

OTROS TÍTULOS DE LA COLECCIÓN

La participación cultural en España

Antonio Ariño (dir.), Rafael Catelló,
Gil Manuel Hernández, Ramón Llopis

Políticas culturales en América Latina.

Evolución histórica, instituciones públicas,
experiencias

Edwin R. Harvey

Flamenco y poder

Francisco Aix Gracia

Música y sociedad. Análisis sociológico de la cultura musical de la posmodernidad

Jaime Hormigos Ruíz

Manual de economía de la cultura

Edición: Ruth Towse

PRÓXIMAMENTE

Rockeros insurgentes, modernos complacientes: un análisis sociológico del rock en la Transición (1975-1985)

Fernando del Val Ripollés

En tránsito, de paso, migrantes, desplazados, transeúntes digitales, en *streaming*... Todo se mueve. Vivimos inmersos en una gran revolución sociocultural, resultante de la conjunción de diversos factores que, en esta coyuntura histórica, se están enhebrando juntos: las sucesivas oleadas de innovaciones sociotécnicas se cruzan con los efectos de la Gran Recesión, el avance de la individualización con el de la globalización, y mudan las pautas y lógicas de participación cultural.

Este libro, utilizando principalmente las bases de datos sobre hábitos culturales y numerosos informes de diversas instituciones, estudia dichas transformaciones en este siglo XXI. El cambio fundamental tiene que ver con la implantación de un régimen de comunicación móvil, mediante el cual el acceso a los bienes y servicios culturales se produce mientras el usuario se desplaza físicamente, en el instante y de forma ubicua..., porque se halla inserto en una infraestructura invisible (la internet) que genera conectividad permanente; por tanto, sin necesidad de acudir a centros especializados y ni siquiera hallarse en el propio hogar.

Al observar los intereses y prácticas culturales desde una perspectiva histórica amplia y considerando la totalidad de ámbitos y dimensiones registrados por las encuestas e informes, se constata un proceso continuo de ampliación de las audiencias, pero al mismo tiempo se observa una persistente estabilidad en la estructura social de la penetración de las mismas. Las lógicas de la diversidad y de la desigualdad, de la posición y del estatus social, se organizan y reorganizan de forma conjunta, y su análisis ayuda a comprender las dinámicas en juego.

Culturas en tránsito

*Las prácticas culturales en España
en el comienzo del siglo XXI*

Antonio Ariño Villarroya
Ramón Llopis Goig

Culturas en tránsito Antonio Ariño Villarroya / Ramón Llopis Goig

Antonio Ariño Villarroya es catedrático de Sociología de la Universitat de València.

En la actualidad, es vicerrector de Cultura e Igualdad y dirige el Institut de Ciències Socials i de la Cultura de la Institució Alfons el Magnànim.

Sus principales líneas de investigación tienen que ver con los ámbitos de la sociología de la cultura, las políticas de bienestar social y el Tercer Sector. Entre sus investigaciones y publicaciones recientes destacan: *Prácticas culturales en España* (Ariel, 2010), *La secesión de los ricos* (Galaxia Gutemberg, 2016) con Joan Romero y *Les practiques culturals de la joventut catalana* (2016) con Ramón Llopis.

Ramón Llopis Goig es doctor en Sociología y profesor titular de la Universitat de València, donde imparte docencia en asignaturas de metodología y técnicas de investigación social e investiga temas relacionados con el consumo, la cultura y el deporte. Ha sido *visiting fellow research* en la Universidad de Leicester (UK), en el Instituto Universitario Europeo de Florencia (Italia) y en la Universidad de Cork (Irlanda). Es autor y coautor de un amplio número de artículos y libros sobre los temas de su especialidad y ha participado en diversos proyectos de investigación sobre participación y consumo cultural.

Culturas en tránsito

*Las prácticas culturales en España
en el comienzo del siglo XXI*

Antonio Ariño Villarroya
Ramón Llopis Goig

Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida ni total ni parcialmente, incluido el diseño de portada, ni registrada, ni transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, ya sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electro-óptico, por fotocopia o cualquier otro sin el permiso previo, por escrito, de la editorial. Asimismo, no se deberá reproducir ninguna de sus ilustraciones sin contar con los permisos oportunos.

Fundación SGAE no se identifica necesariamente con las opiniones expresadas ni con los resultados de las investigaciones publicadas en este volumen.

EDICIÓN

Fundación SGAE
C/ Bárbara de Braganza, 7 Madrid 28004

DIRECCIÓN EDITORIAL

Rubén Gutiérrez del Castillo. Dirección de Investigación y Desarrollo. Fundación SGAE

COORDINACIÓN EDITORIAL

Soraya Sánchez Albardíaz. Área de Estudios. Fundación SGAE

CORRECCIÓN DE ESTILO

Fernando Peña Charlón

CUBIERTA Y DISEÑO DE MAQUETA

José Luis de Hijes

MAQUETACIÓN E IMPRESIÓN

Eventos y Sinergias, S.L.

© Fundación SGAE

www.fundacionsgae.org

I.S.B.N.: 978-84-8048-883-9

Depósito Legal: M-19100-2017

“En los mismos ríos nos bañamos y no nos bañamos,
[pues] somos y no somos [los mismos]”

(Heráclito)

ÍNDICE

CAPÍTULO 1	INTRODUCCIÓN	11
	1. ¿Heráclito tenía razón?	11
	2. La Gran Recesión y el ascenso del capitalismo cognitivo	15
	3. Culturas	18
	4. Objetivos y esquema del estudio	20
CAPÍTULO 2	FACTORES Y TENDENCIAS DE LA PARTICIPACIÓN CULTURAL	25
	1. Los factores principales	25
	1.1. Transformaciones sociodemográficas y nuevas categorías sociales	26
	1.2. La desigual distribución del capital educativo	32
	1.3. La disponibilidad de tiempo libre	39
	1.4. El gasto de los hogares en cultura	46
	1.5. El gasto público en cultura	55
	1.6. Los equipamientos del hogar y de los individuos	60
	2. Las tendencias de participación cultural	71
	2.1. Una perspectiva general	71
	2.2. El gran retroceso de las artes escénicas	79
	2.3. El impacto de la transición digital en la escucha de música y en el cine	83
	3. El marco europeo: una perspectiva comparada	88
CAPÍTULO 3	LECTORES, TELEVIDENTES Y NAVEGANTES	93
	1. Un plano general de las prácticas	94
	2. La panorámica de los medios de comunicación	97
	3. Las prácticas lectoras	101

3.1. El tópico de la crisis de la lectura	101	<i>Audición en directo y mediada</i>	219
3.2. La producción editorial y el acceso a los libros	103	<i>Equipos y medios en la escucha de música</i>	223
3.3. Evolución de las prácticas lectoras	108	<i>El acceso a los bienes musicales</i>	225
3.4. La lectura de libros	112	<i>Los géneros musicales y el acceso a los bienes musicales</i>	227
3.5. Los géneros de la lectura	120	<i>Las entradas a espectáculos musicales</i>	229
3.6. ¿Se halla la lectura amenazada por los nuevos medios?	124	3. El cine y el teatro	232
3.7. La lectura digital	128	3.1. El interés por y la asistencia al cine	233
3.8. La socialización en la lectura	131	<i>Las preferencias cinematográficas</i>	237
4. Las prácticas audiovisuales	132	<i>La nacionalidad del cine</i>	240
4.1. Las prácticas televisivas	133	<i>Las razones para no ir más al cine</i>	241
4.2. Tiempo medio diario de TV	139	<i>Ver cine en casa</i>	244
4.3. Los usos de la televisión	142	3.2. La asistencia al teatro	246
4.4. Los nuevos soportes para ver TV	149	<i>Los géneros teatrales</i>	251
4.5. La radio, en tránsito	150	<i>El coste de la asistencia al teatro</i>	252
5. Las prácticas digitales	154	<i>Los motivos por los que no va más veces</i>	253
5.1. Penetración del ordenador e Internet	156	4. Visitas a sitios patrimoniales y artísticos	255
5.2. Perfil sociodemográfico de los internautas	159	<i>La visita a los museos</i>	259
5.3. Internautas a tiempo completo: las funcionalidades del móvil	164	<i>Tipología de los museos</i>	261
5.4. Actividades en internet	168	<i>Preferencias y prácticas</i>	263
5.5. ¿TIC o TICOM?	178	<i>La visita a museos y el precio</i>	264
5.6. Sobre los riesgos de las tecnologías digitales	180	<i>Los motivos de la visita a museos</i>	265
5.7. Rivalidad y complementariedad de medios	182	CAPÍTULO 5 ASOCIACIONISMO, AMATEURISMO Y SOCIALIZACIÓN CULTURAL	269
5.8. El futuro de internet: ¿quiénes son los verdaderos nativos digitales?	188	1. Elogio del amateurismo en la era digital	270
5.9. ¿Una revolución cultural?	196	2. El asociacionismo cultural	273
CAPÍTULO 4 CONCIERTOS, ARTES ESCÉNICAS Y VISITA A MONUMENTOS	201	3. La importancia del tiempo libre	282
1. La sociabilidad de las prácticas culturales	201	4. Una panorámica general	283
2. Las prácticas musicales	207	4.1. El amateurismo audiovisual	285
2.1. La omnipresencia de la música	207	4.2. Prácticas musicales	287
2.2. La asistencia a actividades musicales	211	4.3. Otras prácticas	288
2.3. Los géneros musicales	215	5. La asistencia a eventos y centros culturales	290
<i>Los géneros de música actual</i>	216	6. La socialización cultural: prácticas de los menores de 10 a 16 años	296
<i>Los grandes géneros de la música clásica</i>	218		

CAPÍTULO 6	DE LA OMNIVORIDAD CULTURAL EN ESPAÑA	303
	1. El debate sobre la omnivoridad cultural	308
	2. La omnivoridad cultural desde la perspectiva del <i>volumen</i>	313
	3. Características sociodemográficas de los omnívoros culturales	319
	4. Intereses culturales de la población omnívora	327
	5. Géneros artísticos y omnivoridad cultural	329
	6. El <i>ethos</i> de la omnivoridad y las metamorfosis de la legitimidad	341
CAPÍTULO 7	DIVERSIDAD Y DESIGUALDAD: EJES, ESTRATOS Y ENCLAVES DE CONSUMO CULTURAL	353
	1. Introducción	353
	2. Los intereses culturales	356
	2.1. La estratificación de los intereses culturales	360
	2.2. Tipología de la población según los intereses culturales	364
	3. Las prácticas culturales	370
	3.1. La estratificación de las prácticas culturales	373
	3.2. Tipología de la población según las prácticas culturales	377
	4. Relaciones entre los intereses y las prácticas culturales	383
	4.1. La asociación entre los factores de intereses y prácticas culturales	383
	4.2. Intereses culturales de los conglomerados de prácticas culturales	386
	4.3. Intersección entre los conglomerados de intereses y prácticas culturales	387
	5. El buen gusto y sus diversas manifestaciones	389
CAPÍTULO 8	CONCLUSIONES	395
	1. Nuevos medios, recambios generacionales	399
	2. Nuevos públicos, ¿nuevas políticas?	404
	BIBLIOGRAFÍA	409

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1. ¿HERÁCLITO TENÍA RAZÓN?

En la sala de estar de la residencia, María está viendo *Cine de Barrio*, la única oferta cultural televisiva para quienes tienen más de 75 años. En ese momento, alguien se acerca y le comenta que Ángel, el chico con síndrome de Down que se sentaba en el rincón, ha muerto: “¿Cómo? ¡Si ayer estuve hablando con él!”. “Pues sí, anoche murió...”. “¡Ay, es que aquí estamos de tránsito!”, exclama.

Debajo del puente –haciendo uso de las libertades burguesas, como preconizaría irónicamente Gaetano Mosca–, Jalad prepara sus cartones para pasar la noche. Un periodista que dice elaborar un reportaje sobre los sin techo le pregunta si piensa venir aquí más días. “Yo estoy de paso”, le contesta mientras sigue a lo suyo. “Solo sé dónde dormiré las próximas horas”.

“Madres en tránsito” es el título del reportaje que Analía Iglesias publica en el periódico sobre las mujeres jóvenes subsaharianas esperando en Rabat para dar el salto a España y a Europa¹.

¹ http://elpais.com/elpais/2014/12/18/planeta_futuro/1418906641_401062.html.

Rosario es mejicana, pero reside ahora en una ciudad española. Comparte un piso con otras personas a las que apenas conoce. Dice que trabaja como fotógrafa *freelance*, justo en estos tiempos en que todo el mundo lleva una cámara en la mano y puede captar una instantánea o un vídeo antes de que llegue al lugar del suceso cualquier fotoperiodista. “¡Esta vida es una estafa!”, espeta con sus recién estrenados 30 años. “Te preparas concienzudamente para un trabajo y, de pronto, desaparece”.

A la puerta de la escuela infantil, Carlota se deshace en elogios de las habilidades técnicas de su hija pequeña, siguiendo ese impulso primario *familista* de encumbrar a los hijos sin medida: “Fíjate lo renacuajo que es y maneja la tableta con una soltura... Pincha aquí y allá... Su padre no sabe manejarla así”.

Albert Sáez ha publicado *El periodisme després de Twitter*. En una entrevista reciente, afirma: “Alguna cosa estava passant que estava fent que els diaris desconnectessin del públic. Parlem dels nadius digitals, però hi ha una part que són fugitius analògics: no els hi agradava què estàvem fent i quan han trobat una alternativa, s’hi han sumat”².

En el Salón del Libro de París, unos 300 novelistas, ensayistas, dramaturgos, ilustradores, traductores... en una palabra, autores, han irrumpido para alertar a la opinión sobre las amenazas que pesan sobre su oficio³.

Juan tiene comprometida una conferencia para este jueves por la tarde, pero el médico le ha recomendado que durante unos días no salga de casa por un problema ocular. Él no se arredra, dará la conferencia desde la sala de estar y, por supuesto, atenderá las preguntas que se formulen por las redes.

En tránsito, de paso, aprendiendo cada día, nativos digitales, migrantes del mundo digital al analógico, migrantes del sur al norte, en *streaming*, en las redes... Todo se mueve (*panta rei*). La economía de los medios audiovi-

suales, desde hace unos cuantos años, se hunde y se trafica con sueños sobre las nuevas formas de negocio posGutenberg; la otra economía también ha entrado en barrena, truncando expectativas, recortando derechos, jibarizando oportunidades; las estructuras sociales se hacen más flexibles e inestables; un cambio tecnológico incesante trastoca formas de organización social, estilos de vida, pautas culturales, sin apenas dar tiempo para asimilar tantas potencialidades. Las leyes tratan de poner puertas al campo y nacen provisionales, si no muertas⁴. Como sostiene Steve Johnson, hubo 30 años para que las gentes se adaptaran a las nuevas posibilidades narrativas del cine, 20 para la radio; otros 20 para la televisión; cinco para el vídeo y los videojuegos... y ahora, en el espacio de una década, un alud de innovaciones de todo tipo ha acabado convirtiéndolas “en ingredientes básicos de la cultura pop” (Johnson, 2011: 147).

Efectivamente, en apenas unos años, hemos pasado:

De lo letrado a lo digital
 Del libro al *e-book*
 Del *walkman* al iPod
 De la Britannica a la Wikipedia
 Del fijo al móvil
 Del móvil al *smartphone*
 De los *blogs* a los tuits
 De los SMS a los wasaps
 De WhatsApp a Snapchat
 Del disco a la suscripción
 De los IP a los OTT
 De la TV al *streaming*
 De las descargas a los servicios
 De la posesión de productos al uso instantáneo

² http://cat.elpais.com/cat/2015/03/21/catalunya/1426960899_173439.html.

³ http://www.lemonde.fr/livres/article/2015/03/21/inedit-defile-d-auteurs-en-colere-au-salon-du-livre_4598629_3260.html.

⁴ Ley de propiedad intelectual.

De acuerdo con la CNMC, entre 2012 y 2013, a medida que iba aumentando la adquisición y uso de terminales inteligentes, todas las utilidades de la banda ancha móvil han crecido sustantivamente: los servicios de *streaming*, un 92%; las descargas de aplicaciones y *software*, un 88%, y los servicios de voz sobre banda ancha, un 85%. Ello ha sido posible por el incremento de la penetración de internet y el aumento de las velocidades de los servicios (CNMC, 2014: 7-9).

Esta comunicación móvil es distinta de otras formas de comunicación mediada y de intercambio de información, y tiene implicaciones sociales nuevas⁵. La comunicación móvil se produce mientras el usuario se mueve, cuando se desplaza físicamente, estando en tránsito, en el instante..., porque se halla inmerso en una infraestructura invisible que hace posible esta conectividad permanente, sin necesidad de acceder a un lugar dotado de equipamientos específicos. Las prestaciones de movilidad digital son muy importantes porque permiten que los flujos de información y comunicación se entretrejan, sin costuras, en la vida cotidiana⁶, transformen las interacciones sociales (presencia conectada), la relación con el espacio y la construcción de lo público y lo privado, la circulación de imágenes, significados y capitales, etc. Y todo ello sucede mediante dispositivos cada vez más complejos, más pequeños y mejor *in-corporados*: los famosos *wearables*.

La combinación del cambio tecnológico, la constante ampliación de la base de usuarios y la modificación de los usos que se derivan de ello provocan un estado permanente de frontera, de transición y de mudanza, donde en cada una de las múltiples ferias que se celebran por el mundo, se anuncian repertorios de nuevas herramientas y aplicaciones que caminan hacia la corporalidad y personalidad “aumentadas”. Tim Cannon, fundador de la empresa Grindhouse Wetware, tiene como objetivo crear tecnologías para

aumentar las capacidades humanas y experimenta, en primer lugar, con su propio cuerpo, implantándose biosensores médicos de diverso tipo. El debate sobre el transhumanismo ha sido desatado.

Esta es una de las lógicas que recorren las estructuras sociales del presente y que deben ser tenidas en cuenta al estudiar las prácticas y formas de participación cultural. Las industrias musicales y del vídeo, del cine, del libro, de la fotografía, del juego, se reconfiguran porque la relación que ligaba objetos, usos y géneros se ha roto. La difusión de los conocidos como *social media* y los dispositivos portátiles *inteligentes* está produciendo un cambio de paradigma en las prácticas culturales, al modificar no solo el acceso a los bienes y servicios sino también la dinámica de las funciones de creación, producción, difusión, circulación y participación cultural.

2. LA GRAN RECESIÓN Y EL ASCENSO DEL CAPITALISMO COGNITIVO

El cambio tecnológico, pues, constituye una lógica fundamental para comprender lo que está pasando en el sector cultural (y en la sociedad). No entraremos aquí a hablar de los procesos de automatización, del creciente impacto de la inteligencia artificial, etc., que son prolongaciones generativas del cambio tecnológico, sino de la otra lógica a considerar para comprender lo que pasa y el desafío que enfrenta el sector cultural.

Una forma primaria de abordar esta encrucijada consiste en centrarse en la crisis económica desatada en 2008. Hay buenas razones para ello. Como veremos, la construcción de series de datos sobre inversión de las administraciones públicas en cultura, sobre consumo de los hogares y sobre participación parecía hallarse sometida solamente a las fuerzas del cambio tecnológico..., ¡hasta esa fecha! España, desde la transición democrática, venía profundizando las prestaciones y servicios del Estado de bienestar, que también se extendían al bienestar cultural, si bien con el retraso consabido y la peculiaridad del desarrollo de las políticas identitarias de las

⁵ John Urry, *Mobilities* (2007). Nuevo paradigma de la movilidad social; Sheller, M., *Mobility*, en *Sociopedia*, <http://www.sagepub.net/isa/resources/pdf/mobility.pdf>.

⁶ Campbell, 2013.

comunidades autónomas⁷. Nadie, con voz relevante en el espacio público, anticipó la quiebra de la burbuja inmobiliaria, de los bancos y cajas de ahorros, de la economía española. Es cierto que las voces más lúcidas venían insistiendo en la necesidad de un cambio *de* modelo productivo; otras matizaban que la cuestión era más sencilla: bastaba con profundizar en los cambios que ya existían *en* el modelo económico. Pero ni unos ni otros predijeron la gravedad de la situación.

Incluso, en el primer momento, la pavorosa expansión de la crisis económica no incidió con gran dureza en el ámbito cultural, pues venía viviendo de las políticas asentadas sobre la abundancia de recursos generados por la especulación y la burbuja inmobiliaria; por otra parte, el dinero del plan E del Gobierno de J. L. Rodríguez Zapatero, diseñado para afrontar el embate de la crisis, se dedicó en parte a la construcción de infraestructuras culturales y equipamientos físicos —¡en la era de la comunicación móvil!— que en ocasiones no han sido concluidos, no han podido ser equipados y utilizados o, sencillamente, han tenido que cerrar por insostenibles tras una pírrica inauguración.

Pero la contracción brusca de los ingresos en todos los niveles de la Administración, y muy especialmente en el plano local⁸, tuvo un impacto profundo en la programación y en el empleo en el sector cultural; la disminución de ingresos en las familias y el aumento acelerado del paro mermaron los recursos de los hogares, que aplicaron las restricciones correspondientes a casi todo lo relacionado con el ocio y la cultura. Hay que sumar a todo ello el hundimiento de las cajas de ahorros y de sus fundaciones (que aún no parecen haber redefinido un modelo claro de actuación) y la ausencia de una política de mecenazgo que pudiera facilitar la inversión privada en la promoción cultural⁹. El remate vino a ponerlo la sorprendente política impositiva del

Gobierno (subida del IVA al 21%), con supuestas finalidades recaudatorias, que ha tenido un tremendo efecto contractivo de la actividad cultural¹⁰.

Estos factores, típicos de la situación española, son muy importantes. Pero, si se contempla la Gran Recesión desde una perspectiva internacional, se observará que sus raíces se remontan a finales de los años setenta y primeros ochenta del pasado siglo, cuando se inicia una dinámica global que combina deslocalización industrial, contracción de salarios, flexibilidad laboral, concentración de la riqueza en una muy reducida minoría (economía de las superestrellas¹¹) y crecimiento de las desigualdades. Si miramos las cosas desde esta perspectiva más dilatada y global, la dimensión de los problemas que enfrenta el sector cultural cambia profundamente¹².

En foros, jornadas y encuentros sobre “el futuro de... las artes escénicas, el libro, el audiovisual, del periodismo, etc.”, se suele escuchar que el correspondiente sector ha logrado sobrevivir a estos y otros tiempos duros y que, si se logra atravesar “la parte más oscura del túnel”, el sol volverá a brillar de nuevo. La ceguera voluntaria, en algún momento, encontrará sus límites. Ya en los años cincuenta, Michael Young, con una crudeza y lucidez insólitas, planteaba que “el capital cerebral es la mejor forma de inversión”¹³. Ahora, hemos entrado en un nuevo tipo de capitalismo, del que al menos podemos subrayar dos rasgos intrínsecamente relacionados: es cognitivo, en el sentido de que el conocimiento aplicado a la producción de conocimiento constituye la principal fuerza productiva; y es financiero, en tanto que, gracias a la innovación constante, este es el sector que funciona de forma más global y

7 Bustamante, 2013.

8 A título de ejemplo, ver los datos de los ayuntamientos de la provincia de Barcelona.

9 Es relevante señalar aquí que, al margen de disponer de ley o no, el mecenazgo está cambiando de modelo de funcionamiento en todo el mundo.

10 Resolución de 2 de agosto de 2012, de la Dirección General de Tributos, sobre el tipo impositivo aplicable a determinadas entregas de bienes y prestaciones de servicios en el impuesto sobre el valor añadido (BOE, 6 de agosto de 2012). El impuesto que se carga a la exhibición de las artes escénicas pasará del 8% al 21%. Sobre el estado de la cultura durante la crisis, es imprescindible ver Bustamante, 2015.

11 Rosen, 1981.

12 Ariño y Romero, 2016.

13 Young, 1958: 63.

dinámica, logrando que por fin el dinero produzca dinero, en ocasiones mediante la mera interacción de máquinas (M2M).

En el apartado anterior, hemos visto que del cambio tecnológico se deriva una conclusión: internet y el lenguaje digital ya no son opciones, sino condiciones, a partir de las cuales funciona la sociedad. Ahora podemos señalar que del cambio de modelo socioeconómico, se deriva otra conclusión tan indudable e ineludible como la anterior: el conocimiento y las competencias cognitivas son la clave para comprender el funcionamiento de la distribución de los recursos en la sociedad contemporánea. También –y especialmente– de los recursos culturales. Como podremos comprobar, el capital educativo es la variable que tiene una mayor capacidad explicativa de las pautas, preferencias y prácticas y de la distribución de los bienes y servicios culturales.

3. CULTURAS

Hablar en singular de algo que por naturaleza es plural y persistir en esa forma de hacerlo durante décadas (no digamos ya escribir la palabra con mayúsculas) debe responder a fuerzas tanto psíquicas como sociales muy poderosas. En este sentido, nadie discutirá hoy que no existe “la cultura” sino culturas, pero al mismo tiempo son mayoría las voces que hablan de la cultura como algo portador de valores superiores y la presentan, aunque sean agnósticos, revestida de un halo de santidad: procura la felicidad, el sentido de la vida, la sabiduría, el bienestar económico, la cohesión social... la salvación. En una reciente entrevista al, por lo demás loable, editor Jorge Herralde, este afirmaba: “Cuanto más instruida la gente, más aumenta su capacidad crítica y su capacidad de poner en tela de juicio los dislates del poder”¹⁴. Ninguna evidencia empírica ha confirmado esta suposición, más

bien los procesos electorales recientes en distintos países con fracturas sociales al 50% parecen indicar lo contrario. De hecho, lo que no deja de ser sorprendente, nunca se ha investigado la correlación existente entre mente instruida y sabiduría o sentido de la ciudadanía crítica. ¿Acaso las obras de Aristóteles o de Kant fueron leídas y conocidas en su época más que en la nuestra? En ocasiones, se suele sentenciar que la vida no es posible sin la ópera o sin el teatro clásico o sin la escultura griega. Pero los hechos desmienten tales afirmaciones.

Del mismo modo, existe una persistencia, casi patológica, en censurar sistemáticamente las formas que no responden a la imagen legítima de la cultura; de ellas se puede hablar como “pseudocultura” o “cultura basura”. En un reciente artículo, Rafael Argullol conjeturaba en tono apocalíptico: “quizá lleguemos a ver cómo será la vida sin cultura”. Pero ¿puede existir vida humana, sociedad humana, sin dimensión simbólica? Uno de los argumentos de los apocalípticos se sustenta en la caída constante de la lectura y la pérdida de las competencias asociadas a ella; otro, en los degradados contenidos que se leen: “*best sellers* de pésima calidad” que “avergonzarían a los grandes autores de *best sellers*”¹⁵. Se podría reforzar esta visión recordando que en determinadas librerías existen secciones denominadas de “ciencias ocultas” que son más extensas, más nutridas y más visitadas que las de ciencias a secas.

Asintamos, por un momento, a esta concepción que, por otra parte, no deja de parecerse a la que suelen tener los eclesiásticos de las religiones alternativas y de las formas de religiosidad popular, a las que denominan “supersticiones”. Convengamos en que vivimos en una sociedad donde los medios suministran a los consumidores “estupefacientes idiotizadores” y el cerebro humano, salvo en algunos especímenes, busca desesperadamente “la atrofia”¹⁶. No podremos dejar de reconocer que tenemos una pésima opinión del género humano, con la excepción de nosotros mismos.

¹⁴ http://cultura.elpais.com/cultural/2015/03/19/actualidad/1426760525_274963.html.

¹⁵ http://elpais.com/elpais/2015/03/02/opinion/1425310111_943827.html.

¹⁶ La ironía se la debemos a Johnson, 2011.

Una sociología crítica no puede compartir esta teoría del ser humano ni de la sociedad. Pero no es este el momento de hacer teoría, sino de justificar nuestro planteamiento. Toda sociedad es plural, y las contemporáneas, de movilidad generalizada, lo son especialmente. Por tanto, rastremos la diversidad: no la cultura, sino las culturas.

También hay que añadir que sociedad humana es, al mismo tiempo, un espacio de distribución desigual de los recursos. Y las nuestras, por más democráticas que se presuman, también son desiguales. Más aún, nunca habían alcanzado cimas tan altas las desigualdades que hoy se legitiman sobre el ideal meritocrático. Los bienes y servicios culturales se distribuyen de forma muy desigual.

Esta forma de hablar en plural habría que extenderla también a internet. Cada vez es más patente que no hay un internet¹⁷. Tanto si lo miramos desde una perspectiva histórica (sus oleadas de evolución) como estructural (sus distintas capas); desde su implantación geográfica (con los controles de acceso de determinados países) o su penetración social (con difusión de culturas cooperativas o de individualismo expresivo, por citar dos ejemplos), la pluralidad es un fenómeno creciente en la red de redes. La lógica de la homogeneización (occidental o americana) es contrarrestada vigorosamente por la de la culturización nacional (china, rusa, islámica, vietnamita, etc.) y por la adaptación a las condiciones socioestructurales de las distintas sociedades.

4. OBJETIVOS Y ESQUEMA DEL ESTUDIO

Este estudio tiene el propósito de realizar un análisis sistemático de las prácticas y preferencias culturales en los últimos 15 años en España, utilizando como fuente primordial las cuatro encuestas sobre hábitos y prácticas

culturales realizadas por el Gobierno, a través del ministerio correspondiente¹⁸, en 2002/2003, 2006/2007, 2010/2011 y 2014/2015¹⁹. Estas cuatro encuestas permiten conocer con cierto detalle las preferencias, expectativas y prácticas culturales de la población española.

La regularidad con que han venido realizándose encuestas sobre prácticas y hábitos durante este tiempo pone de manifiesto un avance significativo en el proceso de institucionalización demoscópica. No obstante, como tendremos ocasión de comprobar, estos instrumentos son limitados, no solo por las dificultades para registrar la aceleración del cambio en este periodo, sino sobre todo por limitaciones en el espectro de actividades culturales que se contemplan y, lo que es más grave, por el reducido número de variables de clasificación que se utilizan. La clase social, los ingresos, la ocupación, son variables fundamentales para explicar cualquier fenómeno social, pero muy especialmente las prácticas culturales, y en las encuestas que se realizan no hay datos sobre ello. También resulta imprescindible, en la España de las autonomías, conocer los idiomas que habla la persona entrevistada; y, finalmente, dado el dinamismo de la inmigración, es imprescindible disponer de datos sobre el origen nacional para poder analizar las prácticas de las comunidades migrantes²⁰.

La información ha sido ampliada mediante muchas otras bases de datos y encuestas. En concreto, los datos procedentes de estudios e informes que elaboran distintos organismos públicos (INE, CIS, ONTSI, CNMC), fundaciones (Autor, Telefónica, Orange) y entidades de análisis de consumo mediático (estudios de EGM de AIMC).

El libro se estructura en tres partes de extensión variable. Tras este primer capítulo introductorio, la primera estudia los factores y tendencias de la participación cultural en una perspectiva dilatada, utilizando datos de los

¹⁷ Martel, 2014.

¹⁸ Véase CulturaBase en <http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas.html>.

¹⁹ Esta encuesta fue resultado de un convenio de colaboración del ministerio con la Fundación Autor. Los resultados fueron analizados en Ariño et alii, 2004.

²⁰ Huertas et alii, 2013.

anuarios del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, de la Fundación Autor, de las encuestas de hábitos culturales y de los Eurobarómetros sobre participación cultural en Europa, entre otros (capítulo 2).

La segunda parte está formada por los tres capítulos siguientes, que se dedican a una exploración de la participación cultural en los distintos ámbitos de prácticas y dimensiones que consideran las encuestas.

El capítulo tercero aborda las prácticas relacionadas con la lectura, la televisión e internet, mientras que el cuarto se ocupa de aquellas que suponen visita a un equipamiento especializado. Se produce un contraste, por tanto, entre prácticas que predominantemente se realizan en el hogar y que también son esencialmente individuales, frente a otras que suponen salir de casa, comportan costes adicionales y llevan asociadas connotaciones sociales relevantes.

En ambos casos, nos hallamos ante el consumo de bienes culturales frecuentemente creados y producidos por profesionales, que preferentemente se realizan en el hogar y donde el público, pudiendo implicarse más o menos, no deja de ser receptor. Existe un marcado contraste entre la digitalización de las primeras y la presencialidad obligada de las segundas.

El capítulo siguiente juega con otro contraste, al ocuparse de las prácticas asociativas y las de *amateur*, que suponen un mayor compromiso por parte de quienes las realizan.

Esta segunda parte tiene esencialmente un carácter descriptivo y comparativo; descriptivo en tanto que recoge las frecuencias en preferencias y prácticas y ofrece información sobre perfiles sociodemográficos; comparativo, en tanto que trata de reunir información de todo el periodo analizado, para comprender las tendencias de evolución.

En contraste, la tercera parte tiene un carácter analítico y se utilizan los datos de la última encuesta disponible (2014/2015) para indagar dos cuestiones que centran el debate actual: la evolución desde preferencias unívoras hacia la omnivoridad; y la cuestión de la distribución de las prácticas en función de las variables de clasificación. Utilizando diversas técnicas de análisis, se trata de captar los distintos universos culturales

existentes en la sociedad española e identificar los rasgos sociodemográficos que los caracterizan.

Nuestro planteamiento permite constatar la existencia de una lógica general que valora el aprecio y práctica de diversas formas culturales; al mismo tiempo, queda claro que la omnivoridad no es un fenómeno ni unívoco ni específico de la clase profesional cultivada, sino que existen diversas formas de omnivoridad; pero, sobre todo, que este concepto resulta ya insuficiente para comprender lo que de forma más apropiada denominamos regímenes de preferencia y práctica cultural.

Por otra parte, el análisis realizado en estos dos capítulos arroja luz sobre una categoría de personas, estadísticamente amplia, que, partiendo de los datos de las encuestas, han de ser calificadas como unívoras y alejadas. Pero debe advertirse ya desde el principio que este resultado no refleja tanto la realidad de esta categoría de personas cuanto su posición ante el repertorio de preferencias y prácticas que las encuestas ofrecen. Una vez más, hay que seguir preguntándose, “los que dicen que no leen, ¿no leen nada?; los que no van a la ópera, ¿no tienen ninguna jerarquía sobre los géneros musicales?; los que pasan las horas delante de la televisión, ¿son culpables de algo?”. Las políticas públicas sobre la participación cultural no podrán ignorar estas y otras preguntas similares, si quieren seguir denominándose públicas.

Finalmente, el capítulo 8 contiene reflexiones conclusivas sobre los significados múltiples del título del libro, *Culturas en tránsito*, subrayando especialmente el tránsito tecnológico, el generacional y el educativo.

Agradecimientos

Muchas personas han apoyado directa o indirectamente la realización de este trabajo. Sin la confianza de la Fundación Autor y de Rubén Gutiérrez del Castillo no hubiera llegado a su fin; sin las facilidades dadas por la división de estadísticas culturales del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, no habríamos dispuesto de los microdatos para realizar el análisis;

sin las personas que comparten nuestras inquietudes en el Departamento de Sociología y Antropología Social, nos hubiera faltado el clima adecuado para desarrollar nuestros planteamientos; sin el apoyo constante de nuestras familias –cuya comprensión excede todo lo razonable–, habríamos tenido que desistir de nuestro propósito. Deseamos que el esfuerzo merezca la pena y contribuya con este granito de arena a una distribución más justa de los bienes simbólicos.

CAPÍTULO II

FACTORES Y TENDENCIAS DE LA PARTICIPACIÓN CULTURAL

Este primer capítulo tiene un carácter contextualizador. Por ello, abordamos en primer lugar los factores que permiten comprender la dinámica de la demanda y de la participación cultural; en segundo lugar, esbozamos tendencias fundamentales que se pueden observar mediante bases de datos complementarias a las encuestas de hábitos que estudiaremos con posterioridad (en concreto, los anuarios del ministerio y de Fundación SGAE, pero también otro tipo de encuestas del EGM-AIMC o de la Unión Europea); finalmente, ofrecemos unos apuntes sobre la situación de España en el contexto europeo.

1. LOS FACTORES PRINCIPALES

La demanda cultural –perspectiva económica– y la participación cultural –visión sociológica– dependen de una serie de factores que crean las condiciones de posibilidad para que las personas accedan a los bienes y servicios disponibles en una sociedad. Estos son: el factor sociodemográfico (en un país y un momento determinado hay un número de personas con una edad, un sexo, un lugar de nacimiento y de residencia, un grado de autonomía

personal, etc.), el factor educativo (las competencias y habilidades de los sujetos), el factor financiero (la capacidad de gasto de las administraciones y de los hogares), el tiempo libre (disponible una vez realizadas las actividades básicas para la subsistencia) y, finalmente, la accesibilidad de equipamientos y dispositivos proveedores de bienes y servicios culturales, que tiene que ver tanto con la oferta real como con las regulaciones y disposiciones normativas.

En las páginas siguientes, sin ánimo de exhaustividad, abordaremos los aspectos más relevantes de cada uno de ellos. Los supuestos con que operamos se fundan en la amplia literatura sobre el tema, que ha mostrado que la participación cultural depende en gran medida de los recursos disponibles, y estos tienen que ver con recursos del individuo (tiempo, estado de salud, etapa del ciclo vital, edad, sexo, nivel educativo, bagaje familiar) y con los recursos que ofrece la sociedad (especialmente, la Administración pública).

1.1. Transformaciones sociodemográficas y nuevas categorías sociales

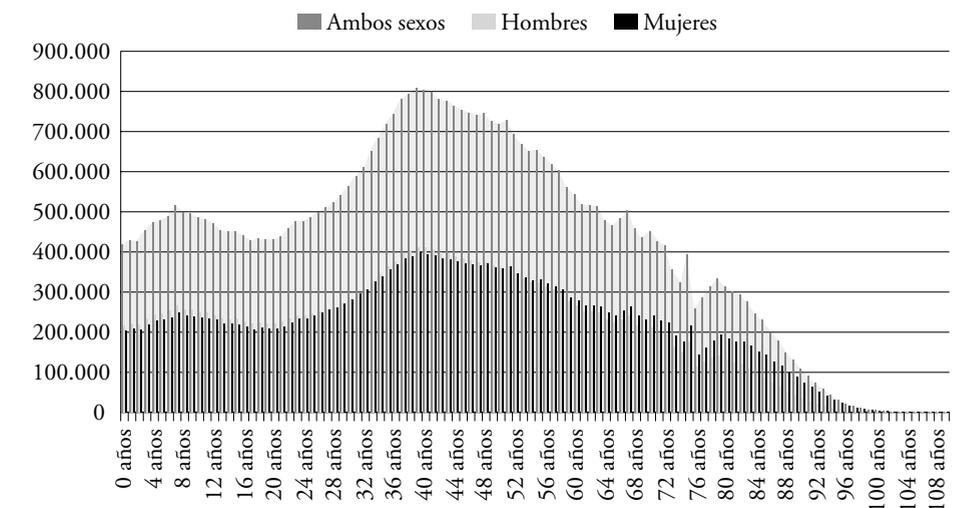
La demanda y la participación culturales están relacionadas de una forma directa con la demografía, no solo en el sentido del volumen de personas existentes y con capacidad para desarrollar prácticas culturales de diverso tipo, sino de otros rasgos, como las tendencias de la natalidad y de la mortalidad, del envejecimiento demográfico, de la composición de la población por sexo y edad y de la estructura de los hogares. Los rasgos más destacables de la demografía española en este periodo son los siguientes.

En primer lugar, el *cambio en el ritmo de crecimiento de la población*: esta, entre 2003 y 2012, aumenta en cinco millones, pasando de casi 42 millones a cerca de 47. En los cuatro últimos años, sin embargo, inicia un retroceso (debido tanto a la caída de la natalidad como al retorno de los inmigrantes a su país de origen y a la migración de jóvenes españoles al extranjero), con una pérdida de 220.000 habitantes. La población a 1 de enero de 2016 supera claramente los 46 millones y, de acuerdo con las predicciones del INE, se habrá producido en 2029 una pérdida superior al millón de habitantes.

El gráfico 1 ofrece una representación horizontal de la estructura de la población residente en España a 1 de enero de 2016, por cohortes anuales. Esta forma de representación permite imaginar, de manera más intuitiva que una pirámide demográfica tradicional, la probable dinámica y trayectoria que seguirá esta estructura.

En el gráfico 1 se puede constatar la *caída de la natalidad* que se viene produciendo en los últimos años, dado que las cohortes más nuevas –de 0 a 4 años– están reduciendo su tamaño. Mientras que en la cohorte de 7 años, a 1 de enero de 2016, encontramos 515.752 personas, entre la cohorte de los que todavía no han llegado a cumplir el año son 418.102, es decir, un total de 97.650 menos.

Gráfico 1. La estructura de la población por cohortes anuales y por sexo en 2014



Fuente: elaboración propia a partir de INE, 2016.

Esta nueva caída de la natalidad, junto con el incremento de la esperanza de vida, conducen a una *maduración o envejecimiento demográfico*, que se

hacen patentes en: el incremento de la edad media de la población, que en 1975 era de 30 años y en 2014 es de 42 años; en el incremento del número de personas mayores de 65 años y la tasa de envejecimiento, que era del 16,7% en 2000 y es del 18,7% en 2016, o en la esperanza de vida a partir de los 65 años.

Dado que este proceso de maduración demográfica se acelerará significativamente en las próximas décadas, y que especialmente se acentuará lo que ya se conoce como envejecimiento del envejecimiento (es decir, el peso absoluto y proporcional de las personas mayores de 80 años, que se acercan ya a los tres millones), es necesario considerar que se producirá un cambio relevante en las necesidades culturales de dos categorías sociales nuevas que son:

- A) Las personas de edad avanzada con buena salud y capacidad de participación en la vida social y cultural, por las competencias y recursos de que disponen
- B) Las personas con situaciones graves de dependencia y discapacidad, con movilidad reducida y dificultades para una participación en los modelos imperantes de prácticas culturales, de otro. Y
- C) Las personas que han entrado ya en la fase terminal, conocida como proceso final de la vida, que requerirán cuidados paliativos y una nueva cultura sobre el fenómeno de la muerte.

En la actualidad, a las primeras se las invita a desarrollar una vida activa tanto por razones de realización personal como de carácter sanitario y preventivo, mientras a las segundas y en especial a las terceras, se las reduce a sujetos pasivos (sujetados a una residencia, una silla o una cama) destinados a consumir, como mucho, determinados programas de televisión y de radio y cócteles químicos.

Este hecho demográfico fundamental se convierte también en un fenómeno cultural extraordinario, pues el alargamiento de la vida, com-

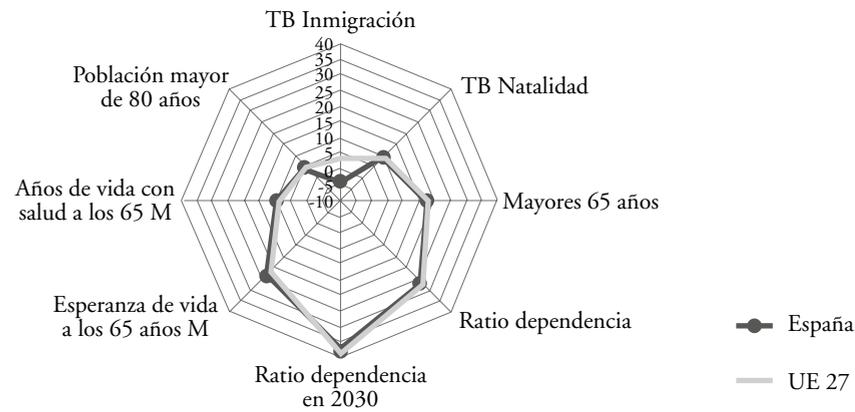
binado con las transformaciones en el empleo y la disponibilidad de tiempo libre, produce oportunidades históricas inéditas para actividades y relaciones sociales, y constituye un desafío sin precedentes para políticas culturales “diana”¹.

Desde la perspectiva del sexo, la *ratio de mujeres* por cada 100 varones apenas ha variado en el tiempo reciente y se sitúa en 103. Sin embargo, su distribución por edad o cohorte es muy diferente: así, entre los 0 y 25 años predominan ligeramente los varones, pero a partir de los 50 años la relación se va invirtiendo y desde los 60 en adelante el número de mujeres supervivientes en cada cohorte es muy superior al de los varones: la edad avanzada y la ancianidad son claramente femeninas. Este hecho queda registrado en la pirámide del gráfico 1.

Pero no solamente se trata de una cuestión de magnitudes demográficas. La visibilidad y presencia de las mujeres en la sociedad española ha cambiado sustancialmente en los últimos años, y ello todavía ha hecho más ostensible la persistencia de desigualdades en función del género. Por otra parte, cuando se analiza el comportamiento sociocultural de las mujeres mayores de 55 años, se observa un dinamismo extraordinario, con mayor capacidad de innovación (salir de casa para realizar o participar en actividades culturales) que entre los varones de la misma cohorte.

El gráfico 2 presenta la comparación entre España y los países de EU27 en una serie de indicadores demográficos básicos, como son la tasa bruta de natalidad, la tasa bruta de inmigración, el porcentaje de personas mayores de 65 años; la población mayor de 80 años, la esperanza de vida a los 65 años para las mujeres, la ratio de dependencia en 2030 y los años de vida en salud a los 65 años para las mujeres.

¹ Entendemos por tales aquellas que atienden las características singulares de un nicho o enclave de población.

Gráfico 2. Datos demográficos básicos para España y EU27

Fuente: elaboración propia a partir de Eurostat.

En términos generales, la figura resultante es muy similar en ambos casos, con una salvedad muy importante: la tasa bruta de inmigración que es muy superior en EU27. De hecho, en este momento, España pierde población inmigrante tanto porque se producen retornos a los países de origen como por los procesos de nacionalización española de residentes. Pese a ello, la sociedad española de 2016 ya no es la de 1990, en el sentido de que es más heterogénea, como consecuencia de la intensidad de los *flujos migratorios*, que se produjeron hasta el momento de la crisis.

De los 46,4 millones de habitantes que tiene España en 2016, aproximadamente 4,4 millones son inmigrantes. Mientras que durante mucho tiempo ha existido una visión hegemónica como una sociedad culturalmente homogénea, pese a la diversidad interna (por ejemplo, en lenguas y otras prácticas simbólicas de identidad), en la actualidad vivimos en una sociedad que es plural en un sentido nuevo: la heterogeneidad etnocultural que supone, por ejemplo, que entre los idiomas más hablados en el conjunto del país, después de las denominadas lenguas propias, se encuentren el árabe o el chino. A esta inmigración con voluntad de permanencia, se deben añadir los flujos turísticos y la movilidad por estudios (por ejemplo, los Erasmus), que introducen en el panorama cultural una diversidad relevante.

La caída de la natalidad tiene como consecuencia la reducción del tamaño de las redes familiares horizontales; pero el alargamiento de la esperanza de vida crea redes verticales de cuatro generaciones. En cierto sentido, se puede decir que el control sobre ciertas enfermedades que truncaban masivamente la trayectoria vital de las personas produce ahora “vidas completas” para un número mayor de personas, y como consecuencia de ello se instaura una sociedad de cuatro generaciones contemporáneas, dos de las cuales pueden estar ya jubiladas (Viard, 2011: 22).

Grosso modo, el análisis de la estructura y dinamismo demográficos permite distinguir diversos fenómenos novedosos y que conforman lo que podríamos denominar nuevos públicos, teniendo en cuenta el contexto general. Si nos atenemos a las variables de edad y generación, se puede distinguir entre las cohortes más jóvenes, que al tiempo que escolarizadas conforman los *nativos digitales* más genuinos, porque disfrutaron por primera vez en la historia no ya de internet sino de las redes sociales digitales, de las tabletas y de los *smartphones*, y las de los *jóvenes adultos*, situados entre los 25 y los 35 años, que se enfrentan también por primera vez en la historia como generación a una quiebra de las trayectorias vitales de emancipación por las dificultades para acceder al mercado de trabajo como consecuencia de la Gran Recesión; en el otro extremo de la línea de edad, hallamos a las *personas prejubiladas y recién jubiladas* (edad avanzada), en general con buena salud, movilidad física y recursos suficientes para ensayar una nueva experiencia vital, pero también a las *personas ancianas y dependientes*, con enfermedades gravemente invalidantes y una esperanza de vida en condiciones precarias. La sociedad carece de roles, estatus y expectativas claramente definidos para ambas categorías y, por tanto, de momento nos hallamos en un campo que se rotura y siembra experimentalmente cada día. Las vidas después de la jubilación son hoy territorios por conquistar, eso sí, fundados en la búsqueda –precaria– de la autonomía personal en la edad avanzada.

Si nos atenemos a la variable origen etnocultural, en uno de los polos podemos situar las *poblaciones autóctonas* con sus diversidades lingüísticas y culturales, que las encuestas del ministerio no exploran, pero que han dado

lugar a las políticas de identidad regional en las distintas comunidades autónomas, y en el otro polo a las comunidades inmigrantes que, en un mundo poscolonial, defienden el derecho a mantener su vida y costumbres en los contextos y enclaves de inmigración.

Si la primera variable –edad– debe conducir a la elaboración de políticas intergeneracionales; la segunda –origen etnocultural– plantea el desafío de las políticas interculturales. En ambos casos, se requieren estrategias e instituciones novedosas de mediación.

Finalmente, es importante señalar la variable y el sistema sexo/género como un factor determinante de nuevas pautas y políticas culturales. La cuestión de la igualdad no está resuelta –tampoco en el plano cultural, como se verá en los datos empíricos– y no se resolverá por inercia, dejando que la historia siga su curso. Al contrario, la retórica discursiva del igualitarismo político y la conciencia femenina de un derecho a conquistar harán más visibles sus déficits y los riesgos emergentes. En resumen, la cuestión de los nuevos públicos en la cultura tiene que ver también con la de una nueva ciudadanía para todas las categorías sociales. Y aquí, términos como inclusividad y accesibilidad cobran su pleno sentido.

1.2. La desigual distribución del capital educativo

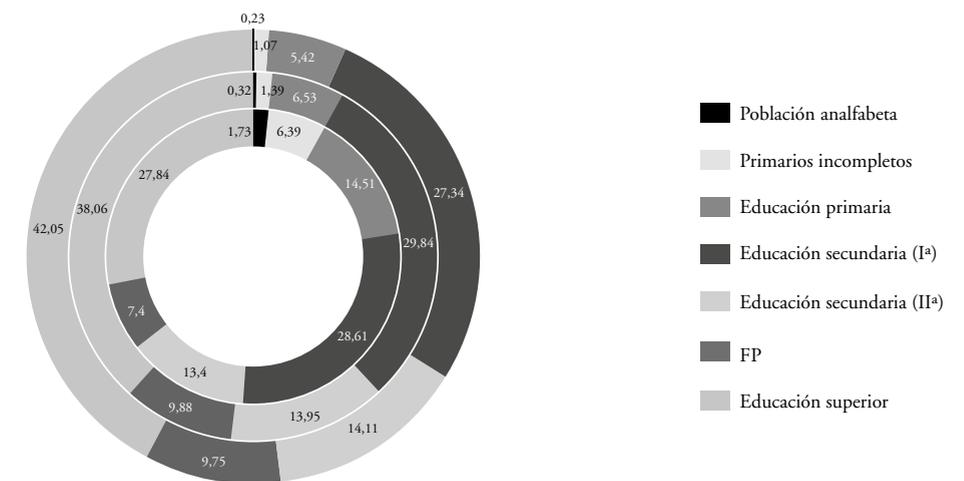
Las series históricas sobre capital humano que ha venido confeccionando el Ivie permiten conocer las profundas transformaciones experimentadas por el nivel de formación de la población española entre 1964 y 2014. Si en 1964 la población española mayor de 16 años –en edad de trabajar– se caracterizaba por carecer de estudios más allá de los primarios, en 2014 la población carente de estudios posobligatorios se ha reducido al 52% “y lleva camino de ser minoritaria en pocos años” (Ivie, 2014: 148).

En 1964, la población analfabeta llegaba al 12% de la población en edad de trabajar; solamente un 4% tenía estudios medios y un 2% había alcanzado los estudios universitarios. En la actualidad, un 18% tiene titulación

universitaria. Hemos asistido, pues, a un proceso de mejora educativa constante que aún no ha concluido y que en comparación con otros países de nuestro entorno todavía tiene recorrido.

Si centramos nuestra mirada en la población activa, los resultados son mejores, por razones obvias, que los de la población en edad de trabajar. El gráfico 3 ofrece una representación de los datos correspondientes a la formación de la población mayor de 15 años, a partir de la Encuesta de Población Activa del INE del primer trimestre de 2016. En él, se ha reunido información de la población de 16 y más años (anillo interior), de la población activa (anillo intermedio) y de la población ocupada (anillo exterior).

Gráfico 3. Distribución del nivel de formación alcanzado entre la población 2016



Fuente: INE, Encuesta de Poblacion Activa 2014.

La distribución de los capitales educativos (nivel de formación alcanzado) según queda reflejada en dicha encuesta permite constatar que un 42% de la población ocupada tiene nivel de educación superior; entre la población

activa, este nivel se da en un 38% de los casos, mientras que entre la población de 16 y más años, solamente lo tiene el 28%. La población ocupada tiene un capital educativo superior que la población activa, y esta supera claramente a la población de 16 y más años.

Ciertamente, esta distribución varía significativamente en función de los grupos de edad que consideremos, pues si nos centramos en la población ocupada que tiene entre 25 y 35 años (juventud madura) y la comparamos con quienes están a punto de abandonar el mercado de trabajo (55-65 años), las diferencias de capital educativo son muy notorias.

Así pues, tanto el nivel formativo de la población en edad de trabajar como de la población activa y de la ocupada se ha transformado radicalmente en las décadas recientes. Esta mejora ha sido posible por los cambios experimentados por nuestro sistema educativo, que bien puede calificarse de un sistema maduro.

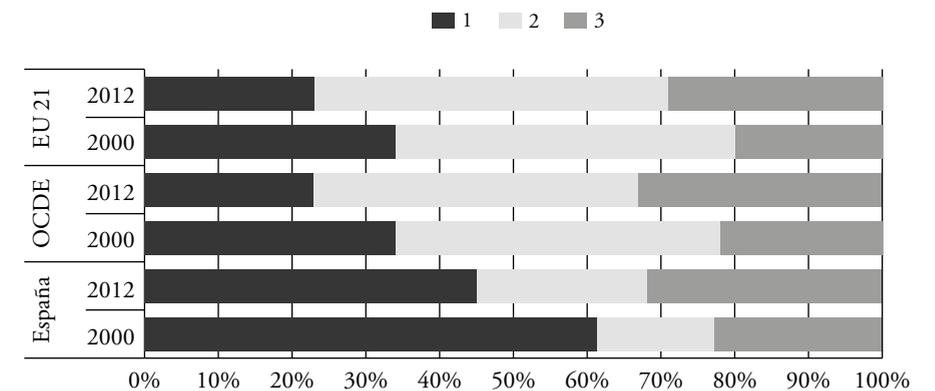
Los sistemas maduros se caracterizan no solo por que amplían las oportunidades de acceso y porque se incrementa el nivel educativo de la población en general, sino porque lo diversifica en muchos sentidos: trayectorias, ramas o itinerarios formativos; jerarquización de niveles; oferta en función de titularidad de centros, etc. Todo lo cual permite una mejora de la esperanza de vida educativa (entre los cinco y los 39 años es de 17,6 años, similar a la de los países de la UE y de la OCDE), un aumento de la competitividad entre estudiantes y también de las desigualdades de resultados (aspecto este que se olvida casi siempre porque la desigualdad se endosa al puro efecto del mérito individual, como si *de facto* y *ab initio* operase una igualdad de oportunidades efectiva e incuestionable y el fracaso, el abandono o la precariedad educativa no fuesen también generados por las condiciones de posibilidad que operan en la estructura social y en el propio sistema educativo). Todos estos efectos, deseados e indeseados, previstos e imprevistos, se traducen después en distintas formas de participación cultural.

Para profundizar en la distribución de los capitales educativos, conviene adoptar una perspectiva comparada. Al contrastar los datos españoles con los de la OCDE y EU21, se constata que España ha experimentado avances

destacados en las tasas de escolarización: en educación infantil son crecientes; superiores a la media de la OCDE entre los 15 y 19 años y algo inferiores a ella entre los 20 y 29 años. En el gráfico 4 se ofrecen datos, extraídos del informe de la OCDE *Education at a Glance 2014*, donde se muestra la evolución de los logros educativos de la cohorte entre 25 y 64 años durante el siglo actual.

Los datos se distinguen en tres niveles educativos: 1, que hace referencia a los estudios anteriores a Secundaria y Secundaria de primer nivel; 2, que ofrece los datos de Secundaria de segundo nivel y posteriores y 3, que hace referencia a estudios de enseñanzas terciarias, bien estudios universitarios o de Formación Profesional de grado superior.

**Gráfico 4. Evolución de los logros educativos.
Perspectiva comparada entre España, OCDE y UE21**



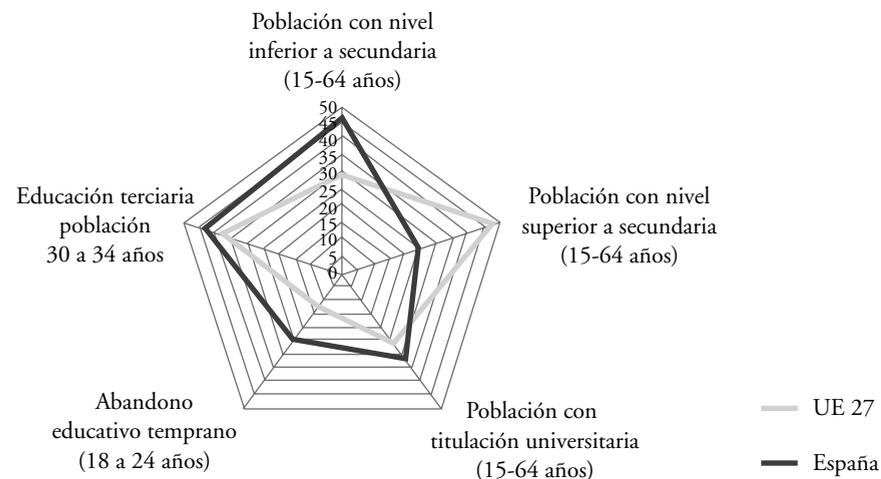
Fuente: *Education at a Glance*, 2014-10-12.

El gráfico 4 refleja las diferencias existentes entre España y el promedio de los países de la OCDE o de EU21. Si bien en todos ellos se da una expansión de los logros educativos, no es menos cierto que España presenta una situación más polarizada y un retraso notable en el porcentaje de personas que tienen estudios posteriores a Secundaria obligatoria (nivel 2).

Los porcentajes de personas con titulación terciaria son similares a los de la OCDE e incluso superiores a los de la UE21.

En el gráfico 5 se ponen en evidencia las diferencias con los países de la Unión Europea: entre la población de 15 a 64 años, España tiene un porcentaje mucho más elevado que la media europea en los niveles inferiores a Secundaria (28% EU27 y 45,6% España), mientras que el logro educativo de nivel universitario entre esta categoría de edad es superior en cinco puntos (25,4% UE27 y 30,9% España). En consecuencia, el nivel de logro educativo en los niveles secundarios es claramente inferior a la media europea (46,6% UE27 y 23,5% España) y, por tanto, se puede concluir que España presenta porcentajes muy altos en los niveles educativos más bajos; y a su vez porcentajes muy bajos en los niveles educativos medios. En este sentido, podemos hablar de una polarización educativa asimétrica, como un rasgo peculiar de la distribución del capital educativo en España.

Gráfico 5. Nivel de logro educativo en UE27 y España



Fuente: Eurostat, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database.

Esta polarización asimétrica resulta reforzada por los datos sobre el abandono educativo temprano y el fracaso escolar: entre quienes tienen de 18 a 24 años, el primero en España es claramente superior a la media europea (23,6%, frente a un 12%) y el fracaso escolar, es decir, el porcentaje de estudiantes que no logran el título de educación obligatoria, se sitúa entre un 20% y un 25%. A estas lacras de nuestro sistema educativo, se debe añadir el resultado obtenido sobre las competencias en comprensión lectora o en competencia matemática de la población adulta en la reciente encuesta PIACC de la OCDE. Por competencia lectora se entiende la habilidad para entender, evaluar, utilizar y relacionar textos escritos, sea en formato papel o en digital. Pues bien, España puntúa en las últimas posiciones, solo por delante de Italia, a notable distancia de la media de la UE y de la OCDE (232 puntos para España y 273 para la media de la OCDE), y lo hace en el último lugar en competencia matemática (PIACC 2013:30; Ivie, 2014: 147ss).

Estos hechos –abandono, fracaso, escasas competencias lectoras y matemáticas– se producen en un momento en que el mercado de trabajo, que cabalgaba sobre la burbuja inmobiliaria, ya hace más de un quinquenio que ha dejado de funcionar como un potente atractor de mano de obra joven, sin especial cualificación, así como desincentivador del esfuerzo y de la inversión personal en educación a largo plazo, dinámica que es más frecuente entre las categorías sociales más desfavorecidas².

Aunque no creemos necesario justificar por qué son importantes los datos relativos a la educación, cuando se analiza la participación cultural, no está de más recordar la relación estrecha (con frecuencia correlación directa) que existe entre las prácticas culturales (al menos aquellas que, por ahora, suelen estudiar las encuestas) y el capital escolar. Pero, además, se debe añadir que la educación tiene efectos socioculturales en múltiples direcciones: provee competencias y recursos tanto al individuo concreto como a la sociedad,

² <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tsdsc410&plugin=1>.

genera bienes privados y públicos, siendo compleja la interacción entre unos y otros, y puede actuar como factor igualador en una dirección y como discriminador en otras. De hecho, puede reducir el peso de la herencia social y las rigideces de clases, pero también generar nuevas lógicas de desigualdad, basadas exclusivamente en la acumulación del propio capital educativo.

La extensión de la escolarización supone la difusión de competencias letradas y de un canon legítimo, amplía el universo de las experiencias y de las expectativas personales, abre el horizonte de los posibles e introduce nuevas formas de mirar el mundo; la mayor facilidad de acceso a la educación superior para los hijos de familias humildes y de clases medias bajas ha tenido un impacto significativo en la transformación de la participación cultural, en diversos sentidos: al ascender, se arrastran también pautas de procedencia, se imitan algunas de distinción, pero se rechazan otras y, en conjunto, se disuelven parcialmente ciertos efectos de elitización y jerarquía cultural. Pero, como también veremos, el capital educativo ha operado claramente y, en general, como el principal factor de diferenciación en la participación y el consumo cultural, pudiendo generar nuevas formas de distinción cultivada y de violencia simbólica, puesto que sigue operando la lógica jerarquizadora de los bienes culturales, distinguiendo entre poseedores de recursos legítimos e ilegítimos, aunque se hayan modificado (por extensión) las bases sociales y se hayan desplazado las fuentes simbólicas de la legitimidad cultural.

Por otra, aunque se ha venido produciendo una democratización en el acceso a la enseñanza superior, no es menos cierto que esta es relativa, en tanto que selectiva y segregativa (Ariño, 2011, 2012, 2014 y 2016). Como sostiene Martínez Celorrio (2013: 36), de un lado, se ha producido una movilidad ascendente entre los hijos de progenitores con educación básica (en la cohorte de los nacidos entre 1950-59, solamente un 16% de los hijos lograba titulaciones universitarias, mientras que entre los nacidos en la cohorte 1970-79, accede a ella el 33%), pero de otro, las clases altas siguen manteniendo intacta su capacidad de reproducción educativa. Todos los grupos mejoran sus competencias cognitivas y culturales merced al sistema

educativo, pero unos pueden aprovecharse de dichos recursos y bienes mejor que otros e incrementan sus distancias en un contexto histórico donde la educación terciaria también está ya globalizada y operan los *rankings* de las universidades como herramienta de jerarquización y orientación hacia los bienes educativos más valiosos.

Finalmente, se debe tener en cuenta la importancia creciente de un sector productivo y de prestación de servicios que se especializa en la cultura y las dimensiones simbólicas de la existencia y que se sostiene en trabajo profesional especializado, sobre el cual aportaremos unas pinceladas posteriormente.

1.3. La disponibilidad de tiempo libre

Una concepción amplia de la cultura, en clave sociológica, presupone que todos los seres humanos son animales culturales y lo son a tiempo completo. Sin embargo, la investigación de la participación cultural en sociedades contemporáneas utiliza un concepto más restringido, ocupándose solamente de aquellas prácticas que suelen ser realizadas en el tiempo libre, como leer o escribir, escuchar, componer o tocar música, pintar, ir al cine o ver la televisión, hacer o ir al teatro, etc. Ahora bien, en nuestras sociedades complejas, todas estas actividades son igualmente realizadas por especialistas y profesionales, bien a tiempo parcial o completo, y con regímenes muy variados de dedicación.

En consecuencia, debemos distinguir entre quienes trabajan en el sector cultural y son profesionales de la creación, producción, difusión, distribución de significados y bienes simbólicos, y el resto de la población, sean más o menos activos en este ámbito. Ciertamente, en la era de las nuevas tecnologías y de las redes sociales, cada vez resulta más difícil trazar de forma nítida una frontera entre producir y consumir, crear y participar, pero no por ello deja de existir y de tener gran trascendencia. Por tanto, debemos diferenciar entre quienes trabajan en el sector cultural y viven (o pretenden vivir) de ello,

el tiempo que dedican a su actividad profesional, y el resto de la población, o al menos las actividades que la totalidad de la población realiza en el tiempo libre y que son identificadas “administrativa” y funcionalmente como culturales. En ciertas prácticas, esta distinción tiene gran relevancia, pues los creadores y productores, los profesionales de la cultura, y muy especialmente los enseñantes, pueden nutrir de forma destacada la categoría de los consumidores y dar lugar a visiones endogámicas de la cultura.

Para el estudio del empleo del tiempo y el análisis de su distribución, se dispone de las dos encuestas realizadas por el INE en la pasada década: una en 2002-2003 y otra en 2009-2010. También contamos con algunas preguntas que se han introducido en distintos barómetros del CIS sobre el número de horas libres en un día laborable y el grado de satisfacción con el tiempo dedicado a determinadas actividades.

En primer lugar, vamos a observar cómo ha evolucionado en este periodo el volumen de tiempo libre diario y posteriormente su distribución entre distintos tipos de actividades. Finalmente, analizaremos la satisfacción con el modo de empleo del tiempo libre.

La cantidad de tiempo libre entre una y otra encuesta del INE no ha mudado de forma significativa; en cambio, se ha producido una transformación relevante en su distribución.

En la presentación de la tabla 1 se ha excluido la categoría deporte y actividades de aire libre, no tanto por razones teóricas cuanto pragmáticas. En el resto de actividades, el dato más relevante es el desplazamiento que se produce entre la categoría *Vida social y diversión* y la de *Actividades y aficiones informáticas*. En la primera, la duración media diaria (DMD) ha caído desde las 2:14 horas hasta 1:49, y el porcentaje de personas se ha reducido nueve puntos porcentuales, mientras que en el tiempo dedicado a la informática, redes sociales, juegos digitales, etc., el porcentaje de personas se ha incrementado en 12 puntos³.

3 <http://www.ine.es/prensa/np669.pdf>.

Tabla 1. Evolución de la distribución del tiempo libre 2002-2010

	2002/2003 Personas (%)	DMD (horas)	2009/2010 Personas (%)	DMD (horas)
4 Trabajo voluntario y reuniones	12,4	1:49	12,1	1:58
41 Trabajo voluntario al servicio de una organización	0,6	2:37	0,6	2:37
43 Actividades participativas	5,7	1:13	5,1	1:25
5 Vida social y diversión	66,8	2:14	57,7	1 :49
51 Vida social	50,2	1:51	43,7	1 :35
52 Diversión y cultura	4,8	2:11	4,4	2:10
53 Ocio pasivo	31,6	1:27	21,8	1 :11
7 Aficiones e informática	17,9	1:50	29,7	1 :54
71 Artes y aficiones	2,3	1:47	2,8	1:40
72 Informática			20,3	1:31
73 Juegos	9,4	1:49	10,4	2:1
8 Medios de comunicación	86,4	2:38	88,3	2 :57
81 Lectura	21,5	1:07	21,4	1:12
82 Ver televisión, DVD o vídeos	82,8	2:23	84,5	2:43
83 Escuchar la radio o grabaciones	6,2	1:03	5,2	1:7

Fuente: elaboración propia partir de *Encuesta de empleo del tiempo*, INE.
<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do>

El porcentaje de personas que dedican tiempo diario a la lectura se mantiene muy estable y también el de quienes lo dedican a actividades de participación social y voluntariado. En cuanto al tiempo diario dedicado a ver la televisión, DV o vídeos y escuchar la radio, ha aumentado 19 minutos.

Los datos pertenecen al último trimestre de 2009 y primeros meses de 2010, un momento en que la recesión todavía no se había manifestado en toda su crudeza. Obviamente, con posterioridad, las agendas de tiempo han cambiado de forma muy drástica para numerosas personas, al haber ido a engrosar las filas del paro y, en bastantes casos, del paro de larga duración. Concretamente, si en

2007 había medio millón de personas que podían ser consideradas como parados de larga duración, en la actualidad superan los tres millones y medio. En contraste con ellos, se encuentra una minoría de profesionales sobreocupados.

Otro aspecto importante en la distribución del tiempo se halla en la variable sexo. La participación de las mujeres en el trabajo remunerado es menor que la de los varones, pero estos dedican mucho menos tiempo al trabajo doméstico y de cuidado de familiares dependientes. Hay, pues, una diferenciación clara en el régimen de empleo del tiempo en función del sexo, que se plasma en el tiempo libre total (menor para las mujeres) y en la distribución del mismo en determinadas actividades (el porcentaje de varones que realizan actividades informáticas y el tiempo medio diario dedicado es muy superior al de las mujeres; estas participan más en actividades de voluntariado, pero dedican menos tiempo).

A continuación, mediante los barómetros del CIS, vamos a ampliar la información de la EET. Tenemos datos sobre el volumen de tiempo libre, sobre el empleo del mismo y el grado de satisfacción que procuran las distintas actividades.

Tabla 2. Número de horas de tiempo libre en un día laborable cualquiera. 2014. España.

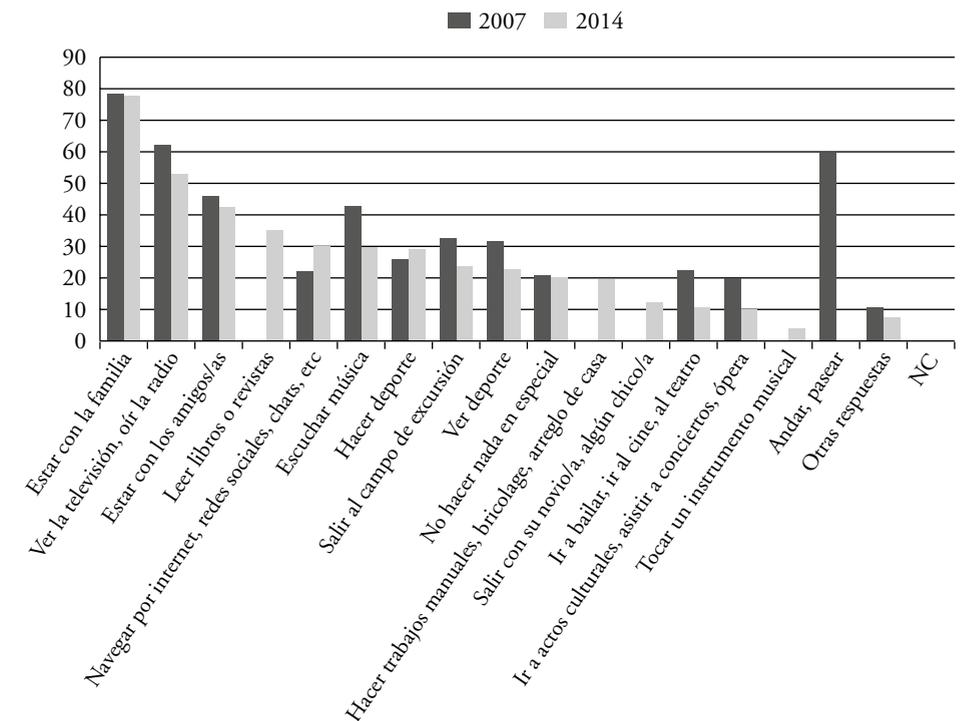
	%
Nada de tiempo	3,1
Menos de 4 horas	42,4
De 4 a menos de 6 horas	23,1
De 6 a menos de 8 horas	11,1
8 horas	7,3
Más de 8 y menos de 11 horas	5,5
11 o más horas	5,1
Ns/Nc	2,3
Media	4,49
Desviación típica	3,28

Fuente: barómetro 3.407, CIS, diciembre 2014.

La tabla 2 responde a una pregunta introducida en el cuestionario del barómetro de diciembre de 2014 (nº 3047) en que se interroga por el número de horas disponibles como tiempo libre en un día cualquiera. De acuerdo con los resultados, un 3% dice que no tiene nada de tiempo y un 42% que tiene menos de cuatro horas. Por tanto, la mitad de la población dispone de más de cuatro horas diarias de tiempo libre, una vez descontado el tiempo dedicado al trabajo y otras actividades necesarias. De hecho, la media es de 4,49 horas.

¿Cómo se distribuye este tiempo libre? Dos barómetros, uno de 2007 y otro de 2014, permiten observar la distribución del mismo y su evolución en dicho periodo. El gráfico 6 sintetiza los resultados.

Gráfico 6. Distribución y evaluación del tiempo libre entre actividades (2007-2014)

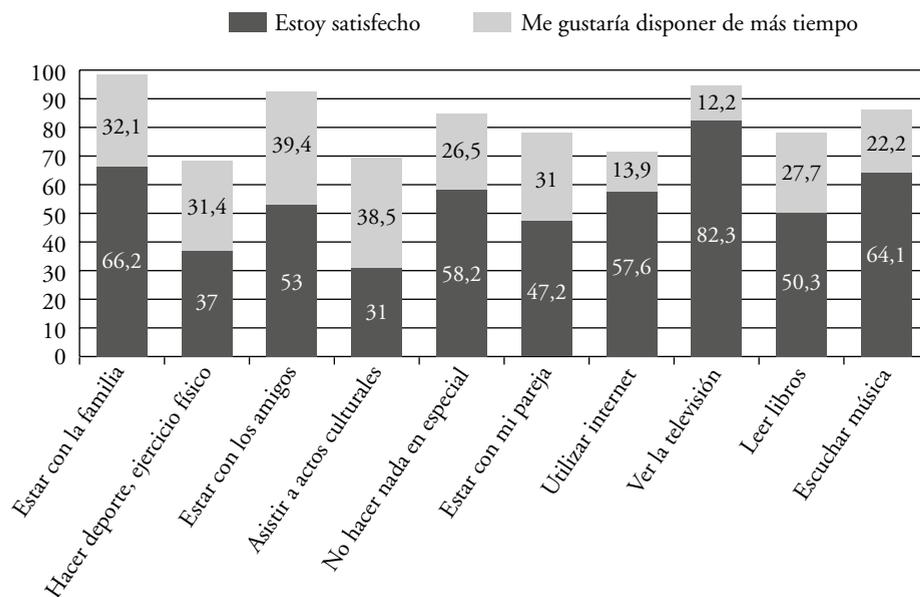


Fuente: CIS est /2007 y est 3.029/2014.

La actividad que realiza un mayor porcentaje de personas es estar con la familia, seguida de ver la televisión, escuchar la radio y salir a andar o pasear.

Al realizar una comparación, se detecta una contracción general de los porcentajes de casi todas las actividades para las que disponemos de datos de ambas fechas. Así sucede de forma singular en escuchar música, salir al campo de excursión, ver deporte, ir al cine/teatro/baile, asistir a actos culturales, etc. Solamente hay dos actividades en las que ha crecido el porcentaje de practicantes en este periodo: se trata de navegar por internet y de hacer deporte.

Gráfico 7. Satisfacción con realización de determinadas actividades



Fuente: barómetro 3.407, CIS, diciembre 2014.

¿Este tiempo resulta o no satisfactorio para las personas entrevistadas? En el gráfico 7 se ofrecen los datos de satisfacción procedentes de un barómetro de diciembre de 2014. La mayoría de las personas considera suficiente el

tiempo dedicado a ver la televisión (el 82% dice estar satisfecho); en segundo lugar, aparece la satisfacción con el tiempo dedicado a la familia y con escuchar música, si bien, en el primer caso, un 32% desearía tener más tiempo para su red parental.

Estar con los amigos es la actividad en la que un porcentaje mayor desearía disponer de más tiempo, seguida de asistir a actos culturales, pero mientras un 53% se siente satisfecho del tiempo dedicado a los amigos, solamente un 31% lo está con la asistencia a diversos tipos de actividades culturales. Estas ofrecen el porcentaje más bajo de satisfacción y el segundo más alto en insatisfacción, en el sentido de que se desearía poder dedicarles más tiempo.

El planteamiento de esta pregunta en otros barómetros desde 2005 permite comprobar la evolución de dicho indicador. Al comparar con los datos de 2005, se observa que, si dejamos de lado la televisión, los cambios más significativos se han producido en actividades relacionadas con la cultura. Así, en 2005, un 49% se sentía satisfecho y un 31% desearía dedicar más tiempo; en 2009, se había pasado a un 33% de satisfacción, que en 2014 es un 31%. Se ha reducido pues la satisfacción, pero no se ha incrementado el descontento, que era y se mantiene en un 38%. Persiste una conciencia incómoda sin que se le ponga remedio, síntoma de la contradicción entre la norma social y el deseo personal.

En cuanto a la utilización de internet, un 45% se sentía satisfecho en 2005, siendo el porcentaje del 58% en 2014. Los datos reflejan la progresión en el uso; además, el porcentaje de quienes quisieran dedicar más tiempo a internet ha descendido un par de puntos, desde el 15% al 13%.

Se constata, en resumen, una insatisfacción notable en el tiempo dedicado a actividades culturales como ir al teatro, al cine, etc., que suponen salir de casa (38%), también en las que se relacionan con la cultura letrada (27%), mientras que hay un gran contento con la televisión y con el uso de internet. Esta insatisfacción se debe entender tanto como reflejo de intereses insatisfechos como de la relación entre la persona encuestada y la interiorización de una interpretación legítima de ciertas prácticas (que se entienden como un deber social).

Para concluir este punto, conviene traer a colación el fenómeno anteriormente referido del alargamiento de la vida, pues para un número creciente de personas una fracción importante de su existencia se halla totalmente constituida por un tiempo no comprometido socialmente. En consecuencia, si sumamos la distribución ordinaria del tiempo para la mayoría de la población y el fenómeno de la jubilación activa, observaremos que la organización del tiempo desde la perspectiva de la cultura ha adquirido una relevancia nueva en nuestras sociedades del siglo XXI. A lo largo de este trabajo, podremos constatar cómo se estructura el tiempo, cómo se distribuye entre distintos tipos de actividades, pero tal vez convenga adelantar aquí que el papel hegemónico viene determinado por la televisión, desde el punto de vista del tiempo ordinario, y por las vacaciones, desde el punto de vista de la organización del ciclo anual de actividad.

1.4. El gasto de los hogares en cultura

En un estudio sobre las prácticas culturales, el análisis del número, tamaño, estructura y dinámica de los hogares es relevante, por varias razones y motivos. No solamente por el hecho de que el hogar es el espacio de la primera socialización de los individuos, sino porque es la fuente de provisión de bienes y servicios de todo tipo que permiten la participación cultural; por otra parte, como podremos constatar, el hogar conectado contemporáneo u hogar digital se convierte en el principal espacio para la realización de un amplio repertorio de actividades culturales (especialmente en determinadas edades y circunstancias), y para ello debe proveerse y proveer de los equipamientos correspondientes. Además, los hogares pasan por distintas etapas (constitución del mismo, reproducción y crianza, emancipación y nido vacío, etc.) que también influyen significativamente en determinadas prácticas culturales, cuya realización, como se verá, tiene un componente primario familiar. Veamos primero los datos de tendencia y composición de los hogares, para estudiar luego el gasto cultural y el equipamiento.

En 2014, según el último Anuario estadístico del INE, hay en España 18.303.100 hogares (ver tabla 3), siendo unipersonales cuatro millones y medio. Estos hogares unipersonales, desde la perspectiva de la edad y el sexo, se distribuyen del modo siguiente: en torno a dos millones y medio son de personas menores de 65 años (un millón son mujeres y casi un millón y medio, varones); por tanto, un millón y medio son personas mayores de 65 años, siendo 1.300.000 mujeres y el resto varones. Así pues, los hogares unipersonales “jóvenes” están más masculinizados y los de edad avanzada, muy claramente feminizados.

Tabla 3. Tamaño de los hogares en 2014 y proyección para 2029

	2014	2029
Población	46.507.706	45.484.907
Hogares	18.303.100	19.204.058
- de 1 persona	4.535.100	5.711.125
- de 2 personas	5.593.000	5.998.563
- de 3 personas	3.853.800	3.752.377
- de 4 personas	3.247.100	2.961.117
- de 5 personas	1.074.100	780.877

Fuente: INE

http://www.ine.es/prodyser/pubweb/anuario16/anu16_02demog.pdf

Por otra parte, 1.700.000 corresponden a hogares monoparentales, donde uno de los progenitores vive con hijos e hijas menores de 25 años. Cerca de cuatro millones están formados por parejas sin hijos y 6,3 millones corresponden a hogares formados por parejas con algún o todos los hijos menores de 25 años.

En los próximos cinco años, según las proyecciones de población del INE en base a los datos preexistentes, se formarán 300.000 hogares más, y en 2029 se habrán sumado más de 900.000, superando claramente los 19 millones.

Este aumento se produce en un contexto de clara reducción demográfica y, en consecuencia, significa que se contraerá el tamaño medio del hogar. Aumentará significativamente el número de hogares unipersonales o de dos personas, y se producirá una reducción de los hogares de mayor tamaño.

Dos aspectos diferencian claramente a la población española de las de otros países europeos: el número más elevado de población mayor de 65 años viviendo en pareja y con algún hijo (65 a 74 años), y el menor porcentaje de hogares unipersonales con personas que superan los 64 años.

Al hablar de los hogares, hoy en día solemos pensar exclusivamente en clave humana –de residentes humanos–, pero no hay que olvidar –y este es un hecho cultural de primera magnitud– que un número muy importante de familias tienen animales domésticos, a los que dedican un cuidado, una atención y unos afectos extraordinarios⁴.

Si destacamos este hecho, es justamente para indicar el cambio cultural que se ha producido desde una sociedad donde la presencia de los animales, incluidos perros y gatos, tiene una función instrumental (fuerza de trabajo, provisión de alimento, limpieza de ratones y cuidado del ganado), a otra sociedad urbana donde la creciente presencia de los animales domésticos desempeña una función expresiva; y donde finalmente se da un contraste significativo entre la reducción de la natalidad y la multiplicación de este tipo de animales.

Aunque no es fácil obtener datos fiables sobre la población de mascotas y/o animales domésticos, hemos localizado dos fuentes de información. De un lado, están los datos que provee la Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos, según los cuales en el 49% de los hogares españoles habría un animal doméstico y el censo de mascotas daría un total de 20 millones y medio, sumando entre perros y pájaros algo más de 10 millones y siete millones, a partes iguales también, entre gatos y peces⁵. De otro lado, disponemos de la serie de AIMC, publicada en los marcos generales anuales. En

esta fuente, se recogen datos sobre el porcentaje de hogares que tienen perros, gatos y pájaros. Los datos parecen más modestos: un 25% de los hogares tiene perros, un 10% gatos y un 7% pájaros (AIMC, 2016: 65). En el mismo informe, se constata que un 23% de los hogares compra alimentos envasados para perros.

Pasemos ahora al gasto cultural, en sentido estricto, de los hogares. Siguiendo la dinámica de este capítulo, trataremos de confeccionar series en la medida de lo posible. De hecho, disponemos de datos desde el año 2000, pero dado que se han producido cambios en la encuesta que los recoge, ofreceremos los resultados en dos tablas distintas. Los datos muestran con claridad una tendencia de crecimiento constante de los gastos de los hogares y por persona hasta 2007-2008 y una caída brusca posterior que nos retrotrae a la situación de 10 años atrás.

Tabla 4. Gasto de los hogares en bienes y servicios culturales por tipo de bienes y servicios, 2000-2005

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Gasto total (en millones de euros)	6.984	7.632	7.680	8.339	9.481	10.460
Libros no de texto	741	848	858	856	1.115	1.175
Publicaciones periódicas	1.635	1.725	1.756	1.922	1.981	1.855
Servicios culturales	1.923	2.110	2.230	2.271	2.563	3.003
Equipos y accesorios audiovisuales de tratamiento de la información	1.884	2.054	1.915	2.353	2.816	3.441
Soporte para el registro de imagen, sonido y datos	584	672	673	628	635	665
Reparaciones de accesorios audiovisuales	123	122	117	125	124	139
Otros bienes duraderos para el ocio y la cultura	96	100	131	185	247	183

Fuente: elaboración propia a partir de los anuarios de estadísticas culturales de 2005 y 2006, que utilizan como base la *Encuesta continua de presupuestos familiares*.

⁴ El caso Excalibur y su impacto mediático. El movimiento animalista y su arrastre electoral (PACMA).

⁵ <http://www.anfaac.org/macromagnitudes-del-sector>.