resultados en la siguiente.

El texto concluye que la participación cultural ayuda a conectar a los individuos en espacios sociales ocupados por otros, y así fomenta la adopción de reglas institucionales y normas de comportamiento compartidas. Sin esta “adopción” sería improbable que los individuos estén deseosos de colaborar, y sin esta cooperación, la participación cívica y el capital social (componentes clave de la cohesión social) se verían debilitados.

Los impactos de las artes a nivel comunitario que se presentan en diversas investigaciones involucran para Guetzkow (2002) tres aspectos: económico, cultural y social. Las afirmaciones que se hacen en general sobre el impacto de las artes en las comunidades son que estas incrementan el capital social y la cohesión de la comunidad y que las artes tienen un impacto beneficioso para la economía.

Dentro de estas categorías entran los estudios de Williams (1997) y Matarasso (1997) que realizan un análisis general del impacto social de las artes en base a experiencias concretas realizadas en distintos países, para concluir en una serie de indicadores sobre los efectos principales que pueden considerarse producto del desarrollo de programas o proyectos artísticos. Además de mencionar los beneficios de las artes a nivel individual, los autores consideran la impronta que la participación cultural tiene a nivel comunitario.

Williams (1997) presenta el resumen de un análisis de 89 proyectos de arte comunitario llevados a cabo en Australia y financiados por el consejo de cultura de ese país. La investigación incluye entrevistas a un número considerable de participantes

pertenecientes a proyectos artístico-comunitarios que fueron financiados públicamente, y a otros miembros de la comunidad que experimentaron los mismos. El autor concluye que los proyectos estudiados efectivamente generaron un impacto social y cultural, a través de la consecución de una serie de resultados que pueden ordenarse en cinco ámbitos y corroborarse a través de diversos indicadores:

1. Incremento del capital social: mejora en la comunicación de ideas e información, mejora en las capacidades de planificación y organización de actividades, mejora en la comprensión de diversas culturas y estilos de vida, mejora en el diálogo entre el gobierno y la comunidad, mejor apreciación de las artes comunitarias
2. Desarrollo de las comunidades: desarrollo de la identidad comunitaria, disminución del aislamiento social, aumento de las oportunidades de recreación, impulso al desarrollo de la iniciativa local, mejora de los espacios públicos
3. Activar el cambio social —el proceso de crear o fortalecer comunidades desarrollando el capital social—, frecuentemente genera el deseo de cambio social: aumento de la conciencia pública sobre un tema en particular, inspirar la acción social sobre un tema en particular, mejora en la comprensión de distintas cultural o estilos de vida, generación de empleo, mejora de la seguridad pública.
4. Desarrollo de capital humano —categoría que se relaciona con los beneficios individuales de los programas artísticos—: mejora de las capacidades de comunicación, mejora de las capacidades de planificación y organización de actividades, mejora de las capacidades para la resolución de problemas, mejora de la capacidad para recolectar, organizar y evaluar información, desarrollo de capacidades creativas
5. Mejora en el rendimiento económico: aumento de las opciones de empleo locales o de la comunidad, impulso al desarrollo de la iniciativa local, mejora de la inversión privada en el desarrollo cultural comunitario, aumento de los recursos atraídos por la comunidad y gastados localmente.

Por su parte, Matarasso (1997), en su estudio *Use or Ornament: The Social Impacts of Participation in the Arts*, realiza un análisis similar sobre proyectos y programas artísticos llevados a cabo en el Reino Unido, Helsinki y Nueva York, para el cual entrevista 600 individuos. Matarasso llega a conclusiones similares a las de Williams relativas a la capacidad de los programas artísticos de generar importantes impactos en las comunidades donde se desarrollan y en los individuos que son parte de ellas. El autor llama la atención sobre el error de considerar solamente el impacto financiero de las actividades culturales dado que esto produce una imagen distorsionada de su valor real para la sociedad. La principal limitación del argumento económico, señala, es que



se centra en la performance financiera (más que económica) y deja de lado asuntos de relevancia social tales como la salud, la educación o la cohesión social. Por el contrario, es necesario entender que las artes producen un impacto social complejo que abarca diversos factores y aspectos individuales, comunitarios y sociales.

Los impactos sociales de los programas estudiados por Matarasso se ordenan en categorías que se relacionan o bien con el nivel individual de los participantes (mencionados en el apartado anterior) o con un nivel más amplio, comunitario. Los impactos observados se ordenan en las siguientes áreas: cohesión social, empoderamiento comunitario, autodeterminación, desarrollo de la imagen local e identidad, imaginación y visión, salud, bienestar (individual y colectivo) y desarrollo personal.

En su conclusión el autor remarca que no todos los proyectos artísticos o culturales son positivos para una localidad determinada ni llevan a los mismos resultados. El impacto social de un proyecto es inevitable pero no siempre y necesariamente positivo. Es por esta razón que es esencial estudiar previamente el contexto en el cual se desarrollarán los programas y corroborar si el proyecto es adecuado para la localidad.

Un último estudio (Bille y Schulze, 2006) toma una perspectiva distinta y se dedica a analizar desde un punto de vista económico el rol de las artes y la cultura para el desarrollo urbano. Actualmente, existe un entrecruzamiento entre la planificación urbana y la planificación cultural. Por ejemplo, la programación cultural es considerada en muchos casos como parte de las estrategias de la renovación de ciudades y antiguas áreas industrializadas. El estudio establece una relación de doble causalidad entre el desarrollo cultural y urbano, es decir, así como las actividades culturales contribuyen al crecimiento económico de una región, también el desarrollo económico tiene una influencia sobre el desarrollo cultural.

En concreto, se reconocen efectos que la actividad cultural puede generar sobre el desarrollo urbano a corto y largo plazo. En un primer momento, las artes y la cultura tienen la capacidad de atraer turistas que gasten dinero en ellas. Entre más turistas se atraigan al sector, mayor será el impacto económico. En este sentido, el turismo cultural es decisivo para el impacto económico que una institución cultural o la vida cultural de la región tenga en el desarrollo de la economía local. No obstante, lo anterior, es necesario mencionar que en algunos casos el aumento de turistas también puede impactar de manera negativa en las comunidades.

Por otra parte, en un período más extenso, la actividad cultural puede llevar a la atracción o generación de empresas que aumenten el empleo de la zona implicada, incentivar un desarrollo industrial innovador a través de la creatividad esparcida en el lugar gracias a las artes, contribuir a la regeneración de barrios u otras áreas urbanas, y atraer el establecimiento de polos creativos de desarrollo.



Es por estas razones que las artes y la cultura resultan partes integrales para la renovación y el desarrollo de ciudades y regiones, por lo cual son consideradas en numerosos procesos de planificación urbana.

### c. Críticas y asuntos metodológicos

La medición del impacto social de las artes es un tema complejo que frecuentemente se encuentra con grandes desafíos. Son por lo tanto diversas las críticas y dificultades metodológicas que estos estudios encuentran.

La investigación de Matarasso mencionada anteriormente ha jugado un rol central en establecer un consenso en torno a los beneficios sociales del arte entre los encargados de la política cultural en el Reino Unido. Sin embargo, el texto es fuertemente discutido por Merli (2002) quien asegura que el estudio de Matarasso no entrega evidencia suficiente ni correcta desde un punto metodológico como para afirmar que la participación en actividades culturales produce beneficios sociales relevantes. La autora afirma que aún en caso de que el estudio estuviera medido correctamente, la producción de beneficios sociales, no es necesariamente el ámbito más relevante y la razón por la que deben existir las artes. Así como tampoco se puede considerar el arte como la panacea —por sí solo— a las carencias y conflictos sociales

Para Merli, uno de los mayores problemas en la investigación acerca del impacto social de las artes participativas es que no tienen una raíz teórica fuerte. El argumento de que las artes tienen efectos sociales (y que por tanto deberían ser medidos), no es sostenible. Tampoco es sostenible que cualquier tipo de actividad artística participativa, realizada en cualquier tipo de comunidad o cultura, tendrá los mismos efectos sociales. Sin conocer cuáles son los efectos reales y específicos de las artes, y en qué circunstancias ellos ocurren, los investigadores solo estarán midiendo aquello que les gustaría que ocurriera. Estos estudios podrían beneficiarse de contribuciones relevantes de teorías psicológicas y sociológicas acerca de la creatividad y la percepción del arte, y de estudios empíricos en el campo de la psicología cognitiva acerca de los efectos del arte en las personas.

En relación a las dificultades metodológicas que enfrentan los estudios que intentan medir el impacto social de las artes, Guetzkow (2002) enumera una serie de problemas que reconoce como presentes en un gran número de investigaciones empíricas analizadas:

- El problema de la agregación: se refiere al modo en que se conectan o relacionan los efectos a nivel micro de los individuos, con el nivel más macro de la comunidad. Los modos en que los efectos individuales y comunitarios pueden agregarse son:
  - En el porcentaje de individuos afectados.

- 
- En ciertos puntos de inflexión en que efectos individuales (organizacionales) tienen efectos comunitarios.
  - Las organizaciones/programas culturales actúan como catalizadores para juntar individuos dispersos que luego establecen redes que pueden ser usadas para lograr otros objetivos comunitarios.
  - La comunidad se puede ver afectada, incluso cuando solo algunos individuos fueron afectados (por ejemplo, en programas que reduzcan la tasa de criminalidad en la comunidad).
- 
- Problemas de selección: en general los estudios sobre participación tienden a sufrir sesgos en la selección, lo que hace difícil identificar el rol causal de las artes. Es decir, la correlación no es causalidad, por ejemplo, ¿son las artes las que construyen capital social, o son las comunidades con mayor capital social las que tienden a crear programas de arte?, en general ambas respuestas son válidas.
  - Falta de comparaciones apropiadas: hay una falta de estudios de impacto que comparen las artes con otros programas. La cuestión es determinar cuál es el costo de oportunidad de un determinado programa, y comprender si este programa es más eficiente que otros en la consecución de los objetivos propuestos.
  - Externalidades negativas: los estudios de impacto de las artes en general tienden a ignorar los potenciales efectos negativos que estas pueden tener (como por ejemplo la contaminación acústica de conciertos o festivales de gran escala).
  - Falta de información adecuada: la mayoría de los estudios utilizan información transversal. Faltan estudios longitudinales que hagan posible comprender los efectos a largo plazo de los programas artísticos y como estos persisten en el tiempo. En general también, las muestras de los estudios son pequeñas, dificultando la capacidad de realizar inferencias estadísticas.
  - Especificación de los efectos del contexto y los factores intervinientes: en general los investigadores sobre el impacto de las artes, tienden a pasar por alto los factores contextuales o intervinientes que han influenciado los resultados que encuentran (por ejemplo, es probable que el impacto económico varíe dependiendo del tamaño de la comunidad, y el tamaño o densidad del evento/organización). Es necesario tener en cuenta estos contextos y/o factores al momento de realizar generalizaciones.



En relación a las dificultades de medición es también relevante mencionar las conclusiones de Galloway (2006) acerca de la “calidad de vida” como un indicador del impacto social de las artes y su validez y utilidad en la elaboración de políticas culturales. La mejora de la calidad de vida y el bienestar de los individuos es prioridad en la agenda de muchas economías de occidente actualmente, y en particular el rol de la cultura como elemento contribuyente a la calidad de vida se ha vuelto parte del discurso de las políticas culturales a nivel global.

La autora realiza una revisión de estudios sobre la relación entre la participación cultural y la “calidad de vida” y considera que si bien en todos los casos esta relación se muestra como positiva, hay diversos problemas de medición que se relacionan al modo en que se define o entiende el concepto de “calidad de vida” en cada ocasión. En algunos casos, el concepto se aborda multidimensionalmente (desagregado en varios enunciados que sumados hacen a la calidad de vida individual), mientras que, en otros, el concepto se entiende globalmente (la calidad de vida entendida como un todo, un concepto global subjetivo). Dado que las conceptualizaciones sobre la calidad de vida consideradas son diversas, los resultados serán también distintos, lo que imposibilita la generalización o la realización de estudios comparativos.

En base a estas dificultades mencionadas, la autora cuestiona el uso de la “calidad de vida” como un indicador válido por sí mismo para medir el impacto social de las artes. Por ejemplo, si se considera una aproximación multidimensional al concepto de calidad de vida y se toman en cuenta todos los elementos y factores que la constituyen, esperar que la participación cultural tenga un efecto significativo por sí sola en la totalidad de la percepción de calidad de vida puede ser difícil. Quizás entonces, el concepto de “calidad de vida” pueda ser útil como un marco conceptual, a partir del cual puedan observarse los variados y múltiples tipos de impacto social de las artes y la cultura. El efecto de la participación cultural sobre la calidad de vida como un todo puede ser débil, pero su efecto sobre alguno de los aspectos que hacen a la calidad de vida puede ser mayor.

## BIBLIOGRAFÍA REVISADA

- Adkins, B., Summerville, J., Knox, M., Brown, A. R., & Dillon, S. (2012). "Digital Technologies and Musical Participation for People With Intellectual Disabilities". *New Media & Society*, 1461444812457338.
- Babatunde, B., H.Jones & P.Millward (2011). *Participation and Engagement in Cultural Activities. Analysis of the Taking Part Survey*. Department of Culture, Media and Sports (DCMS).
- Barton, C. (2004). "Social Capital and Cultural Participation: Spousal Influences on Attendance at Arts Events". *Poetics*, 32: 129–143.
- Beer, D. and Burrows, R. (2010). "Consumption, Prosumption and Participatory Web Cultures". *Journal of Consumer Culture*, 10 (1): pp. 3-12
- Bellavance, G, M. Valex & M. Ratt (2004). "Le Gout des Autres: Une analyse des Répertoires Culturels de Nouvelles Elites Omnivore". *Sociologie et Sociétés*, XXXVI, 2004, 27-57. ISSN : 0038-030X
- Bergadaà, M. (2007). "Temporal Frameworks and Individual Cultural Activities Four typical profiles". *Time & Society*, 16 (2-3): 387-408.
- Bergonzi, L. and Smith, J. (1996). "Effects of Arts Education on Participation in the Arts". *Research Division Report 36*. National Endowment for the Arts.
- Bille, T. y Schulze, G. (2006). "Culture in Urban and Regional Development". En *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Volume 1. Edited by Victor A. Ginsburgh and David Throsby.
- Bjarki Valtýsson (2010). "Access culture: Web 2.0 and cultural participation". *International Journal of Cultural Policy*, 16:2, 200-214.
- Chan, T. W, (2013). *Understanding Cultural Omnivores: Social and Political Attitudes*. Department of Sociology University of Oxford, Oxford
- Chan, T. W. & J. Goldthorpe (2007). "Social Stratification and Cultural Consumption: Music in England". *European Sociological Review*, Vol. 23 (1) 1-19
- Chaney, D. (2002). "Cosmopolitan Art and Cultural Citizenship". *Theory, Culture & Society*, 19(1-2): pp. 157-174
- Christin, A. (2012). "Gender and Highbrow Cultural Participation in the United States". *Poetics*, 40: 423- 443

- Cornélio Diniz, S. & Machado, A.F. (2010). "Analysis of the consumption of artistic-cultural goods and services in Brazil". *Journal of Cultural Economics*, 35 (1), 1-18. DOI: 10.1007/s10824-010-9129-8
- Craig, A. (2011). "When a Book is Not a Book: Objects as "Players" in Identity and Community Formation". *Journal of Material Culture*, 16(1):pp. 47-63
- Cuyppers, K. *et al.* (2011). "Patterns of Receptive and Creative Cultural Activities and Their Association With Perceived Health, Anxiety, Depression and Satisfaction with Life Among Adults: The HUNT Study, Norway". *Journal of Epidemiology and Community Health*, 66(8):698-703
- Delaney, L., and Keaney, E. (2006). *Cultural Participation, Social Capital and Civil Renewal in the United Kingdom: Statistical Evidence From National and International Survey Data*. London: Institute for Public Policy Research.
- DiMaggio, P. and Pettit, B. (1998). "Surveys of Public Attitudes Toward the Arts: What Surveys Tell us About the Art's Political Trials- and How They Might Tell us Even More". *Grantmakers in the Arts*, 9 (2): pp. 26-30.
- Edelman, A. and Vaisey, S. (2014). "Cultural Resources and Cultural Distinction in Networks". *Poetics*, 46: pp. 22-37.
- Elsley, S. and McMellon, C. (2010). *Starting Young? Links Between Childhood and Adult Participation in Culture and Science - a Literature Review*. Centre for Research on Families and Relationships (CRFR) University of Edinburgh
- Fyfe, H. *et al.* (2008). *Arts and Public Engagement: Patterns, Processes and Levers for Change*. Arts Council of Wales. ISBN: 9781626204218
- Galloway, S. (2006). "Cultural Participation and Individual Quality of life: A Review of Research Findings". *Applied Research in Quality of Life*, 1(3-4), 323-342
- Ganzeboom, H. & I. Nagel (2007). *Cultural Participation Among Ethnic Minority and Native Majority Adolescents and Their Parents in The Netherlands*. ISA Research Committee 28 on Social Stratification and Social Mobility, Spring Conference, Brno (Czech Republic), May 24-27 2007.
- Guetzkow, J. (2002). "How the arts impact communities: an introduction to the literature on arts impact studies", paper prepared for the *Conference on Taking the Measure of Culture*, Princeton University, New Jersey, June 7-8 2002.
- Jafari, A., Taheri, B. and Vom Lehn, D. (2013). "Cultural Consumption, Interactive Sociality, and the Museum". *Journal of Marketing Management*, 29 (15-16): pp. 1729-1752.

- Jeanotte, M.S. (2003). "Singing alone? The contribution of cultural capital to social cohesion and sustainable communities". *The International Journal of Cultural Policy*, 9 (1): pp. 35-49
- Johanson, K., Glow, H. & Kershaw, A. (2014). "New Modes of Arts Participation and the Limits of Cultural Indicators for Local Government". *Poetics*, 43: 43–59
- Katz- Gerro, T. (2004). "Cultural Consumption Research: Review of Methodology, Theory, and Consequence". *International Review of Sociology* [Revue Internationale de Sociologie] 14 (1): pp. 11-29.
- Katz- Gerro, T., Halkier, B. And Martens, L. (2011). "Applying Practice Theory to the Study of Consumption: Theoretical and Methodological Considerations". *Journal of Consumer Culture*, 11(1): pp. 3–13.
- Kawashima, N. (2000). "Beyond the Division of Attenders versus Non-attenders: A Study into Audience Development in Policy and Practice". *Research Papers No. 6*. University of Warwick, Centre for Cultural Policy Studies.
- Keaney, E. (2006). *From Access to Participation: Cultural Policy and Civil Renewal*. London: Institute for Public Policy Research.
- Laaksonen, A. (2010). *Making Culture Accessible: Access, Participation and Cultural Provision in the Context of Cultural Rights*. Strasbourg: Council of Europe Publishing. ISBN 978-92-871-6729-3.
- Lee, S. S., Choi, S., & Lee, M. J. (2015). "Omnivorous Consumer or Omnivorous Producer?". *Development and Society*, 44(1), 117-142.
- Lizardo, O. (2006). "How cultural tastes shape personal networks". *American Sociological Review*, 71: pp. 778–807.
- Martin, A. J., Mansour, M., Anderson, M., Gibson, R., Liem, G. A., & Sudmalis, D. (2013). "The Role of Arts Participation in Students" Academic and Nonacademic Outcomes: A Longitudinal Study of School, Home, and Community Factors". *Journal of Educational Psychology*, 105(3), 709.
- Matarasso, F. (1997). *Use or Ornament? The Social Impact of Participation in the Arts*. Stroud: Comedia. ISBN 1 873667 574.
- Merli, P. (2002). "Evaluating the Social Impact of Participation in Arts Activities". *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 8, No. 1, May 2002, pp. 107-118.
- Morris Hargreaves McIntyre (n.d). *Culture Segments: The New Segmentation System for Arts, Culture and Heritage Organisations*.

- Mukerji, Ch. & M. Schudson (1991). *Rethinking Popular Culture: Contemporary Perspectives on Cultural Studies*. Capítulo 1: "Introducción". Los Angeles. University of California Press. ISBN:9780520068933.
- Nagel, I. & H. B. G. Ganzeboom (2015). "Art and Socialisation. En International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (7-14)". Elsevier. DOI:10.1016/B978-0-08-097086-8.10432-5.
- National Endowment for the Arts (2015). *When going gets tough: Barriers and Motivations affecting Arts Attendance*. NEA.
- National Endowment for the Arts & Arts & Humanities Research Council (2014). "Measuring Cultural Engagement: a Quest for New Terms, Tools, and Techniques". Summary of a Joint Research Symposium titled *Measuring Cultural Engagement amid Confounding Variables: A Reality Check*, Washington, D.C., June 2-3.
- Nesta (2015). *Digital Culture: How Arts and Cultural Organisations in England use Technology*. NESTA. Novak-Leonard, J.; O'Malley, M. & Truong, E. (2015) "Minding the Gap: Elucidating the Disconnect Between Arts Participation Metrics and Arts Engagement Within Immigrant Communities". *Cultural Trends*, 24:2, 112-121.
- Oskala, A, E. Keaney, T. Wing Chan & C. Bunting (2009). *Encourage Children Today to Build Audiences for Tomorrow. Evidence From the Taking Part Survey on how Childhood Involvement in the Arts Affects arts Engagement in Adulthood*. Arts Council England.
- Ostrower, F. (2005). *The Diversity of Cultural Participation. Findings from a National Survey*. The Wallace Foundation and the Urban Institute.
- Peacock, A. & Rizzo, I. (2008). "Evaluating the demand for cultural heritage". En *The Heritage Game: Economics, Policy and Practice* de los mismos autores. Oxford University Press.
- Rabkin, N. and Hedberg, E. (2011). "Arts Education in America: What the Declines Mean for Arts Participation". Based on the 2008 Survey of Public Participation in the Arts. *Research Report 52*. Washington, DC: National Endowment for the Arts
- Reeves, A. (2014). "Cultural Engagement Across the Life Course: Examining Age-period-cohort Effects". *Cultural Trends*, 23 (4): pp. 273-289
- Ritzer, G. & Jurgenson, N. (2010). "Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital "Prosumer"". *Journal of Consumer Culture*, 10(1):13-36.
- Robette, N. And Roueff, O. (2014). "An Eclectic Eclecticism: Methodological and Theoretical Issues About the Quantification of Culture Omnivorism". *Poetics*, 47: pp.23-40.

- 
- Silva, E., Warde, A. and Wright, D. (2009). "Using Mixed Methods for Analysing Culture: The Cultural Capital and Social Exclusion Project". *Cultural Sociology*, 3(2): pp. 299–316.
- Throsby, D. (1999). "Cultural Capital". *Journal of Cultural Economics*, 23: 3–12.
- Tomka, G. (2013). "Reconceptualizing Cultural Participation in Europe: Grey Literature Review". *Cultural Trends*, 22:3-4, 259-264.
- University of Chicago (2013). *Cultural Participation: A Survey about Arts & Cultural Activities on Chicago's South Side*. A Research Report by Students of PPHA 39703, Harris School of Public Policy Studies. The University of Chicago.
- Van den Broek, A. (2013). "Arts Participation and the Three Faces of Time. On Disentangling the Impact of Life Stage, Period and Socialization on Arts Participation, Exemplified by an Analysis of the US Arts Audience". *Cultural Trends*, 22 (1) 46-53.
- Van Eijck, K. and Lievens, J. (2008). "Cultural Omnivorousness as a Combination of HighBrow, Pop, and Folk Elements: The Relation Between Taste Patterns and Attitudes Concerning Social Integration". *Poetics*, 36: pp. 217–242.
- Van Hek, M., & Kraaykamp, G. (2015). "How Do Parents Affect Cultural Participation of Their Children?: Testing Hypotheses on The Importance of Parental Example and Active Parental Guidance". *Poetics*, 52, 124-138.
- Vlieghe, J., Muls, J. and Rutten, K. (2016). Everybody Reads: Reader Engagement with Literature in Social Media Environments". *Poetics*, 54: 25–37
- Walker, C. & K. Sharewood (2003). *Participation in Arts and Culture: The Importance of Community Venues*. Washington DC: The Urban Institute
- Williams, D. (1997). "How the Arts Measure Up - Australian Research into the Social Impact of the Arts". *Working Paper 8*, Stroud: Comedia.