

El consumo y la participación cultural en España y Andalucía.

Una aproximación desde la estratificación social
y la transmisión de actitudes hacia la cultura.

Manuel Herrera-Usagre
Tesis doctoral 2013

Director
Eduardo Bericat Alastuey



Diseño editorial:
Habibi Rodríguez



Agradecimientos

A mi familia, Cecilia, Cecilia y Helena por el apoyo que me habéis dado y por vuestra paciencia cuando me ausentaba en cuerpo y espíritu.

A mi director de tesis, el profesor Eduardo Bericat Alastuey, por su paciencia, confianza y dedicación. Debe ser muy duro ser mi guía. Gracias.

A Ildefonso Marqués Perales, José M. Echavarren y Antonio Jaime Castillo por vuestras recomendaciones y consejos. Sois grandes maestros.

A todos aquellos profesores y profesoras del Departamento de Sociología de la Universidad de Sevilla que con tanto ímpetu me animaban a continuar el viaje.

A Omar Lizardo por el interés mostrado en las tesis de este trabajo. A Drew Linzer por haber contribuido al mundo de la investigación científica con un humilde pero potente paquete de análisis estadístico de acceso libre, poLCA. Me abrió las puertas a todo un campo de análisis de la realidad social.

A Fernando Aguiar, José María Arribas Macho, Pepe Moreno Pestaña, José Luis Paniza Prados, y a todo el grupo de Sociología del Consumo del Congreso de la Federación Española de Sociología de 2010. A todas aquellas personas que confiaron en mí desde mis comienzos. Gracias.

A la Fundación Centro de Estudios Andaluces y a la Agencia de Calidad Sanitaria de Andalucía por su apoyo institucional. A Habibullah Rodríguez y a Divergia (Paco Morán, Marco Aguilar y Joselu Baños) por su excelente contribución y consejo en la edición final de esta tesis. Enorme trabajo. Gracias por vuestros consejos.

Y sobre todo a mis padres, Loli y Manuel, a los cuales les debo todo lo que soy y seré.

A Helena

Resumen

La cultura ha sido objeto de estudio privilegiado por parte de la sociología desde sus inicios. Cuando abordamos su materialización como producto de consumo, es decir, cuando se abordan los consumos y prácticas culturales, la sociología ha acudido recurrentemente a las diferencias entre estratos sociales. Así, las obras culturales eran clasificadas en virtud de una jerarquía homóloga a la posición social de sus consumidores: alta, media o baja cultura. La presente tesis doctoral pretende comprobar si esa relación aún existe en la sociedad española y andaluza. Del mismo modo, se realizarán diferentes análisis para comprobar qué características estratificadoras, –clase social, estatus, origen social o nivel educativo–, así como otras sociodemográficas como el género, la edad, el hábitat o la situación familiar, tienen más importancia en el consumo y la práctica cultural de los individuos. De igual modo, se indagará en el impacto sufrido por las sociedades avanzadas tras la extensión de los valores posmodernos, atendiendo fundamentalmente a la formación del gusto. Como hipótesis, defendemos la importancia del valor por la imaginación como configurador y catalizador de los gustos culturales omnívoros por encima del valor por la tolerancia y el respeto, tal y como se ha defendido en la literatura reciente.

La tesis se compone de tres grandes bloques: el primero realiza una revisión teórica de la evolución del concepto de cultura y arte en el Siglo XX, así como de la validez de los sistemas de clasificación jerárquicos del arte. El segundo bloque aborda un análisis descriptivo con indicadores sobre actividad cultural para Andalucía, España y Europa en perspectiva comparada. Finalmente, el último bloque presenta una serie de análisis explicativos sobre las características sociales más importantes a la hora de predecir la actividad cultural de los individuos. Nuestros resultados han confirmado, tanto para España como para Andalucía, la existencia de un patrón omnívoro de consumo cultural ligado a posiciones sociales aventajadas.

Entre los hallazgos de la presente tesis destacamos: (1) la importancia del estatus socioeconómico como factor determinante de la mayor parte de las actividades culturales analizadas así como la emergencia del nivel educativo como factores determinantes en la configuración de los gustos omnívoros. (2) Al contrario de lo hallado por otros estudios similares en el entorno europeo, nuestros análisis han evidenciado la importancia de la inmovilidad social de estratos superiores como elemento clave que explica la diversidad en el gusto. (3) Se ha comprobado cómo la importancia concedida a un valor posmoderno, como es la imaginación, es clave para entender el comportamiento omnívoro cultural de los individuos; por encima de otro valor, la tolerancia y el respeto, al que la tradición académica señalaba como el sustrato valorativo de la omnivoridad. Entre las referencias bibliográficas consultadas más recientes, destacamos las obras y trabajos de: Antonio Ariño, Eduardo Bericat, Pierre Bourdieu, Samuel Bowles y Herbert Gintis, Bethany Bryson, Tak Wing Chan, Arthur C. Danto, Paul DiMaggio, Koen van Eijck, Harry Ganzeboom, John H. Goldthorpe, Ronald F. Inglehart, Henry Jenkins, Omar Lizardo, Richard A. Peterson o David Throsby entre otros.

Contenido

Capítulo I. Introducción	21
1. Marco teórico-conceptual	25
1.1. La cultura como distinción social	27
1.2. El debate de la estratificación social. Rosemary Crompton	29
1.3. Homología y Omnivoridad.	
Los estudios contemporáneos del consumo cultural	32
1.4. El paradigma de la individualización.	
La cultura y el fin de las diferencias	36
1.5. El cambio de valores sociales en las sociedades desarrolladas	37
2. Metodología	42
2.1. Objetivos e hipótesis	42
2.2. Diseño de investigación	45
2.3. La Operacionalización de la estratificación social	46
2.3.1. Estratificación por clases sociales. El modelo EGP	48
2.3.2. Escalas de prestigio ocupacional o Estatus. SIOPS e ISEI	51
2.4. La operacionalización del consumo y la práctica cultural	53
Capítulo II. Cultura.	
Un concepto esquivo.	59
1. A qué nos referiremos por cultura	62
2. La cultura que diferencia	65
3. El género que diferencia	67
4. La batalla de los brows	71
5. Los Estudios Culturales y la dignificación de la cultura popular	77
6. El fin de la legitimidad del Gran Arte	81
7. La cultura mainstream	84
8. Conclusiones	88
Capítulo III. La actividad cultural en España.	93
1. Introducción	93
2. El impacto económico de las industrias culturales	94
3. Indicadores básicos de actividad cultural	98
3.1. Consumo y hábitos de lectura	100
3.2. El consumo audiovisual en Andalucía	102
3.3. La asistencia y práctica cultural	104
4. Conclusiones.	107
5. Glosario de Fuentes estadísticas	110

Capítulo IV. Análisis de la estratificación social de los consumos culturales. 115

1. Introducción	115
2. Estratificación Social y Consumo Cultural.	
Esquema de teorías según Chan y Goldthorpe.	116
2.1. Argumento de la homología	117
2.2. Argumento de la individualización	118
2.3. Argumento de la omnivoridad	119
3. Análisis multivariante de las prácticas culturales en España	122
3.1. La probabilidad de asistir a eventos culturales	122
3.2. El efecto de la educación en comparación con el estatus social.	134
3.3. La omnivoridad cultural en el ámbito de la música	137
4. Discusión	148
5. Conclusión.	149

Capítulo V. La transmisión intergeneracional de aptitudes y actitudes culturales.

El caso de Andalucía. 155

1. Introducción	155
2. El efecto de la movilidad social.	157
3. Datos	161
4. Resultados	167
5. Conclusiones	176

Capítulo VI. Diferencias en las preferencias educacionales y estéticas entre estratos sociales. 183

1. Introducción.	183
2. La Escuela y la Familia. Claves de éxito.	184
3. La convergencia mediática y la divisorio digital como telón de fondo	188
4. Omnivoridad y tolerancia. Un debate en construcción.	192
5. ¿Qué valores tienen los omnívoros?	
Hacia un nuevo diagnóstico del sustrato valorativo de la Omnivoridad.	196
6. La preferencia por la imaginación	200
7. Datos y Métodos	203
8. Resultados	204
8.1. La imaginación y la tolerancia.	204
8.2. Omnivoridad, imaginación y tolerancia.	207
8.3. Omnivoridad e Imaginación en tres dominios: Artes visuales, artes escénicas y folklore popular.	212
9. Conclusiones	219

Capítulo VII. Discusión	225
Consideraciones metodológicas	229
Futuras investigaciones	233
Bibliografía	236

Índice de tablas

- Tabla 1.** Versiones del Esquema de Clases sociales EGP o CASMIN (p50)
- Tabla 2.** Empleo, Producción, y oferta cultural (p95)
- Tabla 3.** Consumo de libros y hábitos lectores (p100)
- Tabla 4.** Consumo de medios audiovisuales (p102)
- Tabla 5.** La asistencia y la práctica cultural y de ocio (p105)
- Tabla 6.** Indicadores sobre actividad cultural: Andalucía, España y Europa. (p109)
- Tabla 7.** Determinantes sociales para la realización de actividades culturales en sus diferentes áreas. (p124)
- Tabla 8.** Modelos estimados de clases latentes. Géneros musicales en España (p141)
- Tabla 9.** Análisis de regresión logística multinomial: tipos de consumidores de música como variable dependiente. (p145)
- Tabla 10.** Estadísticos descriptivos. Frecuencias y puntuaciones medias de las variables utilizadas. (p165)
- Tabla 11.** Matriz de correlaciones entre las variables de consumo cultural. Correlación de Pearson. (p166)
- Tabla 12.** Matriz de correlaciones entre las variables de estratificación social. Correlación de Pearson. (p166)
- Tabla 13.** Modelos estimados de clases latentes. Géneros musicales en Andalucía (p167)
- Tabla 14.** Análisis de regresión logística multinomial: El efecto de las características sociales de los individuos sobre la probabilidad de omnívoro frente a unívoro tradicional. (p171)
- Tabla 15.** Análisis de regresión logística multinomial: El efecto de las características sociales de los individuos sobre la probabilidad de omnívoro frente a moderno. (p172)
- Tabla 16.** Frecuencias de las cualidades a desarrollar en los niños/as en casa. (p203)
- Tabla 17.** Regresiones sobre la importancia concedida a la imaginación (logit) y la Tolerancia y respeto (OLS) en la educación en niños. (p205)
- Tabla 18.** Consumo de Música. Análisis de regresión multinomial para predecir la pertenencia a cada clase latente. (p208)
- Tabla 19.** Frecuencia y porcentaje de asistencia y participación cultural en tres dominios. (p213)
- Tabla 20.** Modelos estimados de clases latentes para tres dominios culturales. (p214)
- Tabla 21.** Análisis de regresión multinomial para predecir la pertenencia a cada clase latente en tres dominios. (p216)

Índice de figuras

Figura 1. Probabilidad de ir al cine para un individuo medio (línea inferior) y para una mujer de 30 años con título universitario (línea superior) según el estatus socioeconómico. (p127)

Figura 2. Probabilidad de ir al teatro para la media (línea inferior) y para una mujer de 50 años con título universitario (línea superior) según el estatus socioeconómico. (p128)

Figura 3. Probabilidad de ir conciertos de música para la media (línea inferior) y para una persona de 30 años, soltera y con título universitario (línea superior) según el estatus socioeconómico. (p130)

Figura 4. Probabilidad de ir a monumentos histórico-artísticos para la media (línea inferior) y para una persona de 50 años, soltera y con título universitario (línea superior) según el estatus socioeconómico. (p131)

Figura 5. Probabilidad de ir museos y exposiciones de arte para la media (línea azul) y para una mujer de 50 años, soltera y con título universitario (línea superior) según el estatus socioeconómico. (p132)

Figura 6. Incrementos de probabilidad de participar en actividades culturales para un individuo medio y para una persona licenciada. (p135)

Figura 7. Probabilidades condicionales de asociación entre géneros musicales en España. Modelo de tres clases latentes. (p143)

Figura 8. Probabilidad de pertenecer a cada una de las tres clases latentes según el nivel de estudios. (p146)

Figura 9. Probabilidades condicionales de asociación entre géneros musicales. Modelo de tres clases latentes. (p168)

Figura 10. Probabilidad de pertenecer a cada una de las tres clases latentes según la edad. (p174)

Figura 11. Probabilidades condicionales de pertenecer a cada clase latente de las artes visuales (p215)

Figura 12. Probabilidades condicionales de pertenecer a cada clase latente según edad. Tres dominios. (p217)

Figura 13. Probabilidades condicionales de pertenecer a cada clase latente según Prestigio Social (Escala Treiman). Tres dominios. (p218)

Figura 14. Probabilidades condicionales de pertenecer a cada clase latente según Preferencia por la imaginación. Tres dominios. (p219)



Capítulo I.

Introducción.

Capítulo I. Introducción

Cuando escribo a un amigo para invitarle a cenar, mi carta es, en primer lugar un instrumento de comunicación; pero mientras más atención presto a la forma de escritura, más tiende a transformarse en una obra de caligrafía; cuanto más atento estoy a la forma de mi lenguaje, más tiende a transformarse en una obra literaria o poética.
(Panofsky, 1975, p. 12)

En la primavera de 1999 y con motivo de una conferencia en la escuela de Bellas Artes de Nîmes, un estudiante anónimo lanzó la siguiente pregunta a Pierre Bourdieu: “¿Quién tiene razón cuando se trata de decir qué está bien en materia de arte y en materia de artista?” (Bourdieu, 2010, p. 23). La pregunta, que puede parecer caduca, trasciende a las reflexiones de la filosofía del arte y de las disciplinas artísticas, para calar en su significación social. Da por hecho el principio axiomático de que realmente existe un *buen arte* y un *mal arte* y que en la sociedad existen personas capacitadas para entender *lo sublime* y otras que no. Se parte, por tanto, de la existencia de una “cultura” en términos civilizatorios, que conserva las grandes obras y legados artísticos de una sociedad. Es la cultura acreditada, la excelencia indiscutible, producto de una larga tradición que atestigua su calidad y merecer. Sin embargo, este halo de mágico honor no permaneció para siempre. La amenaza a la que se vio sometida no fue otra que el fenómeno histórico que contextualizó el surgimiento de la sociología: la Industrialización.

Las reflexiones más interesantes nacerían posteriormente en el período de entreguerras, cuando, tras el surgimiento de la llamada “cultura de masas”, se cuestiona si se debería seguir aceptando como culturales aquellas obras, géneros y productos surgidas al albor de la Industrialización. Desde Ortega y Gasset a Virginia Woolf, pasando por Collingwood, Adorno o Walter Benjamin, el debate encenderá y polarizará posturas, aceptando todos, eso sí, una realidad: la cultura de masas existe y es producto de la introducción del proceso industrial en la actividad artística y cultural. Unos defenderán las incipientes “industrias culturales” como un medio de democratización de la cultura, una oportunidad única para la educación de las masas, mientras otros las concebirán como alienación, apatía, conformismo de las clases obreras que, incapaces de apreciar el Arte en mayúsculas, se entregan a los pobres productos de la cultura de masas para poder así, descansar de las agotadoras jornadas laborales que exigen tanto las economías capitalistas como comunistas.

En palabras de Rodríguez-Ferrándiz, hasta ese momento la cultura legítima fue “resistente frente a las dinámicas sociales, pero la cultura de masas es indefectiblemente complaciente y legitimante” (2012, p. 16). Su aparición generó un intenso debate sobre sus características, tanto en oposición a la cultura legítima, la *highbrow*, como en su oposición a la cultura popular, a la cultura anterior a la llegada de la reproductibilidad técnica (Benjamin, 2003; Collingwood, 2012). Una vez aceptado el reciente surgimiento del fenómeno –“pseudocultura” en Adorno y Horkheimer, “cultura mediocre” en Shils, “*middlebrow*” en Woolf y Lynes o “*midcult*” en McDonald- tocó describir sus características, indagar en la naturaleza de su origen y estudiar sus consecuencias.

El debate fue tan intenso que generó lo que se conoce como la “batalla de los *broms*”. Intelectuales británicos, entre los que se encontraban pertenecientes al grupo de “*Bloomsbury*”¹, luchaban pluma en mano para “apropiarse del significante que mejor pudiera explicar el estado catatónico de las clases trabajadoras y el creciente auge del entretenimiento disfrazado de cultura, materializado en best sellers, clubs de lectura, programas de radio y cine de verano” (Campello, 2012, p. 93).

Lo que ha venido pasando desde entonces, desde aquellos debates del periodo de entreguerras, se podría resumir en las siguientes preguntas:

- ¿Es cultura y arte lo que emerge como producto de masas?
- ¿Sigue existiendo una tríada entre una cultura legítima, una cultura popular y una cultura de masas? Si es así,
- ¿quién y cómo genera dicha distinción en los productos culturales contemporáneos?
- ¿Qué situaciones de desigualdad social generan diferencias en la habilidad para apreciar el “buen arte”?

En esta línea se encuadraba la pregunta de aquel estudiante de Nímes y encaja, de algún modo, las aportaciones de esta tesis.

Veinte años antes de aquella interpelación, Bourdieu ya tenía formada una opinión al respecto. En notas para una entrevista sobre su obra *La Distinción*, Pierre Bourdieu defiende la legitimidad del arte de vanguardia por encima de, por ejemplo, las colecciones de cromos, dado que “uno es un producto sin historia [...] mientras que el otro es accesible sólo si se domina toda la historia del arte anterior, es decir, toda la serie de los rechazos, de las superaciones que son necesarias

1. El grupo de Bloomsbury hace mención a una red de intelectuales, escritores y filósofos de principios del S.XX residentes en el barrio londinense del que toman nombre, ligados por fuertes lazos de amistad y la ausencia de cualquier tipo de decálogo o manifiesto. Sin embargo, les unían ciertos principios en aspectos como la libertad sexual en el ámbito privado o el agnosticismo (Campello, 2012, p. 86). Entre sus componentes se encontraban Desmond MacCarthy, Virginia Woolf o John Maynard Keynes.

para llegar al presente” (Bourdieu, 2010, p. 250). En otras palabras, Bourdieu defiende la existencia de una línea que separa ambas culturas, la ascesis histórica, la existencia de una condición acumulativa; como en ciencia pero de otro tipo.

Es condición *sine quantum* para entender el arte dominar sus códigos y conocer su pasado. Es la manera de reconocer en el término de *cultura*, su esencia de labranza, de cultivo, de esfuerzo para acceder al conocimiento. Para que se dé una obra de arte y ésta sea admitida en el Olimpo de la cultura legítima, se tienen que dar dos circunstancias: Por un lado, la “intención” del autor de, como decía Panofsky, transforma meros objetos técnicos en obras de arte; y, por otro lado, la intención del espectador por conformarse con las normas que rigen la relación de esas obras de arte con su situación histórica y social (Bourdieu, 2010, p. 66). No obstante, Bourdieu insiste en lo mismo que insistían los estudiosos de la cultura de masas de principios de S.XX y por lo que quería ser recordado: “las condiciones de acceso a ese arte universal no están distribuidas universalmente” y por ende de lo que se trata es de luchar por “universalizar el acceso a lo universal” (Bourdieu, 2010, p. 251). En esa misma línea, Ortega y Gasset aparca su, en cierto modo, cínico tono a la hora de describir los “dos órdenes de hombres”. Aclara cómo la distinción que genera entender una obra de arte vanguardista no hace superiores a las personas, “pero sí distintos” (Ortega y Gasset, 2006, p. 49). Los diferentes sistemas de clasificaciones artísticas (DiMaggio, 1987), los elementos de dominación contenidos en los productos y servicios culturales, así como las diferentes formas de disfrute de las artes escénicas y visuales, serán el núcleo fundamental de análisis para la sociología de la cultura de la segunda mitad del Siglo XX.

El recorrido teórico de este trabajo comenzará abordando las modificaciones que las ideas de cultura y arte sufrieron tras la constitución de las sociedades industriales. Las implicaciones que supusieron este cambio no fueron pasadas por alto por los estudiosos del S.XX –no olvidemos que en este campo también entran filósofos, intelectuales, artistas, escritores y antropólogos, no sólo sociólogos-. No es, por tanto, una tesis que aborda el concepto de cultura per se, tarea

que nos llevaría por los intrincados meandros de la etnografía y la antropología de las sociedades avanzadas, sino, más bien, una tesis que se apoya en las reflexiones sobre la evolución reciente de la cultura y el arte en tanto fenómeno de consumo. Para ello, deberemos tener en cuenta: el impacto que ha supuesto la aparición de la cultura de masas en el contexto de las sociedades industriales avanzadas; el impacto de los diferenciales en el logro de clase, estatus y nivel educativo sobre los patrones de consumo; así como el impacto del actual contexto de sociedad de la información y la llegada de la posmodernidad.

1. Marco teórico-conceptual

Nuestro marco más inmediato emana de las corrientes contemporáneas en el estudio de los consumos culturales y su relación con los mecanismos sociales de estratificación. No obstante, en el capítulo II comenzaremos abordando algunas definiciones básicas de cultura, tamizando el conjunto de enunciaciones arrastradas desde la Ilustración, para quedarnos con aquellas que más se acercan a su forma de bien de consumo en las sociedades industriales y los debates más interesantes que se han generado desde entonces. Del mismo modo, deberemos prestar especial atención a los conceptos de consumo cultural, estilos de vida, industrias culturales y actividad cultural. El orden del capítulo II, dedicado a estos aspectos no será cronológico sino temático, lo que nos permitirá abordar diferentes cuestiones alrededor de la cultura de manera independiente. En los subsiguientes capítulos iremos incluyendo aportaciones teóricas de puedan reforzar los hallazgos empíricos.

De Ortega y Gasset (1883-1955) abordaremos como el arte de vanguardia –contemporáneo al autor madrileño- era rechazado por “la masa” y sólo entendido por una élite. Su análisis de *La deshumanización del Arte* (Ortega y Gasset, 2006) nos aproxima a uno de los primeros intentos de hacer una sociología del arte o de la percepción estética. Contemporáneos a Ortega, trabajaremos un conjunto de autores del periodo de entreguerras pertenecientes a diferentes disciplinas y que abordan con gran lucidez la cuestión de si la “cultura adulterada” para el consumo masivo debería seguir siendo denominada cultura. La

mayoría de estos textos han sido traducidos por primera vez al español y compilados por Raúl Rodríguez-Ferrándiz (coord.) y su equipo, en la obra *La polémica sobre la Cultura de masas en el periodo de entreguerras. Una antología crítica* (2012).

Expondremos los debates y cruces de textos entre los escritores John Boynton Priestley (1894-1984) y Virginia Woolf (1882-1941), dónde una se enorgullece de su etiqueta de autora y consumidora *highbrow*, abierta a la sabiduría de las producciones populares –*low-brow*-; mientras que el otro la acusa de mero esnobismo, actitud altiva, condescendiente y de pretenciosa capacidad por valorar lo que es hoy minoritario y despreciar lo que mañana se convertirá en masivo. Analizaremos también un texto de Robin George Collingwood (1889-1943), *El arte y la máquina*, ensayo de asombrosas coincidencias con su contemporáneo *La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica* de Walter Benjamin (1892-1940), y con el que deberemos de hacer una obligada comparación. De hecho, se desconoce quién lo escribió antes, dado que tenemos la certeza que el texto de Benjamin fue escrito en 1936, mientras que el de Collingwood no queda claro en qué momento entre 1933 y 1938. No podremos pasar por alto -aunque sea imperativo no detenernos mucho- a los conocidos como *Cultural Studies*, tal y como fueron concebidos en el *Centro de Estudios Culturales Contemporáneos* de la Universidad de Birmingham, fundado en 1964. Entre los autores que se consideran fundacionales de esta escuela (Sardar, Van Loon, Fernández Aúz, & Eguibar, 2005) repasaremos las aportaciones de Raymond Williams (1924-1993) sobre el papel de la comunicación en la consolidación de las culturas y las de Richard Hoggart (n. 1918) sobre el modo que tienen las clases dominantes de legitimar su formas y prácticas culturales. Todos ellos grandes defensores de la cultura popular y contrarios al ostracismo al que había sido sometida por las élites culturales.

Tampoco podíamos olvidar las aportaciones de Theodor W. Adorno (1903-1969), probablemente, uno de los mayores defensores de la alta cultura y de la legitimidad moral de ciertos géneros –aunque no de sus consumidores habituales-. Adorno, fue un autor extraordinariamente productivo, dejando un legado casi inabarcable para la vida de un investigador. Acumuló más de 20.000 páginas de textos

escritos en alemán relativos a la filosofía, la sociología, la antropología, la política y la musicología; sin olvidar su faceta divulgativa, acudiendo a numerosas tertulias de radio y televisión. Uno de los muchos conceptos por el que, junto con Horkheimer, fue conocido es el de *industrias culturales*, palabra hoy emancipada de su concepto original para ser fagocitada por las instituciones. No son menos importantes otros conceptos asociados aunque sí menos conocidos. Abordaremos el ensayo *Sobre la música popular*, donde Adorno, por primera vez, expone la idea de *estandarización*, es decir, el modo en que la cultura, en especial la música, se ha visto transformada en sus formas, producción, consumo y distribución una vez ha entrado en el proceso industrial y de difusión masiva.

1.1. La cultura como distinción social

Mención aparte merece Pierre Bourdieu en este trabajo. La obra que vertebra las aportaciones en este libro es sin duda, *La Distinción* (Bourdieu, 1998). Son abundantes los conceptos e ideas que, dado el modo en que las trabaja el sociólogo de Denguin, contribuyen enormemente a nuestras hipótesis y conclusiones: *Habitus*, capital cultural, campo, disposición e intolerancia estética, familiarización con la cultura, el efecto de conversión desigual del capital cultural heredado, *illusio*, homología, etc. Su tesis en *La Distinción*, a la cuál Chan y Goldthorpe ubican en *el paradigma de la homología* (Chan & Goldthorpe, 2005, 2007d, 2007e), inició una de las líneas de trabajo más importantes en el estudio de la relación entre gusto y estructura social. La recientemente publicada *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura* (Bourdieu, 2010) es la otra obra bourdiana que más contribuirá a nuestro trabajo. Esta compilación de ensayos, notas y entrevistas inéditas encaja a la perfección con nuestro objetivo. Contiene, entre otros: Un estudio empírico sobre el público de los museos; un ensayo sobre sociología de la percepción estética; un análisis del mercado de los bienes simbólicos; una exposición diáfana y concreta sobre el concepto de consumo cultural; o diversas anotaciones y reflexiones sobre el relativismo cultural de géneros artísticos. Todos estos aspectos que analizaba Bourdieu, encuadrarían perfectamente también en lo que se denominó el *paradigma del capital cultural* (Lizardo & Skiles, 2008) para

explicar la importancia de la educación y el origen social en la formación del gusto.

Bajo este paraguas se extiende todo el conjunto de estudios, sobre todo en los años posteriores a 1970, que veían a las teorías de la cultura de masas de las décadas anteriores como corrientes de pensamiento filosófico con escasas evidencias empíricas que las sustentasen. Así, se retomó de nuevo el interés por las bases sociales en las preferencias artísticas y culturales desde otra perspectiva metodológica y con otras aportaciones conceptuales. El paradigma del capital cultural se opone a la “teoría del capital humano” sobre el carácter credencialista de las sociedades actuales. Bajo la visión de este paradigma las posiciones sociales son adquiridas según el capital cultural de los individuos, pero sus críticos señalan con acierto que este capital cultural no es neutro socialmente y aquellos que provengan de familias culturalmente ricas tendrán comparativamente más ventajas a la hora de alcanzar las mejores posiciones (Collins, 1979).

Evidencias de esta crítica las podemos encontrar en el clásico *Schooling in Capitalist America. Educational Reform and the Contradictions of Economic Life* (Bowles & Gintis, 2011). En ésta su última edición, los autores advierten en el prefacio algo interesante. Su tesis, sobre cómo las capacidades cognitivas son menos importantes que las características afectivas y de personalidad a la hora de explicar la desigualdad económica, siguen encontrando evidencias hoy, cerca de cuatro décadas después, en trabajos como el publicado por el premio Nobel James Heckman (Heckman & Kautz, 2012). Estas características son más fácilmente inculcables dentro del seno familiar que en la actual forma de institución escolar, perpetuando así las desigualdades de origen. A pesar que en nuestro trabajo no disponemos de datos que puedan poner a prueba esta hipótesis, los trabajos de Bowles y Gintis y de Heckman y Kautz nos invitan a pensar hasta qué punto el seno familiar podría condicionar las decisiones de los individuos y su éxito futuro. Cómo la transmisión intergeneracional de la desigualdad social condiciona, no sólo los recursos materiales, sino también los recursos simbólicos, sociales y culturales que pueden afectar a sus oportunidades vitales.

1.2. El debate de la estratificación social. Rosemary Crompton

Todas las sociedades complejas están caracterizadas, en proporciones variadas, por la desigual distribución de sus recursos materiales y simbólicos. Así, la estratificación social es un término con el que se describen de manera general las estructuras sistémicas de la desigualdad (Crompton, 1993). De esta manera tan concisa, la autora británica Rosemary Crompton limitó las posibilidades de uso de este concepto para concebirlo como una herramienta de estudio sobre la desigualdad social. Aquellas diferencias sociales que eran consideradas como *naturales*, como las clases sociales de la Antigua Roma, los sistemas de castas en la India, o el orden feudal pre-industrial que denunciaba la burguesía francesa de finales del siglo XVIII, son consideradas objeto de estudio crítico bajo el principio de igualdad de todas las personas.

Con la llegada de la modernidad, entendida como todos los cambios que empujaron tanto la industrialización como la creación de los Estados-Nación, las ansiadas libertades burguesas que alcanzaron las revoluciones americana y francesa –no sin desmerecer el apoyo de las clases populares de inspiración jacobina–, serán objeto de serio escrutinio por una de las mentes del S.XIX más influyentes de la historia: Karl Marx. En su análisis Marx concebía el devenir de la historia de la humanidad como el resultado de luchas en el plano económico más que el resultado de luchas en el plano político. Esto se traducía en que “la historia de la humanidad es la historia de la lucha de clases” (Marx & Engels, 2008), siendo las clases los actores fundamentales del cambio social y del desigual acceso a los medios de producción. No cabe duda de la centralidad del concepto de clase para Marx, pero como señala Crompton, no llegó nunca a señalar una definición clara de “clase social”, si bien dejó amplia constancia de cómo las relaciones de producción configuraban las relaciones entre las clases sociales. Básicamente –y este fue un trabajo incompleto de su último tomo de *El Capital*– las clases sociales más importantes para Marx eran: a) los trabajadores asalariados, b) los capitalistas y c) los terratenientes (Crompton, 1993, p. 23). Marx nunca dijo que fuesen las únicas, de hecho describió otras clases sociales –como la pequeña

burguesía, artesanos o gestores industriales-, pero las tres anteriores eran para Marx las protagonistas del escenario que sucedería en el próximo cambio social: la revolución de la clase obrera.

Otro de los pilares de nuestra disciplina, y que ha tenido una importancia fundamental en los sucesivos análisis de clase del S.XX, fue la obra de Max Weber. Weber tenía un concepto de clase social muy distinto del de Marx y cuya discrepancia está fundamentada tanto en sus diferencias epistemológicas como teóricas. Para empezar, Marx fue un revolucionario declarado mientras que Weber concebía la sociología como una disciplina libre de valores y, por tanto, de cualquier tipo de connotación política. Por otro lado, mientras que Marx consideraba a las estructuras de manera independiente de la acción humana, Weber consideraba que todas las colectividades sociales y fenómenos de naturaleza humana deben ser reducibles a su componente individual. Weber definía la situación de clase de cada individuo como reflejo de sus “oportunidades vitales” (Weber, 1978). Estas oportunidades vitales estaban condicionadas tanto por el acceso a la propiedad como por las habilidades y el nivel educativo con el que contase. Esta configuración determinaba “situaciones de mercado” muy variadas y una casi infinidad de estratos –llegó a enumerar hasta 20 “situaciones de clase”-, dificultando la tarea de su propia definición. No obstante, Weber identifica 4 tipos generales de clases sociales: “ a) La clase trabajadora como un todo, b) la pequeña burguesía, c) los técnicos, especialistas y gestores de bajo nivel, y d) la clase privilegiada a través de la propiedad y la educación, es decir, aquellos que están en lo más alto de la jerarquía de ocupaciones y de la propiedad” (Crompton, 1993, p. 30).

En definitiva, podríamos afirmar que ambas concepciones de clases sociales no distan tanto como podríamos suponer. Ambas perspectivas coinciden en importantes elementos estratificatorios de las sociedades capitalistas, como es la propiedad de los medios de producción, pero se diferencian básicamente en tres aspectos (Crompton, 1993):

- Para Marx, las relaciones de clase están basadas en la explotación y la dominación dentro de las relaciones de producción, mientras que para Weber las relaciones de clase reflejan diferentes oportunidades vitales en el mercado –es decir, estabilidad laboral, ingresos, *estatus*, etc-.

- Para Marx el materialismo histórico es la principal fuerza de cambio en la evolución histórica siendo la clase social su actor fundamental, mientras que Weber fue tremendamente crítico a este respecto, proponiendo nuevas teorías explicativas en la materia, como la influencia del factor religioso.
- Para Marx la acción de clase es algo inevitable, mientras que para Weber las clases sociales pueden ser –o no- la base para acciones colectivas de cambio.

Ambas perspectivas serán claves a lo largo de todo el S.XX para el análisis de clase y sus diferentes escuelas, corrientes y conclusiones sobre el impacto en los hábitos y estilos de vida.

Persistir en la existencia de vínculos entre los sistemas de estratificación y las variaciones en los patrones de consumo no es más que una obviedad (Crompton, 1993, p. 166). A fin de cuentas, el consumo de los individuos expone las diferentes capacidades de acceso a los bienes escasos, siendo una poderosa herramienta de ostentación de poder y dominación. Esto no es nuevo de la industrialización ni del actual conjunto de clases sociales, sino algo que sucede efectivamente desde el inicio de las sociedades humanas. Sin embargo, cuando abordamos el consumo y las prácticas culturales en las sociedades contemporáneas dos elementos deben ser tenidos en cuenta:

En primer lugar, el consumo cultural, a diferencia de otros campos, puede que responda más a una satisfacción que a una ostentación y es posible que esa necesidad de satisfacción venga encurtida por las condiciones de existencia en las que el individuo ha crecido. Por otro lado, en las sociedades avanzadas se dan muchos modos de estratificación social, más allá de la clase o el estatus, (raza, etnia, género, educación, etc.) siendo todas ellas potenciales modos de configuración del porfolio cultural. De hecho, y tal y como veremos en los siguientes capítulos, muchas de ellas tendrán especial relevancia en la materia. Tomar en consideración estos aspectos, nos obliga a pensar en las complejas implicaciones teóricas que conllevaría elegir la clase, el estatus social o cualquier otra característica, para observar las diferencias en los hábitos y consumos culturales.

En segundo lugar, otra cuestión fundamental hace referencia a cómo nuestras preferencias culturales pueden desplegarse —o venir desplegadas— como recurso para el ascenso social; para cambiar nuestra posición social (Skeggs, 2005, p. 47). O al menos, que puedan dar ventaja competitiva a nuestra descendencia y así poder mejorar su “logro de estatus” es decir, y tal y como lo definen los percursores de los estudios sobre movilidad social, la mejora de la posición social del hijo respecto a la de su padre (Blau & Duncan, 1978).

1.3. Homología y Omnivoridad. Los estudios contemporáneos del consumo cultural

Son quizás el conjunto de estudios iniciados por los sociólogos Richard A. Peterson y Albert Simkus, liderados en la actualidad por el sociólogo de la Universidad de Oxford Tak Wing Chan, los que mejor sentido dan al sustrato teórico de nuestro trabajo. Inspirados por los trabajos de Peterson, Chan y Goldthorpe arrancaron su proyecto internacional *Social Status, Lifestyle and Cultural Consumption: A Comparative Study* (Chan et al., 2004). Junto a otros colegas de diferentes partes del mundo desarrollaron las teorías de Peterson usando nuevas encuestas y una operacionalización más elaborada de los conceptos de clase y estatus. Su intención fue la de proveer un marco epistemológico para la comparativa internacional en los estudios sobre consumo cultural.

Los iniciales hallazgos de Peterson (R. A. Peterson & Kern, 1996; R. A. Peterson & Simkus, 1992) supusieron una revolución de los estudios sobre el gusto y la estratificación social. La tesis defiende que, en lugar de una homología entre ciertos géneros artísticos y estratos sociales, las posiciones sociales más altas no sólo consumen más géneros *highbrow*, sino también más *middlebrow* y *lowbrow*, en contraposición a los estratos bajos, que sólo consumen una familia de géneros (mayoritariamente *middlebrow* o *lowbrow*). La omnivoridad se considera una probada “competencia de alta cualificación cultural, acumulada a través de las experiencias tempranas en el seno familiar, y amplificadas por la educación extra-curricular y las experiencias ocupacionales” (Lizardo & Skiles, 2012, p. 275). Los herederos de Peterson (Bryson, 1996, 1997; Chan & Goldthorpe, 2005, 2007d, 2007e; García-Álvarez,

Katz-Gerro, & López-Sintas, 2007; Gebesmair, 1998; Kraaykamp, Van Eijck, & Ultee, 2010; Lizardo & Skiles, 2012; López-Sintas, García-Álvarez, & Filimon, 2008; Snowball, Jamal, & Willis, 2010), se cuentan en cifras similares al de sus críticos o detractores (Atkinson, 2011; Bellavance, 2008; Lahire, 2008; Michèle Ollivier, 2008; Savage & Gayo-Cal, 2009; Tampubolon, 2008; Warde, Wright, & Gayo-Cal, 2007; Wuggenig, 2007), razón por la cual deberemos prestar atención tanto a las fortalezas del paradigma como a sus debilidades. De hecho, uno de sus principales sustentos teóricos: cómo la mayor tolerancia que despliegan los “omnívoros” al consumir todo tipo de géneros es reflejo de su actitud de respeto a otras culturas, será puesto a prueba en el presente estudio.

La literatura denominó a estos hallazgos como “tesis omnívora” (R. A. Peterson & Simkus, 1992) y más tarde, dada la ampliación de otras teorías derivadas, el autor anglo-hongkonés junto con John H. Goldthorpe los englobaron como *paradigma de la omnivoridad*. El proyecto de investigación de Chan y Goldthorpe, *Social Status, Lifestyle and Cultural Consumption: A Comparative Study*, pretendía responder a preguntas tales como:

- ¿siguen existiendo un orden de estatus en las sociedades actuales?;
- ¿cuál es la relación existente entre las posiciones sociales y patrones de consumo cultural?;
- ¿hasta qué punto otras características como la edad, el género, el nivel educativo, la etnia o los ingresos pudiesen afectar a esa relación?;
- o ¿hasta qué punto las relaciones entre estatus social y consumo cultural son comunes a diferentes contextos nacionales y en qué se diferencian? (Chan et al., 2004).

El proyecto abarca resultados de análisis basados en encuestas nacionales de Reino Unido, Francia, Holanda, Estados Unidos, Chile, Hungría e Israel y tuvo como producto final más destacado la publicación del libro *Social Status and Cultural Consumption* (Chan, 2010).

Nuestro trabajo se encuadraría en este marco como un país más, enriqueciendo y actualizando los hallazgos que desde el paradigma de la omnivoridad comenzaron López-Sintas y García-Álvarez con datos de finales del S.XX en nuestro país (2002) y usando metodologías similares.

Entre las teorías enmarcadas en ese *paradigma de la omnivoridad* deberíamos situar el trabajo de muchos otros sociólogos dado que muestran conclusiones parecidas a un fenómeno equiparable pero con aproximaciones metodológicas y teóricas diferentes. Nos referimos a:

- las tesis del “eclecticismo cultural” (Bellavance, 2008; Donnat, 1994);
- los patrones de consumo “indistintivos” (Savage, 1995);
- la tesis de la “disonancia/consonancia cultural” (Lahire, 2008);
- o los diferentes modos de “apertura cultural” (Ollivier, 2008).

No obstante, nuestra primera intención será comprobar, de modo general, la existencia de un hecho meridianamente contrastado con anterioridad, dentro y fuera de nuestro marco nacional: la existencia de patrones de consumo de géneros musicales variados, así como patrones de asistencia a eventos culturales –escénicos y visuales- intensos y plurales entre un segmento dado de la población. La correlación entre la voracidad en el consumo cultural y altos niveles educativos jugará un papel esencial en este análisis; tanto que deberemos acercarnos a las bases cognitivas de dicho vínculo, cómo las que aporta la *hipótesis del procesamiento de información compleja* (Ackerman, 1986; Ganzeboom, 1982). El impacto del logro educativo sobre el consumo no sólo podría venir dado por esa mayor capacidad de cognición, sino también por las redes sociales que se establecen según se va ascendiendo en las escalas educativas (Chan, 2010).

La cuestión es si, por un lado, estos patrones se ven determinados por características estratificadoras de los sujetos –o alguna otra de carácter estructural, como el omnipresente nivel educativo, la edad o el género-; y, por otro lado, si existe algún sustrato valorativo de los sujetos que pueda influir en sus preferencias estéticas y en su portfolio de consumo cultural.

Para alcanzar dichas metas debemos de tener en mente tres aspectos claves no mencionados hasta ahora. En primer lugar, no podemos obviar la otra cara del fenómeno que estamos estudiando: la producción de bienes culturales. No es nuestra intención hacer un análisis institucional de la materia –puesto que nuestro objeto es el consumo y la participación– pero nos podemos valer de algunos estudios que ya han indagado suficientemente en este aspecto.

En segundo lugar, aparte de los ya mencionados estudios de Adorno (2012) y DiMaggio (1987), prestaremos atención al reciente macro-estudio llevado a cabo por el sociólogo y periodista Frédéric Martel: *Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas* (Martel, 2012). Este trabajo nos es de especial utilidad dada su actualidad, extensión (cerca de 1250 entrevistas en 30 países, abarcando todos los estadios del proceso industrial musical y cinematográfico) y de su relevancia, en tanto testimonio de cómo los géneros atribuidos tradicionalmente a la cultura de masas han ido acumulando prestigio entre los consumidores; y como los productores, distribuidores y creadores han contribuido a ello. Así, las antiguas escalas jerárquicas de prestigio atribuidas a los diferentes géneros artísticos, particularmente en la música, tienden a *mesocratizarse* y por tanto, tienen su reflejo en patrones plurales, abiertos y omnívoros entre los sujetos más culturalmente inquietos. Esta inquietud cultural es bien analizada por el investigador del MIT, Henry Jenkins, en diferentes trabajos, uno de los cuáles también será empleado en nuestro corpus teórico: *Fans, bloggers y videojuegos. La cultura de la colaboración* (H. Jenkins, 2009).

En tercer lugar, y asociado a este fenómeno, nos encontramos con el siguiente grupo de referencias teóricas ligadas al estudio del cambio tecnológico en las sociedades avanzadas y que tendrán especial relevancia en el capítulo VI. Para ello, acudiremos a tres trabajos con sello nacional: el reciente trabajo desarrollado por Antonio Ariño *Prácticas culturales en España: desde los años setenta hasta la actualidad* (Ariño, 2010) que da continuidad al iniciado en 2006 (Ariño, Castelló Cogollos, Hernández i Martí, & Llopis, 2006); y, por último, el trabajo de Manuel Castells *La galaxia internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad* (Castells, 2001b) que a pesar de contener datos e informaciones

algo desactualizadas, nos aportará interesantes tesis sobre el impacto de las nuevas tecnologías en los hábitos culturales y su relación con la desigualdad de origen social.

1.4. El paradigma de la individualización. La cultura y el fin de las diferencias

De la anterior revisión teórica, el lector ya habrá advertido de una escasez de referencias a ciertos autores de gran importancia en el panorama internacional y que han aportado tesis alternativas a las anteriormente expuestas. Nos referimos a los llamados “intelectuales públicos” (Goldthorpe, 2010, p. 129): Anthony Giddens, Zygmunt Bauman, o Ulrich Beck, entre otros. Las aportaciones de estos autores se encuadran en lo que Chan y Goldthorpe englobaron como el *paradigma de la individualización* (2005, 2007d, 2007e). En síntesis, sostienen que, en el actual contexto de globalización de la economía mundial, la naturaleza de la desigualdad está cada vez más “desvinculada de la clase” (Beck, 2007, p. 188). La pérdida de peso de la clase trabajadora industrial en las sociedades avanzadas, la ruptura de las comunidades tradicionales asociadas a éstas y el incremento de las oportunidades de movilidad social ascendente hacen que “la clase sea hoy, menos que nunca, una *experiencia de vida*” (Giddens, 1994, p. 144). Así, la formación del gusto arrastra menos constricciones, haciéndonos caminar hacia una sociedad donde la libertad del individuo tiene mayor peso que los condicionantes de posición social y dónde la mayoría de los hábitos culturalmente aprehendidos para afrontar la vida “han perdido toda su utilidad y sentido” (Bauman, 2003, p. 137).

El problema fundamental de estos argumentos es la escasa, cuando no falta de evidencia empírica que los sustenten (Chan, 2010). Así lo detalla Goldthorpe con cierta ironía:

“Por ejemplo, al afirmar que en las sociedades avanzadas actuales menos personas que nunca están en las mismas posiciones de clase que sus padres, Giddens (1994) no cita evidencia alguna –lo que es apenas sorprendente porque de hecho se podría encontrar muy poca-. La investigación sobre la movilidad social en estas sociedades ha demostrado ampliamente que la asociación neta entre los orígenes de clase y los destinos sigue caracterizándose por un alto grado de estabilidad en el tiempo” (Goldthorpe, 2010, p. 141).

Da la sensación que estos sociólogos, auspiciándose en la difusión de ideas ideológicamente sugerentes e incluso proféticas, yuxtaponen conceptos abstrusos y “enunciados imposibles de rechazar”, cayendo en lo que Popper denominaba *rampant verbalism* (verborrea desaforada) (Popper, 2002, p. 18). Tal y como señala Maravall (2010), Goldthorpe ataca a aquellos teóricos que no entienden que la utilidad de una teoría consiste en proporcionar explicaciones a relaciones detectadas empíricamente. No es un problema de aceptar o no el “pluralismo metodológico” –punto que defendemos todos- más bien el de si corremos el riesgo de llegar a un “pluralismo epistemológico” típico del posmodernismo, “que rechaza el contraste entre tipos de investigación, que huye de ponerse a prueba” (Maravall, 2010, p. 13). En otras palabras, a pesar que estos autores pueden llegar a proponer ideas tentadoras, no proponen un corpus empírico sólido con el que un investigador pueda plantearse un programa de investigación. Y es aquí donde el dilema metodológico tomará cuerpo en nuestro trabajo dirigiendo nuestros objetivos.

1.5. El cambio de valores sociales en las sociedades desarrolladas

En la presente tesis se pondrá a prueba una hipótesis inédita hasta la fecha en los estudios de la omnivoridad cultural. Si bien Peterson y demás investigadores han litigado frecuentemente sobre cómo los omnívoros reflejan un mayor respeto y tolerancia a través de sus patrones de consumo omnívoro, nosotros nos serviremos de lo que consideramos un recurso real que da potencial ventaja para mejorar la posición de clase:

La imaginación. En un entorno donde la creación de valor se sustenta cada vez más en la generación de conocimiento, tener preferencias por la imaginación en la educación de los niños puede formar parte de una herencia cultural de clase. Tanto el valor por el respeto como por la imaginación, son valores que la literatura considera posmaterialistas típicos de una sociedad posmoderna. Según la tesis de Ronald Inglehart, las sociedades desarrolladas han experimentado un cambio de valores de aquellos más materialistas a otros más posmaterialistas (Inglehart, 1990, 2005). Este cambio vendría explicado por el enorme desarrollo económico que han experimentado las sociedades occidentales y Japón tras la Segunda Guerra Mundial. Basándose en la teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow, Inglehart explica cómo una vez se han cubierto las necesidades fisiológicas y materiales que garantizan la supervivencia de los individuos, éstos han experimentado un cambio de valores hacia aquellos más vinculados con las necesidades de “relación y participación social, las de respeto y reconocimiento social, y las expresivas y de autorrealización personal” (Bericat & Marín-Cassinello, 2012, p. 136). La importancia de un valor posmaterialista, como es el de la imaginación, se hace palpable en el desempeño profesional cotidiano de estas sociedades, especialmente entre aquellas profesiones de prestigio y alta cualificación que, como diría Ayse Güveli, tienen un mayor control y autonomía sobre su desempeño profesional (Güveli, 2007). Pongamos por caso la profesión médica. Alberto Portera estableció una bella alegoría entre la incertidumbre que caracteriza el proceso de diagnóstico médico y el laberinto:

“El acto médico está sometido a una complejidad constantemente variable que actúa como permanente factor perturbador y dificulta la llegada al centro del laberinto, es decir, el diagnóstico deseado. En este laberinto variable las únicas herramientas que utiliza el viajero son la cautela y la imaginación” (Portera, Antonio, 1996, p. 496).

La primera, el conocimiento, le sirve al médico para atenuar el riesgo que emana de la incertidumbre, mientras que la segunda, la imaginación, le sirve para enriquecer las opciones con las que cuenta. Es pues que incluso en las profesiones que han alcanzado un altísimo grado de profesionalismo y donde la estandarización de las prácticas se realiza en base a la evidencia científica existente, la imaginación sigue contando como elemento fundamental para sortear la incertidumbre profesional.

Inglehart realizó un mapa de las sociedades actuales teniendo en cuenta la mayor parte de las preocupaciones humanas, de la religión a la política, pasando por la economía o la vida social. Lo que obtuvo fueron dos grandes dimensiones: Un eje con valores entre lo Tradicional vs. Secular-racional; y otro eje entre valores de Supervivencia vs. Valores de autoexpresión. Inglehart y sus colaboradores encontraron que, entre los países occidentales y Japón primaban más aquellos valores a inculcar en niños considerados como posmodernos o de autoexpresión (la imaginación y la tolerancia por ejemplo). Esta correlación se potenciaba si esos países compartían valores más secular-rationales que religiosos. La prevalencia del valor de autoexpresión y su vinculación con el proceso de secularización en las sociedades industrialmente avanzadas ha encontrado evidencias positivas en los últimos años (Bericat & Marín-Cassinello, 2012; Fjellvang, 2011; Requena, 2001; Warren, 2011). Se da la circunstancia de que, en estos países, donde la hipótesis de la omnivoridad ha sido testada y probada con más frecuencia, son también donde podemos encontrar un mayor porcentaje de gasto en cultura en los hogares (Martin-Lagos López, 2011). Recientemente se ha publicado un trabajo basado en análisis multinivel donde se demuestra que el consumo de alta cultura se da con mayor frecuencia en aquellos países con más renta per cápita y que más inversión pública en cultura tienen (van Hek & Kraaykamp, 2013, p. 334). Es decir, y a tenor de sus datos, los autores se refieren a aquellos países que Inglehart había clasificado como los más seculares y los que desplegaban una constelación de valores más posmaterialistas: los países nórdicos. Indicios de este cambio se han podido observar también en la región andaluza. Con datos longitudinales de la Encuesta

Mundial de Valores para Andalucía, Bericat y Marín-Cassinello comprobaron un decrecimiento de la importancia de valores materialistas en pro de aquellas metas o logros sociales considerados posmaterialistas (Bericat & Marín-Cassinello, 2012, p. 142). Del mismo modo, comprobaron cómo el segmento poblacional más activo culturalmente, los que gozan de título universitario, (Herrera-Usagre, 2011a, 2013), era el que más correlacionaba con valores posmaterialistas (Bericat & Marín-Cassinello, 2012, p. 141).

En definitiva, tenemos suficientes elementos de juicio que nos hacen sospechar en un estrecho vínculo entre consumo cultural y valores posmaterialistas, pero aún nos falta conocer cuál sería su relación con los gustos variados, los gustos omnívoros.

Es curioso como en el curso de los siglos XVII y XVIII, la creatividad y la genialidad estaban íntimamente relacionadas con lo religioso o al menos, con lo espiritual, con “la chispa divina que enciende la imaginación del artista” (Throsby, 2001, p. 109). En 1767 William Duff definía los tres ingredientes fundamentales del genio: En primer lugar situaba la *imaginación*, “que toma ideas existentes, inventa nuevas y halla nuevas asociaciones entre ellas”; en segundo lugar estaría el *juicio*, que controla la imaginación y ordena las ideas; y por último el *gusto*, es decir, la sensibilidad interior del artista para poder discernir entre “lo hermoso y lo feo, lo decoroso y lo ridículo” (Etlin, 1996, p. 39). El gusto, se suma así a las herramientas de la cautela y la imaginación que utiliza el médico.

Hoy en día, considerar la imaginación como un don divino roza la candidez, pero lo más importante es que desde hace tres siglos, la imaginación se relaciona, no solo con la invención de nuevas ideas, sino también con la asociación y mescolanza entre ellas. La creatividad y el desarrollo de la curiosidad hacia el entorno están siendo profusamente estudiadas por su efectivo impacto en la generación de conocimiento. Destaca en esta labor Ken Robinson con sus best sellers *Out of Minds: Learning to be creative* (Robinson, 2010) y *The element: how finding your passion changes everything* (Robinson & Aronica, 2010). Además de estos trabajos divulgativos, también han surgido desde hace tiempo

evidencias científicas de cómo la preferencia por la imaginación y la creatividad está desigualmente distribuida entre los estratos sociales (Artz & Maldonado, 1978; Goble, Moran, & Bomba, 1991; Miller & Gerard, 1979; Rethi Devi, 1993) y cómo la generación de valor en la sociedad del conocimiento viene dada, no tanto desde la generación de nuevas ideas, sino desde la mescolanza y la fusión de antiguas (Benjamin, 2003; Ferguson, 2012; Johnson, 2010; Navas, 2012; Piscitelli, 2009).

En conclusión, podemos hablar hoy de ciertos hechos meridianamente evidenciados y que parecen tener puntos en común:

- a) La imaginación está íntimamente ligada a la creación artística y supone un recurso fundamental tanto para la creación e interpretación del arte, como para el desempeño profesional en las sociedades avanzadas (Robinson & Aronica, 2010; Throsby, 2001).
- b) Las sociedades avanzadas han experimentado un cambio hacia valores considerados posmaterialistas, como es el de la imaginación. Además, los miembros que comparten estos valores de una manera más intensa son aquellos con mayor nivel educativo (Bericat & Marín-Cassinello, 2012; Inglehart, 1990).
- c) Estas sociedades son también las que están desplegando patrones de consumo cultural más omnívoros, siendo los miembros con mayores niveles educativos y con mayor estatus social los que más acaparan esta tendencia (López-Sintas & García-Álvarez, 2002; van Hek & Kraaykamp, 2013).

2. Metodología

2.1. Objetivos e hipótesis

El objetivo general de la presente investigación consistirá en describir los patrones de consumo cultural así como los procesos de estratificación por los cuales se genera la distinción en las sociedades industrialmente avanzadas. Como objetivo específico, pretendemos averiguar qué papel podría estar jugando el cambio de valores acaecidos con la posmodernidad en esos mismos procesos de distinción social a través de la cultura y el arte. En concreto, el valor por la imaginación y el valor por la tolerancia y el respeto. Para ello nos valdremos de una serie de hipótesis que serán testadas con datos de diferentes fuentes pertenecientes a España y Andalucía en el periodo que va de 2002 a 2009.

En primer lugar, intentaremos averiguar si los procesos de estratificación social clásicos, a saber, clase social y logro de estatus o prestigio, tienen un efecto sobre los patrones de consumo y participación cultural. Esta cuestión es quizás una de las más formuladas en sociología, pero deberá ser revisada empíricamente dada las nuevas aportaciones de la presente tesis:

H1. Los modos de consumo y participación cultural están condicionados por características estratificadoras de los sujetos.

Creemos que, además de los procesos de estratificación social, otra serie de características estructurales de los sujetos influyen significativamente en sus hábitos y prácticas culturales. La edad, asociada a los ciclos de vida, el logro educativo y, especialmente, el origen social, condicionan no sólo los hábitos sino también el tipo y género cultural que consumen los sujetos:

H2. Los modos de distinción social a través del consumo y la participación cultural se ven afectados por la edad, el sexo y el logro educativo.

Los géneros artísticos en los cuales se vienen clasificando los productos y actividades culturales en función de su prestigio y legitimidad,

se han distinguido entre aquellos considerados como *highbrow* o alta cultura y el resto, *lowbrow* o baja cultura. Si se produjesen cambios en la estructura social podríamos monitorizarlos a través de cambios en las estructuras de géneros culturales. Así, se han establecido complejas relaciones homológicas entre este panorama de géneros y los diferentes estratos sociales que componen las sociedades capitalistas (Bourdieu, 1998). No obstante, en el presente trabajo ponemos a prueba la hipótesis de la omnivoridad cultural por la cual, los estratos mejor posicionados no sólo consumen más alta cultura, sino que también consumen más cultura de masas y más cultura popular. Ésta hipótesis fue contrastada con datos de 1999 para nuestro país (López-Sintas & García-Álvarez, 2002) y que consideramos debiera de tener un nuevo referente:

H3. La distinción de los estratos mejor posicionados no se caracteriza sólo por el consumo intenso de alta cultura sino también por el consumo intenso de todo tipo de géneros, es decir, se caracteriza por un consumo omnívoro.

Las tres hipótesis anteriores serán contrastadas en el capítulo IV.

Según la literatura científica en la materia uno de los factores que más condicionan el consumo y la participación cultural es el origen social de los individuos. Incluso por encima de la posición social de los sujetos, su origen social, tanto de clase como de nivel educativo, es el factor que más influencia ejerce sobre su portfolio cultural. Según diferentes autores (Kraaykamp & van Eijck, 2010; van Eijck, 1999) los comportamientos omnívoros se dan con mayor frecuencia entre aquellos sujetos que han experimentado una movilidad social ascendente, conservando los gustos de su clase de origen y adquiriendo los nuevos, más distinguidos, de su clase de destino. La presente tesis se opone a la hipótesis anterior y propone que el patrón omnívoro se da más entre aquellos sujetos de un alto origen social y que además conservan la posición de sus progenitores. En el seno de las familias mejor posicionadas se transmitirán no sólo las aptitudes necesarias para entender y conocer los géneros tradicionalmente distinguidos sino también una

actitud hacia la cultura que permita a los sujetos estar abiertos a todo tipo de géneros. Esta hipótesis será contrastada en el Capítulo V:

H4. *El patrón de consumo omnívoro se da con mayor frecuencia entre aquellos sujetos que tienen un origen social más alto.*

Según la teoría de la omnivoridad cultural, los estratos mejor posicionados mantienen un consumo de alta cultura dado que esta actividad sigue generando una considerable capacidad de distinción de los individuos. El entendimiento de la complejidad formal que tienen estas obras se sustenta en el conocimiento de su ascesis histórica, hecho el cual sigue sucediendo en los estratos mejor posicionados. Por otro lado, su interés en otros géneros, particularmente cuando abordamos las preferencias musicales, se sustenta en su compromiso con la tolerancia y el respeto por la diversidad cultural y social. La tendencia omnívora de estos sujetos parece mejor adaptada a un mundo cada vez más global y que se encuentra gobernado por la lógica de desarrollar su propio camino, en parte, a través de mostrar respeto a otras formas de expresión cultural (Bryson, 1997; R. A. Peterson & Kern, 1996). De este modo, los sujetos que demuestren un patrón de consumo omnívoro en alguna dimensión, pongamos por caso la música, compartirán un mayor deseo que el resto de la población por educar a la descendencia en el valor de la tolerancia y el respeto, con la intención de darles una mejor ventaja adaptativa y competitiva en el futuro:

H5. *Aquellos individuos que despliegan un consumo omnívoro tendrán una mayor preferencia por la educación en la tolerancia y el respeto que el resto.*

La presente tesis propone una nueva hipótesis explicativa en la materia. Los sujetos que tienen una mejor posición social despliegan con mayor frecuencia comportamientos omnívoros en lo cultural dado que tienen una mayor preferencia por la imaginación y la creatividad. Las sociedades avanzadas se han comenzado a (re)constituir alrededor de su capacidad para generar conocimiento y para innovar continuamente nuevas soluciones creativas en todos los sectores productivos.

Estos aspectos están íntimamente ligados a la capacidad imaginativa, fruto del conocimiento de todo tipo de expresiones y de su mezcla. Cuanto más amplia es tu capacidad por conocer y entender todo tipo de expresiones culturales, más capacidad tienes para generar nuevas ideas y en mejor posición de adaptación a la sociedad actual te encontrarás. Esta creencia se daría con mayor probabilidad entre los estratos privilegiados. Así, aquellos individuos que despliegan patrones omnívoros de consumo cultural tendrán una mayor preferencia por la imaginación.

H6. Aquellos individuos que despliegan un consumo omnívoro tendrán una mayor preferencia por la educación en la imaginación que el resto.

Una vez falseadas las anteriores, pondremos en pugna las hipótesis H5 y H6 en un mismo modelo de comprobación empírica (Capítulo VI).

2.2. Diseño de investigación

El diseño de investigación de esta tesis se compone de tres bloques fundamentales:

- 1) Un **análisis teórico** del concepto de cultura contenido en el capítulo II, donde profundizaremos en la definición de cultura y otros conceptos periféricos, como el de consumo cultural, bien cultural o participación cultural. Además se analizarán los debates más importantes alrededor de los sistemas jerárquicos de clasificación del arte a lo largo del S.XX, las relaciones homológicas entre géneros artísticos y estratos sociales, el impacto que supuso la llegada de la cultura de masas o su derivación actual a lo que se conoce como cultura *mainstream*.
- 2) El segundo bloque presentará una serie de **análisis descriptivos** de diferentes indicadores relativos a la actividad cultural, con la intención de exponer la situación de las dos poblaciones objeto de análisis, la española y la andaluza, en perspectiva compara-

da con Europa. Estos análisis consistirán en la exposición de datos estadísticos de diferentes fuentes: regionales, nacionales y europeas. Además en este bloque, contenido en el capítulo III, se expondrá algunos indicadores relativos a la importancia del sector y el empleo cultural en nuestro país que nos ayuden a comprender su lugar en la estructura económica y social.

- 3) El tercer bloque está dedicado a los **análisis explicativos** sobre el consumo y la participación cultural. Con estos análisis, contenidos en los capítulos IV, V y VI, se buscará responder a una serie de preguntas de investigación sobre las relaciones entre los procesos de estratificación social y los patrones de consumo y participación cultural. Finalmente, otras hipótesis, relativas al cambio de valores experimentados en las sociedades industrialmente avanzadas y su influencia en los modos de consumo cultural, serán puestas a prueba conformando lo que serán las aportaciones más significativas de la tesis. Para ello, tres encuestas diferentes servirán para realizar distintos análisis multivariantes (regresiones logísticas y análisis de clases latentes) que pondrán a prueba el conjunto de hipótesis presentadas a continuación.

2.3. La Operacionalización de la estratificación social

Los dos próximos sub-epígrafes tendrán una intención técnico-operativa. En el presente, expondremos el modo en el que hemos operacionalizado los procesos de estratificación social, a saber, clase y estatus social. En el siguiente, explicaremos cómo hemos operacionalizado para su utilización empírica conceptos como el de consumo o práctica cultural.

Las diferencias entre estatus y clase no son tan grandes como en principio nos puedan parecer. No son enteramente incompatibles y “algún grado de compromiso entre ellos debe ser buscado” (Erikson & Goldthorpe, 1992, p. 34). Aún así, existen moderadas “inconsistencias” entre clase y estatus lo que nos debería hacer considerar que son dos formas diferentes de estratificación social (Goldthorpe, 2012, p. 47).

Por ejemplo, si lo que se busca es investigar los determinantes del éxito o el fracaso educativo, las escalas de prestigio o de estatus socioeconómico pueden llegar a ser muy útiles. El estatus socioeconómico, al ser una suma ponderada de los ingresos y años de educación, puede ser muy ventajoso a la hora de explicar los factores que inciden en el abandono escolar. Por otro lado, “las diferencias de estatus también se expresan en los estilos de vida de diferente distinción que son considerados apropiados a los diferentes niveles de estatus” (Goldthorpe, 2012, p. 47).

No obstante, el hecho de asociar una ocupación, ordenada por ingresos y educación, con una puntuación, puede llevar a equiparar dos ocupaciones que ocupan un lugar muy diferente en el espacio social. Hay que tener en cuenta que para las jerarquías de estatus, dos ocupaciones con una misma puntuación son consideradas idénticas. De este modo, en nuestros análisis del consumo de bienes y servicios culturales que presentaremos más adelante, estaríamos determinando que el gerente de una pequeña empresa y un trabajador social, ambos con la misma puntuación ISEI -51- (Carabaña & Gómez Bueno, 1996, pp. 123–124), asistirían con la misma frecuencia al teatro a pesar de que, las “oportunidades vitales” de ambos son del todo distintas.

Por el contrario, el principal beneficio que concede el estudio de clase reside en la posibilidad de ordenar las distintas unidades de acuerdo con el tipo y la cantidad de recursos de los que disponen (propiedad, formación o responsabilidad), es decir, de acuerdo a sus *relaciones de empleo* (Müller, 1990, p. 309). Para Erikson y Goldthorpe (1992) el análisis de clase aporta aún otras dos ventajas: revela aspectos estructurales del desarrollo económico y podrían dar cuenta también de las identidades de clase, reflejadas del mismo modo en diferentes estilos de vida.

Ambas herramientas se utilizan con el fin de ver cuál de ellas tiene un mayor poder explicativo sobre diferentes fenómenos sociales. La adecuación de una u otra herramienta para el estudio del consumo de bienes y servicios culturales puede ser testada a través de la utilización de técnicas multivariadas como ya se ha hecho anteriormente (Chan & Goldthorpe, 2007a). A continuación, vamos a mostrar que tipos de estratificación por clases y estatus socioeconómico hemos escogido.

2.3.1. Estratificación por clases sociales. El modelo EGP

Las clases sociales pueden establecerse a través de la selección de diferentes características tanto de los sujetos como de la estructura de relaciones de producción. En su proyecto de inspiración declaradamente marxista, *Comparative Project of Class Structure and Class Consciousness*, Erik Olin Wright pretendía diseñar un esquema de clases sociales que diera cuenta de los sucesivos cambios que se iban dando en la estructura social de las sociedades capitalistas (E. O. Wright, 1980, 1989). Como él mismo afirma, es un trabajo siempre en continua reelaboración. Un elemento fundamental del esquema de clases de Wright es la diferencia entre “clase” y “ocupación”. Para él, la mera agrupación de las ocupaciones no puede nunca generar una clase social. La materia prima con la que trabaja para materializar las clases son los “oficios” (*jobs*) entendidos como “espacios vacíos” que son rellenados por los individuos dentro de las relaciones de producción (E. O. Wright, 1989, p. 277). De ese modo, y a través de encuestas creadas *ad hoc*, Wright y sus colaboradores pudieron ubicar a los individuos una vez describen sus empleos en base a características propias de un análisis marxista de las relaciones laborales: nociones como control, explotación, propiedad, autonomía, materiales y datos con los que trabaja, etc., son fundamentales en la propia construcción de su esquema de clases. Su esquema da lugar a 12 clases sociales dependientes de tres ejes fundamentales: a) Propiedad de los medios de producción; b) habilidades y credenciales; y c) supervisión y control.

Desde una perspectiva *neo-weberiana* o *weberiana de izquierdas*, Robert Erikson y John H. Goldthorpe (1992) han ofrecido el que probablemente sea el esquema de clases basado en relaciones de mercado más extensamente utilizado (Ahrne, 1990). Ambos autores hacen una primera diferenciación de posiciones de clase que establecería en grupos diferentes a los empleadores, los auto-empleados y los empleados. Se puede hacer una mayor diferenciación de los empleados en términos de su relación con el empleador, su formación, y su capacidad de control, que además estará incluida tanto de forma implícita como explícita en su contrato de trabajo. Según Chan y Goldthorpe (2007a, p. 513) en los últimos años ha surgido un amplio consenso entre los

sociólogos para tratar las clases sociales a través del esquema de clases EGP o CASMIN (Erikson, Goldthorpe, & Portocarero, 1979). No es en sí mismo un esquema que pretenda crear grupos socio-culturalmente homogéneos, con fronteras sociales bien definidas por procesos de selección, socialización o cierre sino, más bien, grupos de personas definidas por sus “oportunidades vitales”. Queda así patente su clara inspiración weberiana. En la Tabla 1 se muestran la versión completa de 11 clases sociales, la versión adaptada de 7 clases sociales y una versión mixta del esquema. Estos dos últimos esquemas serán los utilizados en nuestros análisis explicativos. La situación profesional (empleador, auto-empleado, empleado) y la ocupación sirven para asignar una posición de clase en función de relaciones de producción. Las ocupaciones se clasifican siguiendo diferentes codificaciones a escala nacional o internacional. En cada uno de los análisis realizados en la presente tesis hemos utilizado el código ocupacional, codificado según la Clasificación Nacional de Ocupaciones de 1994 a dos dígitos o tres dígitos, así como otras dos variables: la situación profesional que tiene, ya sea empleador, empleado o autónomo y el tamaño de su empresa. La combinación de estas tres variables nos ha proveído de las herramientas adecuadas para elaborar esquemas EGP.

Tabla 1. Versiones del Esquema de Clases sociales EGP o CASMIN

Versión Completa (11 Clases)		Versión adaptada (7 clases)		Versión mixta (7 clases)	
I	Profesionales y administradores de grado superior, gerentes de grandes empresas y grandes propietarios (igual o más de 10 empleados)	I	Profesionales y administradores de grado superior, gerentes de grandes empresas y grandes propietarios (igual o más de 10 empleados)	I y II	Profesionales, administradores, técnicos y gerentes de grandes y pequeñas empresas
II	Profesionales y administradores de grado inferior, técnicos de grado superior, gerentes de pequeñas empresas, supervisores de "no manuales"	II	Profesionales y administradores de grado inferior, técnicos de grado superior, gerentes de pequeñas empresas, supervisores de "no manuales"		
II la	Empleados no manuales (rutina) de grado más alto (administración y comercio)	III	Empleados no manuales (rutina)	IIIa	Empleados no manuales (rutina) de grado más alto (administración y comercio)
IIlb	Empleados no manuales (rutina) de grado más bajo (ventas y servicios).				
IVa	Pequeños propietarios, artesanos, etc., con empleados (menos de 10 empleados) y	IV	Pequeña Burguesía.	IV	Pequeña Burguesía.
IVb	Pequeños propietarios, artesanos, etc., sin empleados (autónomos)				
IVc	Agricultores y pequeños propietarios agrícolas con empleados				
V	Técnicos de nivel más bajo y supervisores de trabajadores manuales	V	Técnicos de nivel más bajo y supervisores de trabajadores manuales	V + VI	Técnicos de nivel más bajo, trabajadores manuales cualificados y supervisores de trabajadores manuales
VI	Trabajadores manuales cualificados.	VI	Trabajadores manuales cualificados.		
VIIa	Trabajadores manuales semi- y no cualificados (no agrícolas).	VII	Trabajadores manuales semi- y no cualificados	VII + IIlb	Trabajadores semi- y no cualificados de los sectores manuales y no manuales (venta y servicios)
VIIlb	Trabajadores agrícolas por cuenta ajena (jornaleros).				

Fuente: (Chan & Goldthorpe, 2007a; Erikson & Goldthorpe, 1992) y elaboración propia

Podría suponerse que si las clases I y II, de gestores y profesionales de grado superior, tienen mayores ingresos que las clases de trabajadores manuales, VI y VII, el mismo principio puede aplicarse al resto de clases en una progresión lógica y escalonada. A diferencia de la escala de estatus, la jerarquización de las clases sociales es algo más problemática. Por ejemplo, en términos de seguridad del empleo, estabilidad de ingresos y oportunidades de promoción, las diferencias entre un trabajador del grupo no manual (Clase III) y un Jefe de departamento de una fábrica (Clase V) no es jerárquica. Es pues que, como señalan Chan y Goldthorpe (2007a, p. 514), el esquema de clases EGP hay que tomarlo como una estratificación de categorías diferenciadas entre sí, pero no como una estratificación escalonada o jerárquica en términos generales. Como veremos ahora, las escalas de prestigio o de estatus socioeconómico, sí que establecen una escala de las ocupaciones en un orden jerárquico, férreo y estandarizado.

2.3.2. Escalas de prestigio ocupacional o Estatus. SIOPS e ISEI

A diferencia del anterior instrumento de análisis de la estratificación social, las escalas de prestigio ocupacional o estatus pretenden proveer al investigador social de una herramienta útil para la clasificación ordinal de las profesiones con el objetivo de compararlas globalmente. Siguiendo una perspectiva weberiana, nos referiremos por orden de estatus a la “estructura de relaciones percibidas, y más o menos aceptadas, de inferioridad, igualdad y superioridad social entre individuos” (Chan & Goldthorpe, 2007a, p. 514). Siguiendo trabajos anteriores en la materia (Carabaña & Gómez Bueno, 1996; Chan et al., 2004; Laumann, 1973) tomaremos las ocupaciones como una de las características posicionales a las cuales el estatus se adhiere de manera más indivisible en las sociedades contemporáneas. La profesión o el oficio que desempeñemos serán automáticamente interpretados por el resto de individuos en una escala de estatus social. El modo de sintetizar toda la información que contienen cada profesión u oficio (autonomía, complejidad, tasas de paro, etc.) de manera que podamos compararlas entre sí, es lo que Carabaña y Gómez-Bueno llaman equivalente general social: El prestigio. Los autores afirman “una escala de prestigio

profesional es útil siempre que queremos comparar globalmente una profesión con otra y siempre que nos interesa tratar la profesión como una única variable” (1996, p. 11).

Para establecer estas escalas disponemos de dos modos: un método directo y un método indirecto. Como ha puesto de relieve Wegener (1988, p. 118), la diferencia radica en quién construye la escala. En el método directo, se mide directamente el prestigio que una sociedad dada otorga a las profesiones a través de una encuesta. En el indirecto, es el investigador el que establece el estatus de las profesiones, midiendo las características propias de cada una de las profesiones (nivel de formación necesaria, ingresos medios, capacidad de control, etc.). Consecuentemente, estaríamos ante una medida de estatus objetiva. En nuestra tesis vamos a optar por una medición directa que describen el prestigio de las profesiones, y una medición indirecta para evaluar el estatus social. La escala SIOPS (*Standard International Occupational Prestige Scale*) de Donald J. Treiman (1977) fue elaborada con la intención de reflejar el prestigio medio de cada profesión a través del mundo (Carabaña & Gómez Bueno, 1996, p. 47). Para calcular las puntuaciones, Treiman tomó en cuenta tantas escalas de prestigio como pudo recolectar alrededor del mundo –un total de 60- para, una vez traducidas y homogeneizadas, obtener una puntuación media para cada profesión. Sería, por así decirlo, una escala “indirectamente directa” (Carabaña & Gómez Bueno, 1996, p. 44). La escala toma valores que van del 92 para “Jefe del Estado” a -2 para un “recolector”.

Posteriormente surgió el índice ISEI (*International Socio-Economic Index*) desarrollado por Ganzeboom, de Graaf y Treiman (1992) que toma más una valoración indirecta del estatus. Esta escala valora la ocupación en cuanto a la fidelidad con que ésta transforma la educación en ingresos (Carabaña & Gómez Bueno, 1996, p. 44). En realidad, basaron este índice de estatus en el anteriormente desarrollado por Duncan (1961) para Estados Unidos. Para convertirlo en una escala internacional, homogeneizaron las variables educación e ingresos de cada una de las ocupaciones contenidas en la clasificación internacional ISCO-68 e ISCO-88 y le asignaron una puntuación que varía del 16 (para jornaleros por ejemplo) al 90 (para jueces).

Para Carabaña y Gómez-Bueno una de las ventajas del uso de estas escalas de prestigio profesional es su “estabilidad a través de los grupos sociales, del espacio y del tiempo” (1996, p. 25). No obstante, una de las objeciones más comunes atiende al propio *consenso valorativo*, dado que tomamos como supuesto la existencia de un consenso valorativo y cognitivo sobre los juicios de evaluación de dichas profesiones. Los autores argumentan que, si bien se han encontrado diferencias entre países, géneros y edades, los coeficientes de correlación más bajos entre las puntuaciones de uno y otro extremo rondan el 0,80. Esto podría alertarnos sobre las diferencias existentes, pero quedarían empantanadas ante el alto grado de acuerdo, que también existe (1996, p. 29).

2.4. La operacionalización del consumo y la práctica cultural

La operacionalización es quizás uno de los caballos de batalla más importantes en las discusiones metodológicas sobre el estudio del consumo y la práctica cultural. Podríamos afirmar que la observación de las prácticas y consumos culturales a través de encuestas se enfrenta a cuatro grandes dilemas a la hora de formular las preguntas:

- 1) medir el *volumen*, es decir, la cantidad de bienes y servicios culturales que los individuos consumen o son partícipes;
- 2) comprobar la *composición* en cuanto a la jerarquía de géneros en los que se componen ese portfolio individual de consumos culturales;
- 3) observar las *preferencias* que tienen los individuos respecto a unos géneros u otros; y
- 4) explorar el *sentido* que le confieren a dichos consumos los propios sujetos.

La mayoría de encuestas sobre consumo y participación cultural se orientan al *volumen*, utilizando preguntas sobre frecuencias de consumo y/o participación. Por ejemplo, cuándo fue la última vez que acudió al teatro, a un concierto, al cine o una feria de artesanía. También suelen abordar la *composición* acudiendo a esquemas de géneros artísticos de fácil comprensión por parte del entrevistado, es decir, esquemas reconocibles en los cuáles los propios sujetos clasifican las obras que consumen. Por ejemplo, se les pregunta la frecuencia con la que escuchan rock/pop, blues, jazz, música clásica, ópera, flamenco, etc. Son escasas las encuestas que afrontan, ya no tanto el género, sino obras concretas que serán posteriormente clasificadas, de manera indirecta, en una jerarquía de géneros por parte del investigador. Es el caso del trabajo de Bourdieu para su obra *La Distinción* (1998) en la cual sólo empleó preguntas sobre obras concretas de la literatura, la pintura, la música o el cine, así como programas de televisión de la época, entre otros ítems sobre estilos de vida. En dicha encuesta, se abordaban más la *composición* y la *preferencia* que el *volumen*, interrogando a los individuos sobre cuánto más le gustaban dichas obras. Más recientemente, Alan Warde y sus colegas (Warde, Wright, & Gayo-Cal, 2008) diseñaron una encuesta en la que incluían no sólo géneros sino también obras, autores y directores de cine con la intención de medir las preferencias, así como el grado de legitimidad que le conferían a dichos autores u obras. Medir la legitimidad, conformaría una aceptable forma de captar a través de encuestas el sentido que le confieren los sujetos a sus consumos o, al menos, un ejercicio de auto-posicionamiento en cuanto a la legitimidad que socialmente poseen dichos ítems. Quizás, estudios como el de Halle sobre la actitudes hacia el arte abstracto (1992) son el mejor intento que se ha hecho respecto al *sentido* pero indudablemente, conseguir captarlo a través de encuesta se presenta como un ejercicio pobre o baldío, si comparamos esta estrategia metodológica con las desarrolladas por la etnografía.

Pero hay una cuestión que la investigación sociológica cuantitativa sobre el consumo cultural ha estado obviando de manera más o menos consciente y que tiene importantes implicaciones empíricas y teóricas. Nos referimos al concepto de cultura como remezcla. La

mayoría de cuestionarios abordan los géneros culturales atendiendo al *volumen* y *composición* de los consumos y, en menor medida, a la *preferencia* que se tiene por alguno de ellos. Al preguntar así a los entrevistados, se les supone que hacen un juicio crítico sobre sus hábitos para ubicar las obras que consumen en las categorías que se les sugiere. Por ejemplo, afirmarán que han acudido al teatro si así ha sido, o a una feria de artesanía si así la considera. No obstante, y este parece ser un hecho cada vez más extendido en el ámbito de la música y en ciertas artes escénicas, las obras pueden tener un origen híbrido y los entrevistados podrán reconocer en una sola obra, géneros como el jazz, el pop, el rai marroquí e incluso el flamenco. Del mismo modo, otro entrevistado que esté pensando en la misma obra, puede que no tenga la capacidad de reconocer dichas influencias y sólo reconozca el flamenco. Esto sugiere que quizás la omnivoridad no es tanto la simple agregación de obras en casillas estanco bien definidas, sino el producto de un juicio crítico y bien fundamentado por parte de los sujetos sobre el origen, las influencias y las convergencias de géneros contenidas en una misma obra. Esto tiene difícil solución si no abordáramos los cuestionarios incluyendo obras concretas. Sin embargo, las composiciones convencionales de preguntas sobre consumo cultural basadas en géneros pueden proveernos de información muy valiosa sobre la capacidad y conocimientos que los entrevistados tienen sobre las obras que consumen, mostrando así su juicio estético.

Para nuestros análisis explicativos (capítulos IV, V y VI) hemos utilizado una aproximación al consumo cultural enfocada fundamentalmente al *volumen* y a la *composición*. Tendremos dos grandes generalidades de preguntas:

- a) Aquellas que afrontan la *participación cultural*. Estas preguntas abordan la asistencia a diferentes espacios, actividades y eventos considerados culturales. Para la muestra española se utilizó la Encuesta de Empleo del Tiempo desarrollada por el INE para el año 2002 (capítulo IV, epígrafe 3.1). En dicha encuesta se pregunta a los entrevistados si han acudido a una serie de eventos, espacios y actividades culturales en las últimas cuatro semanas.

En segundo lugar, se utilizó para la muestra andaluza la Encuesta de la Realidad Social Andaluza realizada por el Centro de Estudios Andaluces para el año 2009 (capítulo VI, epígrafe 7.3). En este caso, se realiza la misma pregunta pero a un mayor rango de eventos culturales. También hay diferencia respecto al lapso de tiempo empleado, ya que aborda la asistencia en los últimos 12 meses. Esto favorece la captación empírica del fenómeno dada la limitación de la muestra.

- b) Aquellas que afrontan el *consumo de géneros musicales*. Este conjunto de preguntas pretenden abordar el conjunto de géneros que más usualmente consumen los entrevistados. Para la muestra española hemos utilizado la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales desarrollada por la Fundación Autor y el Ministerio de Cultura para el año 2007 (capítulo IV, epígrafe 3.3). En dicha encuesta se pregunta sobre qué géneros musicales suele escuchar el entrevistado de una batería de 23 géneros que fueron colapsados en otros 13. Con dicha formulación se deja al entrevistado la libertad de valorar aquellos que más escucha, haciendo plausible la posibilidad de estar evaluando, además del *volumen* y la *composición*, la *preferencia* por los géneros del entrevistado. En segundo lugar, volvimos a acudir a la Encuesta de la Realidad Social Andaluza para evaluar el consumo géneros musicales en Andalucía (Capítulo V, epígrafe 5; y Capítulo VI, epígrafe 7.2). En dicho cuestionario se pregunta si el entrevistado ha escuchado, en las últimas cuatro semanas, alguno de los géneros contenidos en una batería muy similar a la aplicada para la muestra española. De este modo, se obtiene un efecto muy parecido al de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales que pregunta por los géneros que “suele” escuchar. Adicionalmente, también se analiza si los entrevistados han acudido en los últimos 12 meses a conciertos de música de los mismos géneros, pudiendo así comprobar no sólo el género de música que escucha sino también aquel género por el que están dispuesto a desplazarse para ver en directo.



Capítulo II.

Cultura.

Un concepto esquivo.

Capítulo II. Cultura. Un concepto esquivo.

Existen pocos conceptos en ciencias sociales que sean tan amplios y tan versátiles como es el concepto de cultura. Raymond Williams en su canónica obra *Keywords* nos advertía que el término cultura es “uno de los dos o tres más complicados en la lengua inglesa” (Williams, 1985, p. 76). La plasticidad semántica, su capacidad para acumular nuevos significados formas de interpretación son una de sus características fundamentales. Podríamos hacer un uso del término extraordinariamente restrictivo hasta tal punto que sólo nos fijásemos en aquellos fenómenos que nos interesan; o bien, podríamos hacer un uso del término en su definición social total, en la que la cultura es, efectivamente, todo, convirtiéndose en un término “analíticamente vacío y operativamente carente de significado” (Throsby, 2001, p. 17).

Podríamos afirmar, sin miedo a equivocarnos, que en castellano ocurre exactamente lo mismo. Cuadrado y Berenguer señalan: “el concepto de cultura se ha ampliado tanto que puede correr el riesgo de abarcarlo todo y, por tanto, no tener ningún sentido. Estaríamos ante la nada” (2002, p. 9). En esa misma línea, Rodríguez-Ferrándiz llega a afirmar que, por cultura, no sabemos ya a qué nos estamos refiriendo dado que se han reventado “las costuras de los trajes que le sirvieron en otras épocas, presa de una elefantiasis galopante” (2012, p. 10). En definitiva, el sólo ejercicio de darle una definición hoy se puede asemejar al ejercicio de “enjaular el viento” (Borofsky, 1998, p. 64).

De este modo tan resumido y gráfico, se ha estado enfatizando la expansión semántica que ha ganado el término, sobre todo en los últimos dos siglos. El motivo de tan amplio espectro de significados pueda deberse a la propia “complejidad de su evolución semántica” (Giner, Lamo de Espinosa, & Torres Albero, 1998, p. 167). En sus orígenes latinos hizo referencia a cultivo de la tierra y cuidado del ganado. Esta idea se llevó hasta prácticamente la Ilustración cuando se produce

un importante hito que logra ampliar el rango de usos notablemente. El Diccionario de la Academia Francesa de 1718 incluyó también un sentido más metafórico sobre el proceso de desarrollo humano, incluyendo referencias sobre literatura, pintura, filosofía y ciencias.

Un primer acercamiento actual nos lo proporciona el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (Real Academia Española, 2001). Su definición contiene cinco marcos de referencias claves: el primero, hace mención a su origen latino de labranza y cuidado del ganado. El segundo hace referencia al culto religioso, mientras que el tercero, alude al conjunto de conocimientos sobre gimnasia, deporte, y desarrollo físico. Los dos últimos marcos hacen referencia a dos dimensiones de mayor interés para nuestro trabajo: *El marco Individual*, que englobaría el conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico, y *el marco Colectivo*, con una doble subdivisión: a) Espacial: cultura “alude al conjunto de manifestaciones de la tradición de un pueblo.” b) Temporal. Cultura alude al “conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.”

En esa misma línea, el sociólogo Chris Jenks (1993, p. 11) aporta una definición del concepto en cuatro ramas:

- 1) *Categoría individual o cognitiva*: cultura nos indica una filosofía de vida que aspira alcanzar un estado de perfección y emancipación humana. Por un lado, debería ser un reflejo de una filosofía altamente individualista; y por otro, una dedicación filosófica de la distinción o superioridad de la humanidad.
- 2) *Categoría colectiva*: Cultura como desarrollo intelectual y/o moral en la sociedad. Hace referencia a la idea de asociar cultura con civilización, proveniente de la tradición ilustrada y heredera de las teorías evolucionistas. Esta dimensión contempla el concepto como un constructo de la vida colectiva, no como un estado de conciencia individual.

- 3) *Categoría concreta o descriptiva*: Cultura vista como el cuerpo colectivo de las artes y el trabajo intelectual dentro de cualquier sociedad. Este término se refiere al concepto comúnmente usado por cultura y contiene sentidos de particularidad, exclusividad, elitismo, conocimiento especializado y socialización.
- 4) *Categoría social*: Cultura hace referencia al estilo de vida de una persona: Se refiere al sentido pluralista y potencialmente democrático del concepto, que ha venido a ser un objeto de estudio básico dentro de la sociología, la antropología, así como los estudios culturales.

Con esta clasificación Jenks procura ofrecer una gama lo suficientemente general como para dar cabida a todos los usos contemporáneos del término. En síntesis, en su teoría existirían dos grandes dimensiones que cubren los significados de cultura. Por un lado, utilizamos el concepto de cultura haciendo referencia al cuerpo de conocimientos que hacen a los individuos, entes enriquecidos, distinguidos y cultivados en las ramas de la expresión humana más creativa y emancipadora (categorías 1 y 3). Por otro lado, utilizamos el concepto de cultura a la hora de referirnos al cuerpo de conocimientos, logros, expresiones y modos de vida que, como ente colectivo y social, hemos sido capaces de heredar, acumular, y, al mismo tiempo, seguir creando (categorías 2 y 4).

Por ejemplo, si bien la primera categoría alude al carácter distintivo que provee la cultura al ser humano, la segunda remarca una cualidad ligada al desarrollo de las civilizaciones así como a los valores, conocimientos, hábitos, etc., compartidos. Es la oposición entre lo que se podrían denominar definiciones *emancipatorias* y definiciones *civilizatorias*. La diferencia entre estas dos dimensiones la aclaraba Herbert Marcuse en 1965:

“(…) “cultura” se refiere a cierta dimensión superior de autonomía y realización humana, mientras que “civilización” designa el reino de la necesidad, del trabajo y del comportamiento socialmente necesarios, en el que el hombre no se halla en sí mismo y en su propio elemento, sino que está sometido a la heteronomía, a las condiciones y necesidades externas.” (Marcuse, 1986, p. 59).

Entiende pues, por cultura, al elemento liberador del conocimiento que permite al individuo la realización personal. Frente a esta idea, el concepto de civilización haría acopio de los elementos integradores y/o coercitivos que la sociedad imprime en sus miembros. El término de cultura habría fagocitado ese significado de civilización y lo habría interiorizado como parte de sus múltiples usos. Así, en ocasiones utilizamos cultura en un sentido de emancipación individual, y en otras como vía de compactación social. Por paradójico que parezca.

1. A qué nos referiremos por cultura

David Throsby nos ofrece, en la misma línea, una definición dual de cultura y que nos será de gran utilidad en el presente trabajo. Por un lado, tenemos la palabra cultura desde el amplio espectro antropológico para describir el conjunto de “actitudes, creencias, convenciones, costumbres, valores y prácticas comunes o compartidas por un grupo” (Throsby, 2001, p. 18). El *grupo* se puede definir desde el punto de vista geográfico, religioso, político, social, y todos sus elementos culturales ayudarían a la cohesión y a la identidad distintiva del grupo.

Por otro lado, Throsby habla de una orientación más instrumental, denotando ciertas actividades emprendidas por las personas así como los productos que de esas actividades intelectuales, morales y artísticas se obtienen. Por consiguiente, cultura daría fe de las “actividades que conducen a la ilustración y la educación de la mente, más que a la adquisición de destrezas puramente técnicas y vocacionales”. El autor nos ayuda con una serie de criterios inclusivos para identificar las *actividades culturales* (Throsby, 2001, p. 18):

- que las actividades aludidas impliquen alguna forma de creatividad en su producción,
- que hagan referencia a la generación y comunicación de significado simbólico, y
- que su producto represente, al menos en potencia, una forma de propiedad intelectual.

Las actividades artísticas clásicas como la música, la literatura, la danza, el teatro, las artes plásticas, etc., encajan rápidamente en esta definición. Otras actividades asociadas a la modernidad, como las películas, los festivales, la televisión, el videoarte, o ciertos aspectos del diseño, la moda o la alta cocina, podrían encajar también de una manera más o menos automática –aunque como veremos más adelante, esta atribución ha sido un tema muy discutido en el S.XX-. Sin embargo, la innovación científica no cumple los requisitos dado que, aunque implica creatividad, conduce a la elaboración de un producto patentado con una intención demasiado instrumental o utilitarista, más que a la comunicación de significado². De manera similar, las señales de tráfico transmiten un significado iconográfico en sentido literal, pero no cumplen con los otros criterios para ser considerados productos culturales. El deporte organizado, juega aquí un papel ambiguo. De hecho, su propia definición, al igual que le sucede a cultura, también padece una cierta elefantiasis semántica que hace difícil saber a que nos referimos cuando hablamos de deporte (Moscoso Sánchez, 2007). Throsby señala que a muchos –entre los que nos incluimos- les resulta difícil aceptar la actividad deportiva, como *cultural* dado que, a pesar de llegar a cumplir los tres criterios inclusivos –pensemos aquí en la gimnasia rítmica-, despliega una habilidad más técnica que creativa.

2. Ciertas aportaciones de la investigación básica o teórica, no tienen porqué tener una intención puramente instrumental desde el punto de vista científico sino, más bien, el traslado de reflexiones rayanas con la actividad literaria. Cierto. Nuestra posición es, quizás, muy restrictiva puesto que entendemos que existe una línea de separación bastante diáfana entre el modo de elaborar ciencia, con su naturaleza más explicativa y cognoscible, y el modo de crear arte con su naturaleza más estética y expresiva.

No cabe duda que el deporte, en cualquiera de sus variantes, forma parte de un elemento fundamental de la cultura como conjunto de saberes y tradiciones compartidas del *grupo*. No obstante, su exclusión nos ayudará a ser más restrictivos y concretos cuando hablemos de bien, práctica, industria o consumo cultural.

Podríamos sintetizar un concepto de cultura híbrido entre estas dos reiteradas perspectivas, definiendo por cultura “aquellas actividades y objetos materiales que conducen a la ilustración y la educación de la mente, vinculadas a su vez a las actitudes, costumbres y valores de ciertos grupos sociales”. Así, al referirnos a la “alta cultura” haríamos referencia a un conjunto de actividades de ilustración que se dan más comúnmente en ciertos estratos sociales que en otros. Se nos hace más operativo por consiguiente, encontrar aquellas materializaciones de la cultura a la cuál poder identificar claramente en estos términos.

Para poder fotografiar cuando la cultura se *cosifica*, se objetiviza, deberemos acudir a su cualidad más adjetiva que sustantiva, esto es, acercarnos a los conceptos como bien cultural, industria cultural, consumo cultural, etc., hasta que, finalmente, abordemos otros conceptos fronterizos como el de estilo de vida, que mezclan procesos propiamente culturales, distintivos, con elementos propiamente del consumo y que, quizás, nada tengan que ver con el consumo cultural *stricto sensu*.

Por bienes y servicios culturales entenderemos aquellos servicios y bienes de consumo que buscan satisfacer las demandas de los ciudadanos en materia de cultura. El conjunto de artes y trabajos intelectuales que la componen son las que consideramos que proporcionan distinción social al individuo (artes escénicas, artes visuales, música, cine, pintura, literatura, etc.) y que además forman parte de un único cuerpo de actividad humana. Algunos de ellos pueden formar parte del capital cultural de una sociedad, como es el caso del patrimonio cultural o el contenido de los museos públicos, mientras que otros pueden adquirirse de manera individual, como los cuadros, la música o las películas, creándose una función de demanda en términos de teoría económica, pero con salvedades. Según María Devesa “todos estos elementos tiene un carácter común que deriva de su significado como creación artística, esencia de inteligencia del hombre y signo de

identidad de una sociedad” (2006, p. 42). A pesar que este aglomerado contiene bienes culturales fungibles como discos, cuadros o libros, y servicios instantáneos como el teatro o la danza, todos tienen la posibilidad de entremezclarse entre sí, de ofrecerse de manera simultánea, abriendo canales de interactividad entre ellos. Por ejemplo, un festival de danza y teatro puede exhibirse en un sitio histórico, acompañarse de la venta de bienes reproducibles como discos o libros y contener una exposición fotográfica temática. Consecuentemente, la economista concluye que el “arte en vivo, el patrimonio y la industria se encuentran simultáneamente en un mismo fenómeno cultural con identidad propia” (2006: 42).

2. La cultura que diferencia

Observemos el caso de los museos, un claro ejemplo patrimonial. El moderno concepto de museo público, que no aparece hasta el S.XVII, podría tener su más directo antecesor en las “cámaras de maravillas” o “*wunderkammer*”. Estas colecciones de curiosidades de multitud de ámbitos (naturales, anticuarios, relicarios, arqueológicos, etnológicos, etc.) pertenecían a príncipes, papas y plutócratas del renacimiento, como modo de saciar y demostrar su inquietud humanista. Solían estar raramente abiertas al público y su temática, más que dar luz de manera racional a cuestiones de índole cultural, científica o etnográfica, respondía a la curiosidad personal –a veces obsesiva– del coleccionista. Estos espacios solían estar cerrados al público general. Así, las condiciones sociales de aquella época limitaban el acceso a estos proto-museos así como al conocimiento e información que de ellos emanaba –independientemente de si eran fiables o no– a un círculo social muy determinado.

Desde la expansión de la Ilustración y el desarrollo de los Estados-Nación, los museos se han abierto al público y hay una cierta tendencia de los Estados por garantizar el acceso a la mayoría de la población, dado que es una forma también de construir identidad a través de un pasado común. Su capacidad como fuente de emancipación individual se libera así de las constricciones de la estratificación. No obstante,

siguen existiendo grandes diferencias en la frecuencia de visitas, que dejan la democratización cultural de los museos como una asignatura pendiente, al menos en nuestro país (Ariño et al., 2006, p. 416). Y ésta circunstancia no es exclusiva de España.

En su análisis sobre el público de los museos en Francia, Bourdieu señala dos tipos de públicos (Bourdieu, 2010): Por un lado, el público local del museo, de clases populares, que realiza las visitas en días festivos, como los domingos. Por otro lado, el público más asiduo, de mayor estatus socio-económico y educativo, perfil que se da más frecuentemente entre los turistas. Este “público cultivado” acude al museo como un modo de satisfacer sus “necesidades culturales”. El origen de estas necesidades culturales bien puede explicarse por el *efecto indirecto* de la instrucción educativa. Las *acciones directas* de la escuela facilitan el estímulo para entrenar tal o cual práctica cultural –lectura, conocimientos sobre historia, etc.-. Sin embargo, Bourdieu encuentra una diferencia clave. Mientras que el público de clases populares afirma haber acudido por primera vez a un museo gracias al turismo, las clases medias lo hacían gracias a la escuela, y la clase cultivada lo hizo preferentemente con la familia o por iniciativa propia. En otras palabras, si bien la escuela por sí sola es capaz de fomentar en el individuo una actitud determinada hacia la cultura, la sinergia que se produce con los estímulos de origen familiar potencian su efecto (Bourdieu, 2010, p. 45).

No deberíamos extrañarnos si con otros espacios visuales como la visita a monumentos arquitectónicos/artísticos o exposiciones, sucediese lo mismo. La frecuencia a este tipo de espacios es, en sí mismo, un indicador fiable de la actividad cultural de los individuos. Independientemente del tipo de museo, el tipo de exposición, o el tipo de monumento o yacimiento, la asiduidad a ellos sigue representando una forma de distinción social de los sujetos. Aquellos individuos que han incorporado este tipo de prácticas en sus usos del tiempo de manera frecuente, en sus momentos de desconexión de las obligaciones laborales, crean una distancia simbólica respecto al resto. Esta distinción se sostiene en la legitimidad que gozan estos espacios gracias al prestigio de los objetos y espacios que contienen.

Pero, ¿es esto realmente así? Para algunos autores “esta sociología corre el riesgo de mirar el mundo con las lentes en que están grabadas las categorías de percepción y evaluación de los grupos culturalmente dominantes” tornándose así “*monolegitimistas*” (Ariño et al., 2006, p. 34). Lahire (2003) duda de la propia concepción de legitimidad cultural, dado que para que exista legitimidad, debe haber un *reconocimiento* por parte de los agentes sociales implicados, y estos agentes “pueden adoptar posiciones muy diversas ante el desafío de un tipo de legitimidad” (Ariño et al., 2006, p. 35). De hecho, continúan Ariño et al., en las sociedades complejas pueden darse “instancias de legitimidad concurrentes” cuando ciertos grupos legitiman corrientes, artistas o espacios que no se han cristalizado aún como cultura legítima.

La legitimidad de los géneros no puede ser entendida como algo que se obtiene una vez y es para siempre. Dada la velocidad de los cambios en las sociedades complejas, debemos de empezar a pensar en cómo aquellas “legitimidades concurrentes” pueden llegar a modificar mañana lo que hoy entendemos como legítimo y como no legítimo. Dicho de otro modo, podremos llegar a entender que visitar un museo consagrado, como el Museo del Prado, sea un ejercicio que tiene escasa capacidad de distinción y legitimidad, dado que su visita forma parte del circuito obligado para cualquier turista o bien para cualquier ciudadano residente en Madrid. En cambio, visitar una exposición retrospectiva de un artista conceptual en una sala alejada de estos circuitos, puede concentrar la legitimidad y la distinción en el Madrid de hoy. El género artístico parece así jugar un papel crucial en según qué campos.

3. El género que diferencia

David Halle en su trabajo “Audience for Abstract Art: Class, Culture, and Power” (Halle, 1992) entrevistó a diferentes sujetos (n=160) de cuatro áreas del entorno urbano neoyorkino sobre sus actitudes hacia el arte abstracto. Manhattan -el núcleo urbano identificado con las clases altas- parece el único barrio con una clara actitud positiva hacia esta corriente pictórica. La inmensa mayoría de los hogares entrevistados allí disfrutaba del arte abstracto.

Pero los hallazgos más reveladores surgieron en las motivaciones de los *gustos* y los *rechazos*; los porqués de gustarles o no el arte abstracto. Entre los barrios de clase trabajadora el motivo principal del rechazo era la excesiva complejidad o la apariencia de ser algo “ultra-moderno”, cuando no lo tildan de charlatanería; mientras que, entre aquellos pocos que rechazaban el arte abstracto en los barrios de clases medias-altas y de clase alta, era mayoritaria la opinión de ser obras sin sentido, sin significado (o bien directamente feas, entre las clases altas).

También hay diferencias entre aquellos que les gusta el arte abstracto. Lo que atrae del arte abstracto a las clases trabajadoras es su diseño y lo puramente decorativo que es. Por el contrario, entre las clases altas y medias irrumpen con fuerza lo que el autor considera la *respuesta creativa*: discursos en torno a la falta de necesidad de un significado en la obra, sino que es lo imaginativo del arte abstracto lo que les atrae, su capacidad por “atraparlos” y por llevarlos a “espacios no realistas” (Halle, 1992, p. 145).

A pesar de las salvedades que puede generar la extrapolación de estos resultados, dada las diferencias geográficas y la limitación de la muestra, las evidencias nos ofrecen algo valioso. El autor capta la distancia que existe entre el *nivel de emisión* y el *nivel de recepción* de la obra. Mientras que unos –aquellos de clases populares– justifican su desaire al arte abstracto por su propia incapacidad de aprehensión del mensaje, de la información, de los códigos necesarios para comprenderlo, en definitiva, de su complejidad; los otros –las clases medias-altas y altas– ejercen con más frecuencia el argumento de la *ruptura de la lógica*: consideran que existen unos códigos y este arte no los cumple. Le acusan al arte abstracto de generar una ruptura elemental de *la lógica de la representación* (Bericat, 2011) al carecer la obra de sentido y significado alguno. Bericat, siguiendo a Wittgenstein (2000), explica así uno de los tipos de correspondencias que se deben de dar entre una figura o una imagen, y el mundo real:

“Al igual que sucede en una fotografía, o en una pintura, cada elemento de la representación se corresponde con un objeto. [...] Un conjunto de elementos, o de objetos, forma una configuración o estructura porque están dados, comportándose unos con respecto a otros de una manera determinada.” (Bericat, 2011, p. 120)

Esta correspondencia es fácilmente aplicable a la fotografía, pero no siempre es así cuando lo hacemos con el arte en general; y ya ni hablemos del arte abstracto o conceptual. Esa correspondencia puede hacerse en otros planos como el figurativo, el simbólico o incluso el histórico-artístico. No obstante, ahí entran otros elementos de juicio que pueden tener más en común con una cierta actitud ante un objeto estético, que con el volumen de conocimiento que se tenga. Esto es fácil de reconocer cuando Halle analiza los motivos de los individuos que gustan del arte abstracto: las clases medias-altas y altas se apoyaban con más frecuencia en el argumento de que el arte abstracto “permite que se expanda la imaginación” aceptando así una “exención de la norma”. Conocen la *norma universal* –la lógica de la representación-, pero optan por la *respuesta creativa*, haciendo un pacto con el autor para liberarse de aquellos estrictos códigos de configuración de las figuras respecto al mundo real o simbólico. Por el contrario, el motivo del gusto en el caso de las clases medias y bajas, es atribuible con más frecuencia a su carácter decorativo, sin más reflexiones estéticas en torno a las correspondencias con el mundo real o no.

En resumen, en las clases bajas se rechaza el arte abstracto admitiendo, con humildad, su desconocimiento sobre lo que representa; cuando se acepta, se hace por su utilidad como elemento decorativo, sin entrar en más reflexiones. En las clases altas, unos se oponen a que un estilo de arte se salte una norma básica, la lógica de representación; mientras que otros lo aceptan, pactan la ruptura de la norma, dando al arte abstracto otra vía de legitimidad. Esto es a lo que Lahire (2003) se refirió como fuerza relativa de la legitimidad cultural, cuando se dan en juego “instancias de consagración concurrentes” (Ariño et al., 2006, p. 35) y no hay una única vía de legitimación del arte.

No sólo es una cuestión de volumen de gasto y frecuencia de consumo cultural según estratos sociales. Ni siquiera teniendo en cuenta las distancias entre los *niveles de emisión* y los *niveles de recepción* de la obra. Es una diferencia de actitud ante ella, incluso entre aquellos que, aún disfrutando de una posición social aventajada, rechazan esos géneros.

Como vimos anteriormente, la mayor frecuencia de visitas a los espacios consagrados de la cultura —museos, exposiciones, galerías, monumentos, etc.— se ha venido entendiendo como una forma legítima de entender la distinción. Pero aquí hemos visto que no debemos olvidar los diferentes modos que habría de legitimar obras y géneros. Mientras existen bienes culturales que podrán ser universal y tradicionalmente legítimos, otros podrán estar camino de perder la legitimidad y otros cuya legitimidad la habrán ganado en ciertos círculos y en otros no.

Esto nos lleva a algunas reflexiones de carácter metodológico. Ambas formas de “cazar” empíricamente la distinción, bien por la simple frecuencia de visitas a espacios consagrados, como los museos, o bien por la aceptación de cierto género de arte plástico, no son opuestas. Es más, hasta cierto punto se correlaciona una con la otra. Independientemente del juicio estético que tenga cada uno ante un escritor, una corriente pictórica, un género musical o incluso una disciplina entera, para poder tener una opinión fundamentada se ha de haber estado expuesto a los objetos estéticos consagrados de manera intensa. Es un modo de practicar la *illusio*, de arriesgar el tiempo e invertirlo en algo que puede que no nos guste pero que nos dará recursos para el futuro. Si tomamos perspectivas de altura, como sucede cuando vemos las diferencias entre estratos sociales según la frecuencia con la que acudan al teatro, al cine o al museo, podemos llegar a aproximarnos al perfil social de los consumidores *distinguidos*. No nos hace falta saber, a priori, que tipo de obra, autor o género disfrutaban en cada una de esas actividades. Podremos seguir acercando nuestro aumento y ver las diferencias en disciplinas determinadas, como sucede con los géneros de música, pero seguiríamos sosteniendo la máxima: si encontramos ciertas características comunes entre aquellos que más

frecuente acuden al cine, al teatro, al museo o a un concierto, significa que se mueven en los ambientes adecuados para aplicar las diferentes lógicas de comprensión de las obras, y más cerca estarán de manejar los elementos concurrentes que proveen distinción a través del juicio estético.

4. La batalla de los brows

La autoridad moral de la alta cultura frente las culturas populares ha sido –y es– motivo de disputa entre pensadores e intelectuales. No tanto por la valía o desmerecimiento de las obras, sino por la actitud de creadores y consumidores. En el enrarecido ambiente europeo de la posguerra de los años 20 y 30, se sucedieron una serie de acusaciones cruzadas por hacerse con la legitimidad moral del gusto. Fue lo que se conoció como *la batalla de los brows*, “una pelea a voces y a punta de pluma entre los intelectuales británicos por intentar comprender la situación posbélica en que se encontraba la cultura, la sociedad y los espacios de reflexión” (Campello, 2012, p. 93). Básicamente surgieron tres posiciones enfrentadas. Comentaremos la oposición de los dos primeros, para luego acercarnos al *tercero en discordia*.

En primer lugar, se encontraban un grupo de intelectuales que aceptaban con orgullo la etiqueta *highbrow*, pudiendo codearse así con autores como Shakespeare, Dickens, Byron o Shelley. Conocían los grandes clásicos y las obras consagradas; vivían *por* y *para* la cultura por lo que se sentían con capacidad y legitimidad para criticar las malas artes de aquellos que vivían *de* la cultura hasta el punto de convertirla en mero entretenimiento. Asumían la máxima orteguiana de que el placer estético debe ser, ante todo, placer inteligente; empero, sus ataques no eran indiscriminados. Sentían una especial admiración por aquellos que consideraban *lowbrows* siendo su blanco los *middlebrow*, la masa, así como los autores y creadores que producían cultura para ellos. Para los *highbrows* “la masa carece de gusto, no así lo popular, que es fruto de lo espontáneo y genuino de una cultura, lo que nace de forma inocente” (Campello, 2012, p. 101). La admiración, podríamos considerar antropológica, que sentían estos autores por lo popular, es bien reconocida en las palabras de Virginia Woolf:

“En cuanto que soy una *highbrow* [...] me encantan los *lowbrows*; los estudio; siempre me siento al lado del conductor del ómnibus e intento conseguir que me diga cómo es – ser conductor. En cualquier compañía que esté siempre estoy intentando conocer cómo es –ser conductor, ser una mujer con diez niños y 35 chelines a la semana, ser agente de bolsa, ser almirante, ser contable, ser modista, ser duquesa, ser minero, ser cocinero, ser prostituta. Todo lo que los *lowbrows* hacen resulta para mí de un interés y un asombro insuperable” (Woolf, 2012, pp. 119–120).

De lo anterior podríamos deducir dos grandes aseveraciones: primero, los *highbrows* sentían un cierto temor por alejarse de la sociedad, concebían la cultura popular como la esencia aún no corrompida por la maquinaria industrial del entretenimiento y la consideraban como parte de los suyos. Segundo, en virtud de las profesiones y estatus descritos por Woolf, es notable su intento por retirar cualquier connotación de clase a su distinción. La cultura popular, los *lowbrows*, es una cultura profundamente interclasista dado que puede ser extensiva tanto a corredores de bolsa, como a amas de casa, mineros o duquesas. Ambos estratos culturales viven en una aparente simbiosis para Woolf. Mientras que los *lowbrows* tienen la imperiosa necesidad, después de una dura jornada de trabajo, de acercarse a los cines para que se les muestre cómo se ve la vida, son “los *highbrows*, por supuesto, las únicas personas que pueden mostrársela” (Woolf, 2012, p. 120). Pero para nuestra autora, no hay nada más irritable que la actitud diletante de los *middlebrows*. De inteligencia medianamente cultivada, viven la vida desapasionadamente buscando ganarse el favor de unos y de otros por igual. “Se dirigen a los *lowbrows* y les dice que aunque no es uno de ellos, es casi su amigo. Al momento siguiente telefonan a los *highbrows* y les pide con la misma simpatía si pueden venir a tomar el té” (Woolf, 2012, p. 121). Su estilo de vida lo caricaturiza Woolf del siguiente modo:

“¿Cuáles son las cosas que los *middlebrows* compran? Muebles de la reina Ana (falsos, pero no por ello menos caros); primeras ediciones de escritores muertos, siempre las peores; cuadros, o reproducciones de cuadros, de pintores muertos; casas de las llamadas de “estilo Georgiano” –pero nunca nada nuevo, nunca una pintura de un artista vivo, o una silla de un carpintero vivo o libros de escritores vivos, porque para comprar arte vivo se requiere un gusto vivo” (*ibid.*).

Parece que con estas palabras Virginia Woolf se refiere a los *Middlebrows* como gente reaccionaria, con estilos de vida anclados en lo falsamente consolidado por el tiempo, ignorantes de lo que se cuece en su propio momento. Es, del todo, una descripción hecha más por su actitud a la cultura que por sus gustos y preferencias.

Pero, ¿a quién tenía en mente Woolf cuando escribía todo esto? En virtud de lo que conocemos hoy de aquellos tiempos, a través de trabajos como los de Marisol Campello, casi con toda probabilidad eran autores como J.B. Priestley. En 1926 Priestley publicó un artículo en el *Saturday Review*: “High, Low, Broad”. En él, el escritor británico defiende la figura del *broad-brow*, una figura flotante entre el *highbrow* y el *lowbrow*. Para él, ambas figuras se caracterizaban por una ausencia de criterio propio, dado que “ambos son como ovejas, sin pensamientos ni deseos propios, y podemos verlos siempre moverse como un rebaño” (Priestley en Campello 2012, p. 94). La pretendida superioridad moral de los *highbrows* los pone en cuestión. Sus gustos, sus hábitos, su estilo de vida, se construyen por oposición al *lowbrow*, que para él es la masa. En cambio, el *board-brow* es libre de esas ataduras estigmatizantes, consumiendo y eligiendo aquellos bienes y obras que realmente le apetecen, sin tener en cuenta su prestigio o legitimidad. La aversión que siente Priestley por aquellos que se consideran *highbrows* reside también en la actitud que tienen hacia la cultura y hacia el modo que la consume el resto. Les llega a preguntar con ironía:

“¿Estás seguro de que no te engañas creyendo que el highbrow es el explorador solitario y pionero de las artes, y que lo que el highbrow admira hoy nosotros lo admiraremos mañana? Sí, se que te gusta pensarlo, pero es todo una ilusión. [...] Él [el highbrow] no debe compartir sus secretos con la multitud. Si a ellos les gusta algo, entonces a él no debe gustarle. Esa es la razón por la que el highbrow es un farsante.” (Priestley, 2012, pp. 110–111).

Priestley critica esa actitud altiva de los *highbrows* por la que, cuando un autor reconocido comienza a hacerse popular y a vender más y más libros, automáticamente comienza a perder prestigio. Considera el autor británico que “cada autor debería sentarse a escribir como si tuviera un millón de lectores” y no porque esta sea una máxima defendida por escritores deseosos de fama, sino porque la enunció el mismísimo Johann Wolfgang Goethe. Por este motivo, Priestley invita a los *highbrows* a que creen su propio sentido de los valores estéticos, su propia apreciación de la escena humana, vaya donde vaya “tanto a un drama ruso o ballet como a un salón o a un pabellón de boxeo” (Priestley, 2012, p. 115).

La batalla de los brows pudo haberse quedado en una mera discusión entre minorías intelectuales, sino llega a ser por haber puesto sobre la mesa dos cuestiones fundamentales. Primero, sentó las bases del *esnobismo*, del tratamiento de la cultura en un continuum que va del mero entretenimiento al consumo ilustrado. En segundo lugar, la batalla de los brows evidenció que ya existían actitudes de oposición al *monolegitimismo* e incluso actitudes de proto-omnivoridad entre algunos autores literarios.

¿Ha cambiado en algo la construcción de la legitimidad del gusto entre los intelectuales y literatos contemporáneos? Tenemos claros ejemplos que evidencian que no. Un excelente representante del *highbrowsismo* en nuestro país lo representa el periodista, literato y miembro de la Real Academia de la Lengua Española, Arturo Pérez-Reverte. En una entrevista concedida al también periodista Enric González llega a afirmar:

“Eso de que la cultura tiene que ser popular es mentira. La cultura tiene que ser siempre elitista [...] Lo que si hay que procurar es [...] que nadie se quede atrás ni por economía, ni por sociedad, ni por nacimiento ni por raza ni por nada, pero que acceda quien quiera a la cultura. Es decir: no sacar el Museo del Prado a la estación de Atocha para que la gente lo vea; la gente que quiera ver, que vaya al Prado. Que se busque la vida. Que pase los filtros de interés y voluntad que le hacen merecer el Prado. A eso me refiero cuando te hablo de élite” (González, 2012, p. 171).

Aquí el escritor murciano hace una defensa a ultranza del mantenimiento de la cultura fuera de las tentaciones del entretenimiento y el acceso masivo. Su objetivo es nivelar el acceso, como pretendía Bourdieu, pero considerando que ese acceso debe estar condicionado por un *illusio* por parte del individuo. Se podrán poner al alcance las obras *highbrow* y abaratar los precios todo lo que se quiera pero la gente tiene que “pagar su precio de interés personal y sacrificio” (*ibid.*) que supone leer a los clásicos o entender una pintura de arte abstracto. Así, Pérez-Reverte considera que uno de los males que azota el panorama cultural actual es cómo la política de “puertas abiertas” a la cultura se ha transformado en una rebaja de la alta cultura hasta el nivel popular. Ésta, es una actitud del todo *adorniana* por parte del autor cartagenero, pero en ningún momento se le intuye la consideración de las diferencias en esa actitud hacia la cultura según el origen social. Esto podría explicar el escaso interés que muestran los individuos que provienen de clases populares.

Pero una cosa es querer mantener la herencia cultural asépticamente alejada de las influencias de la cultura de masas, y otra cosa es considerar que, todo lo que no sea esa herencia cultural es pura degeneración. A este respecto, hablaremos de Pauline Kael (1919-2001), crítica estadounidense que bien podría ser la digna heredera de Virginia Woolf. Hija de emigrantes judíos polacos, comenzó su carrera escribiendo tanto en revista enfocadas a público femenino como en

la reconocidísima *Life*, fustigando duramente películas de masas o *mainstream* como *Candilejas*, *West Side Story* o *Lawrence de Arabia* (Martel, 2012, p. 152). Se decantaba por la *Nouvelle Vague* francesa y directores como Jean Luc Godard o Pierre Paolo Passolini.

Pero en 1968, como si de una revelación se tratase, parece convertirse a la fe contraria. Ficha por *The New Yorker*, revista dirigida fundamentalmente a hombres refinados, bien educados y admiradores de la industria cultural europea como símbolo de distinción. Ahí, Kael comienza a dignificar películas *mainstream* llegando a ensalzar algunas como *Bonnie and Clyde* a la categoría de arte. No esconde su gusto por “el cine de palomitas” como *Tiburón*, *Fiebre de sábado noche*, *Magnolia* o *Matrix* y se confiesa admiradora del sexo y la violencia en el cine. Kael es “intelectual y anti-intelectual [...] Rompe con el lenguaje educado ‘de la costa Este’, que venera las películas delicadas que te duermen con todo su refinamiento” (Martel, 2012, p. 153). Ve las películas en el cine, como las familias, y en una especie de desvelamiento etnográfico defiende que las películas deben ser vistas una sola vez, como hace la gente común, y no hay que darles segundas oportunidades. Te gusta o no te gusta. Su concepto de cultura no es ni burgués, con su obsesión por la acumulación sin entendimiento; ni universitario, con su imperiosa necesidad por el desciframiento de absolutamente todo. Para ella el cine es puro *entertainment* y así hay que consumirlo.

De este modo, la autora californiana derrumba el templo consigo dentro al hacer crítica del esnobismo en el propio *New Yorker*. Considera que la acción de ir al cine es una experiencia que acude directamente a la generación de emociones en el espectador, dejando sin espacio a aquellas otras películas que buscan un argumento más reflexivo. El cine es, por definición, un campo cultural propio de la cultura de masas y todo intento de los *highbrowsistas* por hacer un cine más distinguido es una intromisión en campo ajeno.

Este aspecto nos recuerda que el cine y el cómic fueron las primeras artes endémicas del periodo industrial. Puede que este hecho les haya dejado un *marcador genético* de producto de masas y que cada obra que persiga lo *sublime* ha de luchar contra esa marca natural. Por el contrario, otras artes anteriores, como las plásticas o la música, puede

que hayan sufrido un camino inverso, es decir, tenían una natural sacralidad y que, con la introducción de la reproductibilidad en masa, se han generado otros géneros con los que debe coexistir y comparar.

5. Los Estudios Culturales y la dignificación de la cultura popular

Pauline Kael no fue, ni mucho menos, la primera intelectual en tratar de dignificar la cultura popular. Tras acabar la Segunda Guerra Mundial un conjunto de académicos de la Universidad de Birmingham trataron de comprender el papel y el efecto de la cultura popular en la clasista sociedad inglesa abordando los nuevos (y viejos) productos y canales de comunicación de masas (cine, prensa, televisión, literatura, etc.). Los textos de Richard Hoggart, Raymond Williams, E.P. Thompson o Stuart Hall son considerados los textos fundacionales de los llamados *Estudios Culturales*. Sus trabajos se concentraron en los *Working Papers of Cultural Studies* del Centro de Estudios Culturales Contemporáneos (CECC) de la misma Universidad de Birmingham, que tenían como objetivo específico “definir y ocupar un espacio” y “situar los estudios culturales en el mapa intelectual” (Sardar et al., 2005, p. 24).

Según Sardar et al. (2005) el surgimiento de los Estudios Culturales tuvo lugar en un contexto social e histórico concreto. En primer lugar, Gran Bretaña experimentaba un notable crecimiento de las oportunidades educativas, fomentándose especialmente la educación de los adultos –donde eran docentes algunos de estos autores– como medio de reconstrucción tras la guerra. En segundo lugar, todos los autores vinculados al CECC compartían un origen social obrero y entendían que su tarea consistía en ofrecer un respaldo a la cultura de la gente común frente al elitismo de la alta cultura de las clases medias y altas.

En la obra *The Uses of Literacy* (Hoggart, 1998) Hoggart describe la cultura popular británica anterior a la guerra como un entramado de prácticas y hábitos íntimamente ligadas a la estructura familiar y a las pautas lingüísticas de la clase obrera. En contraposición a ésta, define la cultura de masas que comienza a ser importada desde Estados Unidos,

como “banal y pretenciosa” pasando de hacer un mero análisis de sus valores, a juzgarla en cuanto a su capacidad por desplazar la cultura tradicional, más acorde a las condiciones existencia de la clase obrera industrial británica (Sardar et al., 2005, p. 28).

Raymond Williams ha dejado una marcada seña de identidad en los Estudios Culturales y lingüísticos posteriores. Con obras como *Culture and Society* (1985) Williams deja patente que no existe nada parecido a la masa, más allá de las formas con las que los individuos definen “masa”. Así, nos encontraríamos con una cultura de masas “buena” y una cultura de masas “mala” dependiendo de si su asignación valorativa es para apuntalar las estructuras ideológicas existentes o no. Plantea de manera seria y rigurosa la manida distinción entre “alta” y “baja” cultura utilizando diferentes estrategias metodológicas, desde análisis de audiencias, análisis de contenidos en prensa y entrevistas a diferentes magnates de la comunicación (Williams, 1968). Su crítica a dicha distinción se basa en dos pilares: En primer lugar, la fragilidad del etiquetaje de géneros culturales y, en segundo lugar, en la naturaleza de la experiencia estética. La “gran tradición” como llama Williams al conjunto de saberes y obras artísticas consolidadas, suele tener comportamientos inesperados. Lo que era considerado como una fuente de amenaza a la tradición –tal y como lo fue el cine, el musical o el jazz- puede llegar a formar parte de ese Olimpo cultural.

“Durante el periodo en el que el cine se ha desarrollado, ha habido tantas contribuciones mayores a la tradición dramática universal como las ha habido desde el teatro” (Williams, 1968, p. 98).

En tercer lugar, Williams pone en tela de juicio dicha distinción debido a la naturaleza de la propia experiencia estética en ambos tipos de representación. Es obvio que, en sus extremos, la distinción entre arte y entretenimiento existe. No obstante, continúa Williams, identificar dónde se establece la línea definitoria entre ambos mundos es una labor altamente compleja. Existen obras de arte que pueden

ofrecernos una profunda y duradera experiencia pero también existen obras correctamente ubicadas en el “Gran arte” que suelen ser ligeras y temporales. “La emoción del circo, la cabalgata, o una obra de variedades puede ser fácilmente olvidada, pero al mismo tiempo puede ofrecernos una experiencia muy intensa” (Williams, 1968, p. 99). También Williams ofrece ya algunos bosquejos del comportamiento omnívoro. Williams afirma que, si es verdad que existe una amenaza de una contra otra, es porque hay una relación de conflicto entre ambas culturas, y que si eso es así, el conflicto también se encuentra en el propio individuo, en su propio comportamiento. Lo común es asistir a eventos de alta y baja cultura y no por ello la asistencia a uno va a afectar la manera de disfrutar del otro. Son, a nivel individual, culturas enteramente compatibles.

Entre las grandes contribuciones de Edward Palmer Thompson, destaca su importantísima aportación a la historiografía cuando decide abordar la historia reciente del Reino Unido incorporando las experiencias, acciones y preocupaciones de la clase obrera (Thompson, 1991). Thompson logra desarrollar un concepto de cultura más amplio del hasta entonces trabajado, donde no sólo queden reflejada la vivencia de los *ganadores* en la historia, sino también la tensión con la que experimentan los *derrotados* la cultura impuesta (Sardar et al., 2005, p. 33). Distingue entre la cultura hecha *por* la clase trabajadora (sus raíces populares) y la cultura hecha *para* la clase trabajadora (asociada a la cultura de masas y al entretenimiento contemporáneo). Pero quizás una de sus reflexiones más importantes atañe al concepto de clase. A diferencia de los teóricos marxistas y los sociólogos, Thompson considera que la clase no es ni una estructura ni una categoría, sino una “formación social y cultural” que sólo puede ser observadas a lo largo de extensos periodos históricos. Las culturas de clase sólo existen cuando se prolongan en el tiempo de una generación a otra. La interacción entre cultura y estratificación toman aquí un nuevo sentido cuando se aborda el factor tiempo y su consecuente traducción en la transmisión intergeneracional de la desigualdad. La cultura será identificada con el conjunto de saberes, comportamientos y disposiciones que se transmiten fruto de la herencia de clase. Probablemente, esta

consideración influyó tanto en los estudiosos de la movilidad social como aquellos que abordaban la clasificación de géneros en el arte. Paul DiMaggio, en su intento de establecer una tipificación de los modos de clasificar el arte, coincide en cierto aspecto con Thompson cuando propone como axiomas teóricos que “cuanto mayores sean la desigualdad social entre grupos, más jerárquicas será su estructura de géneros artísticos” y que, por el contrario, “cuanto mayor sea la interacción social entre grupos” menos diferencias existirán entre sus culturas (DiMaggio, 1987, p. 447).

Esta nueva corriente de autores posteriores a la Segunda Guerra Mundial, aportan algo nuevo a lo dicho por aquellos intelectuales del periodo de entreguerras. Ambas escuelas o corrientes discuten sobre las consecuencias del dualismo entre alta y baja cultura, que incita inevitablemente a la valoración jerárquica de los géneros, pero ninguna de ellas logran resolver el intrincado escenario que dejaría una tríada alta-media-baja si se incluyese la recién llegada cultura de masas. Los Estudios Culturales introducen un importante componente ideológico a la ecuación cuando afirman que, en esa distinción, existe un poderoso elemento de dominación de clase y que, además, se sirve de la cultura de masas para perpetuarse. La antigua y romántica concepción de una cultura popular aún aislada y pura de intoxicaciones contemporáneas es un mito (Rodríguez Ferrándiz, 2012). Como afirma Stuart Hall “no hay ninguna ‘cultura popular’ autónoma, auténtica y completa que esté fuera del campo de fuerza de las relaciones de poder cultural y de dominación” (Hall, 1984, p. 100). Es notable aquí la conexión de la Escuela de Birmingham con el pensamiento marxista. Sus componentes se destacaron por su fuerte activismo en multitud de causas, sin embargo muchos de sus autores negaron considerarse marxistas puros. Se alienaron mejor con la llamada *Nueva Izquierda* británica, que renegaba de los métodos empleados por la Unión Soviética, en especial la intervención en Hungría en 1956. Prefirieron matizar sus consideraciones en cuanto al materialismo histórico. Por ejemplo Hall, consideraba que la sociedad se movía por conflictos basados en el sexo, la raza, la religión y las regiones, además de los de clase. La cultura se equiparaba a la economía en tanto a su capacidad para influir en las

percepciones que tenía la gente de su identidad y de la de los demás (Sardar et al., 2005).

En definitiva, los Estudios Culturales proveyeron de un nuevo método de análisis crítico de la cultura —no sólo a través del prisma del conflicto de clase, también de género, etnia, religión, etc.— enfrentándose a aquellas definiciones planas de cultura que ignoraban su vínculo con la estructura social y los procesos de dominación social (Jenks, 1993, p. 33).

6. El fin de la legitimidad del Gran Arte

El devenir del propio arte fue clave en los debates que surgían sobre la legitimidad de los géneros en las décadas posteriores. Para Bourdieu, cuando el arte se despojó de sus funciones mágicas o religiosas, comenzó un camino de emancipación de aquellos significados a los que referenciaba. Este desvío fue además paralelo al que experimentaron sus creadores, los artistas, “cada vez más inclinados a no conocer otras reglas que las de la tradición propiamente artística recibida de sus predecesores”, proporcionándoles así una ocasión para la continuidad o la ruptura con lo anterior (Bourdieu, 2010, p. 68). El artista se vio así liberado también de las censuras morales impuestas socialmente —cómo las que imponen la religión y el contexto político— y elaboró sus obras en relación a los otros creadores, constituyendo un auténtico “campo intelectual y artístico relativamente autónomo” (*ibid.*). Acceder a él, entender cada uno de los géneros artísticos y poder *disfrutar* de ellos, se presenta como un reto a la audiencia. Deben conocer los códigos y puntos de inflexión que se han ido superponiendo en cada disciplina y que conducen a la contextualización de cada obra musical, cinematográfica, teatral o pictórica. Esto será de especial relevancia si queremos entender porqué ciertos teóricos, en base a observaciones empíricas, sitúan la distinción en los comportamientos omnívoros.

Tomemos de nuevo como ejemplo a las artes plásticas. Arthur C. Danto en su obra *Después del fin del arte: el arte contemporáneo y el linde de la historia* (Danto, 2003) defiende una tesis interesante si queremos entender las importantes objeciones al *monolegiticismo* en la cultura y el

arte. El fin del arte lo sitúa concretamente en 1964 cuando Warhol y otros artistas inician lo que se vendrá conociendo como *pop-art*. Con sus *Brillo Box* Warhol demostró que, “en la medida en que las apariencias fueran importantes, cualquier cosa podría ser una obra de arte” (Danto, 2003, p. 35) de modo que, tal y como hizo Duchamp con su *urinario* en 1917, es la instancia, el museo o la galería, quien consagra qué es arte. A partir de los sesenta, la historia del arte parecía haber perdido su rumbo, porque no había aparecido nada semejante a una dirección discernible. El arte, en tanto proceso o movimiento compuestos de sucesivas corrientes y épocas, llegó a su fin. Hasta ese momento, la historia del arte se ha valido de un relato de inspiración Hegeliana donde unas corrientes eran el núcleo y otras, meras periferias, lindes *ahistóricas* de lo verdadero. Las mismas corrientes modernistas competían entre ellas con sus manifiestos para ver quién era la heredera de esa esencia. Por otro lado, el mismo Danto afirma que su visión del fin del arte no es más que una revisión de lo que una vez dijo Hegel a principios del Siglo XIX: “El arte nos invita a la contemplación reflexiva, pero no con el fin de producir nuevamente arte, sino para conocer científicamente lo que es el arte” (Hegel en Danto 2003:53). En otras palabras, tras la *era de los manifiestos*, la última etapa de la historia del arte antes del fin del arte, la contemplación hubo de entenderse como un ejercicio intelectual que busca la verdadera naturaleza de la expresión artística, sin tener como referente una corriente, una técnica o estilo determinado. Así, la historia del arte sufriría un desbordamiento de corrientes en paralelo y en donde el criterio para saber qué es y qué no es arte se difuminaría.

Este aspecto es de especial relevancia en nuestro trabajo. Danto, con su reflexión filosófica de la historia del arte, abre la veda para la legitimación de cualquier corriente artística. Describe un momento *posthistórico* en el que los principios estéticos ya no dependen de la belleza de las obras -como atestiguó Duchamp muchos años antes- ni de un relato lineal y consecutivo de corrientes artísticas. Desde el Renacimiento, se han sucedido 400 años de continuos avances técnicos que implosionaron con las vanguardias y colapsaron con el *pop-art* de la década de los sesenta.

Este colapso de la dialéctica histórica en el arte, también sucedió en otras disciplinas más allá de las plásticas. John Cage, por ejemplo, revolucionó la composición musical con su música aleatoria, el uso no estándar de los instrumentos musicales y la experimentación con la electrónica. Se le considera uno de los compositores más influyentes del Siglo XX (Greene, 1985, p. 1407; Leonard, 1995, p. 120) y junto con su pareja, el coreógrafo Merce Cunningham, introdujeron innovaciones absolutamente radicales para el *stablishment* del ballet, la danza y el teatro. Las composiciones musicales de Cage eran verdaderos retos a la tradición por su ruptura de reglas básicas como la armonía, el ritmo o la melodía. Cunningham se rebeló ante la norma de la sincronía entre movimientos y música, entendiéndolos como entes que pueden funcionar de manera autónoma y representar juntos una misma obra. Del mismo modo que hizo Cage, Cunningham también hizo extensivo el uso de cambios en la misma narrativa y en los elementos convencionales de la composición en danza —clímax y anti-clímax; causa y efecto—.

Con todo, podemos entender a qué se refería Danto con el fin del arte. Ya no existirá una única corriente que defina una única época, porque esta etapa de la historia del arte ha terminado. El arte, en todas sus disciplinas, es capaz de dar cabida a un amplio abanico de formas de entenderlo. Esto, sin lugar a dudas, pone a prueba nuestra capacidad por *disfrutar* de las obras e introduce un nuevo elemento de juicio en nuestra capacidad y conocimiento de la ascesis histórico-artística convencional.

Sin ánimo de hacer supuesto arriesgados, podemos entender el modo en el que los consumidores de arte abstracto de alto estatus, se distinguían del resto de sus convecinos en Nueva York (Halle, 1992). Si tenemos en mente la aparición de Warhol, Cage o Cunningham entre otros, podemos llegar a conjeturar que una buena parte de estos consumidores, están haciendo un juicio *posthistórico* del arte, donde no hace falta una lógica o un sentido para entender las obras, simplemente hay que conocer y contextualizar la obra, su ascesis post-histórica, para encontrar la intención del artista.

7. La cultura mainstream

Una cuestión que sedujo a muchos intelectuales del periodo de entreguerras es si la introducción de los métodos de reproducción de obras (como la fotografía para la difusión de la pintura y la arquitectura, o la grabación para la difusión de las grandes obras musicales) podría servir para la democratización del acceso a la cultura y como medio para el cultivo de las masas. Walter Benjamin (2003) afirmaba que la reproducción masiva de cualquier obra de arte ha provocado una sustitución gradual de su valor cultural ya sea como función mágico-ritual o bien como función estético-contemplativa, por su valor exhibitorio, es decir, como espectáculo. Pero para el investigador Kiko Mora el agudo ejercicio que hace el autor berlinés es lo que cualquier persona educada en el arte podría intuir con sentido común y perspectiva histórica: “cualquier mutación en las mediaciones tecnológicas y en las condiciones sociales de recepción del arte implica una reevaluación acerca de lo que se entiende por arte y que en esa reevaluación se descubren tanto pérdidas como ganancias” (Mora, 2012, p. 145).

Hay que tener en cuenta que, en los tiempos de Benjamin, la fidelidad de la reproductibilidad de las obras era limitada. Si a la fotografía se le llamaba “pincel de la naturaleza” y al cine “teatro mecanizado”, a la música grabada se la denominaba “fotografía sonora” (Mora, 2012, p. 141). Así, la inexactitud podría crear cismas entre iniciados y no iniciados. Los que han tenido acceso a una ópera en directo, tendrían capacidad para rellenar las inexactitudes de la copia grabada. En cambio, el no iniciado sólo percibiría una reproducción distorsionada del original, anulando su naturaleza de “arte mágico” y convirtiéndola en un mero ejercicio contemplativo, en un “arte de diversión”.

Para el autor inglés Robin George Collingwood tal degradación en el arte se había producido antes, en el siglo XIX, con el triunfo de lo que se consideraría que era la visión utilitarista del arte. La diferencia entre el “arte mágico” y el “arte de diversión” que entendía Collingwood radicaba en una sutil diferencia: mientras el primero expresaba emociones, el segundo las provocaba. Así, las producciones de la cultura de masas no serían obras de arte sino más bien artefactos pseudo-artísticos, haciendo del artista, en connivencia con las

pretensiones del empresario industrial, un mero artesano que aplica reglas preestablecidas a base de prueba y error, en busca de una emoción dada (Mora, 2012).

Theodor W. Adorno, al analizar el proceso de *estandarización* de la música popular, jugaba con ventaja. Como buen pianista, era capaz de realizar brillantes estudios musicológicos sobre la dodecafonía de las músicas de vanguardia (Adorno, 2003) o diseccionar los procesos de creación de los éxitos musicales del momento. Sus conocimientos en armonía, composición tonal, estructura, etc., le proveían de valiosísimas herramientas de interpretación de los inicios de la industria musical. Para Adorno la producción de música popular en 1941, identificada con el Jazz, está enormemente estandarizada. “La estandarización de la estructura tiene por objeto producir reacciones estándar” (Adorno, 2012, p. 224). No sólo es una cuestión de estandarización del proceso de distribución de las obras, sino de la música en sí misma. Los estándares de la música popular se desarrollaron originalmente a partir de un proceso competitivo. “Cuando una canción determinada conseguía un gran éxito, cientos más surgían imitándola” (Adorno, 2012, p. 226). De este modo, la creación de música popular entró en una especie de congelación donde lo que se buscaba principalmente era: Primero, ofrecer estímulos que llamen la atención del oyente. Segundo, ofrecer un material que *entre* en lo que un oyente sin formación musical llamaría música “natural” y que, prácticamente, se aproximan a la estructura y esquemas de las canciones infantiles. En otras palabras, debe llamar la atención y que resulte familiar. No obstante, Adorno describe un proceso paradójico que denomina *pseudo-individualización*. Al tiempo que los patrones de la música popular se van haciendo más y más recurrentes, se emplean grandes dosis de imaginación para crear falsas “desviaciones” del patrón “natural” y así hacernos creer que ofrecen algo nuevo. “El ejemplo más drástico de estandarización con rasgos en apariencia individualizados lo encontramos en las llamadas improvisaciones” del Jazz (Adorno, 2012, p. 229).

En 2012 se publicó en *Science* un complejo estudio comandado por Joan Serrà del Instituto para la investigación en Inteligencia Artificial (IIIA-CSIC) que habría hecho las delicias de Adorno. Utilizando una

base de 464.411 canciones de la música popular occidental desde 1955 a 2010, analizaron diferentes características sobre la complejidad y reiteración de altura, timbre, escalas y fuerza sonora (el volumen intrínseco) de las canciones. Sus conclusiones confirman las teorías de Adorno. En los últimos 60 años, se ha experimentado una reducción de la variabilidad de las alturas empleadas, una homogenización de la paleta de notas y un volumen *neto* más alto. Los autores llegan a afirmar: “se sabe que, un modo ‘seguro’ para modernizar canciones de música popular es grabar una nueva versión de una pieza existente con medios actuales, pero sin alterar las ‘semánticas’ principales del discurso” (Serrà, Corral, Boguñá, Haro, & Arcos, 2012, p. 5). Dicho de otro modo, la música popular occidental, se ha ido homogeneizando, simplificando y replicando cada vez más, según las evidencias científicas.

Entonces ¿Qué es lo que se busca en la cultura de masas y qué es lo que se busca en la alta cultura? Bien podríamos decir que “la sed de experiencias que *calman* las industrias del entretenimiento vendría a ser de una índole muy distinta de la que *colman* las vanguardias” (Mora, 2012, p. 143). Quizás era esa *calma* la que tanto admiraba Pauline Kael del cine de entretenimiento, o Ludwig Wittgenstein cuando afirmó en una ocasión que ver películas americanas después de un intenso esfuerzo intelectual le sentaba como “el efecto de una buena ducha” (Malcolm, 1988, pp. 336–337), puede no tener que ver con el estatus social. Calmar esta necesidad de todo tipo de públicos y audiencias es algo que la industria, a través de sus productos *mainstream*, ha ido mejorando con el paso del tiempo. En 1984, Michael Eisner llega a la presidencia de una compañía para entonces de capa caída, Disney Corp., con la intención de relanzar su imagen de marca y disparar los éxitos de taquilla. Para Eisner, “los proyectos de películas deben estar guiados principalmente por una historia sólidamente construida, con pequeños animales muy monos y con intrigas sencillas que tengan un *happy end* eficaz” (Martel, 2012, p. 63). El éxito de su estrategia está fuera de toda duda.

Con todo, podemos hacernos una visión de de lo que son, y de lo que pretende la industria que sean, sus productos *mainstream* o de masas. Incluso para mentes prodigiosas, la necesidad de consumir

productos culturales de “baja graduación” y alta popularidad no sólo es una opción sino que puede convertirse en una necesidad personal o, incluso grupal, para ser experimentada en familia. Su consumo entre los que incluso reconocen que son productos de “baja calidad”, puede llegar a ser irónico, creando una distancia entre ellos y los objetos (Michèle Ollivier, 2008, p. 133). No obstante, tampoco tienen porqué ser siempre consumos condescendientes sino que pueden hacerse desde la admiración a un trabajo bien hecho en el cumplimiento de una serie de reglas preestablecidas –quizás esas mismas que exigen al arte de vanguardia-. Ollivier los denomina “Omnívoros Highbrow Humanistas” (Michèle Ollivier, 2008). Es la intención y el sentido que les dan los individuos a sus consumos culturales lo que ejerce mayor diferenciación, no los géneros que consuma. Que haya, siempre dentro del grupo con elevado capital cultural, una distinción entre los que tienen consumos irónicos y aquellos que los consumen bajo el prisma de la admiración, nos devuelve al debate metodológico. ¿Deberíamos acercar tanto el prisma como para sólo fijarnos en las diferencias intra-clase o debemos tomar una foto más ampliada para observar las grandes tendencias y diferencias inter-clase?

Como ya hemos señalado anteriormente, nuestra decisión ha sido la de dar cabida a todas las diferencias que podamos encontrar *entre-estratos* lo que nos permitirá, en el futuro, poder abordar con mayor precisión las diferencias *intra-estratos*.

8. Conclusiones

Para trabajar empíricamente el concepto de cultura hay primero que acotar su significado de un modo muy restrictivo. Por cultura nos referiremos a aquellas actividades de un grupo social que conducen a la ilustración y la educación de la mente, más que a la adquisición de destrezas puramente técnicas o vocacionales. Debemos atender a su cualidad adjetiva más que al propio significante de cultura. Por ejemplo el concepto de actividad cultural, que engloba el consumo y práctica de bienes y servicios culturales. La actividad cultural daría cuenta del conjunto de actividades que implican alguna forma de creatividad en su producción, que hagan referencia a la generación y comunicación de significado simbólico y que su producto represente, al menos en potencia, una forma de propiedad intelectual.

Desde el inicio de las sociedades industriales, las élites dominantes imponían su criterio sobre lo que debería ser considerado arte y cultura, dejando a un lado las costumbres, conocimientos y expresiones de las clases populares. La discusión sobre las normas que regían este criterio se mantuvo durante todo el siglo XX. La llegada del proceso industrial a la producción de bienes culturales, que no sólo afectaba a la producción en masa de productos culturales materiales sino a la estandarización de sus contenidos y reglas, había introducido un nuevo componente más a la ecuación. Esta cultura utilizaba elementos tanto de la cultura legítima como de la cultura popular para aumentar su capacidad de atracción en todos los estratos sociales.

Los sucesivos intentos por recuperar la dignidad de la cultura popular se embarra en el debate sobre dónde están sus límites con la cultura de masas, dado que la producción estandarizada y en masa lo había inundado todo. Mientras, en el campo artístico legítimo se cuestionan los fundamentos básicos de su creación suponiendo un reto para su interpretación y para la adecuada delimitación de lo que es arte y lo que no. Se crea un nuevo cisma en el cual el nivel educativo, junto a la familiaridad de los individuos con el campo artístico y su devenir histórico, crea la distinción social en el consumo de cultura. A su vez, los estratos sociales asociados tradicionalmente a la cultura legítima, las clases altas, han experimentado un acercamiento a las actividades,

género y bienes culturales considerados no legítimos. Los estudios musicológicos confirman como la música popular contemporánea no ha adquirido la complejidad de las músicas legítimas, como la música clásica, sino que por el contrario se ha hecho cada vez más simple, repetitiva y recurrente. Esto descarta la idea de un acercamiento de los gustos de las clases altas a la cultura popular por sus conversión estética con la cultura legítima, debiéndose buscar los motivos a través de otros razonamientos. La interiorización de la ruptura con las normas clásicas que delimitaban el arte puede haber dado pie a una actitud más abierta ante obras estéticas de difícil adecuación y que podrán ser consideradas legítimas en el futuro. El cisma entre los individuos familiarizados con el arte desde edades tempranas y aquellos que no lo han estado durante esa etapa puede ser el verdadero generador de la actitud necesaria para la distinción.



Capítulo III.

La actividad cultural en España.

Capítulo III. La actividad cultural en España³.

1. Introducción

Hasta ahora hemos ido viendo desde el modo en que se ha definido y clasificado la cultura hasta los modos de estratificación social con los cuales operaremos en los capítulos IV, V y VI.

Antes de pasar a esos análisis multivariantes, hemos visto conveniente presentar una serie de análisis descriptivos sobre el impacto del sector de la cultura en la economía y el empleo así como su valor productivo. Los sectores considerados del ámbito cultural han sido: Patrimonio; Archivos y bibliotecas; Libros y prensa; Artes plásticas; Artes escénicas; Audiovisuales y multimedia (Cine y vídeo; Música grabada; Televisión y radio). No será nuestra intención detenernos en exceso en este aspecto dado que el objeto de nuestra tesis no es el sector cultural en sí mismo sino los hábitos y prácticas individuales. Lo que pretendemos es ofrecer una serie de datos secundarios que nos ayudarán a entender la importancia del sector cultural en nuestra sociedad así como una serie de características básicas de su mercado de trabajo.

Del mismo modo, presentaremos una comparativa de indicadores sociales relativos a la actividad cultural en Andalucía, España y Europa. Esta batería de indicadores nos servirá de paso previo para comprobar las hipótesis de investigación. Se han seleccionados para que sean estrictamente comparables entre sí, lo que en la práctica supone una selección con un triple criterio: Que sus indicadores midan lo mismo; que sean comparables en el tiempo; y que además tengan representatividad suficiente para los tres territorios de referencia.

3. Una versión diferente de este capítulo fue publicada en el libro *La calidad social en Andalucía, España y Europa* de Bericat-Alastuey y Camarero-Rioja (2011) titulado “La actividad cultural” (Herrera-Usagre, 2011b).

Qué duda cabe que gran parte de los datos aquí aportados deben ser interpretados como una radiografía del estado de la cuestión inmediatamente anterior a la crisis económica y social de 2008. Es quizás ahí donde reside su importancia. Lo que aquí ofrecemos nos ayudará en el futuro a entender los cambios que han sufrido tanto las industrias culturales como las prácticas y hábitos de los ciudadanos tras el impacto de la crisis.

2. El impacto económico de las industrias culturales

En Andalucía el 1,28% del empleo total lo produce el sector cultural, frente a un 2,4% del europeo. Según afirma el Eurostat en su informe *Cultural Statistics* de 2007, el empleo cultural está particularmente caracterizado por altos niveles de formación y especialización, permitiendo desarrollar un tejido productivo sólido⁴. Andalucía contaba en 2006 con un 23% de la población adulta con estudios superiores, porcentaje inferior al de España (28,5%) pero cerca de la media europea, en torno a un 24% (Bericat & Marín-Cassinello, 2011, p. 117). En este sentido, el dato contrasta con el del empleo cultural, dado que Andalucía se distancia notablemente de las tasas española y europea.

4. De acuerdo a la metodología empleada por EUROSTAT en su informe *Cultural Statistics* de 2007, el empleo cultural fue operacionalizado a través de una tabla cruzada entre una serie de códigos ISCO-88 de ocupación y las actividades económica 58,59,60,90 y 91 del código NACE v.1.1. En las posteriores versiones de este informe el empleo cultural sólo se medirá con una serie de actividades NACE de la versión 3. Para más información véase el informe *Cultural Statistics* (Statistical Office of the European Communities, 2011).

Tabla 2. Empleo, Producción, y oferta cultural

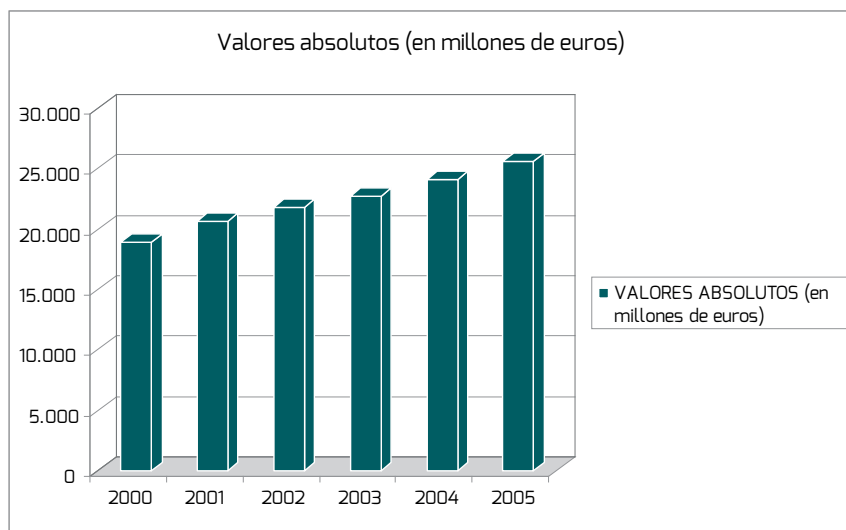
EMPLEO, PRODUCCIÓN, Y OFERTA CULTURAL	Andalucía	España	Europa	Fuentes
Empleo cultural (% total empleo)	1,28	2,03	2,4	EPA07/LFS06
Libros editados (x 10.000 habitantes)	8,7	16,1	13,6	EEEL06/EBP50
Oferta de salas de cine (habitantes por pantalla)	11.684	11.149	14.299	EC07/ECY07
Espectadores por sala de cine (espectadores por sala/año)	22.614	26.042	31.272	EC07/ECY07
Espectadores por representación de teatro (media asistencia/obra teatro)	185	231	n.d.	AAEMA -2005
Espectadores por concierto (media asistencia/concierto)	182	305	n.d.	AAEMA -2005

En Andalucía se editan 8,7 libros por cada 10.000 habitantes, tasa muy inferior a la española (16,1) y la europea (13,6). La importancia de este sector de producción no sólo reside en su capacidad de generar empleo cualificado o de producir bienes que un valor cultural añadido a la sociedad, sino que es además un sector que es capaz de generar, proporcionalmente hablando, mayor valor añadido. No obstante, hay que contextualizar el dato que se ofrece. La gran mayoría de editoriales suelen instalarse, por motivos de distribución, en las capitales de los países y, por tanto, la comparación de Andalucía con las medias nacionales de España y Europa puede malinterpretarse. No obstante, es de reseñar la baja capacidad editorial de Andalucía.

La Tabla 2 también refleja un conjunto de indicadores sobre oferta y consumo cultural. En Andalucía el ratio de habitantes por cada sala de cine es inferior al de la media europea (11.684 frente a 14.299) lo cual indica que la oferta de salas es mayor. Sin embargo, esta mayor oferta no se corresponde con un mayor hábito de asistencia al cine, puesto que el número de espectadores andaluces por sala de cine es muy inferior que el ratio europeo (22.614 espectadores andaluces frente a 31.272 europeos). En este sentido podríamos afirmar que la productividad de las salas en Andalucía es menor que en Europa.

En Andalucía, el número de espectadores por concierto de música o por obra teatral es, por término medio, inferior al de España. Un modo de interpretar esta información es la siguiente: La oferta de eventos culturales en Andalucía, en este caso conciertos y teatro, se ajusta a aforos pequeños, probablemente en la localidad de residencia y atendiendo a la variabilidad de géneros y audiencias existentes.

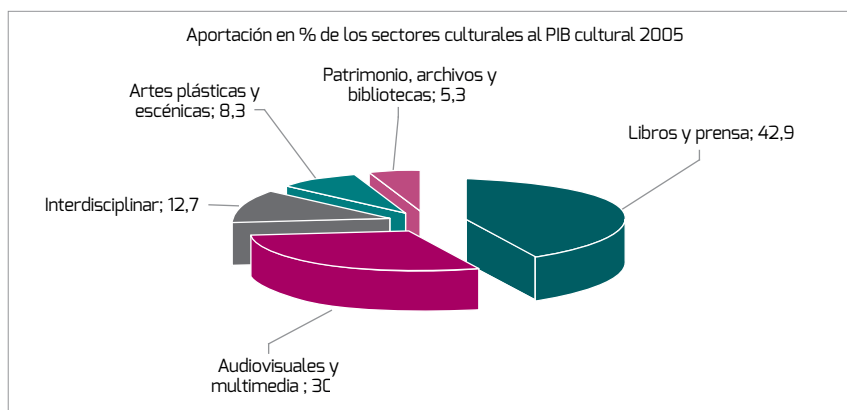
Gráfica 1. Aportación de las actividades culturales al PIB español por años



Fuente: *El valor económico de la cultura*. Ministerio de Cultura. 2005

El Ministerio de Cultura señala que la evolución de las actividades culturales en España, en su conjunto, viene caracterizada por un crecimiento continuo de su aporte al PIB nacional en términos absolutos. El crecimiento medio anual en el periodo 2000-2005 se sitúa en un 6,2%, pasando de 18.936 millones de euros en el año 2000, a 25.604 millones en 2005. A pesar de este buen desarrollo económico del ámbito de la cultura, el aporte en términos relativos al PIB nacional cae un 0,4% en el mismo periodo, debido al mayor empuje de otros ámbitos dentro del sector servicios así como el empuje del sector de la construcción.

Gráfica 2. Aportación de las diferentes actividades culturales al PIB cultural. (en %).



Fuente: *El valor económico de la cultura*. Ministerio de Cultura

En la Gráfica 2, se analiza más detalladamente la aportación de cada uno de los sectores culturales contenidos en el ámbito económico de la actividad cultural. Según los datos ofrecidos por el Ministerio de Cultura, el sector que hace el mayor aporte económico al ámbito de la cultura es el de *libros y prensa*. A pesar de su notable crecimiento en términos absolutos durante el periodo 2000-2005, existe un descenso relativo de un 2,7% en su aporte al PIB cultural⁵. Del mismo modo, el sector *audiovisual y multimedia* perdió en el mismo periodo un aporte relativo de 1,8 puntos porcentuales, situándose en un 30,8%. A favor de estas pérdidas, el sector de *Patrimonio, archivos y bibliotecas* ganó en 2005 un 1,2% respecto al año 2000, mientras que las actividades culturales *interdisciplinarias* ganaron un 3,1% en el mismo periodo situándose en el 12,7%. Por su parte, el sector de *artes plásticas y escénicas* se mantuvo prácticamente igual aumentando solo un 0,1%, gracias exclusivamente al empuje de las artes escénicas.

5. El actual ministerio de Educación, Cultura y Deporte ha dejado de actualizar sus datos sobre el valor económico de la cultura, quedando la información sobre las industrias culturales actualizada sólo hasta 2005. El ministerio pretende utilizar usar otra metodología para el cálculo de estos indicadores: “Sobre la base de este proyecto está previsto elaborar las Cuentas Satélite de la Cultura en España, proyecto incluido en el Plan Estadístico Nacional 2009-2012 en el que el Ministerio contará con la colaboración metodológica del Instituto Nacional de Estadística” (<http://www.mcu.es/estadisticas/MC/VecE/2000-2005/Presentacion.html>).

3. Indicadores básicos de actividad cultural

El conjunto de actividades que conforman las artes y la cultura no sólo funciona como elementos para la recreación personal sino que también proporcionan una serie de beneficios colectivos al conjunto de la sociedad. Entre los diferentes beneficios que producen las actividades artísticas y culturales, podemos destacar dos que según María Devesa (2006) son de gran importancia: mayor cohesión social y mejora social asociada al nivel educativo.

En primer lugar, las artes y la cultura funcionan como catalizadores de los rasgos que ayudan a definir la identidad nacional de un país o comunidad, y ésta a su vez, contribuye a la cohesión social. No obstante, del mismo modo que la cultura puede reforzar los valores y modos de vida de una sociedad, también puede funcionar como “agente de ruptura social y de cambio”, cuestionando esos mismos valores y desarrollando así, “un espíritu crítico e independiente” (Moore, 1992). En segundo lugar, bien es sabido que las artes y la cultura mejoran el desarrollo intelectual de las personas “y ello está ligado a la idea de mejora social, en el sentido en el que se produce un mayor nivel de civismo, una mejora del capital cultural y de la productividad, así como un asentamiento de los valores democráticos” (Duffy, 1992, p. 44). Por estos motivos, la monitorización de la actividad cultural se presta como tarea necesaria si queremos monitorizar la calidad social de nuestras sociedades (Herrera-Usagre, 2011b).

Con el presente epígrafe, además de pretender reflejar los hábitos y prácticas culturales de los individuos, se nos antoja necesario exponer una dimensión sobre la capacidad productiva del sector de la cultura a través de un conjunto de indicadores sobre producción y oferta cultural.

Según el Directorado General para la Educación y la Cultura de la Comisión Europea (DGEC), el papel del sector cultural dentro de la estructura económica de la sociedad europea está altamente ignorado. Para muchos, las artes son una materia para la ilustración o el entretenimiento. Esto supone que las artes y la cultura sean concebidas como aspectos marginales en términos de contribución socio-económica y deberían, por tanto, ser confinadas al reino de la intervención

pública, desterradas así de su investigación académica como fuente de riqueza. Esto explicaría, según el DGEC, la escasez de herramientas estadísticas disponibles para medir la contribución del sector de la cultura a la economía, en particular si lo comparamos con otros sectores económicos. El sector de la cultura es un sector en crecimiento que se desarrolla a un ritmo más alto que el resto de la economía. Lo mismo se puede aplicar al empleo. De hecho, este sector provee posibilidades laborales muy diversificadas y altamente cualificadas, que, de nuevo son, en términos de empleo, un sector que crece más que el resto.

En cuanto a la participación de los individuos en actividades culturales, el Leadership Group para estadísticas culturales de la Unión Europea proporcionó en el año 2000 una serie de recomendaciones básicas a la Comisión Europea para armonizar los datos existentes sobre actividad cultural, promover las investigaciones para concentrar una definición común de “Participación en actividades culturales”, así como recoger y evaluar los recursos existentes sobre participación cultural en los países europeos.

Finalmente, podemos afirmar que los cambios sociales provocados por la extensión de la Sociedad de la Información, junto con el cada vez más reconocido papel que juega la actividad cultural como motor de beneficios sociales colectivos, han creado una mayor necesidad de entender los eslabones entre actividad cultural y desarrollo económico-social. Siguiendo los deseos del Leadership Group, el trabajo que aquí presentamos reúne una serie de indicadores transversales y temáticos sobre empleo, producción, consumo, uso y participación cultural de la ciudadanía andaluza, en comparativa fundamentalmente anual con la sociedad española y con la europea.

La información se ha estructurado en dos dimensiones con un total de cuatro sub-epígrafes. En primer lugar, aparecen aquellos indicadores sobre consumo y hábitos culturales: Consumo y hábitos de lectura; Consumo y hábitos audiovisuales; y Asistencia y práctica cultural. En segundo lugar, se presentan un conjunto de indicadores sobre la capacidad del sector económico cultural en Andalucía que van desde la frecuencia de visita a museos, a la producción editorial, pasando por la oferta de salas de cine.

3.1. Consumo y hábitos de lectura

En este apartado señalaremos los indicadores sociales que consideramos más importantes para retratar la actividad lectora de la sociedad andaluza. El primer indicador de consumo muestra el porcentaje del gasto que los hogares andaluces destinan a la compra de libros y prensa. El siguiente indicador “gasto en literatura recreativa de los hogares”, refleja el porcentaje de gasto en libros no relacionados con el mundo académico, técnico o de formación. Este indicador refleja la proporción del gasto en libros que los hogares destinan a lectura “no obligada” por así decirlo, lo cual nos permite reflejar la importancia que dan los andaluces a la lectura recreativa. Los otros dos indicadores que se muestran en Tabla 3. Consumo de libros y hábitos lectores expresan el hábito de lectura del medio de comunicación de masas escrito más extendido, la prensa diaria, tanto en su versión impresa como en su versión digital.

Tabla 3. Consumo de libros y hábitos lectores

CONSUMO DE LIBROS Y HÁBITOS LECTORES	Andalucía	España	Europa	Fuentes
Gasto en libros y prensa de los hogares (% gasto hogar/año)	0,89	1,04	0,88	EPF07/HB505
Gasto en literatura recreativa de los hogares (% gasto de libros /hogar y año)	14,5	22,9	47,5	ECILE06/EBPS06
Lectores de prensa escrita (% lee + 30min./semana)	19,4	25,5	42,4	ESS07
Lectores de prensa y publicaciones en Internet (% ha leído últimos 3 meses)	44,9	45,8	25	ESS07

Los hogares andaluces destinan un porcentaje similar del gasto en libros y prensa que los hogares europeos (0,89% frente a un 0,88%) pero su gasto es ligeramente inferior al de la media española (1,04%). Del total de gastos en libros, los andaluces sólo destinan un 14,5% a libros de lectura recreativa, frente al 47,5% que destinan los hogares europeos. Para interpretar adecuadamente este porcentaje hay que entender que en el resto de países europeos de los 15, excepto Irlanda y Portugal, el coste de los libros de texto corre a cargo de la

administración pública. Los sistemas de financiación pública de los libros de textos difieren en cada país –por ejemplo en Finlandia la gratuidad es total, mientras que en otros países se tiende a la cofinanciación, caso de Austria, o al sistema de préstamo, caso de Países Bajos o Reino Unido-. No obstante, el ahorro supone lo suficiente como para permitir que la proporción de gasto en libros con finalidad recreativa sea notablemente mayor que en nuestra comunidad. En Andalucía el “Programa de gratuidad de los libros de texto” no fue aprobado hasta 2005 y se esperaba que su implantación en la escolaridad obligatoria terminase en el curso 2008/2009. Por tanto, cabría esperar que el porcentaje de gasto en literatura recreativa sobre el total de gasto en libros vaya progresivamente aumentando en los años siguientes.

Por otro lado, la Tabla 3 muestra indicadores del hábito de lectura de prensa tanto en formato impreso como digital. Según vienen demostrando diferentes investigaciones, la lectura de literatura exige una mayor capacidad de procesamiento de la información (Ganzeboom, 1982; Torche, 2010; Zavisca, 2005), lo cual nos permite asociarla a grupos de población con altos niveles educativos. En cambio, la lectura de prensa en general, gracias a su diversificación hacia gustos populares, permite mostrar la penetración del hábito lector en el total de población y no sólo sobre estratos con altos niveles educativos. El hábito de lectura de prensa de la población andaluza se decanta principalmente por la lectura digital (44,9% del total de población afirma haber leído la prensa en Internet al menos una vez en los últimos 3 meses). En cambio, cuanto nos referimos a la intensidad de esa lectura, sólo 1 de cada 5 andaluces afirma leer la prensa escrita más de 30 minutos a la semana, frente a un 42,4% de la población europea. Ambos datos nos ofrecen un panorama de lectura de prensa donde el tiempo que se emplea es significativamente menor que en Europa pero cuya práctica está bastante más generalizada en el formato digital.

3.2. El consumo audiovisual en Andalucía

Durante el S.XX, la cultura audiovisual tomó una revancha histórica a la expresión escrita, después de que ésta última se erigiese como el medio de comunicación predominante desde la invención de la imprenta. La llegada de los medios audiovisuales de comunicación de masas –primero llegó el cine, después la radio y finalmente la televisión– permitieron recuperar la ventaja que tenía la tradición oral de poder difundir mensajes a públicos no letrados. A partir de este momento, nuestra cultura se mediatizó y difundió a gran escala, configurando nuestro lenguaje, creencias y códigos a través de un nuevo modelo tecnológico.

En la Tabla 4, “Consumo de medios audiovisuales”, exponemos una serie de indicadores que miden la penetración de dichos medios en el hábito de la población andaluza. El primer indicador contempla el porcentaje de gasto anual en dispositivos audiovisuales (como televisores, reproductores, cámaras, etc.) que declaran los hogares andaluces. Los dos siguientes indicadores, “Audiencia de Televisión” y “Audiencia de Radio”, muestran el porcentaje de población andaluza que dedica más de 30 minutos a la semana a ver la televisión y la radio, mientras que el indicador “Audiencia de Cine” expresa el número de entradas de cine vendidas por habitante y año. El último indicador, “Audiencia radio y TV a través de Internet”, expresa la capacidad de penetración de Internet en los hábitos de consumo de medios audiovisuales, mediante el porcentaje de población que declara haber escuchado o visto la radio o la televisión a través de Internet en los últimos 3 meses.

Tabla 4. Consumo de medios audiovisuales

CONSUMO DE MEDIOS AUDIOVISUALES	Andalucía	España	Europa	Fuentes
Gasto en dispositivos audiovisuales (% gasto hogares/año)	1,18	1,18	0,97	EPF07/HB505
Audiencia de Televisión (% población que dedica + 30min./día)	92,9	92,3	90,7	ESS07
Audiencia de Radio (% población que dedica + 30min./día)	53,1	54	61,2	ESS07
Audiencia de Cine (nº entradas habitante/año)	2	2,4	2,2	EC07/ECY0 7
Audiencia radio y TV a través de Internet (% ha visto/escuchado últimos 3 meses)	33,7	32,4	20	ESS07

El consumo de dispositivos audiovisuales en Andalucía y España es ligeramente superior al de la media europea (1,18% frente a 0,97%) lo cual ya nos está indicando un cierto grado de penetración de la cultura audiovisual, al menos en comparación con Europa.

Según muchos autores, la televisión se ha convertido en el modo de comunicación audiovisual prevaleciente en la sociedad contemporánea alrededor del cual, el resto de medios ha ido reestructurándose y reorganizándose para adaptarse al atractivo rostro de la pantalla pequeña. En efecto, el consumo de televisión en nuestra comunidad autónoma es masivo (92,9% la ve al menos media hora a la semana). La razón de porqué este medio ha conseguido semejante difusión ha suscitado virulentos debates entre los estudiosos. Entre ellos, Manuel Castells se inclina a pensar que su éxito reside en “las condiciones de la vida hogareña tras largas jornadas de trabajo agotador” así como en “la falta de alternativas para una participación personal/cultural” (Castells, 2001a, p. 403). Sea como fuere, la televisión ha desplazado en buena medida el consumo de otros medios como la radio, que siguen teniendo en Europa un papel muy importante (53,1% de audiencia entre la población andaluza frente al 61,2% de la europea). Si es cierto también que, como ya ocurría con la lectura de prensa, el consumo de radio y televisión en nuestra comunidad autónoma está más “digitalizado” que en Europa. Sólo uno de cada cinco europeos afirma haber escuchado o visto la radio o televisión en Internet en los últimos 3 meses, frente a uno de cada tres andaluces.

Desde la década de los años 40 y 60, donde la salida del hogar para ir a ver una película era un fenómeno de extraordinaria popularidad, la asistencia al cine ha sufrido un progresivo, lento pero a su misma vez, notable declive. No obstante, la práctica de “ver cine” no ha caído sino que se ha transformado a consecuencia de las posibilidades que ofrece el consumo a domicilio, merced a los cambios tecnológicos y a la multiplicación de la oferta televisiva. Pero a pesar de la comodidad que ofrecen las tecnologías en el hogar, la experiencia de “ver cine” en casa no puede sustituir a la experiencia de “acudir a un cine”, donde cada vez más, se [re]desarrollan nuevos y más atractivos alicientes audiovisuales –efectos especiales, 3D, experiencias aromáticas,

IMAX, etc.- que ayudan a mantener el interés por la práctica de dicha actividad. Es posible, por tanto, que la experiencia de acudir al cine no sólo haya sobrevivido al enviste de las nuevas tecnologías audiovisuales en el hogar, sino que también, como afirman algunos autores, se haya producido un cierto retorno a las salas de cine en la última década (Ariño et al., 2006). Los datos de Andalucía a este respecto reflejan un hábito menos acusado que en nuestro entorno nacional (2 entradas de películas por habitante y año, frente a 2,4 de la media española) y un patrón de comportamiento más parecido al de la media europea (2,2).

3.3. La asistencia y práctica cultural

En este apartado, describimos los hábitos de los andaluces en cuanto al uso que hacen de ciertas facilidades culturales, así como su asistencia a eventos considerados del mismo modo. Estos indicadores están relacionados con el patrimonio histórico, las artes escénicas y visuales, el consumo de productos culturales de ocio, y otros. En primer lugar, como indicadores que reflejan la asistencia cultural de nuestra comunidad, aparecen la “Población que asiste a museos y exposiciones”, la “Población que asiste a monumentos y yacimientos”, la “Población que asiste al teatro”, la “Población que asiste a conciertos” y la “Población que asiste a espectáculos deportivos”. Todos ellos reflejan el porcentaje de población andaluza que ha asistido a alguno de estos eventos culturales al menos una vez en el último año. En segundo lugar, aparece otro conjunto de indicadores que muestran la participación cultural de los andaluces en otra serie de campos. Estos son, “Población que participa en actividades amateur artísticas” que expresa el porcentaje de población andaluza que, durante su tiempo libre, ha tocado un instrumento, cantado, bailado, escrito, etc., en el último año. Finalmente, la “Población que viaja al extranjero” expresa la proporción de viajes turísticos que tuvieron como destino el extranjero.

Tabla 5. La asistencia y la práctica cultural y de ocio

ASISTENCIA Y PRÁCTICA CULTURAL	Andalucía	España	Europa	Fuentes
Población que asiste a museos y exposiciones (% último año)	21,5	23,2	41	EHPC07/EB07
Población que asiste a monumentos y yacimientos (% último año)	22,4	23,5	54	EHPC07/EB07
Población que asiste al teatro (% último año)	13,7	19,1	32	EH PC07/EB07
Población que asiste a conciertos (% último año)	28	26,4	37	EHPC07/EB07
Población que asiste a espectáculos deportivos (% último año)	29,1	28	41	EHPC07/EB07
Población que participa en actividades amateur artísticas (% último año)	6,1	4,4	11,8	CIS08/EB04
Población que viaja al extranjero (% último año)	4	7,1	57,1	EF07/EB09

Las dos prácticas que gozan de mayor popularidad entre la población andaluza son la asistencia a espectáculos deportivos (29,1%) y la asistencia a conciertos (28%). Ambos tipos de acontecimientos están vinculados al fenómeno de la “espectacularización” de los eventos. La asistencia a acontecimientos deportivos, siendo esta una actividad no estrictamente cultural pero si ociosa, tiene dos aspectos que podrían explicar su popularidad. Por un lado, el fomento de las audiencias de las competiciones deportivas, tanto en su asistencia en vivo como difusión mediática, ha servido como estimulante para la práctica deportiva entre la población, y por tanto, un elemento imprescindible de dinamización de hábitos saludables. Por otro lado, existe una filiación social a los diferentes equipos que impulsa la asistencia, sobre todo en su faceta local. Tanto la asistencia a eventos deportivos como a conciertos, son comportamientos contemporáneos que parecen heredar una tradición de experiencia colectiva propiamente humana. Durkheim en su libro *Las formas elementales de la vida religiosa* ya afirmaba que “no puede haber sociedad que no sienta la necesidad de mantener y reafirmar, a intervalos regulares, los sentimientos colectivos y las ideas colectivas que constituyen su unidad y su personalidad” (Durkheim, 1992, p. 397). En efecto, el deporte o la música, como comportamientos puramente humanos, sirven como “tótem” alrededor del cual nuestras sociedades practican expresiones de unidad y personalidad colectiva. De hecho,

este fenómeno podría acrecentarse más aún cuando en nuestra comunidad gozamos de importantes patrimonios intangibles alrededor del fenómeno musical, como es el flamenco.

En segundo lugar, aparecen la visita a museos y exposiciones (21,5%) y la visita a monumentos y yacimientos arqueológicos (22,4%). La práctica de ambas actividades culturales, vinculadas al movimiento de la “patrimonialización de la cultura y a la expansión del turismo cultural” ha experimentado, en especial la visita a museos, un notable aumento en los últimos 40 años (Ariño et al., 2006, p. 198). Sin embargo, y a pesar del alto número de patrimonios culturales que disfrutamos y de la calidad de los museos que disponemos, la asistencia en Andalucía a dichos espacio aparece ligeramente por debajo de la media española (23,2% en el caso de los museos y exposiciones y 23,5% en el caso de los monumentos y yacimientos arqueológicos).

El teatro por su parte, es una actividad que ha sido tradicionalmente englobada con otras actividades consideradas de *alta cultura* como el ballet, la danza, la ópera o los conciertos de música clásica; todas ellas vinculadas además a altos niveles educativos de sus audiencias. En Andalucía sólo un 13,7% de la población acudió al teatro en los últimos 12 meses, lo cual es un porcentaje notablemente bajo si lo comparamos con Europa (32%). De hecho, esta diferencia con Europa se hace igual de palpable en el resto de actividades que hemos comentado, donde los porcentajes doblan en algunos casos las tasas de asistencia de nuestra comunidad autónoma (es el caso de los museos y exposiciones, que los visitan un 41% de los europeos, y de los monumentos y yacimientos, que los visitan un 54%).

Como ya habíamos señalado anteriormente, la asistencia a espacios culturales como museos o patrimonios está muy ligada a la expansión del turismo cultural. Cualquier actividad turística podría ser entendida como actividad cultural dado que supone la disposición de los individuos por desplazarse a espacios sociales diferentes del que tienen por referencia, y, por tanto, exige entender las idiosincrasias culturales del lugar de destino. Es probable que sea el turismo uno de los factores que más incida en las grandes diferencias entre Andalucía y Europa respecto a las tasas de actividad cultural antes señaladas. Más

de la mitad de los europeos (57,1%) declara haber realizado un viaje al extranjero en el último año frente a sólo un 4% de los andaluces y un 7,1% de los españoles. España en general y Andalucía en particular son, por múltiples razones, lugares preeminentemente receptores de turismo internacional, particularmente europeo. A pesar de que el hecho de viajar no implica necesariamente un interés por la cultura local de destino, sí que aumenta las probabilidades de que el turista realice actividades como visitar un museo, una exposición de artesanía local o algún monumento. Si bien no tienen porqué ser viajes con una motivación preeminentemente cultural, el turista medio sí que suele realizar algún tipo de actividad que de valor añadido al modelo de turismo de “sol-y-playa” por el que ha optado.

Finalmente, hemos querido aportar un indicador que muestre la “proactividad cultural” de la población. La proactividad cultural podría ser definida como la actitud de los individuos por tomar la iniciativa en la expresión cultural, pasando de ser un simple consumidor pasivo de bienes y servicios, a un sujeto activo que expresa y produce cultura. Para medirla hemos utilizado un indicador que da fe del volumen de población andaluza que crea y practica cultura al menos de un modo *amateur*. Como se muestra en la Tabla 5, un 6,1% de los andaluces realiza algún tipo de actividad amateur artística –como tocar un instrumento, cantar, actuar o bailar-, porcentaje algo superior al de la media española (4,4%) e inferior al porcentaje europeo (11,8%).

4. Conclusiones.

La sociedad andaluza tiene como actividades culturales y de ocio predilectas aquellas más recreativas y menos intelectuales, como son la televisión, los conciertos o los espectáculos deportivos. Además, hemos visto como el gasto en publicaciones impresas se acerca a la media europea pero es menor que en España. La lectura de prensa impresa parece haber sido sustituida por la lectura digital a través de Internet.

El hábito lector de los andaluces está aún lejos del alcanzado por los europeos, aunque no tanto del que tienen los españoles. No obstante, la población andaluza utiliza más internet como medio

audiovisual para informarse que la población europea, ya sea mediante televisión o radio. La asistencia a espacios y eventos culturales también es baja, más aún en aquellos espacios como museos, monumentos o exposiciones, que exigen un mayor esfuerzo intelectual. La valoración de estos espacios, reside en el conocimiento sobre su contenido, cuestión muy ligada a niveles educativos altos y al interés histórico, artístico o antropológico que se tenga. El análisis sobre el sector en términos económicos nos muestra un escenario donde el empleo cultural es porcentualmente menor que en España y Europa. Una de las causas puede deberse a que en Andalucía existen otros sectores que tienen un papel más importante que en el resto del país, como el sector servicios o la construcción. También cabría señalar que el empleo cultural es un sector que exige una alta cualificación y España en su conjunto disfruta de un porcentaje ligeramente superior de población con título de secundaria superior o de educación universitaria. Este hecho plantea la necesidad de seguir fomentando la especialización y la educación superior. Su impulso ayudará a desarrollar un tejido productivo capaz de abrir nuevos nichos laborales en sectores de producción industrial y de servicios, más diversos y estables de los que existen actualmente en Andalucía.

Por otro lado, el hecho de que haya menor aforo por cada representación teatral o concierto no significa necesariamente una menor asistencia —en el epígrafe 3 por ejemplo, vimos como la asistencia a conciertos era ligeramente mayor entre la población andaluza que entre la población española—, sino que expresa una mayor segmentación de la oferta. En otras palabras, la oferta de eventos culturales es amplia y se adecua mejor a diferentes públicos, géneros y hábitats urbanos.

Parece que, tal y como vienen afirmando multitud de estudios, la actividad cultural está fuertemente influenciada por los niveles educativos de la población, relación de la cual, Andalucía no es una excepción. Este vínculo, se hace patente en todas las escalas, desde el consumo a la producción, pasando por el empleo y las prácticas amateur. Europa, en este sentido, ha demostrado llevar bastante ventaja. En efecto, unos niveles educativos altos fomentan la oferta y la actividad cultural, y, del mismo modo, la oferta y la actividad cultural incrementan el desarrollo intelectual del conjunto de la sociedad. Como resultado, una unión

entre niveles educativos altos y una mayor actividad cultural contribuye a una mayor cohesión y mejora social del conjunto de la población. Su interés por tanto, debe seguir siendo atendido adecuadamente como fuente de desarrollo para nuestra comunidad autónoma.

Tabla 6. Indicadores sobre actividad cultural: Andalucía, España y Europa.

ÍNDICE DE ACTIVIDAD CULTURAL (I14)	Andalucía	España	Europa	Fuentes
D1. CONSUMO Y PARTICIPACIÓN CULTURAL				
<u>D1.1 . Libros y publicaciones</u>				
d1.1. Gasto en libros y prensa de los hogares (% gasto hogar/año)	0,89	1,04	1,44	EPF07/HBS05
d1.2. Gasto en literatura recreativa (% gasto de libros /hogar y año)	14,5	22,9	47,5	ECILE06/EBPS06
d1.3. Gasto en literatura infantil y juvenil (% gasto de libros /hogar y año)	6,1	10,7	8,3	ECILE06/EBPS06
d1.4. Lectores de prensa escrita (% leen más 30 minutos/semana)	19,4	25,5	42,4	ESS07
d1.5. Lectores de prensa y publicaciones a través de Internet (% han leído últimos 3 meses)	44,9	45,8	25	ESS07
<u>D1.2. Medios audiovisuales</u>				
d1.6. Gasto en dispositivos audiovisuales (% gasto hogares/año)	1,18	1,18	0,97	EPF07/HBS05
d1.7. Audiencia de Televisión (% población que dedica + 30min./día)	92,9	92,3	90,7	ESS07
d1.8. Audiencia de Radio (% población que dedica + 30min./día)	53,1	54	61,2	ESS07
d1.9. Audiencia de Cine (nº entradas habitante/año)	2	2,4	2,2	EC07/ECY07
d1.10. Audiencia radio y TV a través de Internet (% han visto/escuchado últimos tres meses)	33,7	32,4	20	ESS07
<u>D1.3. Otras actividades culturales</u>				
d1.11. Gasto en bienes y servicios culturales y de ocio (% gasto hogar /año)	4,4	4,52	5,11	EPF07/HBS05
d1.12. Gasto en servicios culturales y de ocio (% gasto hogar/año)	2,15	2,16	2,51	EPF07/HBS05
d1.13. Gasto en otros bienes cult. y ocio (ni libros ni dispos.) (% gasto hogar/año)	0,18	0,14	0,18	EPF07/HBS05
d1.14. Población que pertenece alguna asociación cultural (%)	8,7	13,3	11	CIS08/EB04
d1.15. Población que participa en alguna asociación cultura (% último año)	5,3	8,6	6	CIS08/EB04
d1.16. Población que participa en actividades amateur artísticas (% último año)	6,1	4,4	11,8	EHPC07/EB07

Fuente: (Herrera-Usagre, 2011b).

5. Glosario de Fuentes estadísticas

(**AAEMA**) “Anuario de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales, 2007-2009” / Sociedad General de Autores y Editores, SGAE / Ministerio de cultura / www.mcu.es

(**CIS**) “Barómetro de Enero de 2008, Estudio CIS nº 2.749” / Centro de Investigaciones Sociológicas CIS / www.cis.es

(**DCE**) “Directorio Central de Empresas, 2008” / Instituto Nacional de Estadística / www.ine.es

(**DGEC**) “Directorado General para la Educación y la Cultura” / Comisión Europea / ec.europa.eu/dgs/education_culture/

(**EB**) “Eurobarómetro especial Social Capital, EB62.2, 2004” / European Commission / ec.europa.eu/public_opinion/

(**EB**) “Eurobarómetro especial Cultural Values, EB67.1, 2007” / European Commission / ec.europa.eu/public_opinion/

(**EB**) “Eurobarómetro Attitudes of European towards Tourism, 2009, Flash Eurobarometer, nº 258” / European Commission / ec.europa.eu/public_opinion/

(**EBPS**) “European Book Publishing Statistics, 2006” / Federation of European Publishers / www.fep-fee.be/

(**EC**) “Estadísticas de Cinematografía, 2007” / Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales / www.mcu.es

(**ECILE**) “Estudio sobre el Comercio Interior del Libro en España, 2006” / Federación de Gremios de Editores de España, / www.federacioneditores.org

(**ECY**) “European Cinema Yearbook, 2008 (dato del 2007)” EU Media Programme – Mediasalles / www.mediasalles.it

(**EEEL**) “Estadísticas de la Edición Española de Libros, 2006” / Instituto Nacional de Estadística / www.ine.es

(**EF**) “Encuesta Familiar, 2007” / Instituto de Estudios Turísticos – Ministerio de Industria, Comercio y Turismo / www.iet.tourspain.es

(**EHPC**) “Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales, 2007” / Ministerio de Cultura, / www.mcu.es

(**EPA**) “Encuesta de Población Activa, EPA, 2007”, I.N.E., www.ine.es

(**EPF**) “Encuesta de Presupuestos Familiares, 2007” / Instituto Nacional de Estadística, INE / [www.ine.es/Sociedad/Encuesta presupuestos familiares](http://www.ine.es/Sociedad/Encuesta-presupuestos-familiares)

(**ESS**) “European Social Survey 2007” / European Science Foundation / www.europeansocialsurvey.org

(**EUROSTAT**) “Cultural Statistics, 2007” / European Comission / www.ec.europa.eu/eurostat/

(**HBS**) “Household Budget Survey, 2005” / Eurostat / www.ec.europa.eu/eurostat/

(**INE**) “Estadísticas de enseñanza universitaria, 2007” / INEbase / Instituto Nacional de Estadística / www.ine.es

(**LFS**) “Labor Force Survey, 2006” / Eurostat / epp.eurostat.ec.europa.eu/

(**Ministerio de Cultura**) “El valor económico de la cultura en España, 2007” / Ministerio de Cultura / www.mcu.es



Capítulo IV.

**Análisis de la
estratificación social de
los consumos culturales.**

Capítulo IV.

Análisis de la estratificación social de los consumos culturales⁶.

1. Introducción

Nos centraremos ahora en comprobar las hipótesis H1, H2 y H3 utilizando a España como caso analítico. Recordemos una vez más las hipótesis propuestas:

H1. *Los modos de consumo y participación cultural están condicionados por características estratificadoras de los sujetos.*

H2. *Los modos de distinción social a través del consumo y la participación cultural se ven afectados por la edad, el sexo y/o el logro educativo.*

H3. *La distinción de los estratos mejor posicionados no se caracteriza sólo por el consumo intenso de alta cultura sino también por el consumo intenso de todo tipo de géneros, es decir, se caracteriza por un consumo omnívoro.*

Las hipótesis no plantean novedades de lo estudiado en la materia dentro y ni fuera de nuestras fronteras, pero una revisión con datos más actualizados hemos considerado pertinente. Bien es sabido que “la estratificación del consumo cultural ha sido exhaustivamente estudiada en las sociedades industrializadas, particularmente en las áreas de la música, la asistencia a museos y las representaciones artísticas” (Torche, 2007, p. 71). No obstante, su análisis no ha estado exento de dificultades tanto en el plano de la praxis como el plano teórico. Aquí, hemos utilizado el marco que nos proporciona el conjunto de las teorías contemporáneas más importantes sobre la estratificación social en el consumo cultural y comprobar así su capacidad explicativa en nuestro país. Paralelamente, hemos comprobado las dificultades

6. Una versión diferente de este capítulo fue publicada como artículo en EMPIRIA Revista de Metodología en Ciencias Sociales (Herrera-Usagre, 2011a).

metodológicas que plantean las diferentes técnicas estadísticas con las que se pretenden comprobar dichas teorías.

El capítulo se divide en tres grandes bloques. En el primero, describiremos brevemente las diferentes teorías sobre consumo cultural y estratificación social más importantes en la actualidad. En un segundo bloque, presentaremos los resultados de nuestro estudio en los que encontraríamos varios análisis multivariantes. Finalmente, presentaremos las conclusiones y discusiones teóricas, metodológicas y de resultados que han emergido de nuestra investigación. Recordemos las bases de datos utilizadas. Una es la *Encuesta de Empleo del Tiempo* realizada entre 2002 y 2003 por el Instituto Nacional de Estadística. Con ella efectuaremos análisis de regresión logística sobre la probabilidad de acudir a un conjunto de eventos culturales. En segundo lugar, vamos a utilizar la *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales* de 2006-2007 realizada por el Ministerio de Cultura en colaboración con la Sociedad General de Autores y Editores. Con ella realizaremos un análisis de clases latentes con los géneros musicales que más habitualmente escucha la población.

2. Estratificación Social y Consumo Cultural. Esquema de teorías según Chan y Goldthorpe.

Son tres los argumentos que según Chan y Goldthorpe (Chan & Goldthorpe, 2005, 2007d, 2007e) constituyen el grueso de enfoques al respecto: *el argumento de la homología*, que achaca las razones implícitas para los diferentes estilos de vida y consumos culturales al factor estructural de las clases sociales y/o el estatus; *el argumento de la individualización* defiende que, gracias a la universalización del acceso a la cultura en las sociedades contemporáneas, las diferencias en los estilos de vida y consumos culturales están únicamente sustentadas por la voluntad del individuo; y *el argumento de la omnivoridad* donde los gustos no son casillas-estancos de propiedad exclusiva de las diferentes clases sociales, sino que la diferencia fundamental reside en cuanto más del abanico cultural es capaz cada estrato de abarcar.

2.1. Argumento de la homología

Según lo define Chan y Goldthorpe (Chan & Goldthorpe, 2007e, p. 168), este enfoque sostiene que existe un estrecho solapamiento entre la estratificación social y los gustos y hábitos culturales. Los individuos de los estratos sociales más altos tienen gustos y consumos típicos de la “alta cultura” o “cultura de élite”. En cambio, los individuos de los estratos más bajos tienen consumos y gustos más relacionados con lo que se denomina “baja cultura”, “cultura popular” o “cultura de masas”.

Esta división antagónica ya la cita en *La Deshumanización del Arte* de 1925 José Ortega y Gasset, cuando realiza un breve pero interesantísimo análisis de los efectos sociales del arte nuevo –entendiendo este como arte de vanguardia–:

Lo característico del arte nuevo, desde el punto de vista sociológico, es que divide al público en estas dos clases de hombres: los que lo entienden y los que no lo entienden. [...] Por otra parte, el arte joven [nuevo] contribuye también a que los ‘mejores’ se conozcan y reconozcan entre el gris de la muchedumbre y aprendan su misión, que consiste en ser pocos y tener que combatir contra los muchos (Ortega y Gasset, 2006, p. 48).

Es precisamente esta escisión la que Pierre Bourdieu examina, desde una perspectiva menos elitista y más empírica, en uno de sus trabajos más importantes, *La Distinction* (1998). Para Bourdieu, es innegable una correspondencia entre los hábitos y la clase social de los individuos. Esta homología está marcada por lo que él denomina *habitus* de clase. Esto es, un “sistema de disposiciones” que los miembros de una clase adquieren bajo las condiciones materiales y simbólicas de existencia en las que han crecido. Dicho de otro modo, el *habitus* de clase es una unidad semántica que aglutina una diversidad de prácticas en todos los dominios del consumo, incluido el cultural. Este modo

de diferenciación crea una estructura jerárquica de los gustos y los estilos de vida, expresada a su vez en un orden de estatus. El enfrentamiento entre “órdenes de hombres” que presentaba Ortega y Gasset, se traduce en el pensamiento bourdiano como una lucha entre clases en el campo de lo simbólico, donde se ejercen dinámicas de inclusión y exclusión, igualdad y diferencia entre los individuos. Esta violencia simbólica de distinción y superioridad de sus propios estilos de vida, lleva a una reproducción cultural de los hábitos. Y es esta reproducción cultural la clave, según autores como Richard Jenkins (2002, p. 147), para entender la reproducción social.

2.2. Argumento de la individualización

Según el enfoque de la individualización, las bases del gusto y los hábitos culturales no están tan relacionadas con la estratificación social, sino con un ejercicio individual de auto-realización. En las sociedades económicamente avanzadas y democráticamente desarrolladas se ha producido un debilitamiento de la influencia de la clase o el estatus como factor de influencia en los estilos de vida (Pakulski & Waters, 1996). Los individuos al tener acceso a un mayor rango de opciones, se alinean ellos mismos con aquellas colectividades en las que consideran que van a poder formar y recrear sus identidades más cómodamente (Beck, 2007; Giddens, 1991).

En versiones más recientes y de una mayor radicalidad posmoderna, los estilos de vida son desposeídos de cualquier influencia de carácter estructural. Los individuos son cada vez más libres y capaces de formar sus estilos de vida, independientemente de los *background* sociales que conserven. Es pues, que el consumo y el gusto es una forma de construir su propia identidad (Bauman, 1988, 2002). Debido a la inmensa variedad de posibilidades altamente comercializadas que la sociedad de consumo ofrece a los individuos, se ha pasado del “poder elegir” al “tener que elegir” los bienes y servicios que marcarán nuestros estilos de vida. He aquí la diferencia fundamental del enfoque de la individualización con respecto a las teorías del “aburguesamiento

de la clase obrera”⁷. No es una cuestión de adopción vertical ascendente de estilos de vida de una clase a otra. Sino que la construcción del gusto no está limitada a cuestiones estratificadoras y por tanto, los hábitos culturales antes restringidos a una u otra clase, se liberan de esos cabos y se reparten de igual modo en todos los estratos. Se pasa del “*habitus* a la libertad” (Warde, 1997, p. 8).

2.3. Argumento de la omnivoridad

Según apuntan Chan y Goldthorpe (2007e, p. 170) lo primero que hay que destacar de este enfoque es que analiza más los consumos culturales que los estilos de vida en general. El estudio que establece los cimientos de este enfoque fue el desarrollado por Wilensky (1964). Argumentaba que las personas con altos niveles educativos no sentían aversión alguna por lo que conocemos como cultura de masas –como defiende el argumento de la homología-, sino que por el contrario la consumían en alguna de sus formas. En las décadas posteriores, DiMaggio y Useem (1978), DiMaggio (1987), Peterson y Simkus (1992) y Peterson y Kern (1996) defendieron que en las sociedades contemporáneas el argumento de la homología ha perdido validez, no porque el consumo cultural ya no esté influenciado por la estratificación social, sino porque una nueva relación entre ambos ha surgido. El consumo cultural de los individuos de estatus alto no se corresponde con hábitos y prácticas de productos exclusivos y excluyentes. El contraste entre los diferentes estratos reside en la amplitud del rango de géneros culturales que consumen. A diferencia de los individuos de estratos más bajos, los de estratos altos no solo consumen más alta cultura, sino que consumen más media cultura y baja cultura, y no de un modo indiscriminado sino siendo extremadamente selectivo con las obras de cada género. De este modo, los estratos altos desarrollarían un cierto “eclecticismo del gusto” (R. A. Peterson, 2005), que les

7. Su enfoque destaca entre otros cambios, un progresivo acercamiento de los modos y estilos de vida de la nueva clase obrera –obreros y operarios manuales con formación especializada- hacia los de las clases intermedias –trabajadores no manuales de bajo rango. A pesar de este acercamiento, esto, como señala Goldthorpe (1969, p. 27) “no es sinónimo de identidad”.

permite disfrutar de una amplia gama de productos y servicios culturales así como de los diferentes géneros existentes. En cambio, el resto de estratos sociales tendrían más restringida su capacidad de disfrute de la oferta de géneros, productos y servicios culturales, limitándose solo a algunos de ellos.

Este paradigma ha permitido una ingente producción científica en la materia. De igual modo también ha fomentado la discusión y el debate abierto en diferentes foros, incluyendo monográficos y proyectos de investigación. Aquellas posiciones críticas podemos clasificarlas entre, por un lado, las que cuestionan los presupuestos teóricos del paradigma (Atkinson, 2011; Lahire, 2008; Warde et al., 2007, 2008) y por otro lado, aquellas que lo hacen desde el plano metodológico-técnico (Michèle Ollivier, 2008; Silva, 2006; Wuggenig, 2007).

Pero a pesar de estos debates, hay un cierto consenso acerca de un fenómeno en concreto: Aquellos grupos que más fuertemente acaparan los gustos tradicionalmente considerados legítimos son los que con más frecuencia despliegan también comportamientos y actitudes que dibujan lo que institucionalmente se ha venido conociendo por omnivoridad (Lizardo & Skiles, 2012). Es por esa razón por la que los predictores demográficos –e.g. estatus, edad o nivel educativo– para los omnívoros coinciden tanto con los predictores que Warde et al. (2007, 2008) obtuvieron para su fenómeno de la “voracidad cultural”. Con un diseño multi-método, el equipo de Warde comprobó como aquellos que mostraban gustos más variados tenían más probabilidad de tener como favoritos a aquellos artículos de la alta cultura. Atkinson, basándose en entrevistas en profundidad, encontró como la mayoría de informantes que definían su gusto como “eclectico”, “bastante de todo” o “diverso”, pero aquellos que tenían en su mayoría altos niveles educativos y de ingresos declaraban además su gusto por “la música clásica y la ópera” (Atkinson, 2011, p. 174). Recientemente en nuestro país, Herrera-Usagre comprobó cómo es la clase social más alta, la de servicio, el segmento dominante entre aquellos que declaran el jazz o la música clásica como su género de música favorito (Herrera-Usagre, 2011a, p. 157).

Así, con los análisis propuestos en el presente capítulo también comprobaremos si el perfil demográfico de aquellos que tienen una participación más activa en las actividades de alta cultura, coincide o no con el perfil omnívoro que obtendremos en un análisis de clases latentes con los géneros musicales. De esta forma validaremos también la utilización de esta técnica, como método certero de captar el abanico musical de aquella población más familiarizada con la cultura legítima tradicional.

3. Análisis multivariante de las prácticas culturales en España

Después de ver las características principales de los enfoques teóricos contemporáneos, vamos a abordar los análisis multivariantes que probarán la vigencia de las diferentes teorías sobre la estratificación social del consumo cultural en nuestro país.

3.1. La probabilidad de asistir a eventos culturales

Comenzaremos por comprobar que características sociodemográficas son las más influyentes a la hora de predecir el hecho de ir a diferentes eventos culturales. Para ello utilizaremos las variables sociodemográficas más comunes en los estudios de estratificación social: sexo, edad, estado civil, nivel educativo, clase social, medida según el esquema EGP o CASMIN de Erikson, Goldthorpe y Portocarero (1979)⁸, ingresos y el estatus socioeconómico, medido a través del *International Socio-Economic Index* (ISEI) de Ganzeboom, De Graaf y Treiman (1992)⁹. El estatus socioeconómico y las clases sociales forman parte de un mismo fenómeno de estratificación social. Ambas herramientas se utilizan con el fin de ver cuál de ellas tiene un mayor poder explicativo sobre diferentes fenómenos sociales.

8. Ver Tabla 1 para una descripción detallada de las profesiones que componen cada una de las clases. El esquema utilizado para este análisis es la versión adaptada (7 clases).

9. Este índice de estatus pretendía ser una adaptación a escala internacional del Socio-Economic Index (SEI) que Duncan diseñó para los Estados Unidos. Según Carabaña y Gómez Bueno “en el ISEI el valor de una ocupación radica en la fidelidad con que transforma la educación en ingresos”. A través de la utilización de una impresionante base de datos longitudinales en 16 países, los autores ordenaron las profesiones de manera que reflejaran “la correspondencia que una inversión en educación encuentra –en un determinado campo– en los ingresos a percibir en el mercado laboral” (1996, p. 44). Incluir las variables nivel educativo e ingresos en el modelo, además del ISEI, responde a varios motivos. En primer lugar, es una manera de controlar un posible efecto de desajuste entre educación e ingresos a la hora de predecir ciertos comportamientos, como los consumos culturales. En segundo lugar, replicamos el modus operandi de anteriores estudios en la materia (Chan & Goldthorpe, 2005, 2007d, 2007e) y validar así sus resultados en nuestro contexto nacional.

El estudio de clase permite ordenar las distintas unidades que componen el esquema de acuerdo con el tipo y la cantidad de recursos (tanto sociales como materiales) de los que disponen los individuos. En efecto, el estudio de los consumos culturales nos provee de una buena herramienta para comprobar esa distribución desigual de recursos.

A diferencia del anterior instrumento de estratificación social, las escalas de prestigio ocupacional o estatus pretenden proveer al investigador social de una herramienta útil para la clasificación ordinal de las profesiones con el objetivo de compararlas globalmente. Sintetizan toda la información que contienen las diferentes profesiones u oficios (ingresos, nivel educativo, autonomía, complejidad, tasas de paro, etc.) de manera que podamos compararlas entre sí. Carabaña y Gómez Bueno afirman que “el prestigio tiene una naturaleza socioeconómica y que el índice socioeconómico de Duncan (SEI) [como escala de estatus] es una buena aproximación al prestigio” (1996, p. 18). No obstante, De Graaf, Ganzeboom y Treiman eran “partidarios de considerar a los índices de estatus simplemente como tales, no como medidas indirectas del prestigio” (1996, p. 44) y crearon, en consecuencia, una escala de medida de estatus social de diera cuenta de las desigualdades socioeconómicas prescindiendo de la información sobre el prestigio. La adecuación de una u otra herramienta para el estudio del consumo de bienes y servicios culturales ha de ser establecida tras la utilización de técnicas multivariadas y siempre contando con grandes bases muestrales que neutralicen la multicolinealidad de ambas.

Los sucesos que queremos predecir son: ir al cine; ir al teatro, danza o ballet; ir a conciertos de música; realizar visitas a monumentos histórico-artísticos; y visitar museos y/o exposiciones de arte. Para llevar a cabo este análisis emplearemos la técnica multivariable de regresión logística. Esta técnica de causalidad probabilística es utilizada para predecir un suceso – p.ej. ir al cine o no – a partir de un conjunto de variables explicativas – p.ej. sexo -. Este tipo de regresión está especialmente diseñada para las variables dependientes de tipo categórico, como es nuestro caso. La encuesta utilizada será la *Encuesta de Empleo del Tiempo* (INE, 2003; n= 19807 casos una vez eliminados los valores perdidos). En la Tabla 7 se muestran todos los resultados de estos análisis.

Tabla 7. Determinantes sociales para la realización de actividades culturales en sus diferentes áreas.

	Cine		Teatro, Danza o Ballet		Conciertos de Música	
	β	Error Std.	β	Error Std.	β	Error Std.
Hombre ^a	-0,161**	(0,038)	-0,436**	(0,069)	-0,022	(0,056)
Casado ^b	-0,866**	(0,044)	-0,489**	(0,082)	-0,840**	(0,067)
Separado o divorciado	-0,168	(0,086)	-0,098	(0,150)	-0,344**	(0,133)
Edad	-0,075**	(0,010)	0,059**	(0,020)	-0,058**	(0,015)
Edad2	0,000**	(<0,001)	<0,001*	(<0,001)	0,001**	(<0,001)
Ingresos	0,271**	(0,034)	0,279**	(0,066)	0,094	(0,052)
Educación primaria ^c	0,586**	(0,053)	0,653**	(0,111)	0,552**	(0,084)
Bachiller, BUP o FP	0,461**	(0,044)	0,780**	(0,095)	0,488**	(0,072)
Universitaria	0,708**	(0,071)	0,916**	(0,125)	0,691**	(0,103)
Clase II ^d	-0,087	(0,088)	-0,247	(0,130)	-0,146	(0,117)
Clase III	0,105	(0,081)	-0,227	(0,130)	-0,246*	(0,112)
Clase IV	-0,288**	(0,105)	-0,437*	(0,183)	-0,385**	(0,157)
Clase V	-0,068	(0,186)	-0,222	(0,339)	-0,407	(0,310)
Clase VI	0,001	(0,103)	-0,708**	(0,187)	-0,352*	(0,149)
Clase VII	-0,113	(0,126)	-0,763**	(0,243)	-0,366	(0,189)
Estatus	0,017**	(0,002)	0,008*	(0,004)	0,012**	(0,003)
Constante	-0,608	(0,293)	-6,224	(0,578)	-1,840	(0,425)
Pseudo-R ²	0,145		0,080		0,068	
Bondad del Ajuste	-10949,350		-4054,242		-5670,709	

*p<0,05; **p<0,01.

n=19807

a Mujer como categoría de referencia

b Soltero como categoría de referencia

c Menos de primaria como categoría de referencia

d Clase I como categoría de referencia

	Monumentos histórico artísticos		Museos y Exposiciones de Arte	
	β	Error Std.	β	Error Std.
Hombre ^a	-0,120*	(0,052)	-0,192**	(0,057)
Casado ^b	-0,237**	(0,063)	-0,406**	(0,068)
Separado o divorciado	-0,287*	(0,129)	-0,346**	(0,134)
Edad	0,039*	(0,015)	0,097**	(0,017)
Edad2	<0,001*	(<0,001)	-0,001**	(0,000)
Ingresos	0,189**	(0,049)	0,131**	(0,053)
Educación primaria ^c	0,725**	(0,080)	0,953**	(0,089)
Bachiller, BUP o FP	0,769**	(0,068)	0,939**	(0,078)
Universitaria	1,295**	(0,092)	1,414**	(0,102)
Clase II ^d	-0,097	(0,104)	-0,125	(0,106)
Clase III	0,016	(0,100)	-0,208	(0,107)
Clase IV	-0,394**	(0,143)	-0,608**	(0,155)
Clase V	0,161	(0,238)	-0,498	(0,301)
Clase VI	-0,242	(0,138)	-0,538**	(0,153)
Clase VII	-0,302	(0,178)	-0,519**	(0,196)
Estatus	0,010**	(0,003)	0,009**	(0,003)
Constante	-4,971	(0,430)	-6,108	(0,481)
Pseudo-R ²	0,075		0,100	
Bondad del Ajuste	-6441,036		-5514,950	

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$.

n=19807

a Mujer como categoría de referencia

b Soltero como categoría de referencia

c Menos de primaria como categoría de referencia

d Clase I como categoría de referencia

Fuente: Encuesta de Empleo del Tiempo 2002-2003 (INE) y elaboración propia.

La categoría de la primera variable, hombre, habría que relacionarla con su categoría de referencia, en este caso, mujer. En el caso de ir al cine vemos como el coeficiente *beta* toma el valor de -0,161. Esto quiere decir que un hombre tiene menos probabilidades de ir al cine que una mujer, ya que su valor es negativo, siendo esta relación estadísticamente significativa. A tenor de esta tabla, ¿cuáles son las otras variables que, entonces, intervienen en la probabilidad de ir al cine? Pues bien, las probabilidades se incrementan a medida que el individuo tiene menor edad, mayores ingresos, mayor nivel educativo, mayor estatus socioeconómico o pertenece a la clase de servicio I en lugar de pertenecer en la clase de pequeños propietarios (IV).

Las mujeres también tienen más probabilidad de acudir al teatro, la danza o el ballet. Además, ésta probabilidad se incrementa a medida que el individuo tiene mayor edad, mayores ingresos, mayor nivel educativo, mayor estatus socioeconómico, y pertenece a la clase de servicio I en lugar de pertenecer a la clase de pequeños propietarios (IV), o a alguna de las clases de trabajadores manuales (VI y VII).

En el caso de ir a conciertos de música, las probabilidades aumentan si se es soltero pero esta vez no influye el sexo. También la probabilidad aumenta a medida que el individuo tiene menor edad, mayor nivel educativo, mayor estatus socioeconómico, y pertenece a la clase de servicio I en lugar de pertenecer a la clase no manual rutinaria (III), a la de pequeños propietarios (IV) o a la de trabajadores manuales cualificados (VI).

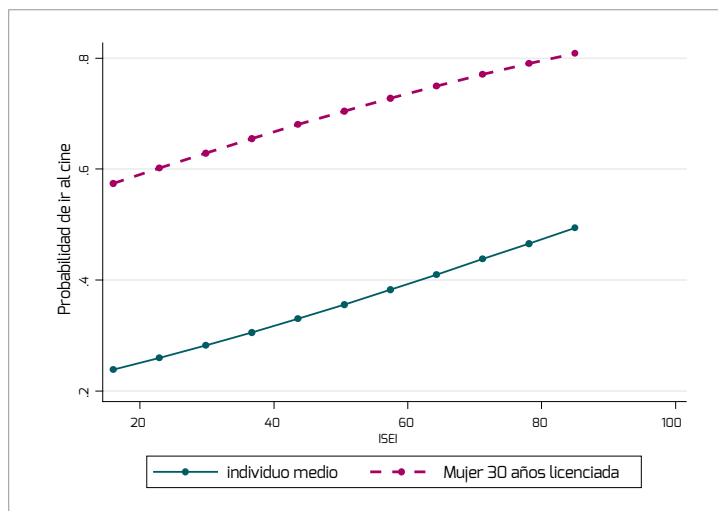
Por otro lado, ser mujer y estar soltera aumenta las probabilidades de ir a monumentos histórico-artísticos. Junto a estas características, las probabilidades aumentarán a medida que el individuo tiene mayor edad, tiene mayores ingresos, mayor nivel educativo, mayor estatus socioeconómico y pertenece a la clase de servicio I, en lugar de pertenecer a la clase de pequeños propietarios (IV).

Ocurre lo mismo en el caso de ir a museos y exposiciones de arte. Ser mujer, y tener un estado civil soltero aumentan las probabilidades de acudir a museos y exposiciones de arte. Además las probabilidades aumentarán a medida que el individuo tiene mayor edad, tiene mayores ingresos, mayor nivel educativo, y mayor estatus socioeconómico. En cambio, pertenecer a la clase de servicio I aumenta las probabilidades de ir a museos y exposiciones de arte, si las comparamos esta vez con la clase de pequeños propietarios (IV), y las clases de trabajadores manuales (VI y VII).

A continuación, realizaremos una serie de cálculos de incremento de probabilidad para comprobar el efecto del estatus socioeconómico, medido a través del ISEI, sobre la probabilidad de realizar las cinco actividades anteriormente analizadas. Los incrementos de probabilidad realizan una serie de predicciones manteniendo todas las variables constantes excepto una, en nuestro caso el ISEI, la cual permiten que varíe para ver así su efecto gráficamente (Long, 2006). Asimismo,

podemos también incluir una serie de condiciones al ISEI para ver el efecto de su interacción. En este caso vamos a poner en pugna otro conjunto de variables que han resultado tener una capacidad predictiva significativa.

Figura 1. Probabilidad de ir al cine para un individuo medio (línea inferior) y para una mujer de 30 años con título universitario (línea superior) según el estatus socioeconómico.

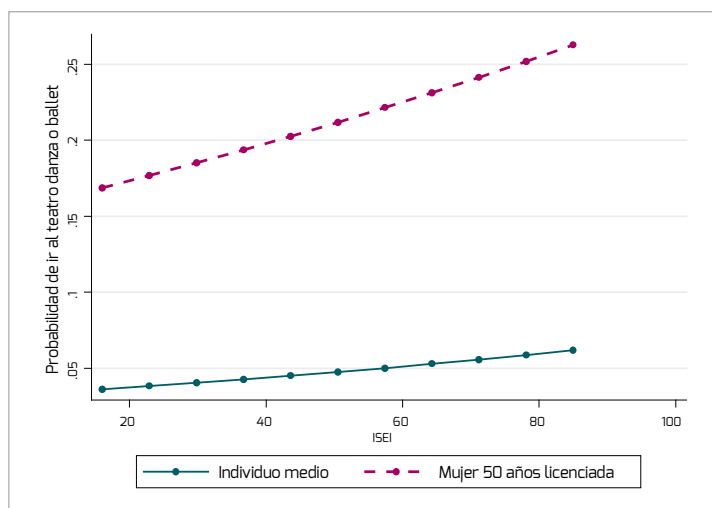


Fuente: Encuesta de Empleo del Tiempo 2002-2003 (INE) y elaboración propia.

En la Figura 1 calculamos la probabilidad de ir al cine a medida que aumenta el estatus social de los individuos (medido a través del índice ISEI). La línea inferior representa de qué forma aumenta la probabilidad de ir al cine a medida que aumenta el estatus socioeconómico para un individuo medio de la población (es decir, manteniendo el resto de variables constantes). La línea superior representa la probabilidad de ir al cine según el estatus socioeconómico para un perfil tipo: ser mujer joven (30 años) con titulación universitaria. Este perfil se corresponde con el grupo sociodemográfico en el que la asistencia al cine es más frecuente, a partir de los resultados anteriores. La probabilidad de que una mujer de 30 años con titulación universitaria vaya al

cine varía del 57% entre las que tienen un estatus socioeconómico bajo al 80% entre las que tienen un estatus socioeconómico alto. Para un individuo medio de la población, la probabilidad varía del 24% al 49%. En este caso vemos que las características sociodemográficas son más importantes que el estatus para explicar la asistencia al cine, porque incluso para el individuo medio de mayor estatus la probabilidad de asistir al cine es inferior que la probabilidad de asistir al cine para una mujer de 30 años con titulación universitaria y con la menor puntuación de estatus.

Figura 2. Probabilidad de ir al teatro para la media (línea inferior) y para una mujer de 50 años con título universitario (línea superior) según el estatus socioeconómico.

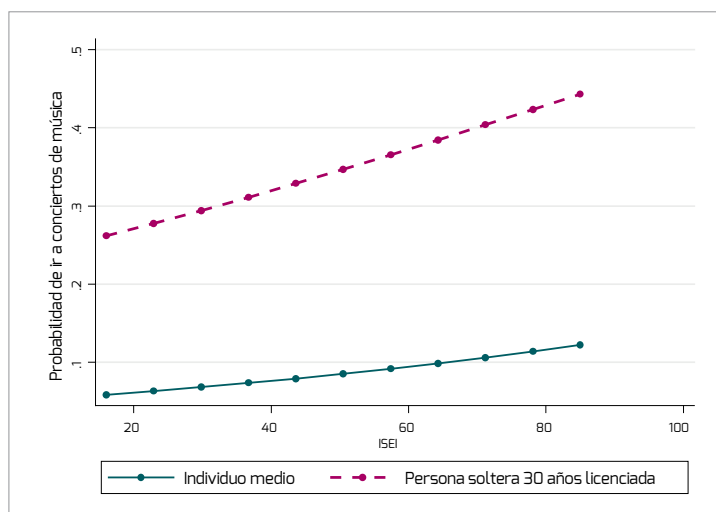


Fuente: Encuesta de Empleo del Tiempo 2002-2003 (INE) y elaboración propia.

En la Figura 2 calculamos esta vez, la probabilidad de haber ido al teatro, la danza o el ballet a medida que aumenta el estatus de los individuos. La línea inferior representa de qué forma aumenta la probabilidad de ir al teatro, la danza o el ballet a medida que aumenta el estatus socioeconómico para un individuo medio de la población.

La línea superior representa la probabilidad de asistir a dicho evento según el estatus socioeconómico para un perfil tipo: ser mujer adulta (50 años) con titulación universitaria. Este perfil se corresponde con el grupo sociodemográfico en el que la asistencia al teatro, la danza o el ballet es más frecuente, a partir de los resultados de la regresión logística. La probabilidad de que una mujer de 50 años con titulación universitaria vaya al cine varía del 17% entre las que tienen un estatus socioeconómico bajo al 26% entre las que tienen un estatus socioeconómico alto. Para un individuo medio de la población, la probabilidad varía del 3% al 6%. En este caso vemos también que las características sociodemográficas son más importantes que el estatus para explicar la asistencia al teatro, la danza o el ballet, porque incluso para el individuo medio de mayor estatus la probabilidad de asistir al teatro, la danza o el ballet es inferior que la probabilidad de asistir al teatro, la danza o el ballet para una mujer de 50 años con titulación universitaria con el estatus más bajo.

Figura 3. Probabilidad de ir conciertos de música para la media (línea inferior) y para una persona de 30 años, soltera y con título universitario (línea superior) según el estatus socioeconómico.

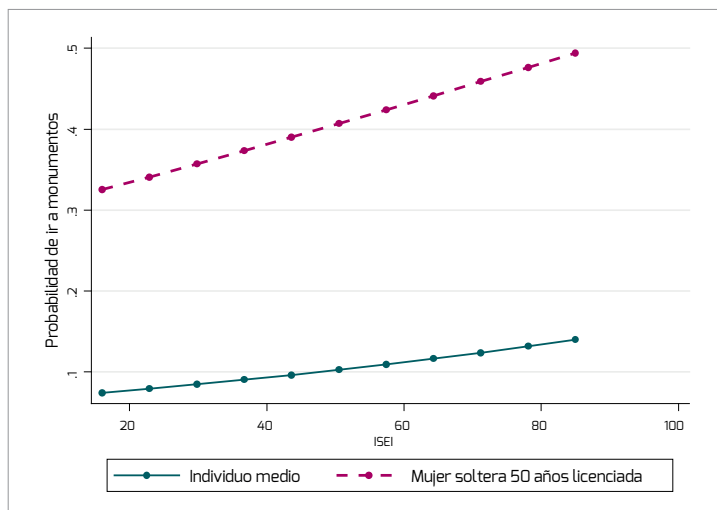


Fuente: Encuesta de Empleo del Tiempo 2002-2003 (INE) y elaboración propia.

En la Figura 3 calculamos la probabilidad de haber ido a conciertos de música en los últimos 12 meses para un individuo medio de la población española (línea inferior), y para una persona de 30 años, soltera y con título universitario (línea superior) según su nivel de estatus. Este perfil se corresponde con el grupo sociodemográfico en el que la asistencia a conciertos de música es más frecuente, a partir de los resultados de la regresión logística. La probabilidad de que una persona soltera de 30 años con titulación universitaria vaya a conciertos de música varía del 26% entre las que tienen un estatus socioeconómico bajo, al 44% entre las que tienen un estatus socioeconómico alto. Para un individuo medio de la población, la probabilidad varía del 6% al 12%. En este caso vemos una vez más, que las características sociodemográficas son más importantes que el estatus para explicar la asistencia a conciertos de música, porque incluso para el individuo medio de mayor estatus la probabilidad de asistir a conciertos de música es inferior que la probabilidad de asistir a conciertos de música

para una persona soltera de 30 años con titulación universitaria con el estatus más bajo.

Figura 4. Probabilidad de ir a monumentos histórico-artísticos para la media (línea inferior) y para una persona de 50 años, soltera y con título universitario (línea superior) según el estatus socioeconómico.

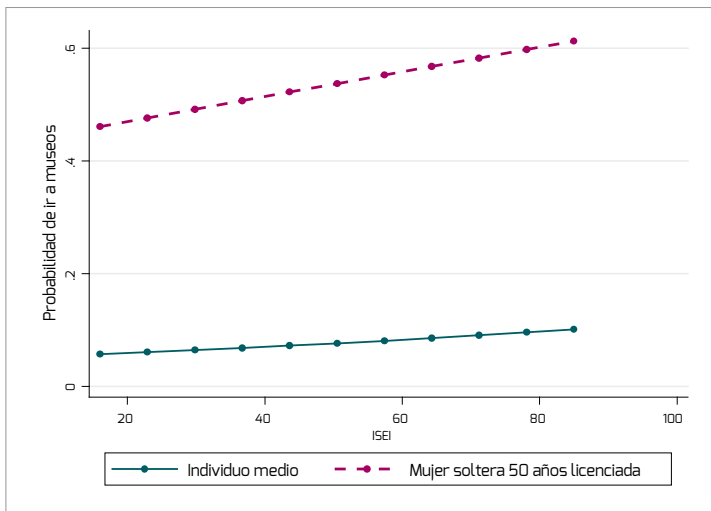


Fuente: Encuesta de Empleo del Tiempo 2002-2003 (INE) y elaboración propia.

En la Figura 4, aparecen en esta ocasión la probabilidad de asistir a monumentos histórico-artísticos. Como en las anteriores figuras, la línea inferior representa la probabilidad de haber ido a monumentos histórico-artísticos en los últimos 12 meses para un individuo medio de la población española, mientras que la línea superior representa la misma probabilidad para una persona de 50 años, soltera y con título universitario según su nivel de estatus. Este perfil se corresponde, de nuevo, con el grupo sociodemográfico en el que la asistencia a monumentos histórico-artísticos es más frecuente, a partir de los resultados de la regresión logística. La probabilidad de que una persona soltera de 50 años con titulación universitaria vaya a monumentos histórico-artísticos varía del 32% entre las que tienen un estatus socioeconómico bajo al 49% entre las que tienen un estatus socioeconómico alto. Para un

individuo medio de la población, la probabilidad varía del 7% al 14%. Una vez más, vemos que las características sociodemográficas son más importantes que el estatus para explicar la visita a monumentos histórico-artísticos, porque incluso para el individuo medio de mayor estatus socioeconómico la probabilidad de visitar monumentos histórico-artísticos es inferior que la probabilidad de visitar monumentos histórico-artísticos para una persona soltera de 50 años con titulación universitaria y con la puntuación de estatus socioeconómico más bajo.

Figura 5. Probabilidad de ir museos y exposiciones de arte para la media (línea azul) y para una mujer de 50 años, soltera y con título universitario (línea superior) según el estatus socioeconómico.



Fuente: Encuesta de Empleo del Tiempo 2002-2003 (INE) y elaboración propia.

Finalmente en la Figura 5, aparece la probabilidad de asistir a museos y exposiciones de arte. La línea inferior en esta ocasión, representa la probabilidad de haber ido a museos y exposiciones de arte en los últimos 12 meses para un individuo medio de la población española, mientras que la línea superior representa la misma probabilidad para una mujer de 50 años, soltera y con título universitario según su nivel de estatus. Este perfil se corresponde con el grupo sociodemográfico en el que la asistencia a museos y exposiciones de arte es más

frecuente, a partir de los resultados de la tabla 7. La probabilidad de que una mujer soltera de 50 años con titulación universitaria vaya a museos y exposiciones de arte varía del 46% entre las que tienen un estatus socioeconómico bajo al 61% entre las que tienen un estatus socioeconómico alto. Para un individuo medio de la población, la probabilidad varía del 5% al 10%. En este último caso vemos otra vez que las características sociodemográficas son más importantes que el estatus para explicar la visita a museos y exposiciones de arte. Incluso para el individuo medio de mayor estatus la probabilidad de visitar museos y exposiciones de arte es inferior que la probabilidad de visitar museos y exposiciones de arte para una mujer soltera de 50 años con titulación universitaria con el menor nivel de estatus.

Por otro lado, hay que aclarar ciertos aspectos metodológicos sobre la pugna entre el efecto de clase y el de estatus. Pertenecer a la clase de servicio en lugar de pertenecer a la pequeña burguesía, a la clase obrera tradicional o a la clase de obreros cualificados, aparece como una característica significativa a la hora de predecir el conjunto de prácticas culturales analizadas. No obstante, este dato no puede llevarnos a un error en la interpretación del modelo. Si estos comportamientos se diesen exclusivamente en la clase de servicio, las diferencias significativas hubiesen aparecido en todas y cada una de las comparaciones con el resto de clases sociales. Como hemos podido observar, esto no ha sucedido. Sin embargo, un modelo de estratificación social puramente jerárquico, como es el estatus, parece funcionar como variable predictiva en todos los consumos culturales. Por consiguiente, creemos que la utilización de escalas métricas de estratificación social, como son las de prestigio o estatus social, en lugar de esquemas de clases sociales, conforma una estrategia metodológica más óptima para predecir los consumos y prácticas culturales ¹⁰.

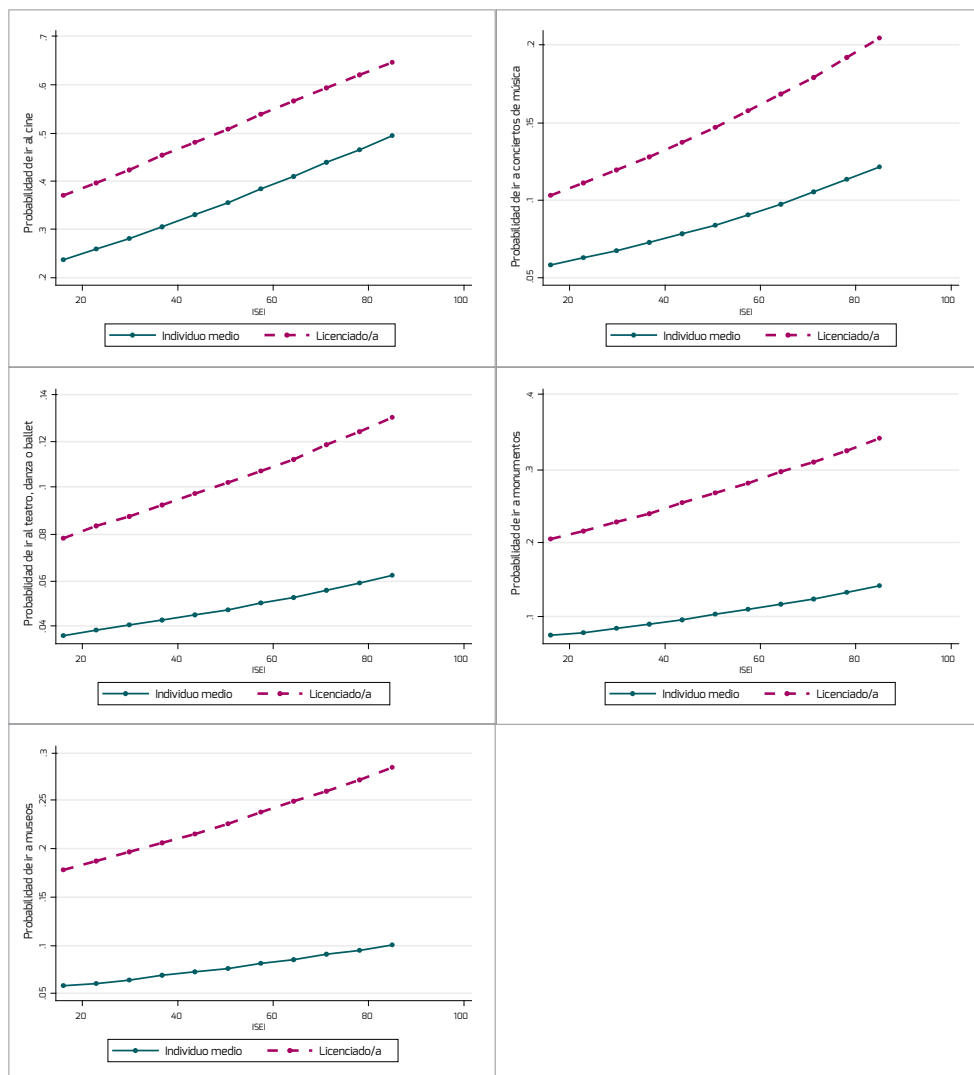
10. La relevancia empírica de la distinción entre clase y estatus social en el estudio de la estratificación del consumo cultural tiene, sin duda, una importancia capital en la tradición sociológica reciente (Chan & Goldthorpe, 2007a). Sin embargo, adentrarnos ahora en las implicaciones teóricas que estos resultados han sacado a la luz supone un ejercicio que supera las intenciones de este capítulo. De hecho, hemos operado con un índice sintético de estatus socioeconómico de amplia difusión internacional, el ISEI, mientras que Chan y Goldthorpe,

3.2. El efecto de la educación en comparación con el estatus social.

Con los anteriores análisis hemos podido observar cómo la interacción de diferentes variables demográficas básicas (género, edad, estado civil y nivel educativo) supera la capacidad del ISEI a la hora de predecir la participación cultural. Evidentemente, el efecto de la interacción de cuatro variables será siempre superior al efecto de una sola, lo que hace injusta la comparación. Por este motivo hemos realizado una serie de nuevos incrementos en este caso comparando sólo el perfil tipo de licenciado/a frente al ISEI (Figura 6). Esta operación podríamos haberla repetido con el resto de variables que nos han resultado estadísticamente significativas, pero volveríamos a perder el control *ceteris paribus* que nos había provisto el análisis multivariable. Por este motivo, la elección del nivel educativo frente al ISEI es puramente teórica. Queremos comprobar si disfrutar de un título universitario es más importante que la profesión a la hora de predecir la asistencia a eventos culturales.

que aseveraban la superioridad del orden de estatus por encima de la clase en los estilos de vida, elaboraron una escala propia de estatus en base al grado de similitud de las profesiones según los patrones de amistad de los individuos (Chan, 2010, Chapter 2; Chan et al., 2004). Eso impide que podamos comparar los resultados y falsear las conclusiones que ellos alcanzaron. El motivo de incluir ambos modos de estratificación, clase social y estatus social, reside en la necesidad de controlar de un modo fehaciente que la práctica de dichas actividades culturales está, de algún u otro modo, influenciada por características de estratificación social en los individuos, *ceteris paribus*. Para un mayor detalle de dicha distinción conceptual y su relevancia empírica en campos como el consumo cultural y otros, véase Chan y Goldthorpe (2007a). Por consiguiente, consideraremos que, ya sea a través de la clase o el estatus social, lo importante del resultado de nuestros análisis de regresión logística ha sido la prevalencia de un mayor consumo cultural “distinguido” entre los estratos mejor posicionados.

Figura 6. Incrementos de probabilidad de participar en actividades culturales para un individuo medio y para una persona licenciada.



Una primera conclusión que podemos extraer de la Figura 6 atiende al efecto catalizador del nivel educativo. Tener un título universitario duplica, como mínimo, el efecto que ya tiene el estatus socioeconómico sobre las probabilidades de asistir a eventos/espacios culturales. En segundo lugar, hay que destacar las diferencias entre las

actividades culturales. A igual estatus, tener una titulación universitaria no garantiza tener más probabilidades de acudir al cine o a un concierto de música. Por el contrario, disfrutar de una titulación universitaria ofrece más probabilidades de acudir al teatro, la danza o el ballet, a museos y exposiciones, o a monumentos histórico-artísticos. Dicho de otro modo, la probabilidad de acudir a una exposición para un licenciado o licenciada cuya ocupación sea, por ejemplo, camarero/a en un restaurante (ISEI=30), es siempre superior a la probabilidad de hacerlo para alguien sin titulación universitaria que es propietaria/directora de una pequeña o mediana empresa (ISEI=51). Estas actividades se muestran así muy ligadas a marcas de distinción del logro educativo.

Concluyendo, de acuerdo con los resultados de nuestro análisis, el estatus socioeconómico se perfila como una característica de los individuos que nos permiten predecir una mayor participación en eventos de carácter cultural como ir al cine, al teatro o a museos. Pero, por encima del estatus socioeconómico, disfrutar de una titulación universitaria, nos ayuda a predecir mejor la probabilidad de asistir a aquellas actividades tradicionalmente catalogadas como alta cultura (teatro, danza, ballet, museos, exposiciones y monumentos históricos). Estas actividades tienen unas tasas de participación entre la población generalmente más bajas (ver Tabla 5) que, por ejemplo, acudir a un concierto o ir al cine.

Esto nos lleva a pensar en la sustancial capacidad de distinción que genera el capital cultural adquirido como factor determinante de los consumos *highbrow*. En este sentido, y como afirman algunos autores (Ganzeboom, 1982; Kraaykamp y Dijkstra, 1999), la mayor capacidad de procesamiento de la información que confiere el hecho de tener mayores niveles educativos provee de mayor capacidad para entender prácticas artístico-culturales sofisticadas, como son las de alta cultura. Estos resultados serían congruentes con las primeras versiones de la teoría del capital cultural asociadas a Bourdieu, por la cual tener altos niveles educativos, aumentan las probabilidades de consumir alta cultura (Lizardo & Skiles, 2008). No obstante, su consumo puede no ser sólo motivado por una necesidad adquirida tras su paso por la Universidad, sino que también puede estar motivado por la distinción

que socialmente genera. En su análisis sobre “los modos de apropiación de la obra de arte” (Bourdieu, 1998, Chapter 5) Bourdieu señala diferencias en los consumos similares a las halladas aquí y atribuye la motivación de su consumo en la rentabilidad social distintiva que genera. Observa que, “las prácticas culturales varían tanto más con arreglo a los ingresos, por supuesto dentro de los límites del capital cultural” sobre todo entre aquellas prácticas que necesiten de una inversión directa mayor. Sin embargo, la frecuentación de los museos “dependería exclusivamente del capital cultural” dado que tienen una distribución geográfica similar a los cines o las salas de conciertos, pero requieren de una inversión económica inferior (siempre y cuando su asistencia no venga condicionada por una visita turística, ligada siempre a altos niveles socioeconómicos). Las actividades de alta cultura son concebidas por aquellos que disfrutan de mayores niveles educativos como “culturalmente más rentables” dado que el esfuerzo que supone comprender y discutir el significado de sus códigos, en conversaciones con amigos por ejemplo, les ayuda para “apropiarse una parte de su valor distintivo” y de su beneficio simbólico (Bourdieu, 1998, pp. 267–268).

3.3. La omnivoridad cultural en el ámbito de la música

Como hemos visto en el apartado anterior, existen diferencias persistentes en las prácticas culturales y mientras los factores de estratificación social siguen “contando como factor explicativo, las diferencias, crecientes, demandan la toma en consideración de otros factores” (Ariño et al., 2006, p. 36) como el modo de consumo cultural y otras características explicativas como “la educación, el sexo o la edad” (Wilensky, 1964, p. 195).

De hecho, existen multitud de trabajos (Bryson, 1996, 1997; Chan & Goldthorpe, 2007d; Chan, 2010; Herrera-Usagre, 2011a; Lizardo & Skiles, 2009; López-Sintas et al., 2008; López-Sintas & García-Álvarez, 2002; R. A. Peterson & Kern, 1996; R. A. Peterson & Simkus, 1992; Torche, 2007; Van Eijck & Lievens, 2008; Van Eijck & Van Rees, 1998; Wilensky, 1964) que han comprobado que las diferencias en las prácticas culturales de los diferentes estratos sociales, no se establecen en aquello que se consume, sino en “la modalidad de consumo” (Ariño

et al., 2006, p. 37). Dicho de otro modo, los estratos sociales más altos tienen la capacidad de apreciar todos los estilos y prácticas culturales, abriéndose a consumos más diversos, mientras que los estratos sociales más bajos tienden a consumir un abanico menor. A este enfoque la literatura lo ha denominado el *argumento de la omnivoridad* en el consumo cultural (Chan & Goldthorpe, 2005) y parte de su primera formulación como tesis por Peterson y Simkus (1992). Para verificar la validez de esta teoría, la comunidad científica ha utilizado técnicas estadísticas de diferente complejidad, todas ellas con el mismo objetivo: comprobar, frente a la vieja idea de un consumidor *snob* y exclusivo, la existencia de un perfil de consumidor cultural capaz de acaparar no sólo géneros y prácticas de alta cultura sino también de media y baja. Wilensky (1964) y DiMaggio y Useem (1978) comprobaron a través de análisis descriptivos bivariados como las personas con mayor estatus socioeconómico, medido a través de su ocupación y de su nivel educativo, consumían un mayor rango de géneros de actividad cultural. Peterson y Kern (1992) utilizaron modelos de predicción log-multiplicativos para comparar cómo aquellos individuos que tenían como género musical preferente la ópera o la música clásica, también consumían géneros “middlebrow” y “lowbrow” (media y baja cultura) en mayor proporción que el resto.

Utilizando técnicas relacionales, Ariño *et al.* (2006) acudió al análisis factorial para obtener perfiles de consumo cultural estratificado en nuestro país como ya hizo Katz-Gerro para Israel (2002). A pesar de encontrar un gran número de perfiles en cuanto a gustos y prácticas culturales, las evidencias sobre un perfil de consumidor *cultivado omnívoro* tal y como hicieron Peterson y Simkus (1992) fueron bastante débiles. Coulangeon y Lemel (2010) encuentra evidencias bastante sólidas sobre la validez del argumento omnívoro-unívoro frente al argumento *highbrow-lowbrow* con datos de Francia utilizando para ello un análisis de correspondencias múltiples.

Por otro lado, Florencia Torche utilizó un modelo de regresión logística ordinal para captar la omnivoridad en la lectura, de tal modo que, la variable dependiente va de (0) leer un solo género, (1) leer dos géneros y (2) leer tres o más géneros literarios (2007, p. 87) . Este método, a pesar de no presentar grandes problemas en cuanto a la validez

de sus resultados, presenta a nuestro parecer ciertas deficiencias. La investigadora establece que todo aquel que consuma más de tres géneros presenta un consumo omnívoro en la lectura. Este método no permite que sean los datos los que saquen a la luz las estructuras de consumo a través de las respuestas de los encuestados sino que, en contra de la metodología usual en la investigación sociológica del consumo cultural, es la investigadora quién establece cuál es el patrón de consumo que podríamos catalogar como omnívoro.

En los últimos años ha habido una importante oleada de producción científica alrededor del estudio del consumo cultural omnívoro utilizando la técnica del *Latent Class Analysis* (Lazarsfeld & Henry, 1968) o Análisis de Clases Latentes (LCA a partir de ahora). El LCA es una técnica que permite la clasificación de los individuos a las diferentes clases o “clusters” a través de una aproximación probabilística¹¹. Se adapta muy bien cuando queremos clasificar sujetos en base a respuestas categóricas, por ejemplo si ha escuchado o no en los últimos meses un género de música u otro. Los individuos son clasificados a través de una “asignación modal” en base a sus respuestas. Posteriormente podremos comparar que características comparten y se diferencian las “clases” o “clusters”. Existe un notable número de estudios en la materia -incluyendo alguno en nuestro país y considerados de los más relevantes (López-Sintas & García-Álvarez, 2002)-, así como un cierto consenso sobre la idoneidad de esta técnica para abordar el objeto la omnivoridad cultural (Bukodi, 2010; Chan & Goldthorpe, 2005, 2007d; López-Sintas et al., 2008; Torche, 2007; Zavisca, 2005). Pero tal y como afirman Lizardo y Skiles, “Peterson acuñó el término ‘omnivo-

11. A pesar de sus semejanzas con otros tipos de análisis de clasificación considerados de poca robustez o *fuzzy clustering*, el LCA presenta una serie de características propias que lo han hecho más y más popular en los últimos años (Vermunt y Magidson, 2006a). Según Vermunt y Magidson, las probabilidades que tiene un individuo de pertenecer a una clase son directamente computadas de los parámetros del modelo estimado y sus puntuaciones observadas. En otras palabras, el LCA permite clasificar a los individuos en una clase a través de un método exhaustivo y excluyente, lo cual no es posible a través de otras técnicas de *fuzzy clustering* estándar (Vermunt y Magidson, 2006b: 2). Es lo que se conoce como método de asignación modal.

ridad’, no como una ‘tesis’ sino como una generalización empírica” lo cual implica la posibilidad de captar el fenómeno a través de diferentes estrategias metodológicas y técnicas analíticas.

A pesar de que hay autores que dan por suficientemente evidenciado el fenómeno (Lizardo & Skiles, 2012), el estudio del “Omnivorismo” u “Omnivoridad cultural” ha levantado ciertas suspicacias sobre su validez de constructo. Estas críticas apuntan tanto a la técnica utilizada (Wuggenig, 2007) como al modo de recogida de datos así como las medidas utilizadas para calibrar el consumo cultural (Lahire, 2008; Warde et al., 2007).

Nosotros hemos decidido utilizar el LCA porque consideramos que es la técnica más óptima para captar el modo en que los individuos discriminan o no los géneros y las obras asociadas. Desde el punto de vista analítico, esta técnica nos va a permitir captar modos de consumo cultural no preferentes, lo cual nos sirve de gran utilidad para observar las constelaciones de gustos culturales según las características sociales de los individuos. La estructura loglineal del LCA nos permite “analizar datos categóricos, que no requieren distinción alguna entre variables dependientes e independientes y que se centra concretamente en las estructuras de asociación e interacción” (Goldthorpe, 2010, p. 251).

Al contrario de lo que hacen Chan y Goldthorpe (2007d) nosotros hemos decidido omitir la asistencia a música en directo y, por otro lado, hemos preferido no dicotomizar el abanico de géneros musicales entre alta cultura (*highbrow*) y cultura popular (*lowbrow*) como hacen estos autores. De este modo, vamos a ganar una mayor riqueza descriptiva de las preferencias musicales a través de un mayor número de géneros, algunos de ellos, propios de nuestro país –como es el caso del flamenco-.

A continuación, presentamos los resultados de nuestro LCA con el consumo de diferentes géneros musicales y un conjunto de covariables sociodemográficas ¹². La introducción de covariables en el modelo nos permitirá predecir la pertenencia de los diferentes grupos de individuos a las diferentes clases latentes (Dayton & Macready, 1988; Hagenars & McCutcheon, 2002). Estas covariables son: género; cohortes de edad de 10 en 10 años; años de estudios que van de los 0 años para la población sin estudios a los 17 años para la población con estudios de licenciatura universitaria y superior; estado civil, que incluye aquella población con hijos menores de edad a su cargo o con hijos mayores de edad, ya sean casados, solteros o en pareja. Las variables utilizadas corresponden a las preguntas incluidas en la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales (Ministerio de Cultura, 2007; n=14.241 casos válidos, una vez omitidos los valores perdidos) ¹³.

Tabla 8. Modelos estimados de clases latentes. Géneros musicales en España

Forma del Modelo	X ²	df	AIC	BIC
2 clases	62950052	8155	149177,4	149449,7
3 clases	2120011,8	8132	144930,7	145377
4 clases	1933094	8109	145077,9	145698,2

Fuente: Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2006-2007 y elaboración propia.

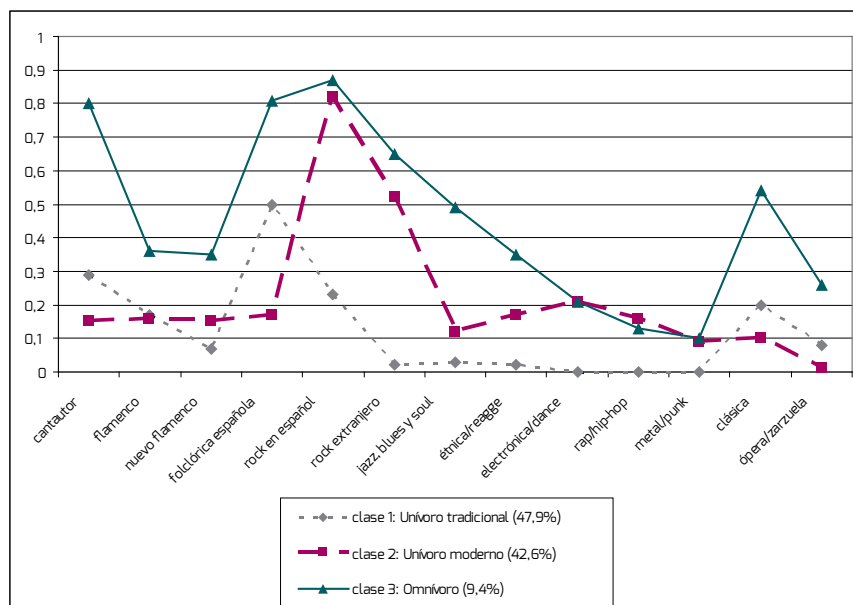
12. No están incluidas ni la clase social ni el estatus socioeconómico. Al igual que en Ariño *et al.*, (2006; 2010), las preguntas con las que construimos las clases sociales y las puntuaciones ISEI (a saber, ocupación laboral, situación sociolaboral y control en la supervisión de trabajadores) no fueron incluidas en el cuestionario realizado por el Ministerio de Cultura y la Sociedad General de Autores y Editores. Como hemos podido comprobar a través de todo el artículo, los años de educación nos puede servir de *variable proxy* de la estratificación social, es decir, el nivel educativo funciona como característica de estratificación social análoga a la clase social o el estatus socioeconómico.

13. La pregunta dice: “p.13 ¿De qué género musical son los temas que suele escuchar?”. Las opciones de respuestas eran 23 géneros musicales que fueron aglomerados por sus similitudes estilísticas y culturales en otros 13. Por ejemplo, el “Jazz”, el “Blues” y el “Soul” se recodificaron en una sola variable; por otro lado, “Pop/Rock Español” junto con el “Pop/Rock Latino” se ha fundido en el género “Pop/Rock en español”. Algunas exploraciones preliminares con correlaciones y LCA’s fueron llevadas a cabo para validar las recodificaciones.

La Tabla 8 muestra los resultados de los modelos de LCA para estos datos que van de 2 hasta 4 clases latentes. Para comparar los ajustes del modelo hemos utilizado dos criterios de información estadística (*AIC* y *BIC*). Como estadístico de ajuste global del modelo hemos utilizado el X^2 o Chi-Cuadrado. La casilla *df* recoge los grados de libertad de cada modelo. Pudiéndonos basar tanto en el *AIC* (*Akaike Information Criterion*) como en el *BIC* (*Bayesian Information Criterion*), optamos por el *BIC*, dado que suele ser más fiable a la hora de buscar el modelo más parsimonioso (Bukodi, 2010, p. 146; Torche, 2010, p. 118; Zavisca, 2005, p. 1240). Así, el modelo de 3 clases es el que mejor ajusta. El modelo de 4 clases reduce tanto el *AIC* como el *BIC* en menor proporción que el modelo de 3 clases. Por consiguiente, se ha rechazado utilizar el modelo de 4 clases.

Para ilustrar claramente la estructura de asociaciones e interacciones entre géneros en cada una de las tres clases latentes del modelo, hemos diseñado la Figura 7. El gráfico se lee del siguiente modo: La probabilidad de escuchar habitualmente música “clásica” es del 54% para los miembros de la clase 3, 20% para los miembros de la clase 1 y del 10% para los miembros de la clase 2.

Figura 7. Probabilidades condicionales de asociación entre géneros musicales en España. Modelo de tres clases latentes.



Fuente: Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2006-2007 y elaboración propia.

De la gráfica anterior podemos dar cuenta de lo minoritario que es entre la población española el fenómeno de la omnivoridad cultural. La clase 1 (a la cual pertenece un 47,9% de los casos) acumula unas altas probabilidades de consumir géneros musicales de raíz española y latina como son la canción de cantautor o la canción melódica y folclórica española. Además, tiene unas puntuaciones moderadas en flamenco, música clásica y rock/pop en español, así como escasas o nulas probabilidades de escuchar el resto de géneros. De hecho, es la clase latente que presenta el patrón de consumo musical más débil o “inactivo” (Chan & Goldthorpe, 2007d), estando fundamentalmente ligados a géneros tradicionales y de raíces populares. Esta clase latente la hemos denominado *consumo unívoro tradicional*. La clase 2 (42,6% de los casos) presenta niveles muy altos en consumos de géneros musicales de origen moderno como son el género rock/pop. Junto a la clase 3, la clase 2 es la que presenta más probabilidades de escuchar otros

géneros de orígenes contemporáneos y ligados a la cultura urbana, como son la música electrónica o el rap/hip-hop. Además, es la clase que presenta menores probabilidades de escuchar géneros *highbrow* como la música clásica o la ópera/zarzuela. Esta segunda clase la hemos denominado *consumo unívoro moderno*. Por último, la clase 3 (9,4% de los casos) muestra el patrón de consumo más ecléctico y variado de todos. No sólo es el que más consume músicas de alta cultura, sino también la que presenta mayores probabilidades de consumo en el resto de géneros. Es, en este sentido, la clase latente que presenta la mayor voracidad cultural de todas y por tanto, la omnivoridad más pura. La hemos denominado *consumo omnívoro*. En términos comparativos, la población que pertenece a la clase omnívora es inferior a la obtenida por Chan y Goldthorpe (2007d, p. 4) en Inglaterra (9,4% frente a los 19,1%).

El análisis de regresión logística multinomial que se presenta en la tabla 3, muestra el efecto de cada una de las covariables sobre la probabilidad de pertenecer a la clase omnívoro y a la clase unívoro moderno frente a la probabilidad de pertenecer a la clase unívoro tradicional, según el conjunto de covariables independientes. Dicho con un ejemplo, la Tabla 9 mostraría el efecto que tiene el hecho de ser mujer sobre la probabilidad de ser omnívoro frente a ser unívoro en un individuo.

Tabla 9. Análisis de regresión logística multinomial: tipos de consumidores de música como variable dependiente.

	Unívoro moderno vs. Unívoro tradicional		Omnívoro. vs. Unívoro tradicional	
	β	Error Std.	β	Error Std.
Mujer ^a	-0,63**	(0,08)	-0,03	(0,08)
De 30 a 40 años ^b	-2,36**	(0,26)	22,06**	(0,09)
De 41 a 55 años	-4,27**	(0,26)	21,41**	(0,06)
De 56 a 65 años	-6,27**	(0,32)	20,85**	(0,08)
Más de 65 años	-8,48**	(0,51)	-0,68**	(<0,01)
Nivel de estudios	0,14**	(0,01)	0,18**	(0,01)
Casado/en pareja sin hijos ^c	-0,3*	(0,15)	-0,25	(0,15)
Casado/en pareja con hijos menores de edad	-0,29**	(0,10)	-0,29*	(0,11)
Casado/en pareja con hijos mayores de edad	-0,99**	(0,13)	-0,33**	(0,12)
Constante	4,04**	(0,10)	-24,18**	(0,13)

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$.

Fuente: Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2006-2007 y elaboración propia.

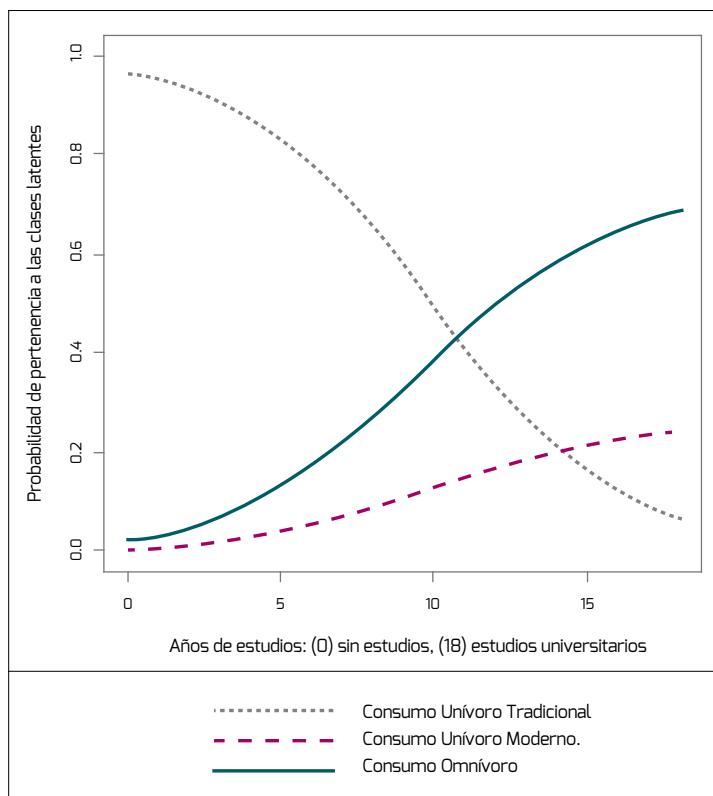
n=14241

a Hombre como categoría de referencia

b de 18 a 29 años como categoría de referencia

c soltero como categoría de referencia

Figura 8. Probabilidad de pertenecer a cada una de las tres clases latentes según el nivel de estudios.



Fuente: Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2006-2007 y elaboración propia.

Tal y como señalaban López-Sintas, García-Álvarez y Filimon (2008, p. 97) para poder contrastar si existen evidencias en España que den apoyo al argumento de la omnivoridad o al argumento de la homología, tenemos que encontrar patrones probabilísticos de consumo de música que puedan explicar la asociación más parsimoniosa posible que hay entre los géneros musicales y las características socio-estratificadoras de aquellos individuos que los consumen.

En nuestro LCA hemos podido comprobar que existe un claro patrón de consumo omnívoro que soslaya la *univoridad* de alta cultura. Utilizando los niveles educativos como variable proxy de estratificación social, en la Tabla 9 se comprueba como las probabilidades de

pertenecer a la clase omnívoro frente a la clase unívora tradicional aumentan conforme aumenta el nivel de estudios de los individuos. Este efecto lo hemos representado gráficamente a través de la probabilidad de pertenecer a cada una de las tres clases latentes según los años de estudios (Figura 8)¹⁴. El gráfico se lee del siguiente modo: A medida que aumenta el nivel educativo, las probabilidades de ser omnívoro aumentan. La probabilidad condicional de ser omnívoro pasa de poco más del 15% para los individuos sin estudios a más del 60% para los individuos con estudios universitarios. Por el contrario, la clase de consumo unívoro tradicional está fundamentalmente ligada a bajos niveles educativos. La población que no tiene estudios tiene una probabilidad de pertenecer a la clase unívora tradicional de más del 80%, mientras que las probabilidades para personas con estudios universitarios no llegan al 10%.

El hecho de tener hijos a su cargo, es una característica social que disminuye tanto la probabilidad de ser omnívoro como de ser unívoro moderno (ver Tabla 9). Las personas adultas muestran también un consumo más omnívoro tal y como señalaron Chan y Goldthorpe (2007d, p. 11), destacando la cohorte de los 30 a los 40 años. Sin embargo, al contrario de lo que obtuvieron dichos autores, no hemos encontrado diferencias significativas entre mujeres y hombres.

El nivel educativo también tiene efecto sobre las probabilidades de ser unívoro moderno frente a unívoro tradicional. Sin embargo, el efecto es ligeramente menor que en el consumo omnívoro (ver Figura 8). La edad, en este caso, juega un papel opuesto. La cohorte más joven es la que presenta un consumo más moderno y menos tradicional. Además, el patrón de consumo unívoro moderno es más común entre hombres que entre mujeres.

14. Nótese que estos cálculos del incremento de probabilidad no tienen en cuenta ninguna otra variable como sí se tuvieron en cuenta en los análisis de regresión logística multinomial.

4. Discusión

A lo largo de este trabajo empírico hemos estudiado el impacto que tienen los procesos de estratificación social sobre las prácticas culturales. No puede analizarse rigurosamente el consumo cultural en sus distintas vertientes si no es acudiendo a alguno de los instrumentos que dan cuenta de los procesos de fragmentación social. Ahora bien, el modo de aproximarnos a las relaciones entre estratificación social y consumo cultural puede marcar inevitablemente las conclusiones obtenidas. Los cálculos de probabilidades obtenidos de nuestros análisis de regresión logística nos permitieron afirmar que, si bien las personas ubicadas en lo más alto del espacio social tenían más probabilidades de acudir a eventos culturales, otras variables estratificadoras, en especial el nivel educativo, podían predecir mejor aquellas prácticas consideradas de alta cultura.

No obstante, estos análisis no han dado cuenta de toda la complejidad técnica y teórica que exige el estudio de las prácticas y consumos culturales, centrándose únicamente en la probabilidad de practicar un hábito dado. El análisis de clases latentes nos ha permitido captar en el ámbito de la música grabada tanto las preferencias, en términos de probabilidades condicionales en cada una de las clases latentes, como la capacidad de consumir un mayor o menor número de géneros. Esta tipo de análisis exige un diseño de encuesta en el que se dé al entrevistado la oportunidad de dar cuenta de todos los géneros que consume habitualmente y no sólo su preferido. Lamentablemente, no existen encuestas recientes en nuestro país que incluyan esta forma de recoger la actividad cultural, si, además, queremos que contengan variables sociodemográficas con las que poder construir modelos de clase social o estatus. Creemos que el modelo de cuestionario más óptimo será aquel que incluya, tanto la posibilidad de informar sobre los diferentes géneros y prácticas culturales que realice o consume el entrevistado, como aquellos géneros y prácticas que tiene como preferidas (Silva, 2006). Dicho de otro modo y utilizando un ejemplo, el cuestionario debería incluir la posibilidad de incorporar los géneros musicales que consume y, además, su género preferido. Sería conveniente, por otra parte, incluir preguntas que den cuenta de las prácticas

y conocimientos concretos sobre la esfera de las artes, de modo que, tal y como hizo Bourdieu, pudiéramos recoger no ya la frecuencia de una práctica determinada (como visitar museos, galerías o monumentos) sino el conocimiento sobre pintores, compositores de música clásica o escritores contemporáneos de obras de teatro. Obtendríamos así, el patrón más exacto posible del material cognitivo en la esfera artística de los entrevistados y evitaríamos el sesgo de la “deseabilidad social” que producen las preguntas de respuestas categóricas en el ámbito del consumo, las prácticas y los gustos culturales.

Asimismo, y con el propósito de promover la triangulación metodológica en este campo, abogamos también por el uso de técnicas cualitativas, como las entrevistas en profundidad o los grupos de discusión, que den fe de los significados culturales de fenómenos como el de la omnivoridad. La prácticamente nula presencia de este tipo de estudios en nuestro país, y la escasez en el esfera internacional (Rodríguez-Fernández & Heikkila, 2011) hacen necesaria la apelación por esta vía de análisis.

5. Conclusión.

De los tres argumentos presentados al principio de este artículo, y tras examinar pormenorizadamente los tres análisis presentados, el único que parece tener menos validez en la sociedad española contemporánea es el argumento de la individualización. Sin embargo, no debemos de rechazarlo en su totalidad dado el efecto de otra serie de características de los sujetos. Las prácticas y gustos culturales distinguidos en nuestro país siguen estando vinculados mayormente a los estratos mejor posicionados en el espacio social, pero más a aún entre los segmentos mejor educados. La exposición continuada a objetos “prototípicamente estéticos”, -es decir aquellos que podríamos encontrar en un museo, o que podríamos considerar, a priori, de alta cultura- es lo que permite, con el paso del tiempo, poder desarrollar una “disposición estética” que permite el juicio estético sobre objetos que no han sido producidos para ser “prototípicamente estéticos” (Lizardo & Skiles, 2012). Esta es, según Lizardo y Skiles, la capacidad que permite la incorporación de

elementos y gustos de la cultura popular en el repertorio del gusto omnívoro. La validez del argumento de la homología parece estar dando paso a nuevos modos de estratificación del consumo cultural, esta vez, a través de la modalidad de consumo¹⁵.

Esta distinción de consumos unívoros confirma lo ya comprobado por nuestros análisis de regresión logística en la asistencia a eventos culturales así como por otros autores. Hablamos de las diferencias entre grupos de edad. En las sociedades actuales han aparecido unos comportamientos y preferencias culturales entre las cohortes jóvenes que constituyen un conjunto lo suficientemente estable y coherente, como para distinguir a estos grupos de edad del resto de la población (Ariño et al., 2006; Ariño, 2010). Además, la asistencia a eventos considerados de alta cultura como el teatro, la danza, los museos o las exposiciones está más ligada a las cohortes de mayor edad. Según este autor, y tal y como nuestros resultados han sacado a la luz, el consumo de música por parte de estas cohortes se caracteriza por una alta puntuación en rock/pop y escasa para los géneros más distinguidos. Del mismo modo, los géneros musicales y las prácticas de alta cultura han estado tradicionalmente ligados a las cohortes más maduras, hecho ya demostrado tanto fuera (Bryson, 1996; 2002), como dentro de nuestras fronteras (Ariño et al., 2006; Ariño, 2010; López-Sintas et al., 2008). Por último, señalar que se han encontrado también diferencias de género según el patrón de consumo cultural. Los hombres tienen preferencias por los géneros musicales de carácter moderno, mientras que las mujeres tienen mayor probabilidad de asistir a eventos catalogados como alta cultura. A pesar de esto, no hemos encontrado diferencias significativas entre hombres y mujeres a la hora de predecir el comportamiento de consumo musical omnívoro.

15. Nótese que estos cálculos del incremento de probabilidad no tienen en cuenta ninguna otra variable como sí se tuvieron en cuenta en los análisis de regresión logística multinomial.



Capítulo V.

**La transmisión
intergeneracional de
aptitudes y actitudes
culturales. El caso
de Andalucía.**

Capítulo V.

La transmisión intergeneracional de aptitudes y actitudes culturales. El caso de Andalucía¹⁶.

1. Introducción

Desde la aparición del argumento de la *omnivoridad* (R. A. Peterson & Kern, 1996; R. A. Peterson & Simkus, 1992; Wilensky, 1964) así como otras teorías como la *apertura cultural* (Michèle Ollivier, 2008) o la *consonancia y disonancia cultural* (Lahire, 2008), las investigaciones sobre la estratificación de los consumos culturales han experimentado un nuevo empuje. Con el anterior capítulo hemos podido avanzar en el conocimiento de las condiciones que predicen la participación cultural a través de técnicas probabilísticas para medir el *volumen* de actividad cultural de los sujetos, mientras que los análisis de clases latentes nos han ayudado a observar la *composición* del gusto.

Observamos cómo aquellos que más probabilidades tenían de escuchar música clásica eran también los que tenían más probabilidad de escuchar música de cantautores o música electrónica. Además, cuanto mayor es tu nivel educativo mayor probabilidades tienes de pertenecer a este grupo (Tabla 18). Esto, como bien señalaban Chan y Goldthorpe (2007b, p. 323), no implica que todos los que tengan título universitario vayan a ser omnívoros, sino que entre los omnívoros se da con mayor frecuencia un perfil bien educado. Del mismo modo, estos resultados no implican que los individuos sin titulación universitaria sólo consuman música contemporánea, por ejemplo, sino que, estos sujetos tienen menos probabilidades de escuchar otros tipos de música.

16. Una versión diferente de este capítulo fue publicada como artículo en *RIS Revista Internacional de Sociología* (Herrera-Usagre, 2013).

Como hemos afirmado anteriormente, el paradigma de la omnivoridad no descarta los vínculos homológicos entre estratos sociales y estilos de vida, sino que crea una nueva relación entre consumos culturales y estratificación social. En las últimas dos décadas este paradigma ha acumulado un gran número de evidencias empíricas a su favor (Bellavance, Valex, & Ratte, 2004; Bryson, 1996, 1997; Chan & Goldthorpe, 2007d; Friedman, 2012; García-Álvarez et al., 2007; Herrera-Usagre, 2013; Lizardo & Skiles, 2009; R. A. Peterson & Simkus, 1992; Van Eijck & Van Rees, 1998). La divulgación de estas investigaciones han tenido un gran eco en importantes publicaciones de carácter general como la *European Sociological Review*, *The Sociological Review*, *Acta Sociologica* o la *American Sociological Review*, así como otras de carácter más específico como *Cultural Trends*, *Social Forces* o *Poetics*. El debate se ha recrudecido a través de la publicación de comentarios cruzados entre los autores de los trabajos haciendo de su batalla un deleite para el resto de la comunidad científica (Chan & Goldthorpe, 2007b; Michele Ollivier, 2008; R. A. Peterson, 2007; Wuggenig, 2007). De hecho, su desarrollo ha inspirado la creación de importantes proyectos internacionales (Bennett et al., 2003; Chan et al., 2004) que se han materializado en brillantes libros desde perspectivas diferentes: *Social Status and Cultural Consumption* (Chan, 2010) o *Culture, Class and Distinction* (Bennett, Savage, Silva, Gayo-Cal, & Wright, 2009). Recientemente la BBC, en colaboración con Mike Savage y Fiona Devine, lanzó un proyecto web experimental de auto-posicionamiento de clase donde aplicaban diferentes argumentos sobre la estratificación del consumo cultural teniendo en mente el paradigma de la omnivoridad (BBC, 2013).

No obstante, muchas de las publicaciones al respecto han obviado un aspecto muy importante cuando hablamos de hábitos y consumos, en especial, los culturales. Nos referimos a la capacidad potencial de la transmisión intergeneracional de aptitudes y actitudes culturales. Si bien la tesis del *habitus* de Bourdieu situaba en un lugar central la reproducción cultural (Bourdieu & Passeron, 1977; Bourdieu, 1998), las investigaciones empíricas en nuestro país no han avanzado con la suficiente celeridad al respecto, centrándose fundamentalmente en el nivel

educativo, la clase social o el estatus de los individuos. Con el presente capítulo, pretendemos, en primer lugar, ofrecer una evidencia más de la existencia de modos de consumo omnívoro en el plano cultural. La elección de las artes musicales y no otras, responde a una intención puramente analítica. Incluir otras esferas de consumo cultural, como los gustos musicales o la asistencia a espacios de artes visuales, amplía las implicaciones teóricas y pone en riesgo la parsimonia del modelo empírico. En segundo lugar, trataremos de averiguar las características sociales que mayor relevancia tienen en cada uno de los modelos o tipos de consumidores culturales, haciendo especial hincapié en características de orden social, como el logro educativo, el prestigio social, la clase social de los individuos y su origen socio-educativo. Así, el presente capítulo avanzará en la verificación de las siguientes hipótesis propuestas al comienzo de la tesis:

H3. La distinción de los estratos mejor posicionados no se caracteriza sólo por el consumo intenso de alta cultura sino también por el consumo intenso de todo tipo de géneros, es decir, se caracteriza por un consumo omnívoro.

H4. El patrón de consumo omnívoro se da con mayor frecuencia entre aquellos sujetos que tienen un origen social más alto.

2. El efecto de la movilidad social.

Tanto el paradigma de la omnivoridad como el paradigma de la homología son atravesados por un mismo elemento diferenciador a la hora de estratificar los consumos culturales: tener mayores niveles educativos confiere una mayor capacidad de procesamiento de la información para entender prácticas artístico-culturales sofisticadas (Ganzeboom, 1982; Kraaykamp & Dijkstra, 1999). Es lo que se conoce como la *hipótesis del procesamiento de información compleja*. El argumento de la homología entiende esta capacidad como un elemento excluyente y distintivo de los estratos mejor posicionados para mantener su posición de dominación en el campo de lo simbólico. Sin embargo, el argumento de la omnivoridad traduce esta ventaja cognitiva en una “adaptación de las pautas de distinción de clase a condiciones de

relativismo cultural, donde las expresiones culturales -ya sean de alta, media o baja cultura- deben interpretarse *en sus propios términos* y no desde una lógica etnocentrista y jerárquica” (Ariño et al., 2006, p. 37). Funcione de una u otra manera, queda claro que el logro educativo tiene un papel fundamental en la distinción de los estilos de vida culturales (Herrera-Usagre, 2010). Ahora bien, no analizaríamos de un modo completo la estratificación del gusto, si no atendemos a las condiciones que dan ventaja a los individuos para el logro educativo y el ascenso social.

Los estudios de movilidad social intergeneracional en nuestro país han demostrado la persistencia, a lo largo del tiempo, del efecto del origen social sobre la clase social de los individuos (Carabaña, 1999; Echeverría Zabalza, 1999; Marqués-Perales & Herrera-Usagre, 2010). Reducir la influencia de los orígenes sociales sobre la clase de destino de los individuos ha sido un eje fundamental de las políticas de los Estados del bienestar. Para ello, los Estados se han servido de las políticas de igualdad de oportunidades de acceso a la educación para atenuar los diferenciales de clase en el logro educativo (Goldthorpe, 2010, p. 305). No obstante, el éxito de éstas políticas parece haber sido alcanzado de una manera efectiva en momentos muy concretos de sociedades con una amplia tradición de gobiernos socialdemócratas (Erikson & Jonsson, 1993; Goldthorpe, 2010, p. 306). Owen Jones en su libro *Chavs. La demonización de la clase obrera* (2012) realiza un certero análisis etnográfico de cómo la “meritocrática” sociedad británica omite las constricciones materiales cuando se mofa de las sub-culturas de clase obrera en la etapa post-Tatcher. El estilo de vida de los “*Chavs*” –que algunos autores lo traducen como *Canis*- es visto con desprecio desde las élites, estableciéndose grandes barreras culturales que han tenido su equivalencia en la congelación de las tasas de movilidad social durante las tres últimas décadas (Goldthorpe, 2010).

En efecto, la influencia del origen social juega un papel fundamental en términos de oportunidades vitales –movilidad social de clase-. Nuestra intención es ver el efecto del origen social –en forma de logro educativo parental- sobre las elecciones de estilos de vida de los individuos. En otras palabras, queremos examinar el efecto del

nivel educativo de los padres sobre las prácticas culturales de los individuos. La investigación empírica sobre la transmisión intergeneracional de capital cultural y su influencia en la participación en actividades culturales ha tenido un gran desarrollo en las últimas dos décadas, fundamentalmente en lo referido a la participación en actividades de alta cultura (DiMaggio & Mohr, 1985; Nagel, Ganzeboom, Haanstra, & Oud, 1997; Nagel, 2009; Notten, Kraaykamp, & Konig, 2012; van Eijck & Knulst, 2005; Van Eijck & Kraaykamp, 2009; van Eijck, 1999; Van Eijck, 1996, 1997). Bukodi (2010) expone de una manera muy diáfana las hipótesis actuales más importantes que abordan los efectos de la movilidad social sobre los patrones de consumo cultural.

De acuerdo al patrón de movilidad que se haya experimentado, Bukodi identifica tres tipos de explicación (2010, p. 162):

- a) En primer lugar, los individuos con altos niveles educativos que hayan experimentado una movilidad social ascendente tendrán más probabilidades de consumir más baja cultura que aquellos que no la hayan experimentado. Es lo que se le conoce como la *hipótesis de la maximización del estatus* (Ganzeboom, 1982) dado que esos individuos móviles ascendentes, tienen que adquirir los hábitos de alta cultura, pero no por ello desligarse de sus orígenes culturales.
- b) Por otro lado, aquellos que hubiesen experimentado una movilidad social descendente, tienden a consumir más alta cultura que el resto de sus iguales en la escala social dado que heredarían los patrones adquiridos en su infancia. Es lo que se conocería como la *hipótesis de la socialización* (van Eijck, 1999).
- c) En tercer lugar, Chan y Goldthorpe proponían otra teoría en base a la anterior. Tanto los sujetos móviles ascendentes como los descendentes no sólo retienen lo que han adquirido en su seno familiar sino que suelen adquirir el resto de prácticas culturales para poder adaptarse al contexto social, así como a las interacciones sociales cotidianas. Los móviles tienen una mayor capacidad de adquirir nuevos géneros y referentes puesto que tienen más capacidad para adaptarse a contextos y personas. Es lo que llamaríamos la *hipótesis de la alternancia cultural* (Chan &

Goldthorpe, 2007c). En cierto sentido, no aporta un gran avance en la materia pero sintetiza las dos hipótesis anteriores.

Los estudios internacionales en esta línea no han cesado en los últimos años. Recientemente, Van Eijck y Kraaykamp (2009) encontraron más evidencias de cómo los hábitos de participación cultural de los progenitores también aparecían como un elemento fundamental a la hora de predecir la participación cultural de los hijos, por encima de la importancia de los otros dos elementos del capital cultural bourdiano, el capital escolar y el capital objetivado. Del mismo modo, en su estudio sobre la participación cultural de los jóvenes en Holanda, Nagel (2009) confirma que la influencia de los padres está por encima de los recursos proveídos por la educación escolar y que esta influencia no decrece conforme aumenta la edad de los jóvenes. En suma, estos estudios abordan todo aquello que tiene que ver con la influencia de la familia y la educación en la elección de los géneros artísticos.

Lo que proponemos en este capítulo entroncaría de nuevo con la tradición bourdiana y su concepto de habitus, introduciendo un elemento más a la ecuación que tiene que ver con las actitudes. Los géneros y su prestigio, ya lo vimos en el capítulo I y II, se generan y degeneran a una gran velocidad, por lo que el conocimiento adquirido en el seno familiar puede ser obsoletamente estático, de modo que un elemento importante sean las actitudes hacia los géneros artísticos presentes y futuros. En este sentido, podemos definir la *hipótesis de la transmisión intergeneracional de aptitudes y actitudes culturales* como el conjunto de capacidades y disposiciones hacia el consumo de géneros artísticos existentes y futuros que se transmiten a través del capital cultural de los padres.

Combinando todos estos elementos, estratificación social, logro educativo y transmisión intergeneracional de capital cultural, podremos por tanto desarrollar un modelo empírico que describa de una manera completa la capacidad explicativa de estos factores a la hora de predecir los hábitos de consumo cultural en un ámbito concreto, en nuestro caso el consumo tanto de música grabada como de música en directo.

3. Datos

Para nuestra investigación hemos utilizado la Encuesta sobre la Realidad Social de Andalucía (ERSA a partir de ahora), desarrollada por el Área de Sociología de la Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces en 2009. Las entrevistas cara a cara fueron llevadas a cabo a través de una muestra estratificada de individuos por encima de los 16 años, que vivían en hogares a lo largo de todo el territorio de la comunidad autónoma andaluza. Las entrevistas fueron completadas por un total de 1226 individuos¹⁷. La encuesta contenía un módulo sobre participación cultural a través de tres dimensiones del consumo cultural: asistencia a espacios y eventos de artes visuales, asistencia a espacios y eventos de artes escénicas, y géneros de música más escuchados –de manera intencional y no fortuita- por parte de los entrevistados. Este módulo se diseñó como una réplica de las preguntas incluidas en la *Arts in England Survey* llevada a cabo en 2001 por el *Social Survey Division* (departamento de encuestas sociales) del *UK Office for National Statistics* (Instituto Británico de Estadísticas Nacionales)¹⁸.

La ERSA se adapta bien a los objetivos de nuestra investigación puesto que el conjunto de variables sociodemográficas que incluyen nos proveen de suficiente información para construir variables de estratificación social:

- la clase social a través del modelo EGP o CASMIN de Erikson, Goldthorpe y Portocarero (1979);
- el prestigio social a través de la escala de prestigio profesional SIOPS de Donald J. Treiman (1977);
- el mayor nivel escolar alcanzado por el entrevistado –logro educativo-;

17. Muestra teórica de 1200 individuos, con muestreo polietápico estratificado por conglomerados. Error Muestral: Para un nivel de confianza del 95,5% (2 sigmas), en el caso más desfavorable ($p = q = 0,50$) y en el supuesto de muestreo aleatorio simple, el error es del $\pm 2,8$ % para el conjunto de la Comunidad Autónoma de Andalucía. Para más detalles véase Fundación Centro de Estudios Andaluces (2010).

18. Para más detalles, véase Skelton et al. (2002).

- o el mayor nivel escolar alcanzado ya sea su madre o su padre –logro educativo parental–.

Además incluye otro conjunto de variables que han sido comúnmente utilizadas por investigaciones académicas precedentes en esta área como: el género, la edad, el número de hijos y el tamaño del hábitat. Después de eliminar los casos con valores perdidos en las variables que hemos considerado, el tamaño analítico de la muestra se quedó en 849 casos.

En la Tabla 10 se muestran los estadísticos descriptivos de las variables utilizadas en nuestro análisis. Debido al tamaño de la muestra y en pro de la parsimonia, hemos optado por el esquema mixto “EGP” de 5 clases. La clase de servicio toma la nomenclatura ‘I+II’; la clase de empleados de tipo administrativo alto, ‘IIIa’; la clase social de pequeños propietarios, autónomos y pequeños propietarios agrícolas toma la nomenclatura ‘IVabc’; la clase social de supervisores y trabajadores cualificados manuales, ‘V+VI’; y la clase de trabajadores no cualificados manuales, agrícolas y de servicio toma la nomenclatura ‘VII+IIIb’ (para más información ver Tabla 1). Para obtener el “logro educativo parental” hemos combinado la educación del padre y la educación de la madre, elaborando una nueva variable que de fe del nivel más alto alcanzado por alguno de los dos. Las variables ordinales –“edad”, “número de hijos”, y “escala SIOPS”– representan su valor medio en la Tabla 10, si bien en nuestro análisis hemos convertido la variable “número de hijos” en una variable de intervalo para mejorar la parsimonia del modelo.

Finalmente, vamos a describir brevemente las variables dependientes utilizadas en nuestro análisis¹⁹. La variable “asistencia alta cultura” hace referencia a aquellas actividades consideradas tradicionalmente como *highbrow*, a saber, teatro, ópera, música clásica, danza

19. La formulación de las preguntas sobre asistencia era la siguiente: “De esta ficha a cuáles de las siguientes actividades ha asistido en los últimos 12 meses” siendo ‘0’ “no menciona” y ‘1’ “menciona”. Para las preguntas sobre géneros de música que escucha, la formulación era la siguiente: “Mirando esta ficha, ¿qué tipo de música ha escuchado a través de un CD, DVD, Radio, Internet, mp3, o cualquier otro dispositivo de almacenamiento musical en las últimas cuatro semanas?”, siendo ‘0’ “no menciona” y ‘1’ “menciona”.

o ballet. Por su parte, la “escucha alta cultura” hace referencia a la escucha intencional de música clásica, de ópera, audiolibros o poesía recitada. La variable “asistencia global” y “escucha global”, comprende el conjunto de músicas relacionadas con expresiones culturales foráneas como el jazz, el country, el blues, el soul, la música étnica o el folk –entendiendo este género como las músicas del “folklore” anglosajón, clásico y contemporáneo, de un lado y otro del atlántico-. Las variables “asistencia local” y “escucha local”, comprenden aquellas músicas predominantemente de raíz nacional como la canción melódica, folclórica española o el flamenco. Finalmente, las variables “asistencia moderna” y “escucha moderna”, hacen referencia a músicas de inspiración urbana o de desarrollo contemporáneo, como aquellas de raíz rock/pop (metal, punk, rock, pop), los géneros de música de creación electrónica (techno, house, etc.) y otras de inspiración afroamericana (rap, hip-hop, reggaetón, etc.)²⁰.

Las tablas Tabla 11 y Tabla 12 muestran una serie de matrices de correlaciones que hemos creído conveniente realizar utilizando el coeficiente de correlación de Pearson. Por un lado, la Tabla 11 nos muestra las correlaciones entre las variables culturales. La relación entre asistencia y consumo de un mismo género es el fenómeno más comúnmente correlacionado. Por otro lado, la Tabla 12 muestra la matriz de correlaciones entre las variables de estratificación social. Como era de esperar, existen correlaciones muy altas, por ejemplo entre el prestigio y la clase social. Incluir todas estas variables en el modelo, a pesar de su alta correlación, responde a dos motivos fundamentales. En primer lugar, es una manera de controlar un posible efecto de desajuste

20. A tenor de estos conglomerados de géneros musicales el lector podría hacerse la siguiente pregunta: ¿Por qué esta clasificación y no otra? Para nosotros, la definición de “género” dentro de la producción artística, hace referencia a “un set de trabajos artísticos clasificados conjuntamente en base a similitudes percibidas” (DiMaggio, 1987, p. 441). El capítulo IV nos ayudó a colapsar esas categorías y encontrar tales similitudes. En este sentido, no hemos pretendido crear un “sistema de clasificación artística” estrictamente jerárquico, sino que hemos confeccionado un sistema híbrido que diera fe tanto de la homogeneidad interna de las audiencias que los consumen, como de las convecciones formales o de contenido que comparten dichos géneros (W. Wright, 1977).

entre educación, prestigio y clase social a la hora de predecir ciertos comportamientos, como los consumos culturales. En segundo lugar, replicamos el *modus operandi* de anteriores estudios en la materia (Chan & Goldthorpe, 2005, 2007d, 2007e) y que ya reconocían la necesidad de incluirlas, a pesar de estar correlacionadas, dada la “relevancia empírica de su distinción”. Esto podría crearnos problemas de multicolinealidad excesiva, pero el paquete estadístico utilizado, *poLCA* para R Package (Linzer & Lewis, 2011), excluye automáticamente del análisis aquellas variables que presentan esta cualidad, lo cual no ha ocurrido.

Tabla 10. Estadísticos descriptivos. Frecuencias y puntuaciones medias de las variables utilizadas.

Variables categóricas	Frecuencias (%)		N	
<i>Género</i>	100		1226	
Hombre	48,6		596	
Mujer	51,4		630	
<i>Habitat</i>	100		1226	
<10000	19,7		242	
>10001 <20000	12,5		153	
>20001 <50000	33,4		410	
capitales y áreas metropolitanas	34,3		421	
<i>Logro educativo</i>	100		1226	
No educación	10,6		130	
Educación primaria	18,6		228	
Educación secundaria obligatoria	24,9		305	
Educación secundaria post-obligatoria	27,9		342	
Universidad	18,0		221	
<i>Logro educativo parental</i>	100		1174	
Educación primaria	28,6		336	
Educación secundaria obligatoria	38,0		446	
Educación secundaria post-obligatoria	12,3		144	
Universidad	11,8		109	
<i>EGP (5 clases)</i>	100		913	
I+II	16,2		148	
IIIa	9,5		87	
IVabc	22,7		207	
V+VI	18,3		167	
VII+IIIb	33,3		304	
<i>Variables de consumo cultural</i>				
Asistencia alta cultura	20,2		248	
Escucha alta cultura	26,3		322	
Asistencia global	9,7		119	
Escucha global	22		270	
Asistencia local	14,4		177	
Escucha local	61,3		752	
Asistencia moderna	15		184	
Escucha moderna	62,5		766	
Variables continuas	Media	Desv. típ.	Mínimo	Máximo
Edad	42,90	(17,53)	16	79
Número de hijos	1,54	(1,60)	0	12
Prestigio social (escala SIOPS)	37,92	(13,91)	15	76

Fuente: ERSa (2009). Elaboración propia.

Tabla 11. Matriz de correlaciones entre las variables de consumo cultural. Correlación de Pearson.

	Asistencia alta cultura	Asistencia global	Asistencia local	Asistencia moderna	Escucha alta cultura	Escucha moderna	Escucha global	Escucha local
Asistencia alta cultura	1							
Asistencia global	0,246**	1						
Asistencia local	0,267**	0,218**	1					
Asistencia moderna	0,175**	0,302**	0,185**	1				
Escucha alta cultura	0,373**	0,186**	0,156**	0,097**	1			
Escucha moderna	0,088**	0,180**	0,141**	0,297**	0,172**	1		
Escucha global	0,183**	0,324**	0,157**	0,229**	0,345**	0,274**	1	
Escucha local	0,095**	0,040	0,212**	-0,032	0,127**	0,059*	0,119**	1

Fuente: ERSa (2009). Elaboración propia.

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significante al nivel 0,05 (bilateral).

Tabla 12. Matriz de correlaciones entre las variables de estratificación social. Correlación de Pearson.

	Prestigio social	Logro educativo parental	Logro educativo	EGP
Prestigio social	1			
Logro educativo parental	0,281**	1		
Logro educativo	0,496**	0,545**	1	
EGP	-0,819**	-0,249**	-0,438**	1

Fuente: ERSa (2009). Elaboración propia.

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

4. Resultados

A continuación vamos a presentar los resultados de nuestro Latent Class Analysis o Análisis de Clases Latentes (LCA a partir de ahora) con los géneros musicales y las covariables sociodemográficas antes descritas.

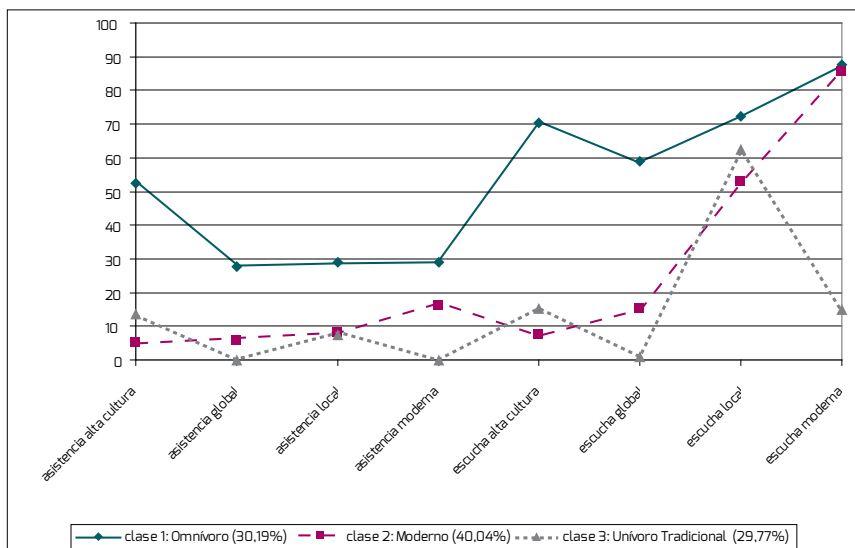
Tabla 13. Modelos estimados de clases latentes. Géneros musicales en Andalucía

Forma del Modelo	χ^2	df	AIC	BIC	Máxima verosimilitud alcanzada
2 clases	83823	218	6435,80	6611,33	-3180,90
3 clases	527,75	189	6222,48	6535,59	-3045,24
4 clases	519,83	160	6229,68	6680,37	-3019,84

Fuente: ERSA (2009). Elaboración propia.

La Tabla 13 muestra los resultados de los modelos de LCA para estos datos que van de 2 hasta 4 clases latentes. Para comparar los ajustes del modelo hemos utilizado dos criterios de información estadística, *AIC* y *BIC*. Como se observa, el modelo de 4 clases reduce el *AIC* en menor proporción que el modelo de 3 clases, mientras que llega incluso a aumentar el estadístico *BIC* respecto al primer modelo de 2 clases. Por consiguiente, se ha rechazado utilizar el modelo de 4 clases. Para ilustrar claramente la estructura de asociaciones e interacciones entre las variables en cada una de las tres clases latentes hemos diseñado la Figura 9. El gráfico se lee del siguiente modo: La probabilidad de escuchar habitualmente música de alta cultura es del 70,4% para los miembros de la clase 1, 7,4% para los miembros de la clase 2 y del 15,2% para los miembros de la clase 3.

Figura 9. Probabilidades condicionales de asociación entre géneros musicales. Modelo de tres clases latentes.



Fuente: ERSA (2009). Elaboración propia.

Según nuestro LCA, y en función de las probabilidades condicionales de pertenencia de cada uno de los géneros a cada una de las clases, las hemos denominado del siguiente modo: la clase 1, ‘clase omnívoro’, engloba al 30,2% de los casos; la clase 2, ‘clase moderno’, incluye al 40% de la población; y finalmente, la clase 3, ‘unívoro tradicional’, contiene al 29,8% restante.

La clase 1 presenta el patrón más voraz, culturalmente hablando, de las tres clases. Tiene el patrón de asistencia a conciertos más alto, con porcentajes que van del 27,6% de probabilidades de asistir a conciertos de géneros de música global, al 52,4% de probabilidades de asistir a eventos de alta cultura. Al mismo tiempo, la clase 1 posee muchas probabilidades de escuchar todo tipo de géneros, teniendo, por ejemplo, un 70,4% de probabilidades de escuchar músicas de alta cultura y casi un 90% de probabilidades de escuchar géneros denominados modernos. Por ende, nos encontramos ante un patrón de consumo plural, abierto, y omnívoro.

Las clases 2 y 3 presentan características comunes: ambas tienen pocas probabilidades de asistir a cualquier tipo de concierto. Son, en este sentido, clases pasivas en cuanto a su participación cultural-musical. Por otro lado, sus preferencias de escucha se alejan de las músicas de alta cultura o de inspiraciones étnicas y de folclore internacional. No obstante, ambas presentan diferencias significativas. La clase 2 tiene un 86% de probabilidades de escuchar música moderna y un 53% de probabilidades de escuchar música de índole local. En cambio, la clase 3 concentra su consumo musical casi exclusivamente en los géneros de índole local (62,5% de probabilidades). La clase 2 presenta un patrón ligeramente más activo en cuanto a asistencia y ligeramente más abierto que la clase 3. Ésta última presenta un rechazo total a asistir a conciertos de músicas modernas, y a escuchar o asistir a conciertos de música global. Si bien no es una probabilidad alta (16%) la clase 3 presenta mayores probabilidades de escuchar músicas de alta cultura, siendo este su segundo género predilecto tras las músicas de carácter nacional o local.

En resumen, hemos obtenido tres clases latentes: La primera clase (omnívoro) es, sin duda, la clase con el patrón de consumo más activo y voraz. Su perfil se distancia notablemente de las otras dos clases, presentando altas probabilidades de consumir géneros de distinción social en su sentido clásico, alta cultura, sin rechazar otros géneros ligados a la cultura moderna, a la cultura folclórica nacional o a culturas de folclore internacional. Nuestros resultados a este respecto concuerdan con los obtenidos por Ariño *et al.* para el conjunto de la sociedad española (2006, p. 146). La segunda clase (moderno), presenta un patrón que se concentra fundamentalmente en la escucha de géneros modernos y locales, presentando un cierto rechazo por la alta cultura, y pocas probabilidades de asistir a conciertos, si exceptuamos los conciertos de música moderna. Finalmente, la clase unívoro tradicional (clase 3) presenta el patrón más homogéneo, es decir, más exclusivo de un solo género. Su género preferente es el de las músicas de inspiración local, de carácter hispano-parlante. Tiene un rechazo casi absoluto a músicas globales o modernas pero presenta un leve interés por los géneros de alta cultura. Estas diferenciaciones en los

patrones de consumo evidencian la necesidad de distinguir entre *folk music* (músicas folclóricas locales) y *popular music* (músicas modernas), puesto que ambos géneros forman parte de esquemas de comportamiento específicos. Ambas familias de géneros artísticos se diferencian de los géneros de alta cultura, no sólo a través de procesos intrínsecos en su producción y lógicas de mercado, sino también según procesos rituales de los individuos que los consumen (DiMaggio, 1987, p. 451). Sin embargo, en la tradición académica anglosajona puede llegar a ser poco útil la distinción entre el género “folk” y la música popular-moderna en nuestra clasificación-, puesto que ambas tienen una misma raíz. Sin embargo, en nuestro contexto cultural el género “folk” pertenece al conjunto de “músicas globales” dado su origen exógeno. En este sentido, la “música moderna”, en tanto conjunto de géneros contemporáneos importados de la tradición anglosajona, debe ser distinguida de los géneros de raíz folclórica nacional propios de nuestro país -músicas locales-.

Tabla 14. Análisis de regresión logística multinomial: El efecto de las características sociales de los individuos sobre la probabilidad de omnívoro frente a unívoro tradicional.

	regresión 1		regresión 2		regresión 3		regresión 4	
	β	Error Std.	β	Error Std.	β	Error Std.	β	Error Std.
Mujer ^a	0,42	(0,36)	0,62	(0,40)	0,65	(0,37)	0,86	(0,45)
Edad	-0,12**	(0,02)	-0,13**	(0,02)	-0,07**	(0,02)	-0,10**	(0,03)
Número hijos 1 - 4 ^b	-0,68	(0,49)	-0,65	(0,54)	-0,98	(0,53)	-0,16*	(0,81)
Número hijos 5 o más	-0,21	(0,92)	0,09	(0,99)	0,05	(1,06)	-8,74**	(0,04)
Habitat >10.000 <20.000 hab. ^c	1,24*	(0,57)	1,24*	(0,60)	1,02	(0,56)	1,34*	(0,67)
Habitat >20.001 <50.000 hab.	1,08*	(0,44)	1,00*	(0,48)	0,70	(0,47)	0,86	(0,54)
Capitales y áreas metropolitanas	0,65	(0,45)	0,52	(0,48)	0,14	(0,46)	0,14	(0,55)
IIIa ^d	0,15	(0,73)	0,24	(0,79)	0,30	(0,73)	0,81	(1,02)
IVabc	-2,06**	(0,51)	-1,68**	(0,58)	-0,83	(0,55)	-1,08	(0,68)
V+VI	-2,29**	(0,55)	-1,21	(0,68)	-0,39	(0,70)	-0,43	(0,85)
VII+IIIb	-1,99**	(0,51)	-0,41	(0,77)	-0,43	(0,74)	-0,30	(0,86)
Prestigio social			0,06**	(0,02)	0,02	(0,02)	0,03	(0,03)
Primaria ^e					6,66**	(0,61)	7,32**	(0,68)
Secundaria Obligatoria					8,11**	(0,36)	8,42**	(0,46)
Secundaria Post-obligatoria					9,06**	(0,42)	9,05**	(0,52)
Universitaria					9,56**	(0,54)	9,17**	(0,68)
Primaria (Parental) ^e							0,69	(0,46)
Secundaria Obligatoria (Parental)							1,23	(0,83)
Secundaria Post-obligatoria (Parental)							1,48*	(0,67)
Universitaria (Parental)							5,33**	(0,33)
Constante	6,91**	(1,19)	4,15**	(1,55)	-5,11**	(1,22)	-4,61**	(1,55)

Fuente: ERSA (2009). Elaboración propia.

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$.

a Hombre como categoría de referencia

b Ningún hijo como categoría de referencia

c Menos de 10000 habitantes como categoría de referencia

d Clase I+II como categoría de referencia

e Menos de primaria como categoría de referencia

Seguidamente, vamos a entrar a analizar qué características sociales predicen el ser omnívoro. Para ello vamos a utilizar un análisis de regresión logística multinomial, que comprueba las características que aumentan o disminuyen las probabilidades de, por un lado, ser omnívoro frente a ser unívoro tradicional (Tabla 14) y, por otro, ser omnívoro frente a ser moderno (Tabla 15). En ambas tablas presentamos los

resultados de 4 regresiones. En cada una de ellas hemos ido incluyendo una nueva variable de estratificación social para ver así como afecta, no al modelo de clases latentes –que permanece meridianamente constante en cuanto a la composición interna de cada una de las clases-, sino al resto de variables sociodemográficas ya incluidas en el modelo. En otras palabras, queremos ver qué características estratificadoras absorben el efecto de otras para comprobar así cuales de ellas concentran un mayor poder explicativo, *ceteris paribus*.

Tabla 15. Análisis de regresión logística multinomial: El efecto de las características sociales de los individuos sobre la probabilidad de omnívoro frente a moderno.

	regresión 1		regresión 2		regresión 3		regresión 4	
	β	Error Std.	β	Error Std.	β	Error Std.	β	Error Std.
Mujer ^a	-0,07	(0,26)	-0,10	(0,27)	0,08	(0,26)	0,02	(0,30)
Edad	0,08**	(0,02)	0,07**	(0,02)	0,05**	(0,01)	0,09**	(0,02)
Número hijos 1 - 4 ^b	-0,54	(0,30)	-0,44	(0,31)	-0,28	(0,29)	-0,26	(0,33)
Número hijos 5 o más	-1,57	(1,26)	-1,51	(1,15)	0,50	(1,62)	0,38	(1,30)
Habitat >10.000 <20.000 hab. ^c	0,23	(0,42)	0,32	(0,43)	0,31	(0,42)	0,01	(0,50)
Habitat >20.001 <50.000 hab.	-0,30	(0,37)	-0,23	(0,38)	-0,04	(0,36)	-0,46	(0,43)
Capitales y áreas metropolitanas	-0,44	(0,35)	-0,41	(0,35)	-0,40	(0,34)	-0,82*	(0,42)
Illa ^d	-0,71	(0,44)	-0,57	(0,45)	-0,24	(0,44)	-0,61	(0,54)
IVabc	-1,40**	(0,39)	-1,19*	(0,42)	-0,81*	(0,39)	-0,90	(0,48)
V+VI	-1,64**	(0,44)	-0,86	(0,56)	-0,44	(0,52)	-0,59	(0,66)
VII+IIIb	-1,49**	(0,36)	-0,46	(0,58)	-0,35	(0,54)	-0,55	(0,66)
Prestigio social			0,04*	(0,02)	0,01	(0,02)	0,00	(0,02)
Primaria ^e					5,06**	(0,46)	2,89**	(0,58)
Secundaria Obligatoria					6,32**	(0,29)	4,46**	(0,39)
Secundaria Post-obligatoria					6,60**	(0,27)	4,60**	(0,37)
Universitaria					7,44**	(0,36)	5,69**	(0,48)
Primaria (Parental) ^e							-0,05	(0,47)
Secundaria Obligatoria (Parental)							0,80	(0,53)
Secundaria Post-obligatoria (Parental)							1,25*	(0,58)
Universitaria (Parental)							1,86**	(0,66)
Constante	-1,89**	(0,70)	-3,60**	(1,14)	-8,77**	(0,82)	-7,62**	(1,09)

Fuente: ERSA (2009). Elaboración propia.

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$.

a Hombre como categoría de referencia

b Ningún hijo como categoría de referencia

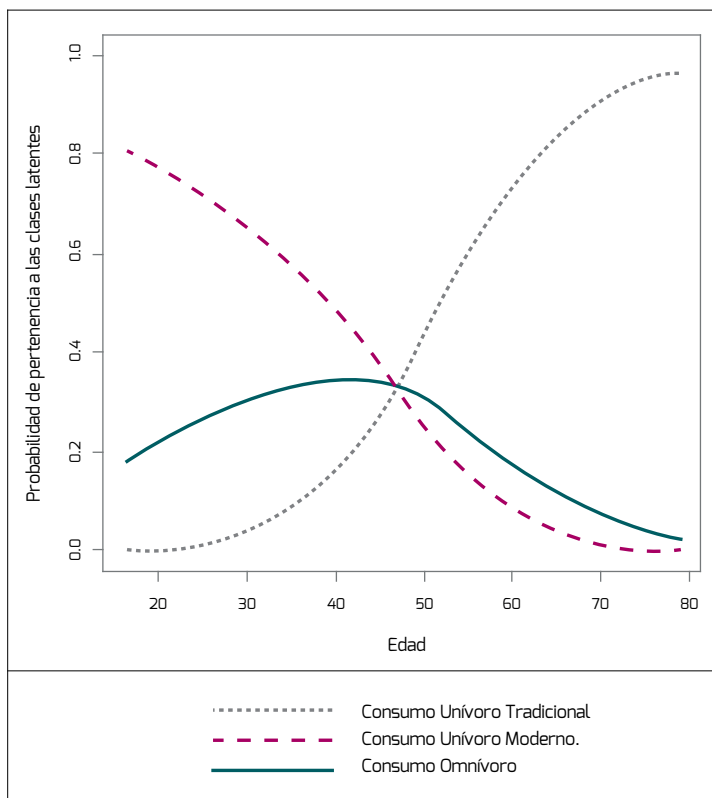
c Menos de 10.000 habitantes como categoría de referencia

d Clase I + II como categoría de referencia

e Menos de primaria como categoría de referencia

En primer lugar cabe destacar que, al contrario de lo que sucede en la sociedad británica (Chan & Goldthorpe, 2007d) el género no conforma una característica que influya en la probabilidad de ser omnívoro. El hábitat podría ser considerada una variable de influencia en el consumo cultural dadas las diferencias en la distribución de los “bienes singulares” en el “espacio geográfico” y no sólo en el social (Bourdieu, 1998, p. 120). Sin embargo, en nuestro modelo ha tenido un efecto más bien marginal y no lineal respecto al volumen de población. Al igual que ocurría en el estudio de Chan y Goldthorpe (2007d, p. 10), la presencia de hijos parece reducir las probabilidades de los individuos de ser omnívoro frente a unívoro tradicional, pero no así frente a ser moderno. La edad, como viene siendo tradicional en la investigación académica reciente, mantiene su influencia en los hábitos de consumo cultural si bien nuestros resultados presentan ciertas particularidades. Los jóvenes tienen más probabilidad de ser omnívoros frente a unívoros tradicionales, pero tienen menos probabilidades que los mayores de ser omnívoros si lo comparamos con ser moderno. Dicho de otro modo, el patrón moderno aparece como más probable entre los tramos jóvenes, el patrón unívoro tradicional entre las cohortes más mayores, mientras que la omnivoridad aparece como una característica ligada con mayor probabilidad a una cohorte de edad muy concreta, los individuos entre los 30 y los 45 años. Este hecho se observa con mayor claridad si observamos la Figura 10 donde se observa la probabilidad de pertenecer a cada una de las clases latentes según la edad de los individuos. Podemos observar como existe una cohorte de convergencia donde las probabilidades de pertenecer a cualquiera de las clases son equivalentes (entre 45 y 50 años). Ahí los perfiles y gustos se antojan muy variados, pero hemos de tener en cuenta que esta proyección de probabilidades no está hecha contando con el resto de variables.

Figura 10. Probabilidad de pertenecer a cada una de las tres clases latentes según la edad.



Fuente: ERSA (2009). Elaboración propia.

Abordando ahora nuestra cuestión principal, la estratificación social del consumo cultural, un primer resultado emerge de una manera clara a tenor de las tablas Tabla 14 y Tabla 15. Podemos confirmar que el efecto del logro educativo es el factor de mayor importancia sobre la probabilidad de ser omnívoro, más que otras características estratificadoras como la clase o el prestigio social. Éste efecto se da especialmente cuando comparamos entre omnívoros y unívoros tradicionales (Tabla 14). Estos resultados son congruentes con otros obtenidos en el contexto nacional (Ariño, 2010; Herrera-Usagre, 2011a; López-Sintas & García-Álvarez, 2002). Por otro lado, en nuestras primeras regresiones (regresión 1 y regresión 2) de las tablas Tabla 14 y Tabla 15, observamos cómo al incluir en el modelo el prestigio

social de los individuos, la influencia de la clase social perdía fuerza. En cambio, cuando introducimos la variable de logro educativo en el modelo (regresión 3) el prestigio social deja de afectar a las probabilidades de ser omnívoro. No obstante, la clase de pequeños propietarios (IVabc) presenta rasgos diferenciados. Esta clase social mantiene una menor probabilidad de ser omnívoro. Incluso cuando introducimos la variable de logro educativo sigue teniendo menos probabilidades de ser omnívoro frente a moderno (regresión 3 en la Tabla 15) que la clase de servicio (I+II). Cuando introducimos la variable de capital cultural parental (regresión 4), emerge un nuevo resultado. Una vez controladas el resto de variables estratificadoras, y al contrario de los resultados obtenidos por López-Sintas y García-Álvarez para España (2002, p. 362) el hecho de tener padres con altos niveles educativos (al menos secundaria post-obligatoria) aumenta las probabilidades de tener un consumo cultural omnívoro entre los individuos. Este resultado saca a la luz la importancia del capital cultural parental en los hábitos de consumo o participación cultural de los individuos, tal y como afirmaban Van Eijck y Kraaykamp (2009). En otras palabras, cuanto mayor es la capacidad de procesamiento de información de los individuos (medido a través del logro educativo), más complejo y más amplio es el estímulo de consumo cultural que necesitan. Además, esta voracidad en la demanda se ve amplificada por la transmisión intergeneracional de capital cultural (medido a través del logro educativo parental). Nuestros resultados evidencian de este modo un fenómeno contrario al obtenido por Van Eijck (1997). El consumo heterogéneo de géneros culturales entre los individuos con mayores niveles educativos no viene dado, al menos en el ámbito de la música, por experimentar una movilidad intergeneracional educativa ni ascendente como defendería la hipótesis de la maximización del estatus, ni por experimentar una movilidad descendente, como defendería la hipótesis de la socialización. De hecho, se da con más probabilidad cuando estos individuos experimentan una inmovilidad educativa de alto logro. O dicho de otro modo, aquellos individuos con altos niveles educativos que tienen también padres con altos niveles educativos, tienen más probabilidades de ser omnívoros.

5. Conclusiones

Una primera conclusión que hemos obtenido, a tenor de los resultados, es la inexistencia de un patrón exclusivo y unívoro de consumo musical de alta cultura. Este hecho no es baladí puesto que verifica un escenario donde el consumo de alta cultura no exige al individuo de apreciar otras formas de expresión artístico-cultural externas a lo “legítimo” en términos bourdianos. Este nuevo panorama, coloca al *volumen* como medio para operacionalizar el consumo cultural en una posición aventajada respecto a las *preferencias* en el gusto. Dicho de otro modo, debemos de reparar en la diferencia existente entre gusto cultural y consumo cultural (Chan & Goldthorpe, 2007b, p. 319) dado que esta última puede ofrecernos una información más rica sobre las relaciones entre estratificación social y cultura en las sociedades avanzadas. El uso de técnicas como el análisis de clases latentes con preguntas sobre *volumen* de consumo cultural, nos ha provisto de la capacidad de esbozar patrones de consumo plurales y no excluyentes, lo cual evita sesgos de deseabilidad social como ocurriría si preguntásemos a los individuos sobre su género musical preferido. En este sentido, medir la acción en lugar de medir la predisposición a la acción, se nos presenta como una forma más completa de estudiar los esquemas culturales.

En segundo lugar, se observa que características como la edad de los individuos, o en términos generales, el ciclo de vida ligado a la experiencia de la paternidad/maternidad, influyen de manera significativa en su patrón de consumo y participación cultural. Esta aportación nos alejaría de los argumentos más duros sobre la influencia única de factores estratificatorios en el comportamiento de los individuos, y nos acercaría a los argumentos que ligan también el consumo cultural a otras características estructurales.

En tercer lugar, nos gustaría reflexionar sobre los posibles fundamentos motivacionales que subyacen al fenómeno social de la omnivoridad de los consumos culturales. *La hipótesis del procesamiento de información compleja* nos proporciona una explicación bien fundamentada al consumo de alta cultura por los individuos con mayor nivel educativo. Sin embargo, el aprecio que demuestran los individuos con altos niveles educativos hacia formas de expresión cultural más “sencillas”, tendría

que ser explicado a través de otro tipo de esquemas, no sólo cognitivos sino también valorativos. *La hipótesis de la transmisión intergeneracional de actitudes culturales* nos proporciona pistas en este sentido. Si la omnivoridad está ligada tanto a niveles educativos altos de los individuos como de sus padres, y no puede ser explicada exclusivamente por la autorrealización personal a través de estímulos intelectuales complejos, podríamos estar hablando pues, del resultado de una transmisión intergeneracional de valores de tolerancia, apertura y empatía con otras formas de expresión artístico-culturales no legítimas (R. A. Peterson & Kern, 1996). En efecto, se produciría una complementariedad entre transmisiones de aptitudes culturales legítimas (en forma de capital simbólico, conocimientos de la ascesis histórica del arte, esquemas cognitivos, lenguaje, etc.) y transmisiones de actitudes de apertura en el plano cultural (como el fomento del interés en géneros musicales no legítimos, en expresiones de cultura popular local o extranjera, empatía con otras formas de pensar, actuar y expresarse, etc.). Este aspecto nos entroncaría de nuevo con el concepto bourdiano de *habitus* como conjunto de disposiciones.

En este nuevo escenario, dos hipótesis cardinales competirían por la explicación al fundamento motivacional de la omnivoridad. Por un lado, el consumo de alta cultura combinado con consumos de otras formas de expresión artísticas no legítimas, cumpliría una función de distinción social de los estratos mejor educados, manifestando así una forma de consumo ecléctico, intencionalmente variado y rico en apreciaciones multiculturales. Por otro lado, la omnivoridad cultural podría responder a la búsqueda de la satisfacción individual de estímulos informacionales no sólo más complejos, debido a su alta capacidad de proceso de información compleja, sino también más variados, debido a su capacidad de comprensión de todo tipo de expresiones y códigos culturales. Ésta complementariedad con géneros no legítimos se nutriría por tanto del disfrute personal a través de apreciar otros matices más allá de la complejidad formal atribuida históricamente a la alta cultura. Por ejemplo, la valoración de una obra-producto de masas en virtud de las reglas estilísticas y estéticas en las cuales es creada.

En resumen, podemos dar por confirmada una vez más la hipótesis H3 del presente trabajo y confirmar ciertos indicios sobre la hipótesis H4, dado que el gusto omnívoro se da más comúnmente entre aquellos individuos que provienen de entornos familiares bien educados. En el próximo capítulo exploraremos más exhaustivamente esta relación, enriqueciendo los análisis con esquemas de clase de origen y atendiendo también a otras esferas de la participación cultural como las artes escénicas y las visuales.



Capítulo VI.

**Diferencias en las
preferencias educativas
y estéticas entre estratos
sociales. El valor por
la imaginación.**

Capítulo VI. Diferencias en las preferencias educacionales y estéticas entre estratos sociales. El valor por la imaginación.

1. Introducción.

En el anterior capítulo se entreveía la importancia de la escuela y la familia en la formación del gusto musical. Del mismo modo, se reflexionaba sobre la posibilidad de que exista una transmisión de actitudes –y no sólo aptitudes–, a fin de explicar el comportamiento omnívoro entre los individuos de orígenes mejor posicionados. Según las investigaciones en la materia (Bryson, 1997; R. A. Peterson & Kern, 1996) estas actitudes tendrían que ver con una mayor tolerancia y respeto a la creciente diversidad cultural de las sociedades consideradas posmodernas (Inglehart, 1990):

H5. Aquellos individuos que despliegan un consumo omnívoro tendrán una mayor preferencia por la educación en la tolerancia y el respeto que el resto.

Esta hipótesis la pondremos en pugna con otra posible hipótesis explicativa en la materia (H6):

H6. Aquellos individuos que despliegan un consumo omnívoro tendrán una mayor preferencia por la educación en la imaginación que el resto.

2. La Escuela y la Familia. Claves de éxito.

Bowles y Gintis afirmaban: “la escuela produce, recompensa y señala las características personales relevantes para la colocación de los individuos en diferentes posiciones de la jerarquía social” (2011, p. 130). Junto con la institución escolar, los autores señalaban a la familia como la institución más cercanamente relacionada con la formación de la personalidad y la conciencia.

Las potencialidades creativas de los individuos estaban marcadas por las posibilidades objetivas de desarrollo y expansión por un lado; y de constreñimiento y dificultad por otro, que plantean las diferentes posiciones de clase (*ibíd.*). No obstante, también pensaban que, cuando las capacidades creativas de los individuos eran frenadas por su posición en la escala ocupacional, al final, lograban desviarse “hacia otras áreas fuera del mundo laboral como el consumo, los viajes, la sexualidad o la vida familiar” (Bowles & Gintis, 2011, p. 128). En este sentido, la creatividad y la imaginación parecen inherentes a todos los individuos pero, dada las constricciones de clase y origen social, las posibilidades de su desarrollo se distribuyen desigualmente entre los individuos.

La institución escolar, según estos autores, ejerce el importante papel de fomentar en los individuos aquellas facultades que le serán clave para su posición social futura y que además, moldearán esquemas de valores diferentes, dado su desigual rol en la cadena productiva. Sin embargo, la familia puede proveer de los recursos específicos para conservar la posición de clase de origen, mientras que es relativamente difícil para los descendientes de otras clases acceder a ellos para el ascenso social (Güveli, Luijckx, & Ganzeboom, 2012, p. 238). Bourdieu señalaba con gran acierto el modo en que los capitales culturales heredados influenciaban en el capital cultural –léase escolar- adquirido por los individuos. Aquellas familias cuyo habitus está en consonancia con las maneras de utilizar los conocimientos en la escuela, tendrán volúmenes de capital cultural más rentables. Es lo que Bourdieu llamaba el “*efecto de conversión desigual del capital cultural heredado*” (Bourdieu, 1998, p. 79).

En efecto, tanto Bourdieu como Bowles y Gintis coincidían en señalar la importancia y responsabilidad que tienen tanto la institución escolar como la familia en las posiciones de clase futura de los individuos. Bourdieu (2010) insistía además en algo importante. Cuando la escuela no educa aquellas características que le van a permitir a los individuos ganar ventaja competitiva para alcanzar las mejores posiciones en la jerarquía social, son las familias las que ejercen esa función, dándoles a los individuos las herramientas claves en su desarrollo y conservar (o mejorar) así su posición de clase. No obstante, una vez se van alcanzando los diferentes niveles obligatorios, continuar avanzando hacia las siguientes etapas educativas hasta llegar a la Universidad no es una decisión social y culturalmente neutra. En el proceso de toma de decisión existen grandes diferencias entre clases sociales que condicionan las elecciones de padres e hijos (Goldthorpe & Breen, 2010). Los individuos y sus familias realizan sus propios cálculos de riesgo sobre las posibilidades de fracaso e inversión que supone. Por ejemplo, que decidan seguir estudiando en la Universidad tras el Bachillerato, con todo lo que supone en términos de inversión económica, tiempo no remunerado y posibilidades de obtención de becas²¹. Van a tener en cuenta los recursos tanto económicos como culturales, simbólicos y cognitivos con los que cuentan para ello. En otras palabras, la familia no sólo condiciona las capacidades individuales que potencian las posibilidades de éxito educativo, sino que también condicionan el proceso de decisión en sí mismo.

Entre los recursos culturales que condicionan las posibilidades de logro educativo y que formaban parte de los diferentes *habitus* de clase, Bourdieu hablaba de “las aptitudes y actitudes del hombre cultivado” (Bourdieu, 2010, p. 46). Se refería así a las habilidades creativas, las aptitudes necesarias para una interpretación adecuada de las obras de arte, estén o no estén consagradas ya:

21. Partimos de un supuesto axiomático, “El logro educativo en las sociedades modernas se considera el factor más importante que determina las oportunidades de movilidad social” (Goldthorpe, 2010, p. 442).

“[...] a *capital escolar equivalente*, las diferencias de origen social están asociadas a diferencias importantes. [...] Diferencias tanto o más importantes y visibles cuanto que, en primer lugar, se requiere menos una competencia estricta [...] y más una especie de familiaridad con la cultura, y que, en segundo lugar, esta competencia se aleja de los universos más ‘académicos’, más clásicos, para aventurarse hacia regiones menos legítimas, ‘más arriesgadas’ de la cultura llamada ‘libre’ [...] que puede, en muchas ocasiones, tener un rendimiento simbólico muy alto y procurar un gran beneficio de distinción.” (Bourdieu, 1998, p. 61)

De este modo, es en el seno de las familias de posiciones altas donde son instruidos estos aspectos, sabiéndose que forman parte de un patrimonio cultural que, no sólo provee de herramientas para el entendimiento de las obras de reconocido prestigio –léase alta cultura– sino que también provee de medios para el entendimiento de géneros fuera de los círculos más “académicos”, igualmente cargados de distinción social.

El presente trabajo pretende captar esas estrategias mediante la exploración de las preferencias valorativas y su vinculación con patrones de consumo y participación cultural. Exploraremos un aspecto muy concreto de los esquemas valorativos de los individuos: las preferencias por aquellas cualidades que crean que deban ser inculcadas en los niños en casa²². Hasta ahora, la literatura ha explorado todo

22. Hemos considerado que *cualidades deseables* son aquellas para ser inculcadas preferentemente a su descendencia, presente o futura. También podría deberse a un deseo de mejora de la sociedad en su conjunto, dado el modo en el que se pregunta por estos valores. La pregunta dice: “Aquí tiene una lista de cualidades que se pueden hacer desarrollar en los niños en casa. ¿Cuál considera Ud. especialmente importante, si considera alguna? Escoja, por favor, hasta cinco en orden de prioridad” (ERSA, 2009). En principio asumimos que estas cualidades serían las que ellos aplican o aplicarían en la educación de sus hijos en caso de querer tener descendencia. No obstante, también podrían ser los valores que desearían que se educasen en la sociedad, para su mejora en conjunto y que nada tendría que ver con los valores con los que querrían educar a sus hijos. Asumimos la primera opción porque encontraríamos difícil que hubiese una discordancia entre los valores que desean a sus hijos y los valores que desean ser educados en el conjunto de la sociedad.

tipo de características socio-demográficas, estratificadoras y de origen social para ver las diferencias entre consumos culturales. Se han establecido relaciones entre una mayor apertura hacia géneros artísticos –léase omnivoridad–, con actitudes de tolerancia y respeto hacia los grupos sociales asociados a dichos géneros, fundamentalmente en el campo de la música (Bryson, 1996, 1997; Coulangeon & Lemel, 2007; Gebesmair, 1998; R. A. Peterson & Kern, 1996; R. A. Peterson & Simkus, 1992; Snowball et al., 2010)²³. Del mismo modo, un notable conjunto de investigaciones han presentado nuevos modos de acercarse a los patrones de distinción social, críticos o muy críticos con los trabajos iniciados por Peterson (Ariño, 2007; Atkinson, 2011; Lahire, 2008; Michèle Ollivier, 2008; Savage & Gayo-Cal, 2009; Tampubolon, 2008; Warde et al., 2007; Wuggenig, 2007).

Lo que aquí proponemos como potenciales factores condicionantes del patrón de consumo omnívoro son en concreto dos valores que, como habíamos señalado en el capítulo I, la literatura los considera valores posmaterialistas (Inglehart, 1990, 2005):

- 1) *La tolerancia y el respeto*, como cualidad deseable entre aquellos que tienen un perfil de consumo distinguido dado que denota una actitud de mejor adaptación a un mundo cada vez más complejo, interconectado y global;
- 2) *La imaginación*, concebida como cualidad fundamental para entender el gusto por la hibridación y las constelaciones de géneros culturales múltiples, así como recurso clave que proporciona ventaja competitiva a la descendencia en el actual contexto de economía post-industrial.

Esto nos permitirá comparar los perfiles de consumidores culturales según las disposiciones preferidas a ser inculcadas en los niños, ligando así estratificación social, origen social, consumo cultural y aquellos recursos que puedan permitir la conservación (o mejora) de posiciones de clase de la descendencia. Cualquiera de las dos

23. Para una revisión más amplia y detallada véase Peterson (2005).

cualidades preferentes podría ayudarnos a entender las estrategias de las clases sociales que contribuyen a minimizar los riesgos de descenso de posición social, en lo que se conoce como “aversión relativa al riesgo” (Goldthorpe, 2010, p. 313). No obstante, antes de entrar en el estudio de estas estrategias, debemos de contextualizar el consumo y la participación cultural en el entorno de sociedad de la información en el que nos encontramos para tener aislado, del modo más aséptico posible, el efecto del origen social, las preferencias educacionales y las disposiciones estéticas.

3. La convergencia mediática y la divisoria digital como telón de fondo

Bien es cierto que, el hogar familiar, ha sido el seno primigenio donde se ha transmitido históricamente nuestra cultura. Posteriormente, apareció y se generalizó la escuela, encargándose de buena parte de la socialización de los niños. “Anteayer mismo”, tal y como señala Ariño, “han emergido los medios de comunicación de masas [mass-media] y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación [nTICs], que están redefiniendo (socavando, en parte) los nichos culturales básicos: la familia y la escuela” (Ariño, 2010, p. 20).

Paradójicamente, el escenario fundamental en el que los mass-media y las nTICs se han servido para penetrar en nuestra transmisión cultural ha sido precisamente el hogar. Los terminales de decodificación de textos, sonidos e imágenes, cada vez de mayor alcance, más calidad y menor precio, han tenido una especial difusión en el hogar y para su uso individual. Para Ariño, esto ha hecho que el domus experimente una transformación extraordinaria, convirtiéndolo en la principal infraestructura cultural de la sociedad contemporánea y espacio fundamental donde se concentran la mayoría de prácticas culturales, entre ellas la selección, escucha e intercambio de música (Herrera-Usagre, 2012).

El modo en el que el hogar, espacio natural de la educación familiar, se ha visto afectado por los mass-media y las nTICs, viene dado por un proceso dinámico que está teniendo lugar en varias intersecciones

entre tecnologías mediáticas, industrias, contenidos y audiencias. Nos referimos al concepto de “convergencia mediática” (H. Jenkins, 2006, 2009). La convergencia mediática implica la introducción de un cada vez más amplio abanico de:

“tecnologías mediáticas que permiten a los consumidores archivar, comentar, transformar y volver a poner en circulación los contenidos. La convergencia mediática es más que un mero cambio tecnológico: altera la relación entre tecnologías, industrias, mercados, géneros y audiencias preexistentes” (H. Jenkins, 2009, p. 186).

Las intersecciones que más interés nos suscitan, dado nuestro objeto de estudio, serán probablemente las que sucedan entre tecnológicas, géneros y audiencias. La *convergencia corporativa*, es decir, la concentración de la propiedad de los medios en las manos de un cada vez más reducido número de conglomerados y que puede tener todo tipo de implicaciones al estudiar los patrones de consumo cultural, requiere otro tipo de análisis institucionales que escapen a la intención del presente trabajo²⁴. Las intersecciones de contenidos y audiencias reflejan el papel cada vez más decisivo que desempeñan los consumidores para configurar el diseño y la producción de los contenidos culturales y mediáticos. Su interés radica en el hecho de que, la convergencia mediática, puede estar redefiniendo el concepto de cultura popular de cada sociedad, incorporando elementos foráneos y construyendo una

24. Interesante es, en este sentido, el ya clásico trabajo de DiMaggio (1987) “Classification in Art” sobre cómo se conforman los sistemas de clasificación de géneros artísticos en función de las dinámicas que imponen los rituales asociados a las diferencias en la estructura social, así como en las dinámicas de clasificación impuestas por la industria cultural. Llevada la construcción de los géneros musicales a un plano más concreto y contemporáneo, Donze (2011) examina el modo en que la industria está definiendo los sub-géneros de música pop a través de diferentes formas de identidad sexual de las bandas. En modo alguno creemos que estos temas son baladí. Empero, consideramos que, dado el diseño analítico del presente estudio, nos centraremos en las dinámicas que suceden en los comportamientos de los individuos y no así en las que suceden dentro de la industria cultural.

cultura global “marcada por una organización de la diversidad más que por una reproducción de la uniformidad” (Hannerz, 1990, p. 237). En otras palabras, lejos de ir hacia un escenario de globalización y homogeneización –más bien de *americanización* puntualiza Jenkins- de los contenidos culturales, “el mundo se ha convertido en una red de relaciones sociales y entre sus diferentes regiones existe un flujo de significados, así como de personas y productos” (ibid.)²⁵.

Paralelamente, la convergencia mediática se ve marcada también por un más fácil acceso a nTICs como internet. Este hecho podría suponer, por sí solo, una “democratización” del acceso a los géneros artísticos, incluidos los de alta cultura, erosionando aquellos límites y barreras tecnológicas que señalaba hace décadas Collingwood (2012). No obstante, “los etnógrafos han descubiertos que el mismo contenido mediático puede interpretarse de maneras radicalmente diferentes en los distintos contextos regionales, nacionales y familiares” (H. Jenkins, 2009, p. 188) lo que pondría de manifiesto que, si bien el acceso se ha democratizado, la comprensión y modo de consumo de los géneros no.

Tanto el acceso a internet como la modalidad de uso que se hace de él, no son prácticas social ni culturalmente neutras. Nos encontramos, de nuevo, con diferencias en los modos de adquisición de los contenidos culturales que proveen los mass-media, según el capital heredado. Castells (2001b) en su análisis sobre la *divisoria digital*, señala varios modos en el que, la intersección entre origen social y escuela, condiciona los recursos con los que nos desenvolvemos en el entorno digital y, por ende, a los contenidos culturales a los que mediante él accedemos. Entre ellos destacaríamos dos. En primer lugar, los estilos pedagógicos opuestos entre aquellas escuelas que fomentan el desarrollo intelectual y personal de los niños de aquellas escuelas centradas en la disciplina. Ambos estilos “tienden a ir parejos con el estatus social del

25. Recientemente, se ha traducido la obra *Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas* dónde Frédéric Martel (2012) hace un análisis más crítico, en forma de ensayo periodístico, sobre el modo en el que las industrias creativas de los países en desarrollo están plantando cara a los grandes emporios occidentales de la comunicación y el entretenimiento.

centro, así como con la capacidad cultural y económica de los padres para presionar a las escuelas” (2001b, p. 287)²⁶. En segundo lugar, dada la carencia estructural que padecen los sistemas de educación universales por contribuir a abrir las mentes de sus alumnos, son los padres los que asumen gran parte de la responsabilidad de ayudarles a moverse en un nuevo mundo tecnológico –espacio, por otro lado, continuamente cambiante y tendente por naturaleza a la innovación y la creatividad-. El resultado acumulativo, según las predicciones de Castells a inicios del Siglo XXI, será el de un contexto donde “los niños de las familias más desfavorecidas queden rezagados frente a aquellos compañeros que tengan una mayor capacidad de procesamiento de la información gracias a su exposición a un ambiente doméstico culturalmente más elevado” (Castells, 2001b, p. 288).

En definitiva, la irrupción de los mass-media y las nTICs ha evidenciado la tensión entre dos dinámicas aparentemente contrapuestas:

- 1) Por un lado, la democratización del acceso a las tecnologías de soporte para el consumo de contenidos digitales –acceso a internet, reproductores audiovisuales, etc.-, así como la democratización de acceso a todo tipo de géneros artísticos –*convergencia mediática*;
- 2) y, por otro, la permanencia de los diferenciales de clase a la hora de disponer de los recursos necesarios para el desarrollo y la iniciativa personal e intelectual en un contexto cada vez más tecnológicamente desarrollado –*divisoria digital*-.

En la correlación de ambas fuerzas, emerge el capital cultural heredado –incluso por encima del económico- como característica clave del desarrollo personal y la formación del gusto en el nuevo entorno

26. Bourdieu y Castells parecen coincidir aquí en cierto punto. El autor francés denunciaba el reducido espacio que se le otorga a la educación artística en la escuela primaria y secundaria. Esto era así, en parte, por las “resistencias que los padres, cuidadosos de la rentabilidad de los estudios, oponen a todas las tentativas (fácilmente consideradas como subterfugios de la pereza de los maestros) para desarrollar el interés artístico” (Bourdieu, 2010, p. 46).

digital. Hibridación y acceso equidistante a todos los géneros artísticos mediante las tecnologías, van a ser aspectos claves que ayuden a entender los nuevos patrones de consumo de música plurales y expansivos que ha ido recogiendo la investigación académica en los últimos años.

4. Omnivoridad y tolerancia. Un debate en construcción.

Herrera-Usagre (2013) y Rodríguez y Heikkila (2011), ya señalaban la polémica que habían levantado Peterson y Simkus (1992), Peterson y Kern (1996) y Bryson (1996) a propósito de su visión sobre las relaciones entre la omnivoridad y los esquemas valorativos de los individuos. En su definición sobre lo que es ser omnívoro, Peterson y Simkus afirmaban:

“En efecto, el gusto de la elite ha dejado de ser definido por un apreciación expresa de las formas de alta cultura (y un desprecio moral o una tolerancia perpleja ante el resto de expresiones estéticas). Actualmente está siendo redefinido por una apreciación de las estéticas de cualquier forma de distinción junto con una apreciación de la alta cultura. Debido a que el estatus se gana tanto por saber cómo por participar en (esto es, consumir) todas las formas, el término *omnívoro* parece apropiado.” (1992: 169)

Junto con Kern (1996) Peterson va más allá afirmando que, el crecimiento de la omnivoridad en las sociedades industrialmente avanzadas, tiene su explicación en los cambios estructurales que han permitido un mayor contacto con diferentes formas culturales. De este modo, el fenómeno de la omnivoridad forma parte de “una tendencia histórica de mayor tolerancia hacia aquellos que tienen otros [esquemas de] valores” (R. A. Peterson & Kern, 1996, p. 905). Continúan los autores afirmando que “la tendencia omnívora parece mejor adaptada a un mundo global que, cada vez más, está gestionado por aquellos que desarrollan su propio camino, en parte, a través de mostrar respeto a las expresiones culturales del resto” (1996, p. 906).

Se deja así la noción implícita de que existen actitudes más deseables que otras en según qué estrato social te encuentres y según que expresiones estéticas consumes. No obstante, Peterson combina estas apreciaciones con dejar claro que la omnivoridad es un “rasgo característico de la clase dominante” (Peterson en Warde et al., 2007, p. 143), y que además también es un rasgo de mayor democratización y tolerancia al asumir que la omnivoridad es “antitética al esnobismo, el cual está basado fundamentalmente en rígidas normas de exclusión” (R. A. Peterson & Kern, 1996, p. 904).

La tolerancia aparece así como un eje fundamental que explica el gusto por lo variado entre algunos investigadores de finales de los ‘90. Bethany Bryson (1996), en su análisis sobre los rechazos hacia géneros musicales en EE.UU. -*musical dislikes*-, encontró evidencias de cómo el gusto *unívoro exclusivo* está asociado con la intolerancia política; y cómo las actitudes negativas hacia determinados grupos sociales “resulta en actitudes negativas hacia los tipos de música asociados a cada grupo” (Bryson, 1996, p. 895). En su trabajo, Bryson también comprobó como los altos niveles educativos estaban relacionados con una menor exclusividad en el gusto musical, confirmándose su hipótesis de la existencia de una *tolerancia educada*. No obstante, puntualiza, esa tolerancia cultural no debe concebirse como una tendencia al gusto indiscriminado, sino más bien a una “reordenación de las fronteras entre grupos” que modelan los grupos étnicos y la clase social (*ibid*). Bryson describe un modelo teórico donde el gusto del individuo medio estadounidense se sitúa en el centro de una circunferencia y conforme nos alejamos de ese centro nos encontramos con géneros asociados a minorías étnicas pero que hoy en día cuentan con un cierto prestigio entre las personas de gustos distinguidos (Jazz, Soul, Blues), mientras que en el extremo de ese círculo, se hayan aquellos géneros que pueden ser de origen étnico minoritario, pero que sobre todo están más extendidos entre las personas con menos nivel educativo (Rap, Heavy metal, Country y Gospel).

Este modelo de configuración de los gustos y los rechazos musicales recuerda al modelo de valores de una sociedad centrífuga asociada al avance de la posmodernidad que concibió Bericat (2005).

En dicho trabajo, el autor defiende la existencia de una “cultura del horror” en lugar de una “cultura del miedo” (Füredi, 2006; Glassner, 2009). En su opinión, “no es el miedo el sentimiento que caracteriza nuestra cultura emocional, sino las emociones colectivas de horror sentidas ante la visión de determinados acontecimientos especialmente trágicos, inhumanos, espeluznantes, brutales, crueles o monstruosos” amplificados artificialmente por los medios de comunicación (Bericat, 2005, p. 56). Bericat propone que existen dos modos de mantener el orden y la cohesión social en las sociedades. El primer orden, las *sociedades centrípetas*, tiene como modo de legitimación la potencia atractiva de los valores positivos (riqueza, democracia, libertad o racionalidad). Este orden sería el característico de las sociedades modernas. Por el contrario, el segundo orden, las *sociedades centrífugas*, tienen como modo de legitimación la potencia repulsiva de aquellas transgresiones del orden moral. Este orden sería característico de las sociedades posmodernas. Las fuerzas otrora atrayentes que modelaban las sociedades modernas, se han visto debilitadas configurándose un espacio donde “existe un mayor grado de libertad para orientarse aleatoria e incluso caóticamente” (Bericat, 2005, p. 79) con el único límite de las fronteras exteriores del horror.

La frontera exterior de los gustos culturales la estaría marcando la naturaleza o el origen del producto cultural en sí mismo. Dicho de otro modo, lo que se rechaza en un perfil de gusto abierto a todo tipo de géneros está asociado a si el objeto en cuestión tiene una naturaleza excesivamente marcada por su producción en masa (Lizardo & Skiles, 2012) o bien *pertenece* a un estrato social o étnico alejado de mi origen (Bryson, 1996). Se crearía así una “círculo de legitimidad” donde en su interior funcionasen las reglas del juicio estético expandido a toda clase de géneros, mientras que en su exterior se ubicasen aquellos productos culturales no legítimos producidos masivamente como meros calcos de patrones ya existentes (Adorno, 2012) y destinados para su consumo por los estratos sociales peor posicionados. Algo así como una “basura cultural” que podemos identificar en cada uno de los géneros artísticos conocidos.

El eclecticismo, caracterizado por la tolerancia y la apertura a la diversidad, no implica un rechazo absoluto a la tesis de la homología establecida por Bourdieu, sino una revisión, una “materialización moderna de la quintaesencia de la distinción” (Coulangeon & Lemel, 2007, p. 93). Recientemente otros estudios afirman haber encontrado evidencias en esta línea. Glevaret y Pinet (2009) proponen una nueva jerarquía de gustos musicales donde la jerarquía se establece en distinciones intra-géneros. Warde *et al.* encontraron evidencias de cómo aquellos que disfrutaban de gustos omnívoros eran más capaces de alinear referencias culturales (directores de cine, películas, músicos, etc.) en una escala de prestigio común (2007, p. 13).

Dado el contexto de continua hibridación y complejidad estética que han alcanzado los géneros culturales, parece que el nuevo mapa de gustos/posiciones sociales responde a nuevas lógicas de identificación grupales, inspiradas por una mayor tolerancia y apertura. Snowball, Jamal y Willis (2010), por ejemplo, encontraron evidencias de un estado transitorio entre patrones *highbrow* unívoros y patrones omnívoros en el ámbito de las artes escénicas sudafricanas, lo que sugiere a los autores interesantes implicaciones sobre el grado de tolerancia social en el contexto multicultural de la etapa post-apartheid.

Esta concepción según la cuál los estratos mejor educados, y a la postre, mejor posicionados, muestran un mayor respeto hacia las expresiones culturales de los otros, puede llegar a resultar de un acusado “optimismo sociológico *naïve*” (Lahire, 2008, p. 183). Warde, Wright y Gayo-Cal (2008) defendían que el declive del patrón unívoro exclusivo en el Reino Unido no implicaba que los omnívoros eran más abiertos a otros géneros sino que presentaban rechazos quizás, y paradójicamente, más selectivos. Es más, los sociólogos corren el riesgo de, al asociar apertura con los estratos privilegiados y cerrazón con los no privilegiados, aprovechar, con cierta candidez, los discursos sociales existentes sobre aquellas cualidades que son deseables y aquellas indeseables; asumiendo que las clases altas son abiertas y tolerantes mientras que, implícitamente, se definen a las clases bajas como cerradas (Michèle Ollivier, 2008, p. 122).

5. ¿Qué valores tienen los omnívoros? Hacia un nuevo diagnóstico del sustrato valorativo de la Omnivoridad.

Las críticas al modelo teórico que planteó Peterson no han supuesto siempre una enmienda a la totalidad del paradigma. El mismo Bernard Lahire afirma su intención de “elaborar un modelo teórico que explique las prácticas y preferencias culturales, integrando el punto de vista de Peterson” (2008, p. 181) mientras que Warde *et al.* advierten de la existencia de una clara “influencia de la educación universitaria en tendencias omnívoras” (Warde et al., 2007, p. 150) lo cual no implica un rechazo a la existencia de los omnívoros *per se*; creen que los hallazgos de los “*omnivoristas*” carecen de solvencia en cuanto a las explicaciones y a la consistencia interna de los patrones que describen.

Nuestro posicionamiento epistemológico parte de dar por válido el modelo omnívoro/unívoro –basándonos en las propias evidencias encontradas- para plantear correcciones a dos aspectos fundamentales: el origen de dicha distinción y el sustrato valorativo de ese comportamiento. Como ya hemos señalado en capítulos anteriores, el *sentido* e intencionalidad que atribuyen los sujetos es un complemento clave para entender los comportamientos voraces y omnívoros y cuya resolución deberá complementarse con aproximaciones etnográficas. En cambio, los posibles factores estructurales que puedan subyacer a los gustos eclécticos, y que muchos autores atribuyen a una mayor tolerancia y apertura, pueden –y deben- ser revisados²⁷.

Entonces, ¿es posible que la omnivoridad cultural sea efecto cognitivo colateral de los procesos de exclusión en la escuela? ¿La mayor apertura de la que hablan los teóricos de la omnivoridad, puede ser efecto también de la dotación familiar de un cierto patrimonio cognitivo, de un mismo ethos, dándoles así ventaja para preservar la posición de clase? Si fuese de este modo, ¿podríamos abandonar esa cándida concepción de “comportamientos deseables” entre las clases altas; para pasar a conceptualizar la omnivoridad como resultado de

27. De este modo, no entraremos a valorar las posibles inconsistencias internas del concepto *omnívoro*, dado que, comprendemos, que las diferentes motivaciones y distintas modalidades de omnivoridad no representan una amenaza para un cambio de su perfil sociológico, este es, el de posiciones sociales aventajadas.

las estrategias de cierres simbólicos de clase entre los privilegiados? Bourdieu, una vez más, nos aporta algunas pistas al respecto:

“... la observación científica muestra que las necesidades culturales son producto de la educación: la investigación establece que todas las prácticas culturales (frecuentación de museos, conciertos, exposiciones, lectura, etc.) y las preferencias correspondientes (escritores, pintores o músicos preferidos, por ejemplo) están estrechamente ligadas al nivel de instrucción [...] y en segundo lugar, al origen social.” (Bourdieu, 2010, p. 231)

El peso relativo que han de tener la institución escolar y la familia sobre las preferencias estéticas de los individuos variará “según el grado en el que las diferentes prácticas son reconocidas y preparadas por el sistema escolar” mientras que, una vez tenemos controlada este factor, la importancia del origen social se acentúa en el caso de la “cultura libre” o del arte de vanguardia (Bourdieu, 2010, p. 232).

El hecho de que existan individuos de un estrato privilegiado que consuman un determinado género con mayor probabilidad sucede porque son ellos los que dominan los códigos necesarios para una correcta interpretación de las obras musicales: “El espectador desprovisto del código específico se siente sumergido, ‘ahogado’ delante de lo que se le parece como un caos de sonidos y de ritmos [...]” (Bourdieu, 2010, p. 233). Esta explicación encaja en lo que Ganzeboom denominó la *hipótesis del procesamiento de información compleja* (Ganzeboom, 1982) por la cual la habilidad de entender las actividades de alta cultura es una forma de procesamiento de información en el que el logro educativo y el origen social son factores determinantes (Brubaker, 1985; DiMaggio & Mohr, 1985; Nagel et al., 1997; Vries & Graaf, 2007). Sin embargo, esto, por sí sólo, no explicaría que los poseedores de los códigos precisos para la alta cultura, los individuos omnívoros mayormente, consuman también elementos tanto de la cultura popular local como

aquellos pertenecientes a tradiciones estéticas y musicales internacionales como hemos comentado anteriormente. Chan (2010) resuelve el enigma a través de dos posibles explicaciones:

- 1) Los omnívoros pueden ser vistos como “individuos esencialmente tolerantes” desde el punto de vista cultural (Chan, 2010, p. 245), bien porque tienen estudios superiores, o bien porque hayan experimentado movilidad social ascendente [con evidencias en contra en nuestro caso]. Los individuos que vienen de orígenes populares y que han alcanzado posiciones sociales más aventajadas, arrastran un *background* popular que es complementado con la adquisición de gustos distinguidos en su nueva posición (*hipótesis de la maximización de estatus*). Las lógicas individuales responden más a la lógica del placer que a la de la distinción y por ello, conservan los gustos de su clase de origen.

- 2) Los consumos omnívoros pueden ser vistos como expresiones de una nueva estética por la cual, incluso siendo más inclusivos y cosmopolitas que las primeras élites culturales, no lo son menos en su pretendida demostración de superioridad social y cultural (Chan, 2010, p. 246). Tal y como señalaban en su análisis Prieur, Rosenlund y Skjott-Larsen (2008) sobre el consumo cultural en Dinamarca, la distinción de la élite ya no se define por la adherencia a la alta cultura tradicional, sino a un auto-posicionamiento menos tendente a lo local y más a lo global, dicotomía entendida como “lo estático y lo móvil; lo restringido y lo abierto de mente; lo tradicional y lo creativo; lo no reflexivo y lo reflexivo” (2008: 68). Más aún, los omnívoros seguirán mostrando formas de discriminación, como el “modo de consumir” la cultura popular –a veces de modo ‘irónico’ y condescendiente (Lahire, 2008)- y a través del rechazo explícito de ciertos sub-géneros (Bryson, 1996).

En síntesis, podríamos proponer una tercera y una cuarta hipótesis que diera cuenta de los factores estructurantes del patrón de consumo omnívoro:

- 3) La omnivoridad no es efecto de actitudes de mayor tolerancia cultural sino del despliegue de un dominio múltiple de códigos, tanto estético-cognitivos como de interacción social, para los diferentes géneros, combinando aquí las hipótesis de Ganzeboom (1982) y hallazgos como los de Lizardo y Skiles (2008). Además, la omnivoridad, en tanto patrón predominante entre los consumidores de alta cultura, se da fundamentalmente entre los individuos con mayores niveles educativos, debido a que son los que más probabilidades tienen de heredar el volumen de capital cultural apropiado y dado que la institución educativa, en especial la superior, provee de recursos, espacios de interacción social así como los códigos aptos para una correcta interpretación de las obras. La experiencia de la educación y las redes de amistad asociadas a ellas proveerían de lo que Stiegler y Becker llamaron “capital de consumo” (1977): cuanto mayor es la intensidad y frecuencia de exposición a la música, la habilidad para apreciarla aumenta (Coulangeon & Lemel, 2010, p. 104). Además, el consumo omnívoro supone un signo de distinción social entre los individuos con profesiones de alto prestigio, dado que supone una forma de desplegar una multitud de dominios de códigos en uno o más ámbitos de la cultura.

Adicionalmente ofrecemos una hipótesis más (Hipótesis H6 de la presente tesis) que daría cuenta de los elementos concretos del capital cultural heredado en familias de clases altas que propician un consumo omnívoro entre sus descendientes:

- 4) El consumo omnívoro viene también condicionado por una mayor preferencia por la imaginación en la educación infantil. La imaginación, en tanto recurso cognitivo que fomenta la creatividad, posibilita la capacidad para la innovación, conectando géneros tradicionalmente concebidos como inconexos y catalizando

la “apertura de mente”. Este factor aparece como un vestigio de la herencia cultural dejada por la educación familiar. La imaginación emerge así como recurso de las familias privilegiadas, más o menos consciente, para minimizar el descenso de clase social de los hijos en un contexto de cambio cultural tras nuestro salto a una sociedad posmoderna (Inglehart, 1990).

6. La preferencia por la imaginación

La pregunta que cabría hacernos ahora es, ¿Cómo puede la preferencia por la imaginación ser herencia de la educación familiar recibida y al mismo tiempo tener un efecto sobre los patrones de consumo omnívoro en la música? En primer lugar, es difícil responder a esta doble pregunta con una única respuesta. Para empezar, podemos recordar cómo otras investigaciones ya han dado sobrada cuenta del impacto que tiene el nivel educativo de los padres sobre una mayor participación cultural (Hauser & Mossel, 1985; Hauser & Wong, 1989; Van Eijck, 1997). En segundo lugar, para Bourdieu (1998) el capital cultural es adquirido en el seno familiar de un modo inconsciente, a través de las conversaciones sobre cultura que tienen los padres, las visitas a los lugares que le son de interés, alimentando en los hijos el interés por la estética y la cultura o bien, haciéndoles ver y escuchar aquellas cosas que les gusta apreciar. Ese mismo interés, la *illusio*, el goce de la propia búsqueda de estímulos muy cargados simbólicamente, es quizás uno de los elementos del capital cultural heredado que más impacto tienen en el logro educativo de los hijos, y ser conscientes de ello, una herramienta para el éxito social de los hijos.

Ken Robinson (Joubert & et al., 1999; Robinson, 2010) afirma que, en las sociedades post-industriales donde es el conocimiento y la creación de valor añadido el verdadero motor económico, los antiguos métodos de enseñanza escolar propios de las sociedades industriales han quedado caducos. El autor aboga por una renovación total no sólo de los métodos pedagógicos, sino que cuestiona la propia jerarquía

de materias inculcadas en la escuela (Robinson & Aronica, 2010)²⁸. La educación en artes, según Robinson, es el seno adecuado para el fomento de la imaginación, la innovación y la creatividad.

Imaginación y creatividad no son exactamente lo mismo. La creatividad “lleva la imaginación a otro nivel [...] conlleva la creación de algo nuevo, dar con una solución a un problema o encontrar nuevos problemas no identificados”. Así, la creatividad, según Aronica y Robinson (2010, p. 67), no sólo se nutre de las capacidades imaginativas de los sujetos, sino también de su capacidad para desarrollar “pensamiento divergente”. Esta sería para los autores la capacidad individual más valiosa en la sociedad actual.

Por otro lado, otros autores sostienen que, a finales del S.XX, y tras las sucesivas evoluciones de la capacidad de reproductibilidad técnica, lo que ha hecho posible la generación de nuevos géneros ha sido la combinación de materiales existentes en lo que se conoce como “cultura de la remezcla” -“*remix culture*”- (Navas, 2010, 2012). La remezcla es hoy en día el pegamento cultural que sostiene la cultura contemporánea y posibilita la capacidad de “crear nuevos e innovadores” productos y servicios (Merrill, 2006). Puede que ese tipo de hibridación cultural esté definiendo mejor que nunca nuestras sociedades en el actual contexto de las nuevas tecnologías. Por ejemplo, la Comisión Europea, a través de Directorado General para la Educación y la Cultura, ha financiado un proyecto de investigación artística y de colaboración inter-fronteriza para definir la identidad europea a través de la lente de la cultura de la remezcla (Rahman, Malaventura, Okaku, Rakowski, & Gürsel, 2012).

Esto da un especial valor a la existencia de patrones musicales eclécticos y variados, en tanto mescolanza, remezcla de elementos y en tanto reflejo de posibles efectos de distinción. Así, esta preferencia educativa, la imaginación, que puede estar destinada bien a proveer de distinción, bien a dar ventaja competitiva y capacidad de

28. Lo que Robinson está denunciando aquí es precisamente lo mismo que denunciaba Bourdieu (2010, p. 46) y lo mismo que ponía sobre la mesa Castells (2001b, p. 288) y que, anteriormente, señalamos en la nota a pié de página número 26.

desenvolvimiento en el contexto de la sociedad del conocimiento, puede estar teniendo, como “efecto colateral”, consumos culturales omnívoros entre los individuos de orígenes sociales altos.

Algunas evidencias parece que nos aportan indicios sobre el primer nivel de correlación *origen social-imaginación*. Desde hace décadas, la creatividad ha sido estudiada en base a los diferenciales de clase de origen. Ogletree y Ujlaki (1973) encontraron diferencias en el comportamiento creativo de niños de Inglaterra, Escocia y Alemania según su origen social. Aquellos niños de clases altas presentaban puntuaciones más altas de creatividad en habilidades verbales y no verbales, que aquellos niños de clases medias y bajas. Otros estudios han continuado prestando atención, tanto al papel de la familia como al de las fases educativas, en el fomento de la creatividad (Goble et al., 1991; Lau, 2006; Milgram, 1983; Mkrtchyan, 2005; Rethi Devi, 1993). Las preferencias por valores educativos según clases sociales, también viene siendo estudiado desde hace tiempo (Artz & Maldonado, 1978; Miller & Gerard, 1979). Miller y Gerard (1979) por ejemplo, encontraron más evidencias de cómo las habilidades creativas se daban con mayor intensidad en aquellos niños de clases altas. Además, sus padres tendían a tener relaciones más respetuosas, primando más la independencia y la libertad.

Por consiguiente, una preferencia por la imaginación en la educación infantil nos puede hablar de un elemento del *habitus* que contribuye a alcanzar aquellas profesiones con más éxito y prestigio o, en caso de darse más comúnmente en ciertos estratos sociales que en otros, constituirse como herramienta de cierre simbólico de clase para poder así conservar las posiciones aventajadas. Del mismo modo, el valor por la imaginación, entendida esta como capacidad para innovar conectando cosas tradicionalmente no conectadas, puede estar teniendo su reflejo en nuestro nivel de correlación *imaginación-omnivivoridad*, en forma de patrones de consumo de música más plurales y eclécticos. Ambos, imaginación y eclecticismo del gusto, pueden estar formando parte de la misma urdimbre cultural, de un mismo *ethos* en términos weberianos. El dominio y despliegue de los diferentes códigos estéticos y sub-culturales es el escenario donde la distinción de las posiciones altas puede estar teniendo lugar.

7. Datos y Métodos

Para poder testar una relación significativa entre consumo cultural, origen social y preferencias por cualidades en la educación infantil, nos serviremos una vez más de la Encuesta de la Realidad Social de Andalucía (ERSA). En la oleada de 2009 se incluyó una pregunta con 5 opciones de respuesta que buscaba dar cuenta de las preferencias sobre las cualidades a educar en niños que deberían ser inculcadas en casa. Esta pregunta es una formulación exacta de la realizada en la *Encuesta Mundial de Valores* para la oleada de 2005. La ERSA también contiene las preguntas necesarias para construir modelos de estratificación social de los individuos y de sus padres, así como un bloque de preguntas sobre consumo y participación cultural con el que ya elaboramos una serie de patrones de consumo de música.

En la Tabla 16 se muestra las preferencias por los valores a educar en niños. Como cualidades más importantes (1ª opción), emergen los buenos modales (47%) y la tolerancia y el respeto (32,6%) mientras que el sentimiento de responsabilidad acapara el 10%. A partir de ahí, el resto de cualidades son elegidas por menos del 4% de la población, dejando a un exiguo 0,9% el porcentaje de individuos que prefiere la imaginación como primera cualidad.

Tabla 16. Frecuencias de las cualidades a desarrollar en los niños/as en casa.

	1ª Opción	2ª Opción	3ª Opción	4ª Opción	5ª Opción	Alguna Opción
	%	%	%	%	%	%
buenos modales	47,0	21,6	12,6	6,5	5,5	93,2
independencia	1,1	5,1	5,9	9,6	10,7	32,4
trabajo duro	1,5	5,1	5,5	6,6	9,9	28,6
sentimiento de responsabilidad	10,0	26,7	24,3	17,5	10,2	88,7
imaginación	0,9	1,5	5,0	8,4	10,8	26,6
tolerancia y respeto	32,6	21,1	20,0	12,4	6,6	92,7
ahorro	0,6	2,9	5,3	8,0	11,4	28,2
determinación, perseverancia	1,6	5,9	8,1	13,1	14,9	43,6
fe religiosa	0,9	1,5	1,7	3,6	3,9	11,6
egoísmo	0,0	0,2	0,2	1,0	0,9	2,3
obediencia	3,8	8,5	11,2	13,0	14,9	51,4
ninguna de las anteriores	0,0	0,1	0,2	0,2	0,3	0,8
Total	100	100	100	100	100	-

Fuente: ERSA (2009). Elaboración propia.

Hemos operacionalizado las dos cualidades o valores educativos que tratamos de testar -“imaginación” y “tolerancia y respeto”- del siguiente modo:

- 1) Hemos creado una variable ordinal para *tolerancia y respeto* que va de “0” a “5” donde “0” es no haberla elegido; “1” haberla elegido como 5ª opción; “2” haberla elegido como 4ª opción;... y así hasta “5” que significaría haberla elegido como 1ª opción. De este modo, cuanto más alto es la puntuación de esta variable en los individuos, mayor es la importancia que le otorga a dicha cualidad en la educación en niños.
- 2) Dada la bajísima frecuencia que se da en el caso de la *imaginación*, la hemos “dicotomizado” para poder realizar una regresión logística con ella donde “0” sería no haberla elegido y “1” haberla elegido en alguna opción.

Así, realizaremos dos análisis de regresión, una logística y una ordinal, con las variables dependientes “imaginación” y “tolerancia y respeto”. Seguidamente, reproduciremos el análisis de clases latentes con los consumos de música y sus modelos de regresión multinomial, como ya hicimos en el anterior capítulo, introduciendo esta vez ambos valores educativos como variables predictoras de los patrones, así como algunos cambios en las variables de origen social.

8. Resultados

8.1. La imaginación y la tolerancia.

En la Tabla 17 se muestra 4 modelos. Dos por cada una de las dos cualidades, “imaginación” y “tolerancia y respeto”. Hemos decidido hacer un análisis por cada uno de los modos de estratificación social que vienen siendo habitual utilizar, a saber, estatus –medido a través del prestigio social- y clase social –medido a través del modelo EGP de cinco clases. Así, evitaremos posibles problemas de multicolinealidad (Kraaykamp et al., 2010, p. 181). No obstante, como ya señalaba Herrera-Usagre (2013), la correlación entre ambos modos de

estratificación social, si bien son altas, no lo son tan grande como para invalidar los resultados (Chan & Goldthorpe, 2007d).

Tabla 17. Regresiones sobre la importancia concedida a la imaginación (logit) y la Tolerancia y respeto (OLS) en la educación en niños.

	Imaginación				Tolerancia y respeto			
	Coef.	Error Std.	Coef.	Error Std.	Coef.	Error Std.	Coef.	Error Std.
Edad	-0,01	(0,01)	0,00	(0,01)	-0,01**	(0,00)	-0,01**	(0,00)
Mujer ^a	0,10	(0,18)	0,10	(0,17)	0,34**	(0,12)	0,33**	(0,11)
IIIa ^b	-0,71*	(0,36)			0,08	(0,23)		
IVabc	-0,29	(0,28)			0,05	(0,19)		
V+VI	-0,36	(0,32)			-0,21	(0,21)		
VII+IIIb	-0,33	(0,29)			-0,27	(0,19)		
Prestigio Social (Treiman)			0,00	(0,01)			0,02**	(0,00)
Primaria ^c	-0,06	(0,39)	-0,06	(0,40)	-0,32	(0,24)	-0,35	(0,24)
Secundaria Obligatoria	0,13	(0,40)	0,14	(0,40)	-0,09	(0,24)	-0,14	(0,24)
Secundaria Post-obligatoria	0,03	(0,41)	0,06	(0,41)	-0,14	(0,25)	-0,20	(0,25)
Universitaria	0,09	(0,44)	0,21	(0,45)	-0,15	(0,28)	-0,36	(0,28)
IIIa (Parental) ^b	-0,63	(0,45)	-0,72	(0,45)	0,07	(0,29)	0,07	(0,28)
IVabc (Parental)	-0,26	(0,30)	-0,26	(0,30)	0,20	(0,21)	0,22	(0,21)
V+VI (Parental)	-0,08	(0,29)	-0,06	(0,29)	-0,06	(0,21)	-0,04	(0,20)
VII+IIIb (Parental)	-0,82*	(0,32)	-0,79*	(0,33)	0,07	(0,22)	0,10	(0,21)
habitat[T.>10001 <20000] ^d	0,20	(0,30)	0,23	(0,30)	0,23	(0,19)	0,25	(0,19)
habitat[T.>20001 <50000]	0,24	(0,24)	0,23	(0,24)	-0,18	(0,15)	-0,17	(0,15)
habitat[T.capitales y metropol]	0,04	(0,24)	0,07	(0,24)	0,34*	(0,15)	0,32*	(0,15)
Constante	-0,48	(0,68)	-0,95	(0,64)	3,88**	(0,44)	3,25**	(0,41)
	N=826		Pseudo R ² de MacFadden ²⁹ =0,027		N=809		R ² =0,019	

** p<0,01; * p<0,05

Fuente: ERSA (2009). Elaboración propia.

a Hombre como categoría de referencia

b Clase social I+II como categoría de referencia

c Menos de primaria como categoría de referencia

d Menos de 10.000 habitantes como categoría de referencia

29. Donde pseudo R² = 1 - L(modelo) / L(Constante)

L(Modelo)= Desviación Nula

L(Constante)= Desviación residual.

(Institute for Digital Research and Education, 2013).

Tener una mayor o menor preferencia por la *imaginación* en la educación en niños, no está influenciado por la edad, el género, el nivel educativo, o el hábitat. Sólo se observan algunas diferencias entre dos clases sociales: aquellos que tienen profesiones de la clase de servicio (I+II) le dan mayor importancia a la imaginación que aquellos que ocupan posiciones de la clase de rutina no manual alto (IIIa). No se observan diferencias entre el resto de clases sociales ni entre el prestigio que ostenta la profesión que tienen. Sin embargo, sí se han observado mayores diferencias según la clase social de origen. Aquellos individuos que provienen de la clase de servicio (I+II) le dan una mayor importancia a la imaginación en la educación en niños que aquellos que provienen de clase obrera no cualificada (VII). Este hecho plantea ya ciertas conclusiones: Nuestros datos parecen presentar un escenario diferente, bien en el espacio, bien en el tiempo o ambos, respecto a las conclusiones obtenidas por estudios anteriores (Artz & Maldonado, 1978).

Abordemos ahora las preferencias por *la tolerancia y el respeto*. La clase social, el nivel educativo o el origen social no parecen marcar diferencia entre una mayor o una menor preferencia por esta cualidad a ser inculcada en los niños. En cambio, el género y la edad sí que marcan diferencias. Son las mujeres las que le dan una mayor importancia a educar en la tolerancia y respeto; así como cuanto menor es la edad de los individuos mayor valor le es otorgado. Aquí sí que aparecen diferencias de estratificación social. Cuanta más alta es la posición de los individuos en la escala de prestigio social, mayor es la importancia que le dan a la tolerancia y al respeto. También aparece un factor interesante a destacar: la diferencia que existe entre las pequeñas poblaciones (menores de 10.000 hab.) y las capitales y áreas metropolitanas. En este último hábitat urbano, la población se tiende a darle más importancia a la tolerancia y el respeto en la educación de los niños, a tenor de los datos. El hábitat, no funciona estrictamente como un efecto de gradación de las preferencias por la tolerancia, de *continuum* entre lo rural y urbano, empero presenta diferencias a este respecto entre las dos composiciones urbanas más demográficamente diferentes.

En resumen, la imaginación y la tolerancia, presentan características bien diferenciadas entre las poblaciones que les dan más importancia. Si hay algo que comparte por completo las dos es el hecho de que no se hayan encontrado evidencias de que el nivel educativo de los individuos marque diferencias. Las preferencias por una y otra, se distribuyen de modo similar en la población andaluza sin distinguir entre los diferentes niveles educativos que ostentan. Sin embargo, el efecto de la estratificación social se comporta de modo diferente en las preferencias por la imaginación o por la tolerancia, siendo su efecto más complejo teóricamente de explicar en el caso de la imaginación, y afectando el prestigio de los individuos a su preferencia por la tolerancia. No obstante, dado los R^2 tan bajos, deberemos de tener cautela con nuestras conclusiones al respecto, ya que seguiría existiendo un gran varianza de las respuestas explicadas por factores externos a los incluidos en el modelo.

Lo que pretendíamos con este análisis era conocer con detalle que caracterizaba a una y otra preferencia para poder así tener controlado, al menos empíricamente, el efecto de las variables que más impacto tienen sobre los patrones de consumo musical, a saber, nivel educativo, edad, y estratificación social.

8.2. Omnivoridad, imaginación y tolerancia.

Volviendo al tema que nos ocupa, los patrones de consumo musical, replicaremos nuestros modelos de análisis de regresión multinomial, con el conjunto de variables significativas de nuestro modelo teórico: Clase social de origen, nivel educativo y preferencias por cualidades educativas (*imaginación vs. tolerancia y respeto*) una vez tenemos controladas otras características de los individuos. Adicionalmente ofrecemos también los resultados de los análisis realizados con la asistencia a artes escénicas y a artes visuales.

Tabla 18. Consumo de Música. Análisis de regresión multinomial para predecir la pertenencia a cada clase latente. ('M' Unívoro Moderno; 'UT' Unívoro Tradicional; 'O' Omnívoro).

	M vs O		UT vs O		UT vs M	
	Coef.	Error Std.	Coef.	Error Std.	Coef.	Error Std.
Edad	-0,09**	(0,02)	0,06**	(0,02)	0,16**	(0,03)
Mujer ^a	-0,47	(0,29)	-0,44	(0,37)	0,03	(0,39)
Imaginación	-0,36*	(0,14)	-0,86**	(0,23)	-0,50*	(0,26)
Tolerancia y respeto	0,04	(0,10)	-0,22	(0,12)	-0,26*	(0,13)
Illa (parental) ^b	0,84	(0,64)	-0,35	(1,40)	-1,18	(1,47)
IVabc (parental)	0,71	(0,49)	0,57	(0,78)	-0,14	(0,86)
V+VI (parental)	1,16*	(0,50)	1,17	(0,76)	0,02	(0,84)
VII+IIIb (parental)	1,08*	(0,56)	1,58*	(0,79)	0,49	(0,86)
Prestigio Social	-0,01	(0,01)	-0,03	(0,02)	-0,02	(0,02)
Primaria ^c	0,21	(0,66)	-7,91**	(0,61)	-7,00**	(0,48)
Secundaria Obligatoria	-2,25**	(0,32)	-9,98**	(0,37)	-6,60**	(0,38)
Secundaria Post-obligatoria	-2,27**	(0,30)	-10,59**	(0,38)	-7,19**	(0,40)
Universitaria	-3,52**	(0,39)	-11,13**	(0,49)	-6,48**	(0,55)
habitat[T.>10001 <20000] ^d	-0,35	(0,50)	-0,81	(0,60)	-0,46	(0,63)
habitat[T.>20001 <50000]	0,42	(0,44)	-0,54	(0,52)	-0,95	(0,53)
habitat[T.capitales y metropol]	0,44	(0,42)	-0,29	(0,50)	-0,73	(0,52)
Constante	5,82**	(0,83)	8,86**	(0,96)	1,92	(1,04)

Fuente: ERSA (2009). Elaboración propia.

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$.

a Hombre como categoría de referencia

b Clase social I+II como categoría de referencia

c Menos de primaria como categoría de referencia

d Menos de 10.000 habitantes como categoría de referencia

De nuestro nuevo modelo de regresión multinomial (Tabla 18), hemos omitido la clase social del individuo y hemos optado por la variable de prestigio dado los resultados que aparecieron en el capítulo anterior. Sin embargo, hemos optado por incluir la clase social más alta obtenida por alguno de los progenitores, sustituyendo, respecto

al modelo del capítulo VI, el logro educativo parental. El tomar la clase social más alta, fue una decisión motivada por dos razones: 1) los problemas de multicolinealidad que podía acarrear incluir la clase social del padre y la clase social de la madre; 2) por considerar el hecho de que, aquel progenitor que haya alcanzado una posición social más alta, será el que más recursos ostente para transmitir a su descendencia aquellos elementos culturales que les ayuden y den ventaja para aumentar las posibilidades de éxito educativo y profesional.

Según la Tabla 18, la edad y el nivel educativo juegan un papel fundamental a la hora de definir las probabilidades de pertenecer a cada una de las clases latentes. Los jóvenes tienen más probabilidades de pertenecer a la clase O (Omnívoro) que a la clase UT (Unívoro/ Tradicional) y a la clase M (Moderno) que a la clase O (Omnívoro). Cuanto más alto es el nivel educativo alcanzado por el individuo más probabilidades tiene de pertenecer a la clase M que a la clase UT y a la clase O que a la clase M. Nuestros indicios para la población andaluza coincide con las evidencias recogidas por otros autores en estudios recientes a nivel nacional como el recogido por Antonio Ariño en el sentido en el que, aquellos que ostentan más capital económico y cultural, presentan:

“...porcentajes elevados de audición de música moderna que, aunque inferiores a la media de la población, son superiores a los correspondientes a la ópera y la zarzuela; igualmente muestran porcentajes elevados en música popular española y música melódica, y los más altos en audición de jazz.” (Ariño, 2010, p. 182).

El prestigio social no tiene efecto a la hora de predecir la pertenencia a cada patrón de consumo de música. Esto es así, dado que hemos introducido un elemento capital desde el punto de vista teórico, y capital desde el punto de vista analítico: la clase social de origen. Si observamos las pautas de movilidad social en Andalucía observaremos el “alto grado de auto-reclutamiento en los extremos” de la escala social (Marqués-Perales, 2009, p. 19). Esto propicia que, por un lado,

el efecto de la clase social de destino sea absorbida por la clase de origen y, por otro lado, pone de manifiesto el efecto de las diferencias sub-culturales entre las familias de clase de servicio (I+II) y las de clases manuales de más baja cualificación (IIIb-VII). Efectivamente, aquellos que provienen de la clase I+II tienen más probabilidades de pertenecer al patrón O que al patrón UT y al patrón M que al patrón UT, que la clase IIIb+VII.

En otras palabras, aquellos individuos que provienen de las posiciones sociales más aventajadas tienen gustos más cercanos al de la mescolanza, que al simple binomio moderno/tradicional; o al exclusivamente tradicional. Esto no quiere decir que haya habido una transmisión directa de conocimientos sobre los géneros musicales que consume, sino, más bien, una transmisión de actitudes y aptitudes hacia la cultura ((Bourdieu, 2010; Herrera-Usagre, 2013). La aplicación del patrimonio cognitivo otorgado por el origen de clase de servicio permite el deleite con diferentes géneros musicales. Ese patrimonio no está únicamente compuesto por códigos de desciframiento, sino también compuesto de *illusio*, la “creencia fundamental de que el juego [entendiendo este por interés hacia la cultura] vale la pena, de que merece ser jugado” (Bourdieu, 2010, p. 40). Ambos elementos, códigos de desciframiento para entender la alta cultura y el arte de vanguardia, como interés por la cultura en general, favorece “una experiencia encantada de la cultura que implica el olvido de la adquisición” (Bourdieu, 2010, p. 234), dejando un rastro de sus orígenes sociales al exponer su constelación de gustos culturales.

Otro de los aspectos más interesante que emerge del análisis es el efecto que tienen las preferencias por los valores educativos analizados. Llama la atención que, tener una mayor preferencia por educar en la tolerancia y el respeto no es una característica que nos ayude a predecir pertenecer a un patrón u otro de consumo musical. En cierto modo, esto significaría una evidencia en contra de las tesis defendidas por Peterson y demás autores “omnivoristas” puros. Sin embargo, la tolerancia y el respeto sí que diferencia a los individuos que tienden a tener patrones más M que UT, lo cual no deja de ser inquietante desde el punto de vista teórico. La incorporación de géneros musicales que

hemos considerado modernos (rock, pop, electrónica, músicas urbanas) en una constelación de gustos que también incorpora músicas tradicionales y ligadas al folclore (flamenco, canción melódica, etc.) está ligada a una mayor preferencia de los individuos por la tolerancia y el respeto. Aún teniendo controlada la edad, nos es inevitable pensar en términos de relevo generacional en la formación del gusto y en las preferencias por la tolerancia y el respeto. La inclinación por la música moderna por parte de las cohortes más jóvenes, y que ha sido meticulosamente analizada por Ariño (2010, p. 167) va acompañada de la importancia por la tolerancia y el respeto de modo correlativo.

La imaginación, por su parte, sí que juega un importante papel a la hora de predecir pertenecer a un patrón de consumo de música u otro³⁰. Cuanta mayor preferencia se le da a la imaginación más probabilidades existen de tener un patrón más M que UT, y más O que M o UT. En otras palabras, el hecho de ir incorporando nuevas músicas a nuestro patrón de consumo está influenciado por una mayor preferencia por la imaginación en la educación en niños, manteniendo el resto de variables constantes. Aquí, nuestra hipótesis H6 parece encontrar indicios a su favor. La imaginación, en tanto “facilidad para formar nuevas ideas, nuevos proyectos” (Real Academia Española, 2001) es una cualidad más preferida por los individuos omnívoros que el resto de la población.

¿Qué lógica social está funcionando para que esto ocurra? La pregunta no es de fácil respuesta, y aquí sólo pretendemos dar algunas trazas que han de ser profundizadas con futuros trabajos. Antonio Ariño nos aporta evidencias en esta línea al analizar la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales, realizada por el Instituto Nacional de España junto con la Fundación Autor-SGAE entre 2002 y 2003. En dicha oleada, se incorporaron ocho afirmaciones relativas a valoraciones, significados y actitudes ante la música. Comprobó como un porcentaje

30. Aquí si construimos una variable ordinal para su uso como variable independiente dado que queríamos captar las variaciones y poder comparar los coeficientes con la variable “tolerancia y respeto”. Diferentes pruebas con la variable “imaginación” dicotomizada fueron realizados mostrando el mismo comportamiento que su homóloga variable ordinal.

elevado de los omnívoros (47%) expresaban “una actitud de innovación e insaciabilidad musical”³¹ (Ariño, 2010, p. 175) lo cual equivale al doble de la media de la población (23,7%). Otras dos afirmaciones nos dan pistas sobre el grado de apertura a géneros musicales o al menos la disposición a, como “La música de antes era mejor que la actual” y “en la música está ya todo inventado”. A medida que aumenta el capital educativo el rechazo a estas afirmaciones crece, si bien “debe señalarse que el nivel más alto se alcanza entre quienes tiene título de bachiller” (2010, p. 176).

8.3. Omnivoridad e Imaginación en tres dominios: Artes visuales, artes escénicas y folklore popular.

Con los resultados anteriores nos planteamos si la preferencia por la imaginación también podría ser un factor discriminante entre los consumo omnívoros en otros ámbitos de la participación cultural. Para ello, nos teníamos que aproximar al concepto de estilos de vida culturales (Herrera-Usagre, 2010, p. 5) dado que la participación en actividades de alta cultura suelen estar correlacionadas debiéndose contemplar también otras actividades. Lo que hemos hecho es analizar el portfolio cultural de los andaluces a través de una serie de preguntas en las que combinamos actividades culturales, algunas de ellas ya descritas y analizadas durante la presente tesis –visita a museos, exposiciones, galerías de arte, videoarte, festivales culturales, teatro, ballet, o conciertos de música clásica-, y otras actividades de ocio de una mayor raíz popular –ferias de artesanía, ferias del libro, carnaval o arte callejero, visitas a parques, carnavales o conciertos de música moderna-. En la Tabla 19 se expone la frecuencia y el porcentaje de participación de la población andaluza en diferentes actividades de las artes escénicas, visuales y de la tradición popular en los últimos 12 meses (ERSA, 2009). Los porcentajes son muy similares a los datos obtenidos de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales del año 2007 que expusimos en el Capítulo III.

31. El porcentaje expresa el grado de asentimiento a la afirmación: “Continuamente busco nuevas músicas que me gusten más que las que ya conozco”.

Tabla 19. Frecuencia y porcentaje de asistencia y participación cultural en tres dominios³².

	N	% de población
Museo o galería de arte	282	23
Exposición o colección de arte, fotografía o escultura	287	23,4
Feria de artesanía	307	25
Evento que incluye a video-arte o arte electrónico	92	7,5
Feria de libros	394	32,1
Festival cultural específico	145	11,8
Visita al parque	891	72,7
Circo/arte callejero	222	18,11
Carnaval	383	31,24
Concierto Música moderna	184	15
Teatro/ballet/clásica/ópera	248	20,23

Fuente: ERSA (2009). Elaboración propia.

Como se observa, la visita a los parques es una actividad de ocio fuertemente enraizada en el estilo de vida de los andaluces. Es, con diferencia, la actividad más frecuente. El carnaval, en tanto actividad lúdica, desde el punto de vista de los sujetos, y en tanto actividad cultural como ritual folklórico participativo (Carrión, 1986), está muy enraizado en nuestra comunidad. Tanto el carnaval como el circo o las visitas al parque, nos permiten comparar el comportamiento de los “inactivos” culturales cuando abordamos las actividades más distinguidas como la asistencia a museos, exposiciones y galerías o la asistencia al teatro, al ballet o a conciertos de música clásica. Nos aporta una información valiosa sobre otras actividades alternativas a

32. La pregunta dice: P4001 “*Voy a mostrarle esta ficha para que me diga a cuáles de estas actividades ha asistido en los últimos 12 meses (señalar más de una si procede)*”. Las opciones de respuestas eran 0 menciona; 1 no menciona.

las tradicionalmente contempladas en los estudios sobre consumo y participación cultural.

Hemos realizado un nuevo análisis de clases latentes con todas estas actividades. En la Tabla 20 se exponen los resultados de los modelos estimados entre 2 y 4 clases. A pesar de la mejoría de los estadísticos chi-cuadrado y AIC, el modelo de 4 clases empeora el estadístico BIC. Consideramos recomendable fijarnos en el BIC cuando nos encontramos modelos anidados. Además, el BIC siempre es más conveniente cuando queremos buscar un número finito de clases, manteniendo así la parsimonia (Yang, 2005). Por consiguiente, nos hemos quedado para el análisis con el modelo de tres clases.

Tabla 20. Modelos estimados de clases latentes para tres dominios culturales. (N=809)

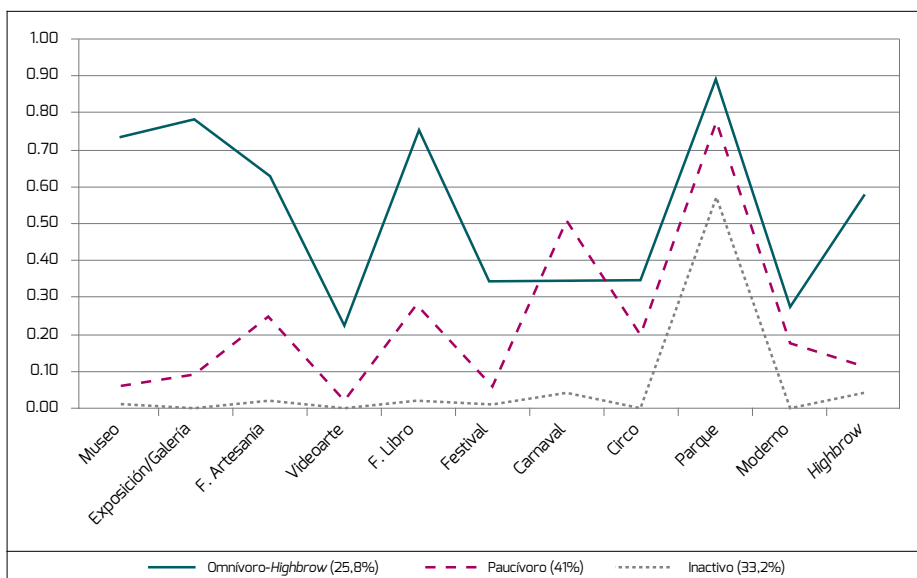
Forma del Modelo	X ²	df	AIC	BIC	Máxima verosimilitud alcanzada
2 clases	2512,92	771	7611,88	779032	-376794
3 clases	250456	744	7417,1	772232	-3643549
4 clases	1799639	717	732572	7757,73	-3570861

Fuente: ERSA (2009). Elaboración propia.

Como se observa en la Figura 11, el primer perfil, que hemos denominado *Omnívoro-Highbrow* (OH) (25,8%), presenta las más altas probabilidades de participar en lo que denominaríamos las actividades de alta cultura, con notables diferencias respecto a las otras clases. Además, presenta, con menos distancia, más probabilidades de realizar otras actividades lúdicas *no culturales* como acudir a parques, visitar ferias de artesanía, asistir a funciones de circo o acudir a conciertos de música moderna. Este último aspecto, nos indica la existencia de rasgos similares al portfolio del omnívoro en música del anterior capítulo y nos refuerza los indicios sobre la existencia de comportamientos omnívoros en todos los dominios de la actividad cultural. No obstante, observamos una notable diferencia en cuanto a la asistencia a carnavales. Los omnívoros parecen frecuentar menos este ritual de

raíz popular que la población de *Paucívoros* (P). Los paucívoros hacen referencia a aquella población con una participación más bien moderada desde el punto de vista cultural. Así es como algunos autores (Alderson, Heacock, & Junisbai, 2010; Chan & Goldthorpe, 2007e) denominan a aquellos que consumen una cantidad moderada de un rango limitado de estilos culturales (41% de la población en nuestro caso). Esto vendría a sugerir que, al menos en una parte considerable de los sujetos asignados a la clase *Omnívoro-Highbrow*, muestran un cierto rechazo a esta actividad. Las ferias del libro, los museos, las exposiciones y los conciertos de música moderna y *highbrow* (música clásica, teatro, ballet o danza) serían sus actividades culturales más comunes, aunque no las únicas.

Figura 11. Probabilidades condicionales de pertenecer a cada clase latente de las artes visuales



Fuente: ERSA (2009). Elaboración propia.

El modelo de regresión multinomial nos confirma las semejanzas de ambos perfiles omnívoros, tanto en la participación cultural como cuando abordamos el consumo de música, (Tabla 21). Lo primero a destacar es la ausencia de un efecto de la clase de origen. No

obstante, el estatus social distingue de manera notable a aquellos más culturalmente activos (OH). Los niveles educativos altos se dan con la misma frecuencia entre los P y los OH. Sin embargo, la preferencia por la imaginación es más frecuente entre la población OH que en el resto.

Tabla 21. Análisis de regresión multinomial para predecir la pertenencia a cada clase latente en tres dominios. (P ‘Paucívoro’; OH ‘Omnívoro-Highbrow’; I ‘Inactivo’). (N=809)

	P vs OH		I vs OH		I vs P	
	Coef.	Error Std.	Coef.	Error Std.	Coef.	Error Std.
Edad	-0,06**	(0,01)	-0,01	(0,01)	0,05**	(0,01)
Mujer ^a	0,30	(0,28)	-0,45	(0,29)	-0,85**	(0,29)
Imaginación	-0,30*	(0,13)	-0,36**	(0,14)	-0,08	(0,16)
IIIa (parental) ^b	0,78	(0,58)	0,07	(0,76)	-0,97	(0,83)
IVabc (parental)	0,20	(0,47)	0,26	(0,49)	0,00	(0,62)
V+VI (parental)	0,05	(0,49)	0,10	(0,50)	0,02	(0,62)
VII+IIIb (parental)	0,51	(0,51)	0,91	(0,53)	0,25	(0,63)
Prestigio Social	-0,04*	(0,01)	-0,03**	(0,01)	0,01	(0,01)
Primaria ^c	0,43	(1,51)	-1,12	(0,96)	-4,66**	(0,55)
Secundaria Obligatoria	-0,15	(1,48)	-2,74**	(0,95)	-5,62**	(0,53)
Secundaria Posobligatoria	-0,58	(1,48)	-3,45**	(0,96)	-5,89**	(0,54)
Universitaria	-1,76	(1,52)	-3,91**	(1,01)	-5,37**	(0,63)
habitat[T.>10001 <20000] ^d	-0,55	(0,50)	-0,98	(0,58)	-0,14	(0,49)
habitat[T.>20001 <50000]	0,18	(0,39)	0,26	(0,44)	0,45	(0,39)
habitat[T.capitales y metropol]	-0,60	(0,40)	0,06	(0,43)	1,27	(0,42)
Constante	4,88**	(1,69)	4,71**	(1,32)	3,24**	(0,90)

Fuente: ERSA (2009). Elaboración propia.

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$.

a Hombre como categoría de referencia

b Clase I+II como categoría de referencia

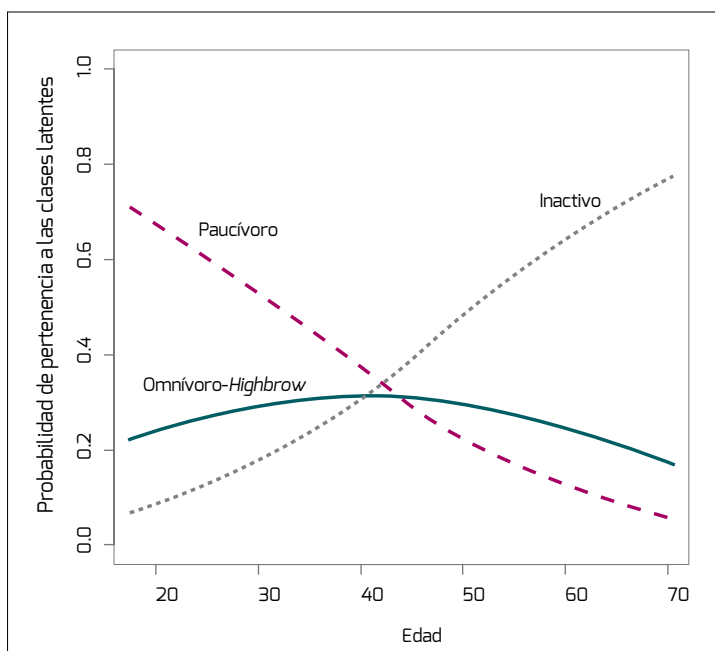
c Menos de primaria como categoría de referencia

d Menos de 10000 habitantes como categoría de referencia

En las figuras Figura 12, Figura 13, y Figura 14 se analizan aquellas variables continuas que mejor predicen los perfiles culturales que hemos abordado.

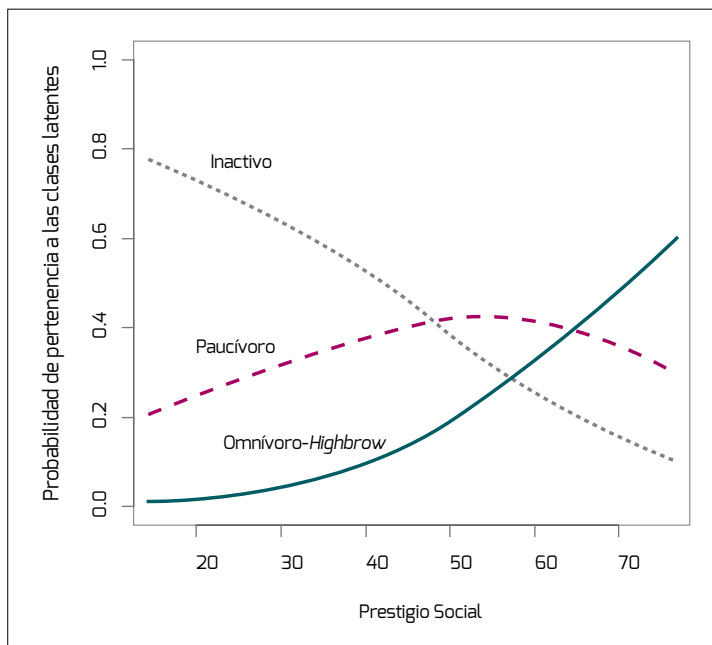
Frente a los perfiles de tendencias opuestas entre los *paucívoros* (línea de puntos discontinua), más jóvenes; e *inactivos* (línea discontinua) más mayores, el perfil *omnívoro* se da una manera más equi-probable en todas las edades con un cénit en los 40 años (Figura 12). Cuando abordamos el estatus social, las conclusiones son obvias. La omnivoridad cultural es notablemente más probable en los estratos mejor posicionados (Figura 13). De hecho, la probabilidad de ser culturalmente muy activo crece exponencialmente a medida que subimos en la escala social. *Paucívoros* y *Omnívoros-Highbrow* parecen compartir tendencias semejantes en un nivel de estatus medio-alto, pasado el cuál (en torno a los 63 puntos en la escala de Treiman) la diferencia se acrecienta. Este hecho afianza aún más la evidencia de un comportamiento culturalmente distinguido entre las posiciones sociales mejor situadas.

Figura 12. Probabilidades condicionales de pertenecer a cada clase latente según edad. Tres dominios.



Fuente: ERSA (2009). Elaboración propia.

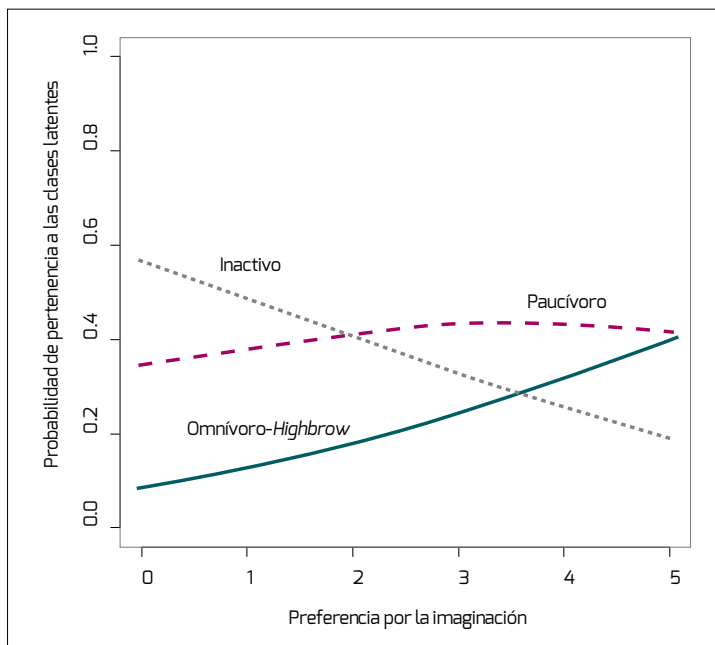
Figura 13. Probabilidades condicionales de pertenecer a cada clase latente según Prestigio Social (Escala Treiman). Tres dominios.



Fuente: ERSA (2009). Elaboración propia.

Pero, probablemente, lo más significativo sea los resultados respecto a las preferencias hacia la imaginación en la educación en niños (Figura 14). Recordamos que la imaginación que habíamos utilizado fue reordenada del siguiente modo: “0” significa no haber escogido el valor por la imaginación en ningún momento; “1” significa haberla escogido como 5ª opción; “2” haberla escogido como 4ª opción; “3” haberla escogido como 3ª opción; “4” haberla escogido como 2ª opción; y “5” haberla escogido como 1ª opción. Existe un rechazo evidente de la clase *inactiva* ante el valor de la imaginación. La probabilidad de pertenecer a dicha clase es inversamente proporcional a la preferencia por la imaginación. En el caso de los *paucívoros*, la preferencia por la imaginación, aún siendo alta, parece no afectar significativamente. Dicho de otro modo, la población *paucívora* se compone de sujetos que tienen una variada preferencia por la imaginación. Sin embargo, el impacto del valor por la imaginación es importante en el perfil *Omnívoro-Highbrow*. Conforme aumenta las preferencias por la imaginación, aumentan notablemente las probabilidades de ser OH.

Figura 14. Probabilidades condicionales de pertenecer a cada clase latente según Preferencia por la imaginación. Tres dominios.



Fuente: ERSA (2009). Elaboración propia.

En definitiva, cuando abordamos la omnivoridad en el ámbito de la participación cultural en artes escénicas, visuales y de raíz popular, desaparece el efecto de la clase de origen, se afianza el efecto de la edad y el estatus social del individuo, y se evidencia una vez más la correlación entre un consumo cultural variado y una mayor preferencia por la imaginación.

9. Conclusiones

Los patrones de consumo de música están condicionados por el espacio social creado por los diferenciales en el logro educativo que, al menos en España y Andalucía, está muy marcado por el proceso de extensión y democratización de la formación reglada en las sucesivas generaciones. Esta democratización se antoja relativa según Ariño (2010). Observaciones empíricas realizadas en el marco del proyecto

Eurostat-Eurostudent, demostraron cómo, aunque haya crecido extraordinariamente el volumen de la matrícula universitaria en décadas recientes, ésta presenta sesgos de origen social dado que “los hijos de padres con capital económico y educativo alto tienen oportunidades muy superiores al resto para culminar con éxito sus estudios” (Ariño, 2010, p. 70). En el ámbito de la movilidad social de clase, podemos llegar a similares conclusiones (Marqués-Perales & Herrera-Usagre, 2010).

Nuestro estudio evidencia estas diferencias utilizando la formación del gusto musical como herramienta de validación externa. Cuando abordamos las actividades escénicas, visuales y de raíz popular, el efecto de la clase de origen se pierde a favor de los efectos de estratificación de destino, como el prestigio social o el nivel educativo. La omnivoridad musical, por el contrario, responde más a las lógicas de clase de origen que de destino.

Los procesos de movilidad social intergeneracional que ha sufrido la sociedad española en general, y la andaluza en particular, ha propiciado que los símbolos de distinción a través del consumo de música se hayan desplazado de la clase social al factor educativo, arrastrando las desigualdades existentes de acceso al sistema. Por ello, el consumo ecléctico y omnívoro en la música crea la distinción a través de los orígenes de clase no de los destinos de los individuos. En cambio, las actividades *exdomus* analizadas, al tener elementos de mayor ritualidad social, están más asociados a procesos de distinción basados en los logros del individuo.

Podríamos considerarlo así un *cierre simbólico-dual*, en ocasiones afianzado en los orígenes sociales y otras en los destinos. Los omnívoros tienen una mayor capacidad de deleite de multitud de géneros y actividades dado que, la tríada *background* familiar, logro educativo y logro de estatus, propicia el interés, la *illusio*, la búsqueda como fin en sí mismo para el disfrute estético y como elemento claro de distinción social en el orden de los estilos de vida. Este cierre se ve reforzado por la preferencia en un valor que es vital para la creación de conocimiento y, por tanto, de mejor adaptación al actual contexto de hiper-competitividad, sobre-educación y sociedad de la información: la imaginación.

Las tesis sostenidas por Bourdieu, y Bowles y Gintis sobre la importancia de la familia en el fomento de las habilidades necesarias para la conservación y el ascenso social cuando no son impulsadas desde la escuela, parecen encontrar aquí señas a su favor. Del mismo modo, el dominio y fomento de esas habilidades en el entorno familiar desempolvan las persistentes desigualdades de clase, que están contribuyendo a la continuidad de los diferenciales de clase en el logro educativo.

Hemos aportado nuevos indicios que invalidarían la tolerancia y el respeto como *catalizador* de la voracidad de géneros musicales por parte de los individuos. El porqué otros autores lo han considerado así ha podido deberse a la alta correlación entre ‘menos edad’-‘más tolerancia’, ‘menos edad’-‘más apertura musical’ y, por tanto, ‘más tolerancia’-‘más omnivoridad’, creándose así una relación espuria. Otra posible explicación es que dichas investigaciones se han dado en contextos sociales y multiculturales muy diferentes al de Andalucía. “La tendencia histórica hacia una mayor tolerancia” que ya la señalaran Peterson y Kern (1996) debiera ser sustituida por una tendencia histórica hacia una mayor valoración de la creatividad, la imaginación y la mescolanza como forma de creación de valor, así como medio para el éxito social de la descendencia, en el complejo contexto de la sociedad de la información y el conocimiento.



Capítulo VII.

Discusión.

Capítulo VII. Discusión

A continuación vamos a resumir qué es lo que hemos averiguado en virtud de los objetivos e hipótesis propuestos al inicio así como una serie de consideraciones finales.

H1. Los modos de consumo y participación cultural están condicionados por características estratificadoras de los sujetos.

H2. Los modos de distinción social a través del consumo y la participación cultural se ven afectados por la edad, el sexo y/o el logro educativo.

Hemos encontrado suficientes evidencias empíricas, tanto en el ámbito nacional español como andaluz, para afirmar que la frecuencia de visitas a museos, exposiciones, galerías de arte, cine, teatro, danza, ballet, o la asistencia a conciertos de música, está condicionada por el estatus social de los sujetos. Cuanto más alto es el estatus de los individuos mayor es la probabilidad de asistir con frecuencia a cada uno de los eventos anteriores. Tener unos ingresos económicos elevados también aumenta la probabilidad de asistir a dichos eventos, excepto en el caso de los conciertos de música. Existen diferencias entre algunas clases sociales, sobre todo entre los estratos más alejados, pero nuestros resultados, como vienen demostrando estudios recientes en otros países, invitan a pensar que el estatus social es una herramienta más eficaz para describir los estilos de vida culturales, reforzando la relevancia teórica de la distinción empírica entre clase y estatus que ya hacía Weber.

No obstante, debemos tener en cuenta que la participación per sé, es decir, la simple asistencia a estos espacios y eventos, puede ser también explicada a través de otros factores estratificatorios como el género, la edad o el nivel educativo. De hecho, en el caso español, el nivel educativo predice mejor la participación a aquellas actividades consideradas de alta cultura (teatro, danza, ballet, museos

y monumentos) mientras que es la posición social, la tiene una mayor capacidad predictiva en el caso de la asistencia al cine o a conciertos de música.

H3. La distinción de los estratos mejor posicionados no se caracteriza sólo por el consumo intenso de alta cultura sino también por el consumo intenso de todo tipo de géneros, es decir, se caracteriza por un consumo omnívoro.

H4. El patrón de consumo omnívoro se da con mayor frecuencia entre aquellos sujetos que tienen un origen social más alto.

Cuando abordamos las diferencias respecto al consumo de géneros artísticos, en especial en el campo de la música, hemos encontrado suficientes indicios en el ámbito español y andaluz para aceptar la hipótesis de la omnivoridad en el consumo cultural. Los consumos de aquellos géneros artísticos tradicionalmente concebidos como alta cultura se ven acompañados muy frecuentemente por el consumo de otros géneros no distinguidos. Por consiguiente, podemos descartar, al menos en términos de tamaños poblacionales significativos, la existencia de sujetos que consuman exclusivamente géneros artísticos distinguidos o que asistan exclusivamente a actividades y eventos de alta cultura. En virtud del marco teórico propuesto, estamos en condición de poder hablar de la existencia de rangos de legitimidad dentro de cada género tradicionalmente considerado como de masas o de cultura popular (Jazz, Blues, Rock, Electrónica, Flamenco, etc.) pudiendo existir códigos internos que doten de legitimidad a ciertas obras y a otras no.

Deberemos de integrar en el corpus descriptivo de los modos de consumo el efecto de otras características ligadas al ciclo de vida, el logro educativo o al origen social. Al contrario de lo que afirmaban otros autores (Chan, 2010; Van Eijck, 1996, 1997), no hemos encontrado evidencias de que aquellos individuos que han experimentado una movilidad social ascendente tengan más probabilidades de tener consumos omnívoros. De hecho, una vez tenemos controlado el nivel educativo, el estatus y otras características sociodemográficas de los sujetos, se evidencia cómo los consumidores de música omnívoros

tienen mayor probabilidad de haber experimentado una inmovilidad de clase alta, es decir, provenir de orígenes sociales altos y permanecer en ellos. La exposición temprana a las artes legítimas es lo que condiciona nuestra capacidad de realizar juicios estéticos sobre objetos surgidos fuera de los circuitos de legitimidad cultural (Lizardo & Skiles, 2012) en el ámbito de la música. Por tanto creemos, en virtud de las evidencias obtenidas, que incluso por encima del logro de estatus o de clase, es el origen social, combinado con altos logros educativos, el factor más determinante en la configuración de gustos eclécticos en el campo musical.

Cuando abordamos otros ámbitos de la actividad cultural y del ocio, como las artes visuales y escénicas, la omnivoridad se da con mayor probabilidad entre aquellos individuos con mayor estatus, pero desaparece el efecto del origen social. Nuestros resultados serían congruentes con estudios recientes de comparativa internacional que no encontraron evidencias de un mayor consumo de alta cultura entre aquellas sociedades con mayores tasas de movilidad ascendente (van Hek & Kraaykamp, 2013). Este hecho otorga al logro de estatus, al menos en el caso de Andalucía, una especial relevancia en la elección de los estilos de vida culturales por encima del capital cultural heredado. Nuestros resultados serían coherentes con las teorías sobre como son los espacios sociales de la alta cultura los elementos fundamentales para el despliegue de prácticas de distinción social (Lizardo, 2006).

Mientras las preferencias de géneros musicales están condicionadas por el origen social y el nivel educativo, la actividad cultural *exdomus*, es decir, aquella que se realiza fuera del hogar está condicionada por el estatus social.

H5. Aquellos individuos que despliegan un consumo omnívoro tendrán una mayor preferencia por la educación en la tolerancia y el respeto que el resto.

H6. Aquellos individuos que despliegan un consumo omnívoro tendrán una mayor preferencia por la educación en la imaginación que el resto.

La literatura reciente achacaba a la extensión del valor por la tolerancia y el respeto, el motivo de la expansión de los consumos

omnívoro en las sociedades occidentales avanzadas. De hecho, esto es congruente con las investigaciones de carácter *macro* sobre el cambio cultural de valores modernos a valores posmodernos en las sociedades industrialmente avanzadas. En la presente tesis hemos abordado esta cuestión a través de las preferencias educacionales para ser inculcadas a los niños en casa, utilizando datos de la población andaluza. A pesar de ser un valor en alza y de darse con una mayor intensidad en las mujeres, en los jóvenes y en las posiciones sociales más altas, no hemos encontrado evidencias de su vínculo con los consumos omnívoros de música.

Sin embargo, en el presente trabajo propusimos una hipótesis alternativa. Los consumos omnívoros se dan entre aquellos individuos que tienen una mayor preferencia por el fomento de la imaginación en niños. Este aspecto cobra sentido cuando exploramos los modos en los que se generan las obras artísticas y también cuando profundizamos en las habilidades necesarias para la comprensión estética. La imaginación, como antesala de la creatividad, puede concebirse como una herramienta que ayuda a entender todo tipo de expresiones, géneros y actividades culturales, no sólo las más complejas desde el punto de vista estético, sino las más periféricas y experimentales. Además, su fomento podría concebirse como una herramienta para la mejor adaptación de la prole a un contexto socio-económico donde la generación de conocimiento se configura como un valor en alza.

En nuestro caso, hemos encontrado suficientes evidencias para confirmar la relación entre preferencias por la imaginación y consumos omnívoros, tanto en el campo de la música como en otros ámbitos de la actividad cultural. Esto vendría a confirmar que no todos los valores posmaterialistas correlacionan con las nuevas formas de distinción social a través de la modalidad de consumo, sino que sólo alguno de ellos, en nuestro caso el valor por la imaginación.

Consideraciones metodológicas

Cuando un investigador decide qué hipótesis desea contrastar, debe contemplar las posibilidades de respuesta que pueden aportar cada una de las estrategias metodológicas disponibles a su alcance³³. En nuestro ámbito de estudio, se observa una cierta correlación entre las hipótesis defendidas y las estrategias metodológicas utilizadas. Tanto las teorías incluidas en el *paradigma de la homología* como en el *paradigma de la omnivoridad*, plantean explicaciones sensatas y estrategias metodológicas contrastables. Sin embargo, ambos paradigmas han llegado a reducir sus desacuerdos a que, *el otro*, está tomando la estrategia metodológica equivocada, es decir, unos las etnografías sociológicas y otros los análisis de encuestas (Atkinson, 2011; Chan, 2010). No obstante, todos aceptan el principio que, el avance del conocimiento científico, posee una naturaleza de “cooperación hostil-amistosa” entre las partes (Popper, 2005, p. 27) y que ambas deberán trabajar por y para el contraste.

La decisión de la estrategia metodológica es siempre una decisión compleja para cualquier investigador y su discusión, tarea obligada. Deberá decantarse y además ser consciente de las limitaciones con las que se enfrentará y las ventajas que dejará de disfrutar. Optar por la estrategia que contenta a casi todos, es decir, métodos combinados como la triangulación metodológica, no tiene porqué ser siempre un imperativo ante cualquier momento de investigación. Por ejemplo, en su justificación sobre los posibles sesgos que pudiera acarrear el abordaje únicamente cuantitativo de los consumos culturales, Chan se defiende (2010, p. 243): aunque los abordajes cualitativos proveen de

33. Por disponible entendemos las técnicas de análisis de la realidad que están al alcance de la praxis sociológica corriente. Ciertamente, que la horquilla de posibilidades es hoy lo suficientemente amplia como para dar cabida a todo tipo de técnicas de recogida de datos y herramientas de análisis: encuestas internacionales, indicadores comparados, entrevistas a un número suficiente de informantes, instalaciones disponibles para hacer grupos focales, análisis experimentales sencillos, software libre de análisis cualitativo y cuantitativo, etc. Pero también es cierto, que algunas hipótesis han de ser probadas necesariamente con otras aproximaciones de mayor exigencia técnica, o bien, llevadas a cabo en colaboración con otras disciplinas científicas como la neurobiología o la física aplicada (Noble, Houston, Kan, & Sowell, 2012; Serrà, Corral, Boguñá, Haro, & Arcos, 2012).

información muy relevante sobre el sentido que los individuos dan a sus comportamientos, sus resultados no derivarían en una enmienda a la totalidad del argumento de la omnivoridad. De acuerdo a los estudios que usaban datos cuantitativos y cualitativos de Bennett et al. (2009), no hay evidencias de la existencia de comportamientos “snob”, es decir, de consumos altamente distinguidos y asumidos por los individuos, lo cual se contradice con lo descrito por Bourdieu (Bennett et al., 2009, pp. 70–71).

En nuestro caso, debemos de ser sensibles con el material con el que estamos tratando –la *cultura a fin de cuentas*- y reconocer que nos movemos en un campo donde el significado que le dan los sujetos a sus acciones es un aspecto vital. Nuestra primera intención ha sido la de describir los “procesos generadores fundamentales” por los que la estratificación social condicionan el consumo cultural. En este sentido, nuestra opción se ha decantado por una vía secuencial –pero igualmente válida según Bericat (1998)- de integración entre métodos cuantitativos y cualitativos: *La combinación*. Esta estrategia de integración multi-método consiste en “integrar subsidiariamente un método, sea cualitativo o cuantitativo, sobre otro método, con el objeto de fortalecer la validez de éste último, compensando sus debilidades” (Bericat, 1998, p. 39). Esto no quiere decir que en el diseño de la tesis tengamos que incluir la combinación de diferentes métodos, sino que, con el presente estudio, se inicia un programa de investigación para ser continuado en el futuro³⁴.

Por consiguiente, la pregunta era ¿qué metodología debería ser subsidiaria de la otra? Aquí, coincidimos de nuevo con Goldthorpe:

34. El *programa de investigación* que aquí hacemos mención, deberá de construirse con dos “pirámides” de conocimientos. Por un lado una descripción de los grandes patrones de actividad cultural, mientras que el otro abordará aspectos que den cuenta de la significación de las acciones y los gustos culturales. La primera fase, en la cual se incluye la presente tesis utilizará fuentes secundarias de datos, como son las encuestas, capaces de generar información relativa a grandes generalidades de comportamiento. En la segunda fase, podrán abordarse otras aproximaciones metodológicas, bien etnográficas bien experimentales, que den cuenta de los significados que otorgan los sujetos a sus acciones y a sus rechazos en el ámbito del consumo cultural. De ello ya daremos más cuenta en el epígrafe de *Prospectiva*.

“La investigación basada en encuestas es más adecuada para *establecer* asociaciones entre los fenómenos sociales, en todo caso en el nivel de las relaciones estadísticas entre las variables; pero la investigación etnográfica es más apropiada cuando se trata de explicar en términos de procesos sociales *por qué* encontramos esas relaciones” (2010, p. 118).

Nos propusimos: En primer lugar, encontrar las asociaciones entre los mecanismos sociales de estratificación y origen social sobre la construcción del gusto en las sociedades contemporáneas. En segundo lugar, comprobar si, entre los individuos que comparten ciertos portfolios culturales, también comparten ciertos valores comunes característicos de las sociedades posmodernas. Consideramos que ambos razonamientos debieran ser observados con grandes muestras poblacionales, empero debimos de considerar las limitaciones con las que nos íbamos a encontrar.

El problema técnico fundamental al que se enfrentan los análisis sobre consumo cultural basados en encuestas es la dificultad de encontrar cuestionarios *ad hoc* que sean capaces de incluir preguntas sustantivas y que, además, incluyan preguntas de tipo socio-demográfico bien detalladas (Herrera-Usagre, 2011a). Esta limitación está aún más pronunciada en el caso de los estudios basados en la teoría de la omnivoridad cultural.

Utilizar bases de datos de encuestas secundarias, cuyo propósito no es específico de consumo cultural, puede escorar las conclusiones, dado que no van a profundizar lo suficiente en un tema tan poliédrico con el de la cultura³⁵. El análisis de una información muy restringida, excesivamente concreta y sin tener en cuenta toda la complejidad de los estilos de vida, merman la capacidad analítica de estos estudios

35. De este problema prácticamente no se libra ninguna estrategia metodológica ni objeto de estudio. No podemos evitar acordarnos de Borofsky cuando afirmaba que los intentos de definir el concepto de cultura son similares al de “enjaular el viento” (1998, p. 64).

(Atkinson, 2011; Bennett et al., 2009; Rodríguez-Fernández & Heikkilä, 2011; Warde et al., 2007). Esto, sin duda, hay que reconocerlo.

Will Atkinson afirma que, incluso los más férreos defensores de la teoría de la omnivoridad -por ejemplo, Van Eijck y Lievens (2008)- han llegado a reconocer la “abyecta incapacidad de la investigación estadística por explorar y llegar a conclusiones sólidas sobre los *principios generadores* del gusto” (Atkinson, 2011, p. 172); aquello a lo que Goldthorpe se había empeñado tanto en poder averiguar con datos de encuestas. Pero Atkinson continúa: a lo más que han podido llegar estos estudios es al establecimiento de relaciones de inferencia causal con diferentes variables (nivel educativo, origen social, etc.), pero no han llegado profundizar en el hecho fundamental de *cómo* estos factores están influyendo en el gusto. Esta inferencia causal está además distorsionada por el tipo de técnica analítica escogida. Bien es sabido que Bourdieu evitó conscientemente los modelos de regresión –ampliamente utilizados por los teóricos de la omnivoridad- inclinándose por los modelos geométricos relacionales, como el análisis de correspondencias o el análisis de componentes principales, dado que dichas técnicas se acercan más a su concepción teórica de *campo* (Wuggenig, 2007, p. 307). La elección de aproximaciones a la realidad a través de regresiones múltiples proviene, según Wuggenig, de la tradición sociológica anglosajona –aunque, para ser justos, deberíamos de equipararla a la influencia de la *escuela holandesa* encabezada por autores con Van Eijck, Kraaykamp, Dijkstra, Ganzeboom o de Graaf entre otros- utilizando modelos donde se estudia la influencia de múltiples factores sobre un fenómeno en concreto.

A este aspecto, y por alusión, Tak Wing Chan le responde en su libro: “la afirmación de que, a priori, una posición teórica concreta sólo puede ser empíricamente evaluada a través del uso de una técnica particular de análisis de datos plantea muchas dudas” (2010, p. 244). Una hipótesis que derive de cualquier teoría, continúa el autor anglo-hongkonés, debe poder ser testada a través del uso de diferentes técnicas, puesto que si se comprueba errónea, sus defensores siempre podrán alegar que los resultados son cuestionables, que sus principios teóricos han sido malinterpretados, etc.

Llegados a este punto, asumimos la pérdida de informaciones valiosísimas sobre los procesos generadores del gusto, una vez hemos descartado técnicas etnográficas. Hemos obtenido una foto más desenfocada de la realidad, quizás, olvidando muchos matices, pero hemos ganado en amplitud al observar, desde un ángulo más alejado, grandes pautas, “generalidades sociales” (Goldthorpe, 2010, p. 490) con las cuáles poder crear modelos explicativos para ser profundizados con ulteriores aproximaciones cualitativas, o de otro tipo. Sin duda, el *programa de investigación* que ha iniciado la presente tesis no estará completo hasta que no abordemos en nuestro contexto nacional dicha tarea.

Futuras investigaciones

En el epígrafe anterior, cuando abordamos las consideraciones metodológicas, hemos dejado entrever cómo la presente tesis iniciaba un *programa de investigación* que abordaría aspectos de la sociología de la cultura, de la sociología del consumo y de la sociología del arte.

Las líneas a abordar en adelante se harán sobre los siguientes aspectos:

- a) En un contexto donde la legitimidad de las expresiones artísticas está en continua construcción, se hace necesario abordar los discursos alrededor de las expresiones artísticas a través de dos ejes: por un lado, observar las diferencias entre estratos sociales respecto a su visión sobre la legitimidad de ciertas obras concretas, paradigmáticas, tanto de alta cultura como de cultura popular o de masas. Por otro lado, se ha de abordar las diferencias entre estratos sociales respecto a la función de utilidad que le otorgan a sus consumos culturales y el por qué no consumirían ciertas expresiones artísticas. Ambos aspectos pueden ser abordados desde aproximaciones etnográficas, como los grupos de discusión o las entrevistas cualitativas. No obstante, otras aproximaciones como las experimentales pueden ser consideradas dadas las especiales necesidades existentes para obtener información relativa a la experiencia estética.

- b) Los cambios que las nTICs están suponiendo para la actividad cultural van a tal velocidad que es difícil, para el modo en el que se genera conocimiento científico, mostrar información válida sin un cierto retraso respecto a la realidad. Dicho de otro modo, los tiempos que exigen la recolección de datos, su análisis, su revisión y su publicación, pueden envejecer las conclusiones mismas de los estudios, dada la velocidad de los cambios que sufren las nTICs. Esto supone un gran reto a los investigadores pues deben generar conocimiento con un cierto carácter de prospectiva. Por otro lado, las especiales características de los objetos culturales y artísticos nos invitan a pensar en otras fuentes de datos e informaciones -más allá de las clásicas encuestas, grupos de discusión o entrevistas- disponibles en el contexto digital, como las entradas de blogs, imágenes, actividad en redes sociales, etc., tal y como ha venido recomendando recientemente el sociólogo Ken Plummer (2012).
- c) Existen nuevos productos culturales de masas, como los cómics o las series de televisión, que están alcanzando un notable y consensuado prestigio entre público y crítica. No obstante, pocas veces son productos considerados para su estudio dentro de la cultura *highbrow*. Por ejemplo, una vez que las series de televisión han dejado atrás su origen como producto de masas, como era el fenómeno de las *soup operas* o las *telenovelas*, el género en sí parece haber entrado en una fase de cierta madurez, atrayendo el talento de escritores literarios, guionistas de cine y capitales de grandes productoras cinematográficas. Parece, a falta de un trabajo empírico más riguroso, que estos géneros culturales anteriormente denostados –no olvidemos que dedicar muchas horas frente a la pantalla es algo considerado como negativo y, en ningún caso, como un indicador de alta cultura- están ganándose su sitio en el Olimpo cultural. Mientras que para un libro los escritores son capaces de redactar hasta cuatro finales diferentes, para las series de televisión de alta calidad los equipos de guionistas elaboran hasta una treintena (Martel, 2012). Esto nos da una idea de hasta qué punto la originalidad y la imaginación son elementos funda-

- mentales para hacer de la resolución final de un producto una experiencia inesperada, llamativa y satisfactoria por los telespectadores. Existen series contemporáneas que están acumulando grandes *shares* de audiencia, un notable número de premios y reconocimientos, así como meta-críticas (análisis conjunto de las críticas profesionales) muy considerables. Por consiguiente, nos planteamos tener en cuenta como objeto de análisis aquellos elementos o códigos comunes que utilizan los espectadores y la crítica para otorgar dicho prestigio. Del mismo modo, y a través del estudio de sus audiencias, sería interesante observar si existen características estratificadoras de los sujetos que les provean de la capacidad para reconocer estas series de prestigio antes que el resto, antes de que se conviertan en fenómeno de masas.
- d) Hemos hablado de códigos de legitimidad internos a cada género que deberán de ser estudiados con aproximaciones de todo tipo (histórico-artísticas, musicológicas, etnográficas o institucionales) con las cuáles poder identificar qué procesos sociales dotan de prestigio a las obras y cómo la educación y/o la posición social logra educar estas habilidades en los sujetos. Se debería contar con estos elementos del capital cultural para la adecuada construcción de las clases sociales, no como herramienta de validación, sino como herramienta fundamental de la clase, abandonando así los antiguos esquemas basados únicamente en la ocupación. Mike Savage y Fiona Devine, dos investigadores destacados en la materia, ya han iniciado experimentos en esa línea para el contexto británico (BBC, 2013).

Bibliografía

- Ackerman, P. L. (1986). Individual differences in information processing: An investigation of intellectual abilities and task performance during practice. *Intelligence*, 10(2), 101–139. doi:10.1016/0160-2896(86)90010-3
- Adorno, T. W. (2003). *Filosofía de la nueva música*. Madrid: Ediciones Akal.
- Adorno, T. W. (2012). *Sobre la música popular*. In R. Rodríguez Ferrándiz (Ed.), *La polémica sobre la cultura de masas en el periodo de entreguerras: una antología crítica*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Ahrne, G. (1990). Class and Society: A Critique of John Goldthorpe's Model of Social Classes. In *John H. Goldthorpe: consensus and controversy*. London; New York: Falmer Press.
- Alderson, A. S., Heacock, I., & Junisbai, A. (2010). Social stratification and musical consumption: highbrow-middlebrow in the United States. In T. W. Chan (Ed.), *Social Status and Cultural Consumption*. Cambridge: Cambridge University Press. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511712036>
- Ariño, A. (2007). Music, Democratization and Omnivory. *Política y Sociedad*, 44(3), 131–150.
- Ariño, A. (2010). *Prácticas culturales en España: desde los años sesenta hasta la actualidad*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Ariño, A., Castelló Cogollos, R., Hernández i Martí, G. M., & Llopis, R. (2006). *La Participación cultural en España*. Madrid: Fundación Autor.
- Artz, R. D., & Maldonado, L. A. (1978). Social Class and Occupational Values: Argentine and United States Students. *Journal of Comparative Family Studies*, 9(3), 355–366.
- Atkinson, W. (2011). The context and genesis of musical tastes: Omnivorousness debunked, Bourdieu buttressed. *Poetics*, 39(3), 169–186. doi:10.1016/j.poetic.2011.03.002
- Bauman, Z. (1988). *Freedom*. Milton Keynes, England; Philadelphia: Open University Press.
- Bauman, Z. (2002). *Society under siege*. Cambridge, UK: Polity Press.

- Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*. México: Fondo de Cultura Económica.
- BBC. (2013). Britain's Real Class System. Retrieved April 14, 2013, from <https://ssl.bbc.co.uk/labuk/experiments/class/>
- Beck, U. (2007). *Risk society: towards a new modernity*. London: Sage.
- Bellavance, G. (2008). Where's high? Who's low? What's new? Classification and stratification inside cultural "Repertoires." *Poetics*, 36(2-3), 189–216. doi:10.1016/j.poetic.2008.02.003
- Bellavance, G., Valex, M., & Ratte, M. (2004). The Taste of Others. An Analysis of Cultural Repertoires of New Omnivorous Elites. *Sociologie et Societes*, 36(1), 27–57.
- Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México, D.F.: Itaca.
- Bennett, T., Savage, M., Silva, E. B., Gayo-Cal, M., & Wright, D. (2009). *Culture, class, distinction*. London; New York: Routledge.
- Bennett, T., Savage, M., Silva, E. B., Warde, A., Gayo-Cal, M., & Wright, D. (2003, 2006). Cultural Capital and Social Exclusion. *Cultural Capital and Social Exclusion*. Retrieved April 3, 2013, from <http://www.open.ac.uk/socialsciences/cultural-capital-and-social-exclusion/project-summary.php>
- Bericat, E. (1998). *La Integración de los Métodos Cuantitativo y Cualitativo en la Investigación Social: Significado y Medida*. Ariel.
- Bericat, E. (2005). La cultura del horror en las sociedades avanzadas: de la sociedad centrípeta a la sociedad centrífuga. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 110, 53–89.
- Bericat, E. (2011). Imagen y conocimiento: Retos epistemológicos de la sociología visual. *Empiria: Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, (22), 113–140.
- Bericat, E., & Camarero Rioja, M. (2011). *La calidad social en Andalucía, España y Europa: un sistema de indicadores*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Bericat, E., & Marín-Cassinello, E. (2011). El capital formativo. In E. Bericat & M. Camarero Rioja (Eds.), *La calidad social en Andalucía, España y Europa: un sistema de indicadores*. Madrid: Biblioteca Nueva.

- Bericat, E., & Marín-Cassinello, E. (2012). *El cambio de valores en las sociedades andaluzas 1996-2006* (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.). Sevilla.
- Blau, P. M., & Duncan, O. D. (1978). *The American occupational structure*. New York: Free Press.
- Borofsky, R. (1998). Cultural possibilities. In Unesco (Ed.), *World culture report 1998: Culture, creativity and markets*. (pp. 64–75). Paris: UNESCO Publishing.
- Bourdieu, P. (1998). *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto: elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Bourdieu, P., & Passeron, J. C. (1977). *Reproduction in Education, Society and Culture*. London: Sage Publications.
- Bowles, S., & Gintis, H. (2011). *Schooling in capitalist America: educational reform and the contradictions of economic life*. Chicago, Ill.: Haymarket Books.
- Brubaker, R. (1985). Rethinking classical theory: the sociological vision of Pierre Bourdieu. *Theory and Society*, 14(6), 745–775.
- Bryson, B. (1996). Anything but heavy metal: Symbolic exclusion and musical dislikes. *American Sociological Review*, 61(5), 884–899.
- Bryson, B. (1997). What about the Univores? Musical Dislikes and Group-Based Identity Construction among Americans with Low Levels of Education. *Poetics*, 25(2-3), 141–156.
- Bukodi, E. (2010). Social stratification and cultural participation in Hungary: a post-communist pattern of consumption? In T. W. Chan (Ed.), *Social Status and Cultural Consumption*. Cambridge: Cambridge University Press. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511712036>
- Campello, M. (2012). Entre highbrows y lowbrows. In R. Rodríguez Ferrándiz (Ed.), *La polémica sobre la cultura de masas en el periodo de entreguerras: una antología crítica*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Carabaña, J. (1999). *Dos estudios sobre movilidad intergeneracional*. Madrid: Fundación Argentaria: Visor.

- Carabaña, J., & Gómez Bueno, C. (1996). *Escalas de prestigio profesional*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Carrión, A. M. (1986). Ritual folklórico y representaciones colectivas. *Modelo de Analisis Comunicacional. Reis*, (33), 55–82.
- Castells, M. (2001a). *La era de la informacion*. Vol.1: La sociedad red. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2001b). *La galaxia Internet: [reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad]*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Chan, T. W. (2010). *Social Status and Cultural Consumption*. Cambridge: Cambridge University Press. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511712036>
- Chan, T. W., Coulangeon, P., Lemel, Y., Van Eijck, K., Kraaykamp, G., Van Rees, K., Katz-Gerro, T. (2004). Social Status, Lifestyle and Cultural Consumption: A Comparative Study. *Social Status, Lifestyle and Cultural Consumption: A Comparative Study*. Retrieved April 3, 2013, from <http://users.ox.ac.uk/~sfos0006/status.html>
- Chan, T. W., & Goldthorpe, J. H. (2005). The Social Stratification of Theatre, Dance and Cinema Attendance. *Cultural Trends*, 14(3), 193–212. doi:10.1080/09548960500436774
- Chan, T. W., & Goldthorpe, J. H. (2007a). Class and Status: The Conceptual Distinction and its Empirical Relevance. *American Sociological Review*, 72, 512–532.
- Chan, T. W., & Goldthorpe, J. H. (2007b). Data, methods and interpretation in analyses of cultural consumption: A reply to Peterson and Wuggenig. *Poetics*, 35(4-5), 317–329. doi:10.1016/j.poetic.2007.06.004
- Chan, T. W., & Goldthorpe, J. H. (2007c). Social Status and Newspaper Readership. *American Journal of Sociology*, 112(4), 1095–1134. doi:10.1086/508792
- Chan, T. W., & Goldthorpe, J. H. (2007d). Social Stratification and Cultural consumption: Music in England. *European Sociological Review*, 23(1), 1–19. doi:10.1093/esr/jcl016

- Chan, T. W., & Goldthorpe, J. H. (2007e). Social Stratification and Cultural Consumption: The visual arts in England. *Poetics*, 35(2-3), 168–190. doi:10.1016/j.poetic.2007.05.002
- Collingwood, R. G. (2012). El arte y la máquina. In *La polémica sobre la cultura de masas en el periodo de entreguerras: una antología crítica*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Collins, R. (1979). *The Credential society: an historical sociology of education and stratification*. New York: Academic Press.
- Coulangeon, P., & Lemel, Y. (2007). Is “distinction” really outdated? Questioning the meaning of the omnivorization of musical taste in contemporary France. *Poetics*, 35(2-3), 93–111. doi:10.1016/j.poetic.2007.03.006
- Coulangeon, P., & Lemel, Y. (2010). Bourdieu’s legacy and the class-status debate on cultural consumption: musical consumption in contemporary France. In T. W. Chan (Ed.), *Social Status and Cultural Consumption*. Cambridge: Cambridge University Press. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511712036>
- Crompton, R. (1993). *Class and stratification: an introduction to current debates*. Cambridge, UK; Cambridge, MA, USA: Polity Press.
- Cuadrado García, M., & Berenguer Contrí, G. (2002). *El consumo de servicios culturales*. Madrid: ESIC Editorial.
- Danto, A. C. (2003). *Después del fin del arte: el arte contemporáneo y el linde de la historia*. Buenos Aires: Paidós.
- Dayton, C. M., & Macready, G. B. (1988). Concomitant-Variable Latent-Class Models. *Journal of the American Statistical Association*, 83(401), 173–178. doi:10.1080/01621459.1988.10478584
- Devesa-Fernández, M. (2006). *El Impacto económico de los festivales culturales: el caso de la Semana Internacional de Cine de Valladolid*. Madrid: Fundación autor.
- DiMaggio, P. (1987). Classification in Art. *American Sociological Review*, 52(4), 440–455.
- DiMaggio, P., & Mohr, J. (1985). Cultural Capital, Educational Attainment, and Marital Selection. *American Journal of Sociology*, 90(6), 1231–1261.

- Dimaggio, P., & Useem, M. (1978). Social class and arts consumption. *Theory and Society*, 5(2), 141–161. doi:10.1007/BF01702159
- Donnat, O. (1994). *Les Français face à la culture: de l'exclusion à l'éclectisme* (La Découverte.). Paris.
- Donze, P. L. (2011). Popular music, identity, and sexualization: A latent class analysis of artist types. *Poetics*, 39(1), 44–63. doi:10.1016/j.poetic.2010.11.002
- Duffy, C. T. (1992). “The Rationale for Public Funding of a National Museum.” In *Culturaleconomics*. Berlin; New York: Springer-Verlag.
- Duncan, O. D. (1961). A socioeconomic index for all occupations. In *Occupations and Social Status* (pp. 109–38). New York: Free Press.
- Durkheim, É. (1992). *Las formas elementales de la vida religiosa: el sistema totémico en Australia*. Fuenlabrada (Madrid): Akal.
- Echeverría Zabalza, J. (1999). *La Movilidad social en España: (1940-1991)*. Madrid: Itsmo.
- Erikson, R., & Goldthorpe, J. H. (1992). *The constant flux: a study of class mobility in industrial societies*. Oxford [England]; New York: Clarendon Press; Oxford University Press.
- Erikson, R., Goldthorpe, J. H., & Portocarero, L. (1979). Intergenerational Class Mobility in Three Western European Societies: England, France and Sweden. *The British Journal of Sociology*, 30(4), 415. doi:10.2307/589632
- Erikson, R., & Jonsson, J. O. (1993). *Ursprung och utbildning: social snedrekrytering till högre studier: huvudbetänkande*. Stockholm: Utbildningsdepartementet.
- Etlin, R. A. (1996). *In defense of humanism: value in the arts and letters*. New York, NY, USA: Cambridge University Press.
- Ferguson, K. (2012). Everything is a remix. Retrieved October 15, 2012, from <http://www.everythingisaremix.info/>
- Fjellvang, T. (2011). Socialization Values, Cultural-Religious Zones and Modernization Theory. *European Sociological Review*, 27(2), 196–211. doi:10.1093/esr/jcq002
- Friedman, S. (2012). Cultural omnivores or culturally homeless? Exploring the shifting cultural identities of the upwardly mobile. *Poetics*, 40(5), 467–489. doi:10.1016/j.poetic.2012.07.001

- Füredi, F. (2006). *Culture of fear*. London: Continuum.
- Ganzeboom, H. B. G. (1982). Explaining Differential Participation in High-Cultural Activities - A Confrontation of Information-Processing and Status-Seeking Theories. In W. Raub (Ed.), *Theoretical Models and Empirical Analyses* (pp. 186–203). E.S. Publications.
- Ganzeboom, H. B. G., De Graaf, P. M., & Treiman, D. J. (1992). A standard international socio-economic index of occupational status. *Social Science Research*, 21(1), 1–56. doi:10.1016/0049-089X(92)90017-B
- García-Álvarez, E., Katz-Gerro, T., & López-Sintas, J. (2007). Deconstructing Cultural Omnivorousness 1982-2002: Heterology in Americans' Musical Preferences. *Social Forces*, 86(2), 417–443.
- Gebesmair, A. (1998). Musical Taste and Social Structure: The Theory of “Omnivore” in American Sociology of Culture in the 1990s. *Osterreichische Zeitschrift für Soziologie*, 23(2), 5–22.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*. Stanford, Calif.: Stanford University Press.
- Giddens, A. (1994). *Beyond left and right: the future of radical politics*. Stanford, Calif.: Stanford University Press.
- Giner, S., Lamo de Espinosa, E., & Torres Albero, C. (1998). *Diccionario de sociología*. Madrid: Alianza Editorial.
- Glassner, B. (2009). *The culture of fear: why Americans are afraid of the wrong things*. New York: Basic Books.
- Glevarec, H., & Pinet, M. (2009). The “Tablature” of Musical Tastes: A New Model for Contemporary Tastes and Social Judgements. *Revue française de Sociologie*, 50(3), 599–640.
- Goble, C. B., Moran, J. D., & Bomba, A. K. (1991). Maternal teaching techniques and preschool children's ideational fluency. *Creativity Research Journal*, 4(3), 273–279. doi:10.1080/10400419109534399
- Goldthorpe, J. H. (2010). *De la sociología: números, narrativas e integración de la investigación y la teoría*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas: Boletín Oficial del Estado.

- Goldthorpe, J. H. (2012). Back to Class and Status: Or Why a Sociological View of Social Inequality Should Be Reasserted. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 137(1), 201–215.
- Goldthorpe, J. H., & Breen, R. (2010). Explicación de los diferenciales educativos. Hacia una teoría formal de la acción racional. In J. H. Goldthorpe (Ed.), *De la sociología: números, narrativas e integración de la investigación y la teoría*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas: Boletín Oficial del Estado.
- González, E. (2012). La España actual no me gusta. *Jot Down Cultural Magazine*. Retrieved from <http://www.jotdown.es/arturo-perez-reverte-la-espana-actual/>
- Greene, D. M. (1985). *Greene's biographical encyclopedia of composers*. Garden City, N.Y.: Doubleday.
- Güveli, A. (2007). *New social classes within the service class in the Netherlands and Britain: adjusting the EGP class schema for the technocrats and the social and cultural specialists*. University of Nijmegen, Netherlands.
- Güveli, A., Luijckx, R., & Ganzeboom, H. B. G. (2012). Patterns of intergenerational mobility of the old and new middle classes in a post-industrial society: Netherlands 1970–2006. *Social Science Research*, 41(2), 224–241. doi:10.1016/j.ssresearch.2011.11.002
- Hagenaars, J. A., & McCutcheon, A. L. (2002). *Applied latent class analysis*. Cambridge; New York: Cambridge University Press. Retrieved from <http://public.eblib.com/EBLPublic/PublicView.do?ptiID=217833>
- Hall, S. (1984). Notas sobre la desconstrucción de “lo popular.” In R. Samuel & J. Fontana (Eds.), *Historia popular y teoría socialista*. Barcelona: Crítica.
- Halle, D. (1992). The Audience for Abstract Art: Class, Culture, and Power. In M. Lamont & M. Fournier (Eds.), *Cultivating differences: symbolic boundaries and the making of inequality*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hannerz, U. (1990). Cosmopolitans and Locals in World Culture. In M. Featherstone (Ed.), *Global culture: nationalism, globalization and modernity: a theory, culture and society special issue*. London: Sage in assoc. with Theory, Culture & Society.

- Hauser, R. M., & Mossel, P. A. (1985). Fraternal resemblance in educational attainment and occupational status. *American Journal of Sociology*, 91, 650–673.
- Hauser, R. M., & Wong, R. S.-K. (1989). Sibling resemblance and intersibling effects in educational attainment. *Sociology of Education*, 62(3), 149–171.
- Heckman, J. J., & Kautz, T. (2012). Hard evidence on soft skills. *Labour Economics*, 19(4), 451–464. doi:10.1016/j.labeco.2012.05.014
- Herrera-Usagre, M. (2010). *Estratificación social y estilos de vida culturales* (No. S2010/04) (p. 57). Sevilla: Centro de Estudios Andaluces. Retrieved from http://centrodeestudiosandaluces.es/biblio/imagendoc/00007001_00007500/00007025/00007025_090h0101.PDF
- Herrera-Usagre, M. (2011a). El consumo cultural en España. Una aproximación al análisis de la estratificación social de los consumos culturales y sus dificultades metodológicas. *Empiria. Revista de metodología de ciencias sociales*, (22), 141–172.
- Herrera-Usagre, M. (2011b). La Actividad Cultural. In E. Bericat Alastuey & M. Camarero Rioja (Eds.), *La calidad social en Andalucía, España y Europa: un sistema de indicadores*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Herrera-Usagre, M. (2012). The Impact of Music Sharing on Album Purchases and Concert Attendance: The Case of Spain. *Papers: Revista de Sociologia*, 97(4), 751–772.
- Herrera-Usagre, M. (2013). La transmisión intergeneracional de aptitudes y actitudes culturales. Adaptando el paradigma de la omnivoridad cultural para Andalucía. *Revista Internacional de Sociología*, 71(1), 143–167. doi:10.3989/ris.2011.11.25
- Hoggart, R. (1998). *The uses of literacy. Media, Communication, and Culture in America*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Inglehart, R. (1990). *Culture shift in advanced industrial society*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Inglehart, R. (2005). *Modernization, cultural change, and democracy: the human development sequence*. Cambridge, UK; New York: Cambridge University Press.

- Institute for Digital Research and Education. (2013). FAQ: What are pseudo R-squareds? Retrieved March 12, 2013, from http://statistics.ats.ucla.edu/stat/mult_pkg/faq/general/Psuedo_RSquareds.htm
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press. Retrieved from <http://hdl.handle.net/2027/heb.05936>
- Jenkins, H. (2009). *Fans, bloggers y videojuegos: la cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, R. (2002). *Pierre Bourdieu*. London; New York: Routledge.
- Jenks, C. (1993). *Culture*. London; New York: Routledge.
- Johnson, S. (2010). *Where good ideas come from: the natural history of innovation*. New York: Riverhead Books.
- Jones, O. (2012). *Chavs: the demonization of the working class*. London; New York: Verso.
- Joubert, M., & et al. (1999). *All Our Futures: Creativity, Culture and Education*. National Advisory Committee on Creative and Cultural Education. Retrieved from <http://sirkenrobinson.com/skr/pdf/allourfutures.pdf>
- Katz-Gerro, T. (2002). Highbrow Cultural Consumption and Class Distinction in Italy, Israel, West Germany, Sweden, and the United States. *Social Forces*, 81(1), 207–229. doi:10.1353/sof.2002.0050
- Kraaykamp, G., & Dijkstra, K. (1999). Preferences in leisure time book reading: A study on the social differentiation in book reading for the Netherlands. *Poetics*, 26(4), 203–234. doi:10.1016/S0304-422X(99)00002-9
- Kraaykamp, G., & van Eijck, K. (2010). The Intergenerational Reproduction of Cultural Capital: A Threefold Perspective. *Social Forces*, 89(1), 209–231. doi:10.1353/sof.2010.0087
- Kraaykamp, G., Van Eijck, K., & Ultee, W. (2010). Status, class and culture in the Netherlands. In T. W. Chan (Ed.), *Social Status and Cultural Consumption*. Cambridge: Cambridge University Press. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511712036>

- Lahire, B. (2003). La légitimité culturelle en questions. In *Regards croisés sur les pratiques culturelles*. Paris: Documentation française.
- Lahire, B. (2008). The individual and the mixing of genres: Cultural dissonance and self-distinction. *Poetics*, 36(2-3), 166–188. doi:10.1016/j.poetic.2008.02.001
- Lau, M. W. C. (2006). *Strategies kindergarten teachers use to enhance children's musical creativity: case studies of three Hong Kong teachers* (PhD). Retrieved from <http://eprints.qut.edu.au/16357/>
- Laumann, E. O. (1973). *Bonds of pluralism: the form and substance of urban social networks*. New York: J. Wiley.
- Lazarsfeld, P. F., & Henry, N. W. (1968). *Latent structure analysis*. Houghton, Mifflin. Retrieved from <http://books.google.es/books?id=XjtDAAAIAAJ>
- Leonard, G. J. (1995). *Into the light of things: art of the commonplace from Wordsworth to John Cage*. University of Chicago Press.
- Linzer, D. A., & Lewis, J. B. (2011). poLCA: An R Package for Polytomous Variable Latent Class Analysis. *Journal of Statistical Software*, 42(10), 1–29.
- Lizardo, O. (2006). How Cultural Tastes Shape Personal Networks. *American Sociological Review*, 71(5), 778–807.
- Lizardo, O., & Skiles, S. (2008). Cultural Consumption in the Fine and Popular Arts Realms. *Sociology Compass*, 2(2), 485–505.
- Lizardo, O., & Skiles, S. (2009). Highbrow omnivorousness on the small screen? Cultural industry systems and patterns of cultural choice in Europe. *Poetics*, 37(1), 1–23. doi:10.1016/j.poetic.2008.10.001
- Lizardo, O., & Skiles, S. (2012). Reconceptualizing and Theorizing “Omnivorousness” Genetic and Relational Mechanisms. *Sociological Theory*, 30(4), 263–282.
- Long, J. S. (2006). *Regression models for categorical dependent variables using Stata* (2nd ed.). College Station, Tex: StataCorp LP.
- López-Sintas, J., & García-Álvarez, E. (2002). Omnivores Show Up Again: The Segmentation of Cultural Consumers in Spanish Social Space. *European Sociological Review*, 18(3), 353–368.
- López-Sintas, J., García-Álvarez, E., & Filimon, N. (2008). Scale and periodicities of recorded music consumption: reconciling

- Bourdieu's theory of taste with facts. *The Sociological Review*, 56(1), 78–101. doi:10.1111/j.1467-954X.2008.00778.x
- Malcolm, N. (1988). Ludwig Wittgenstein. In Ludwig Wittgenstein (Ed.), *Le cahier bleu et le cahier brun: études préliminaires aux "Investigations philosophiques."* Paris: Gallimard.
- Maravall, J. M. (2010). Presentación. In *De la sociología: números, narrativas e integración de la investigación y la teoría*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas: Boletín Oficial del Estado.
- Marcuse, H. (1986). *Ensayos sobre política y cultura*. Barcelona: Planeta-Agostini.
- Marqués-Perales, I. (2009). Obstáculos y Oportunidades. Análisis de la movilidad social intergeneracional en Andalucía. *Colección Actualidad*, 41.
- Marqués-Perales, I., & Herrera-Usagre, M. (2010). Are We More Mobile? New Evidence of Intergenerational Class Mobility in Spain during the Second Half of the 20th Century. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (131), 43–73.
- Martel, F. (2012). *Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*. Madrid: Santillana ediciones generales.
- Martin-Lagos López, M. D. (2011). Consumption and Modernization in the European Union. *European Sociological Review*, 27(1), 124–137. doi:10.1093/esr/jcq001
- Marx, K., & Engels, F. (2008). *El manifiesto comunista*. New York: Pathfinder.
- Merrill, D. (2006, October 16). Mashups: The new breed of Web app. An introduction to mashups. *Remix Theory*. Retrieved from <http://remixtheory.net/?p=65#more-65>
- Milgram, R. M. (1983). Validation of ideational fluency measures of original thinking in children. *Journal of Educational Psychology*, 75(4), 619–624. doi:10.1037/0022-0663.75.4.619
- Miller, B. C., & Gerard, D. (1979). Family Influences on the Development of Creativity in Children: An Integrative Review. *The Family Coordinator*, 28(3), 295–315.

- Mkrtchyan, G. M. (2005). Stratification of Youth in the Areas of Education, Employment, and Consumption. *Sotsiologicheskie Issledovaniya*, 31(2), 104–113.
- Moore, T. G. (1992). Reasons for Subsidizing American Theater. In *The Economics of the arts*. Aldershot, Hampshire, England; Brookfield, Vt., USA: Gregg Revivals.
- Mora, K. (2012). R. G. Collingwood: el malestar del intelectual en la cultura de masas. In R. Rodríguez Ferrándiz (Ed.), *La polémica sobre la cultura de masas en el periodo de entreguerras: una antología crítica*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Moscoso Sánchez, D. J. (2007). The sociology of sport in Spain. State of the Art. *Revista Internacional de Sociología*, LXIV(44). doi:10.3989/ris.2006.i44.33
- Müller, W. (1990). Social Mobility in Industrial Relations. In *John H. Goldthorpe: consensus and controversy*. London; New York: Falmer Press.
- Nagel, I. (2009). Cultural Participation Between the Ages of 14 and 24: Intergenerational Transmission or Cultural Mobility? *European Sociological Review*, 26(5), 541–556. doi:10.1093/esr/jcp037
- Nagel, I., Ganzeboom, H. B. G., Haanstra, F., & Oud, W. (1997). Effects of art education in secondary schools on cultural participation in later life. *Journal of Art & Design Education*, 16(3), 325–331.
- Navas, E. (2010). Regressive and Reflexive Mashups in Sampling Culture. In S. Sonvilla-Weiss (Ed.), *Mashup Cultures* (pp. 157–177). Vienna: Springer Vienna. Retrieved from http://www.springerlink.com/index/10.1007/978-3-7091-0096-7_10
- Navas, E. (2012). *Remix Theory: The Aesthetics of Sampling*. New York: Springer Wein New York Press.
- Noble, K. G., Houston, S. M., Kan, E., & Sowell, E. R. (2012). Neural correlates of socioeconomic status in the developing human brain. *Developmental Science*, 15(4), 516–527. doi:10.1111/j.1467-7687.2012.01147.x
- Notten, N., Kraaykamp, G., & König, R. P. (2012). Family Media Matters: Unraveling the Intergenerational Transmission of

- Reading and Television Tastes. *Sociological Perspectives*, 55(4), 683–706.
- Ogletree, E. J., & Ujlaki, W. (1973). Effects of Social Class Status on Tests of Creative Behavior. *The Journal of Educational Research*, 67(4), 149–152.
- Ollivier, M. (2008). Comment on Omar Lizardo/2. *Sociologica. Italian Journal of Sociology Online*, (2). doi:10.2383/27711
- Ollivier, M. (2008). Modes of openness to cultural diversity: Humanist, populist, practical, and indifferent. *Poetics*, 36(2-3), 120–147. doi:10.1016/j.poetic.2008.02.005
- Ortega y Gasset, J. (2006). *La deshumanización del arte y otros ensayos de estética*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Pakulski, J., & Waters, M. (1996). *The death of class*. London; Thousand Oaks, Calif: SAGE.
- Panofsky, E. (1975). *Meaning in the visual arts*. New York: Doubleday Anchor Books.
- Peterson, R. A. (2005). Problems in comparative research: The example of omnivorousness. *Poetics*, 33(5-6), 257–282. doi:10.1016/j.poetic.2005.10.002
- Peterson, R. A. (2007). Comment on Chan and Goldthorpe: Omnivore, what's in a name, what's in a measure? *Poetics*, 35(4-5), 301–305. doi:10.1016/j.poetic.2007.06.001
- Peterson, R. A., & Kern, R. M. (1996). Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore. *American Sociological Review*, 61(5), 900–907.
- Peterson, R. A., & Simkus, A. (1992). How Musical Tastes Mark Occupational Status Groups. In M. Lamont & M. Fournier (Eds.), *Cultivating differences: symbolic boundaries and the making of inequality*. Chicago: University of Chicago Press.
- Peterson, R. B., Goldthorpe, J. H., Lockwood, D., Beckhofer, F., & Platt, J. (1969). The Affluent Worker: Industrial Attitudes and Behavior. *Administrative Science Quarterly*, 14(1), 140. doi:10.2307/2391376
- Piscitelli, A. (2009). Proyecto Facebook. Retrieved April 3, 2013, from <http://www.proyectofacebook.com.ar/>

- Plummer, K. (2012). A Manifiesto for a Humanistic Sociology: Making the World a Better Place for All. In *La Constitución de las Sociedades*. Presented at the VI Congreso Andaluz de Sociología, Cádiz.
- Popper, K. R. (2002). *Unended quest: an intellectual autobiography*. London: Routledge.
- Popper, K. R. (2005). *El Mito del marco común: en defensa de la ciencia y la racionalidad*. Barcelona [etc.]: Paidós.
- Portera, A. (1996). El acto clínico alegorizado: incertidumbre y desorden. In *Anales de la Real Academia Nacional de Medicina*. Madrid.
- Priestley, J. B. (2012). A un Highbrow. In R. Rodríguez Ferrándiz (Ed.), *La polémica sobre la cultura de masas en el periodo de entreguerras: una antología crítica*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Prieur, A., Rosenlund, L., & Skjott-Larsen, J. (2008). Cultural capital today: A case study from Denmark. *Poetics*, 36(1), 45–71. doi:10.1016/j.poetic.2008.02.008
- Rahman, F., Malaventura, Okaku, N., Rakowski, K., & Gürsel, B. (2012). European Souvenirs. Retrieved February 21, 2013, from <http://www.europeansouvenirs.eu/>
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española*. [Madrid]: Espasa.
- Requena, F. (2001). Family, Socialization, and Development in Spain: A Cross-National Comparison with the United States. *International Journal of Comparative Sociology*, 42(4), 369–387.
- Rethi Devi, K. (1993). *Social, familial, and personality correlates of creativity*. New Delhi, India: Mittal Publications.
- Robinson, K. (2010). *Out of our minds: learning to be creative*. Oxford: Capstone.
- Robinson, K., & Aronica, L. (2010). *The element: how finding your passion changes everything*. London: Penguin Books.
- Rodríguez Ferrándiz, R. (Ed.). (2012). *La polémica sobre la cultura de masas en el periodo de entreguerras: una antología crítica*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Rodríguez-Fernández, C. J., & Heikkila, R. (2011). The Debate On Cultural Omnivorousness: New trends in sociology of

- consumption. *Revista Internacional de Sociología*, 69(3), 585–606. doi:10.3989/ris.2010.04.15
- Sardar, Z., Van Loon, B., Fernández Aúz, T., & Eguibar, B. (2005). *Estudios culturales para todos*. Barcelona: Paidós.
- Savage, M. (1995). *Property, bureaucracy, and culture : middle-class formation in contemporary Britain*. London; New York: Routledge.
- Savage, M., & Gayo-Cal, M. (2009). *Against the omnivore: assemblages of contemporary musical taste in the United Kingdom* (Working Paper No. 72). Manchester: The University of Manchester or CRESC, Open University.
- Serrà, J., Corral, Á., Boguñá, M., Haro, M., & Arcos, J. L. (2012). Measuring the Evolution of Contemporary Western Popular Music. *Scientific Reports*, 2. doi:10.1038/srep00521
- Silva, E. B. (2006). Distinction Through Visual Art. *Cultural Trends*, 15(2-3), 141–158. doi:10.1080/09548960600712942
- Skeggs, B. (2005). The Re-Branding of Class: Propertising Culture. In F. Devine, M. Savage, J. Scott, & R. Crompton (Eds.), *Rethinking class : culture, identities and lifestyles*. Basingstoke; New York: Palgrave Macmillan.
- Skelton, A., & Arts Council of England. (2002). *Arts in England: attendance, participation and attitudes in 2001: findings of a study carried out by Social Survey Division of the Office for National Statistics*. London: Arts Council of England.
- Snowball, J. D., Jamal, M., & Willis, K. G. (2010). Cultural Consumption Patterns in South Africa: An Investigation of the Theory of Cultural Omnivores. *Social Indicators Research*, 97(3), 467–483. doi:10.1007/s11205-009-9513-y
- Statistical Office of the European Communities. (2011). *Cultural statistics*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Retrieved from http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-32-10-374/EN/KS-32-10-374-EN.PDF
- Stiegler, G. J., & Becker, G. S. (1977). De gustibus non est disputandum. *American Economic Review*, 67(2), 76–90.

- Tampubolon, G. (2008). Revisiting omnivores in America circa 1990s: The exclusiveness of omnivores? *Poetics*, 36(2-3), 243–264. doi:10.1016/j.poetic.2008.02.007
- Thompson, E. P. (1991). *The making of the English working class*. London [u.a.: Penguin Books.
- Throsby, D. (2001). *Economía y cultura*. (C. Piña & M. Condor, Trans.). Madrid: Cambridge University Press.
- Torche, F. (2007). Social status and cultural consumption: The case of reading in Chile. *Poetics*, 35(2-3), 70–92. doi:10.1016/j.poetic.2007.03.004
- Torche, F. (2010). Social status and public cultural consumption: Chile in comparative perspective. In T. W. Chan (Ed.), *Social Status and Cultural Consumption*. Cambridge: Cambridge University Press. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511712036>
- Treiman, D. J. (1977). *Occupational prestige in comparative perspective*. New York: Academic Press.
- Van Eijck, K. (1999). Socialization, education, and lifestyle: How social mobility increases the cultural heterogeneity of status groups. *Poetics*, 26(5-6), 309–328. doi:10.1016/S0304-422X(99)00008-X
- Van Eijck, K. (1996). *Family and opportunity: a sibling analysis of the impact of family background on education, occupation, and consumption*. Tilburg: Tilburg University Press.
- Van Eijck, K. (1997). The impact of family background and educational attainment on cultural consumption: a sibling analysis. *Poetics*, 25, 195–224.
- Van Eijck, K., & Knulst, W. (2005). No More Need for Snobbism: Highbrow Cultural Participation in a Taste Democracy. *European Sociological Review*, 21(5), 513–528. doi:10.1093/esr/jci038
- Van Eijck, K., & Kraaykamp, G. (2009). The Intergenerational Reproduction of Cultural Capital in Its Embodied, Institutionalized, and Objectified States. *Mens & Maatschappij*, 84, 177–206.
- Van Eijck, K., & 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(2-3), 217–242. doi:10.1016/j.poetic.2008.02.002
- Van Eijck, K., & Van Rees, K. (1998). Reading Matters: Testing the Omnivore-Univore Thesis for Dutch Readers 1975-1995. In *International Sociological Association*. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/61739124?accountid=14744>
- Van Hek, M., & Kraaykamp, G. (2013). Cultural consumption across countries: A multi-level analysis of social inequality in high-brow culture in Europe. *Poetics*, 41(4), 323–341. doi:10.1016/j.poetic.2013.05.001
- Vries, J., & Graaf, P. M. (2007). Is the intergenerational transmission of high cultural activities biased by the retrospective measurement of parental high cultural activities? *Social Indicators Research*, 85(2), 311–327. doi:10.1007/s11205-007-9096-4
- Warde, A. (1997). *Consumption, food, and taste: culinary antinomies and commodity culture*. London; Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.
- Warde, A., Wright, D., & Gayo-Cal, M. (2007). Understanding Cultural Omnivorousness: Or, the Myth of the Cultural Omnivore. *Cultural Sociology*, 1(2), 143–164. doi:10.1177/1749975507078185
- Warde, A., Wright, D., & Gayo-Cal, M. (2008). The omnivorous orientation in the UK. *Poetics*, 36(2-3), 148–165. doi:10.1016/j.poetic.2008.02.004
- Warren, Z. J. (2011). *Who values children's imagination? The effect of religious orthodoxy on human values in 16 Western countries* (M.P.P.). Georgetown University, Ann Arbor. Retrieved from ProQuest Dissertations & Theses A&I: Social Sciences. (865363289)
- Weber, M. (1978). *Economy and society* (Vol. 2). Berkeley: Univ. of California Press.
- Wegener, B. (1988). *Kritik des Prestiges*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Wilensky, H. L. (1964). Mass society and mass culture: interdependence or independence? *American Sociological Review*, 29(2), 173–97.
- Williams, R. (1968). *Communications* (3rd. ed.). London: Penguin Books.
- Williams, R. (1985). *Keywords: a vocabulary of culture and society*. New York: Oxford University Press.

- Wittgenstein, Ludwig. (2000). *Tractatus logico-philosophicus*. Madrid: Alianza.
- Woolf, V. (2012). Middlebrow. In *La polémica sobre la cultura de masas en el periodo de entreguerras: una antología crítica*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Wright, E. O. (1980). Class and occupation. *Theory and Society*, 9(1), 177–214. doi:10.1007/BF00158896
- Wright, E. O. (1989). *The Debate on Classes*. London; New York: Verso.
- Wright, W. (1977). *Six guns and society: a structural study of the western*. Berkeley: University of California Press.
- Wuggenig, U. (2007). Comments on Chan and Goldthorpe: Pitfalls in testing Bourdieu's homology assumptions using mainstream social science methodology. *Poetics*, 35(4-5), 306–316. doi:10.1016/j.poetic.2007.06.002
- Yang, Y. (2005). Can the strengths of AIC and BIC be shared? A conflict between model identification and regression estimation. *Biometrika*, 92(4), 937–950. doi:10.1093/biomet/92.4.937
- Zavisca, J. (2005). The Status of Cultural Omnivorism: A Case Study of Reading in Russia. *Social Forces*, 84(2), 1233–1255.

