

# Las prácticas culturales en España

ANTONIO ARIÑO VILLARROYA\*

## RESUMEN

Una visión bastante extendida sostiene que, cuando se habla de cultura, algo falla en la sociedad española: se lee poco e incluso se contraen los índices de lectura, la asistencia al cine está en caída libre, la industria musical se ha hundido, los videoclubes tienen que cerrar, los asistentes a conciertos de música clásica son personas de edad madura y no hay renovación generacional; por contraste, el tiempo dedicado a ver la televisión sigue creciendo. Pero ¿qué correspondencia tiene esta opinión reiterada en las últimas décadas con la realidad? Para trazar un panorama sintético de las prácticas culturales en España es preciso tanto abordar este asunto desde una perspectiva histórica como radiografiar la situación actual. Finalmente, analizaremos los principales desafíos que aparecen en la encrucijada de la crisis económica y el cambio de régimen comunicacional.

## 1. LA TRANSICIÓN DESDE LA CULTURA LETRADA A LA DIGITAL

La existencia de datos de encuesta desde finales de los años sesenta permite realizar un análisis de la evolución de las prácticas culturales en los últimos cuarenta años (Ariño, 2010). Previamente, conviene estudiar los cambios en los equipamientos culturales del hogar, en tanto que son un factor determinante de la accesibilidad a los bienes y servicios culturales.

\* Catedrático de Sociología, Universitat de Valencia (antonio.arino@uv.es).

### 1.1. Los cambios en los equipamientos de los hogares

En 1968 el Instituto Nacional de Estadística efectúa la primera encuesta sobre equipamientos culturales de los hogares españoles. En ella, se recogió información sobre cuatro que tenían una presencia muy desigual: la radio, el medio de mayor implantación, se hallaba presente en tres de cada cuatro hogares, lo que significa que carecían de este medio un cuarto de las familias españolas; la televisión, que comenzaba a ser adoptada por las clases altas como un elemento de distinción y que fue instalada de manera más general mediante teleclubes, gozaba de una penetración del 38%. Por otro lado, un 19% de los hogares contaba con teléfono fijo y un 8% con tocadiscos. Dada la ley del cúmulo (quienes poseen un bien suelen ser poseedores también de otros), cabe pensar que la mayoría de los hogares tenían una configuración muy tradicional, predominando en ellos una cultura oral, con una progresiva penetración de la cultura letrada, mediante la escolarización de las cohortes más jóvenes y con la introducción de la cultura mediada gracias esencialmente a la radio.

El panorama, a partir de entonces, ha ido cambiando con celeridad, pasando por diversas etapas y dirigiéndose, por ahora, hacia una generalización de un cierto repertorio de bienes electrónicos y digitales, que configuran lo que puede denominarse un hogar digital básico. Este proceso se ha desarrollado con tanta rapidez que las encuestas realizadas en las dos últimas décadas apenas han logrado medir su complejidad, resultando útiles tan sólo para retener las tendencias fundamentales. Los datos que ofrecen permiten hablar de la extensión, difusión y distribución de equipamientos y prácticas,

y sólo secundariamente del significado que tienen, sin acceder desde luego a la interpretación o sentido que los actores les otorgan.

En la tabla 1 se ofrece información sobre la evolución de un amplio abanico de equipamientos culturales en cinco momentos diferentes del tiempo, desde 1968 hasta 2010.

La observación de los datos de esta tabla permite captar una clara transición desde una situación de predominio de la radio y reducida penetración todavía de la televisión hacia una indiscutida hegemonía de los equipamientos digitales, tras un periodo de predominio de los analógicos.

Así, si tomamos como referencia los datos de 2010 y de 2005/2006, hay que señalar la cobertura casi universal de equipamientos como la televisión, la radio, el teléfono móvil y el teléfono fijo. También de los libros, que se hallan presentes en la mayoría de los hogares.

En el caso de la televisión se debe precisar además, que el dato decisivo en la actualidad desde una perspectiva de diferenciación, no se halla tanto en el número de hogares que tienen dicho equipamiento, sino el número de televisores con que cuentan, su dis-

posición en las estancias del hogar y la suscripción a servicios mediante los que acceden a los contenidos.

Por lo que se refiere a la radio, cuya presencia se pensó que se vería amenazada y sustituida por la televisión, el dato más destacado se halla en su carácter complementario, ya que se encuentra integrada en otros bienes de uso cotidiano como el coche, el ordenador, el teléfono móvil, el despertador, etc. En tercer lugar, el teléfono móvil no sólo ha desplazado al teléfono fijo, sino que se encuentra en constante proceso de metamorfosis y por ahora se ha transformado en un artefacto inteligente (*smartphone*) que permite operar con un amplio abanico de funciones en cualquier contexto de la vida ordinaria. Con ello, se condensa en una única prótesis individual la interconexión, el acceso a los denominados servicios inteligentes y la portabilidad.

Junto a los equipamientos anteriores, en un segundo nivel de cobertura y penetración, encontramos otros bienes como la cámara fotográfica, que ha dejado de ser un dispositivo distintivo de clases medias altas, alcanzando una amplia popularización, el vídeo, la cadena musical y el DVD.

Una tendencia hacia la universalización la ofrecen los ordenadores, especialmente los portá-

TABLA 1

**EVOLUCIÓN DE LOS EQUIPAMIENTOS CULTURALES DEL HOGAR (1968-2010). PORCENTAJE DE HOGARES ESPAÑOLES QUE CUENTAN CON CADA TIPO DE EQUIPAMIENTO**

	1968	1975	1985	2005/2006	2010
TV	38	79	96,0	99,4	99,5
Radio	76	76	63,0	87,4	82,0
Tocadiscos	8	19	19	-	-
Cámara fotos	-	-	48,0	73,2	-
Vídeo	-	-	10,0	68,6	50,8
Equipo sonido	-	-	15,0	63,9	62,1
Libros	-	-	80,0	94,9	-
Instrumentos musicales	-	-	-	33,6	-
Ordenador sobremesa	-	-	-	47,8	50,1
Ordenador portátil	-	-	-	13,5	42,5
Internet	-	-	-	33,9	59,1
Teléfono fijo	19	34	-	84,6	80,3
Teléfono móvil	-	-	-	80,9	94,6
MP3	-	-	-	-	47,6
DVD	-	-	-	62,9	78,4
Conexión banda ancha	-	-	-	22,4	57,4

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas realizadas por el Ministerio de Cultura y CIS (véase Ariño, 2010.)

tiles, los *netbook* y las nuevas tabletas digitales, y junto a ellos los servicios de Internet, conexión a banda ancha y las prestaciones de la *cloud computation* (la nube), que permiten un acceso ilimitado a millones de canciones, películas, libros, documentos, aplicaciones y otros bienes.

Desde 1998, el hogar se ha convertido en el principal lugar de acceso a Internet, muy por delante del espacio de trabajo, de la universidad u otros lugares, transformando su fisonomía mediante el multiequipamiento y la difusión por las estancias hogareñas y generando una individualización de las prácticas, frente a la tradicional costumbre de ver la televisión de manera conjunta en el salón.

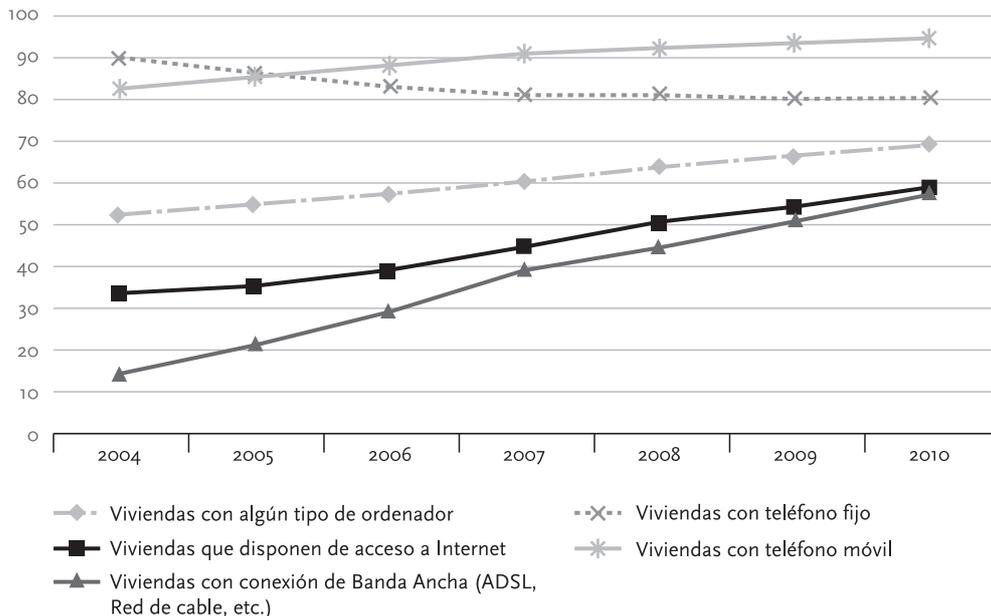
Se podría decir, pues, que la digital es una cultura del hogar. Sin embargo, la creciente portabilidad de los dispositivos, la aparición de las nuevas generaciones de *smartphone*, de tabletas digitales, de pilas con mayor autonomía, de espacios públicos *wifi* y de otras novedades que se anuncian en la frontera de las TIC, hacen prever que el rasgo más distintivo será una completa vinculación y adaptación al sujeto, a sus desplazamientos y necesidades, generando una conectividad nómada.

Esta penetración de la microelectrónica en los hogares y en la vida cotidiana de los individuos esboza un nuevo paradigma de accesibilidad y participación cultural. Al transportar la cultura a los hogares, sostiene Donnat (2003), los aparatos electrónicos han permitido la emergencia de nuevas formas de apropiación de las imágenes, de los sonidos y más recientemente de los textos, generando nuevas vías de acceso al saber, y ofertando nuevos horizontes de consumo cultural en los que los obstáculos simbólicos son menores que en el caso de la frecuentación de los equipamientos culturales. Ciertas prácticas culturales no quedan restringidas a un espacio (infraestructuras) y a un tiempo (horarios), se desvinculan de dichas constricciones, de sus nichos sociales precedentes, y son relocalizadas en un espacio nuevo cómodo y amigable y en tiempos vitales o calendarios que se construyen a medida.

En segundo lugar, se quiebran las fronteras clásicas entre producción y consumo y las cadenas secuenciales entre creación, distribución y participación. El internauta no es solamente un consumidor, un lector, un oyente o un caso de audiencia; forma parte interactiva y retroactiva del proceso de creación y producción cultural. Consume, pero también crea y cada vez más comparte. En realidad, a

GRÁFICO 1

EVOLUCIÓN DE LOS EQUIPAMIENTOS TIC DE LOS HOGARES EN ESPAÑA (2004-2010)



Fuente: Ine, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares, 2004-2010.

lo que asistimos es a un cambio del régimen de comunicación, que de ser predominantemente oral y luego letrado, ha pasado a ser audiovisual-digital.

### 1.2. Evolución de las prácticas culturales

El periodo que estamos considerando no sólo experimenta este cambio radical en el régimen de comunicación; también se producen en él mutaciones políticas de hondo calado como la transición democrática, la implantación del Estado de las autonomías y una nueva generación de políticas culturales; transformaciones demográficas (incremento de la esperanza de vida y grandes flujos migratorios), difusión de la educación formal (si en 1960 había 60.000 estudiantes universitarios, en 2011 superan el millón y medio), terciarización de la economía y la incorporación de las mujeres al mercado de trabajo y a la educación universitaria, por citar algunos de los más importantes. Es lógico, pues,

que también las prácticas culturales hayan experimentado mudanzas significativas. La forma más fácil de comprobarlo, y también la más segura, consiste en estudiar la evolución de dos categorías: la de las personas que contestan en las encuestas que nunca realizan una actividad concreta (por contraste, conocemos el porcentaje de personas que la realizan) y la de aquellas que dicen realizarla con mayor frecuencia ("frecuencia alta").

La tabla 2 ofrece los resultados obtenidos al comparar los datos de estas categorías en tres momentos históricos: 1978, 2003 y 2007.

Todas las actividades para las que disponemos de datos en dichas fechas han experimentado una reducción de la categoría "los que nunca la realizan", si bien dado que ver la televisión en 1978 ya era una actividad muy generalizada, en este caso se da una reducción más pequeña. Por tanto, puede hablarse de un incremento en todas del porcentaje

TABLA 2

### EVOLUCIÓN DE LAS PRÁCTICAS CULTURALES ENTRE 1978 Y 2007

	1978		2003		2007	
	Nunca	Frecuencia alta*	Nunca	Frecuencia alta	Nunca	Frecuencia alta
Acudir a bibliotecas	92,5	5,1	75,2	13,1	67,6	13,5
Lectura de libros no relacionados con la profesión	63,6	18,0	50,9	40,9	33,5	35,3
Lectura prensa diaria de información general	35,0	33,8	35,4	34,2	26,1	50,9
Visitar museos	79,7	15,5	62,7	27,4	35,7	31,1
Ir al teatro	89,3	3,2	67,7	7,2	55,2	19,1
Ir al cine	53,7	33,8	37,9	41,5	24,7	38,8
Escuchar la radio	44,2	39,7	21,4	59,6	16,7	60,1
Escuchar música	76,3	23,7	13,5	—	10,3	66,3
Ir a conciertos de música clásica			86,4	8,4	75,5	8,4
Ir a conciertos de música actual			67,2	24,9	49,4	26,4
Ver televisión	12,1	79,6	2,0	98,0	1,8	98,2
Ir a la ópera			93,9	2,7	86,7	2,7
Ir a zarzuela			94,1	2,4	87,1	1,9
Danza			91,3	4,6	80,8	5,1
Usar ordenador			68,7	28,3	53,5	43,1
Conexión a internet			77,3	19,6	58,8	37,6

\* El concepto que utilizamos de frecuencia alta es flexible en función de la práctica considerada, así por ejemplo, en el caso de los libros se refiere a leer en el último mes; en el de visita a Museos, al menos una vez al año; en el Teatro, una vez al trimestre; en el Cine, trimestre; en la Radio, la TV y la escucha de música, todos los días; en la asistencia a Conciertos de música clásica y actual, un año; en Ordenador e Internet, una semana.

Fuente: Encuesta de *Demanda Cultural en España*, Ministerio de Cultura, 1978 y encuestas de prácticas culturales de 2002-2003 (Ministerio de Cultura y Fundación Autor) y 2006-2007 (Ministerio de Cultura).

de practicantes y una consiguiente expansión de las prácticas culturales.

Un segundo dato relevante se obtiene al comparar cuáles de ellas han experimentado una mayor reducción de la categoría de no practicantes. La escucha de música es la actividad con una mayor reducción (66%) y, en segundo lugar, la visita a museos (44%). Por su parte, el análisis de la evolución de la alta frecuencia en cada práctica muestra que el incremento más elevado se produce en la escucha de música (42,6%); a distancia, se dan aumentos de alta frecuencia muy significativos en escuchar la radio, lectura de libros no relacionados con la profesión y de prensa diaria, de visita a museos y de asistencia al teatro (con porcentajes que oscilan del 15 al 20%).

En las denominadas prácticas de alta cultura (música clásica, ópera o danza) y para las que sólo podemos efectuar una comparación rigurosa de los datos de la década pasada, se observa un fenómeno muy significativo: los porcentajes referidos a la evolución de las frecuencias altas se hallan muy estancados, pero se dan al mismo tiempo reducciones relevantes de los no practicantes. Sólo cabe suponer, por tanto, que nos hallamos ante prácticas que experimentan evoluciones positivas como consecuencia del incremento de públicos poco asiduos.

Bien distinto es el caso de las prácticas relacionadas con el uso del ordenador e Internet, donde se produce, al mismo tiempo y en pocos años, un incremento tanto de los porcentajes de practicantes como de los más asiduos.

### 1.2.1. La hegemonía de la televisión

Ver televisión se ha convertido durante los últimos cuarenta años en la actividad hegemónica, tanto por el número de personas que la realizan diariamente (universalidad) como por la cantidad de tiempo diario que le dedican: en 1990 eran 184 minutos de media por persona; pasaron a 211 en 1995 y han crecido hasta 234 en 2010. También la escucha de radio está creciendo y ha pasado de 104 minutos de media por persona a 107 (Fundación Autor, 2011).

Debe señalarse que ese fenómeno es el resultado esencialmente de los elevados incrementos del consumo entre las personas de edad avanzada y las cohortes maduras (alargamiento de la esperanza de vida y del tiempo libre para las cohortes de personas jubiladas y prejubiladas), ya que apenas crece dicho

TABLA 3

### EVOLUCIÓN DEL TIEMPO DEDICADO A VER TELEVISIÓN POR COHORTES DE EDAD

	2003	2005	2010
4-12 años	146	142	149
13-24 años	143	143	145
25-44 años	191	195	206
45-64 años	253	258	281
65 y más	302	306	323
Media	213	217	234

Fuente: Elaboración propia a partir de Fundación Autor (2011).

consumo entre quienes tienen menos de 12 años y disminuye el de quienes tienen entre 13 y 24 (153 minutos en 2000 y 148 en 2011). Estos datos muestran la emergencia de un fenómeno nuevo del que son protagonistas las cohortes jóvenes de nativos digitales y, por otra parte, las personas con nivel educativo alto, que también dedican más tiempo a Internet.

Otros datos ayudan a perfilar un poco más esta hegemonía televisiva, ya que no sólo ha cambiado la oferta disponible sino también los modos de ver televisión, propiciados por nuevos accesorios.

Se ha producido una proliferación de cadenas y canales como consecuencia de la liberalización y privatización del mercado de la emisión (y, por tanto, una pluralidad de emisores). Además, no solamente se asiste ahora a la posibilidad de captación global de emisiones, sino que el multiequipamiento o la disponibilidad de aparatos complementarios para seleccionar en el acto o para grabar emisiones y verlas en diferido, han transformado la práctica, fomentando la individualización, la personalización y la fragmentación de públicos. En tal sentido, toda la artillería lanzada hace unas décadas contra el potencial homogeneizador de la televisión se ha ido disipando progresivamente, apareciendo ahora una nueva retórica apocalíptica contra la fragmentación. Indudablemente, la diferenciación entre cadenas generalistas que emiten en abierto y que, mediante la homogeneización a la baja, ofrecen contenidos de escasa o nula calidad (cuando no de mal gusto y groseros) y cadenas de pago especializadas, produce rupturas entre las audiencias y posiblemente contribuya a consolidar brechas socioculturales significativas o a crear otras nuevas.

En tanto se difunde la televisión por Internet y en los teléfonos móviles, los datos más relevantes se hallan en los casi tres millones y medio de hogares abonados a canales de pago; y en el 20% que recibe televisión codificada. La clase social es, sin duda, una variable que incide en la explicación de estos datos. De hecho, ver la televisión genérica se convierte cada vez más en una actividad de personas mayores y de escaso nivel cultural, mientras que las clases acomodadas se decantan por emisiones codificadas y especializadas, tratando de poner coto al tiempo dedicado a la audiencia televisiva, de manera que la práctica que en los sesenta pasaba por ser un índice de modernización es vista ahora como un signo de alienación.

### 1.2.2. *Metamorfosis de la lectura*

Los lamentos sobre la reducida extensión de la práctica lectora entre la población española son muy frecuentes y reiterados. Pero ¿se halla realmente la lectura acorralada y asediada por el audiovisual? ¿Sucede en el caso de la lectura profesional o instrumental lo mismo que con la lectura voluntaria, estética y placentera? ¿La cultura letrada se encuentra ante un retroceso irreversible? Conviene dejar bien sentado que una cosa es la legitimidad social o el estatus de la cultura letrada y otra bien distinta la extensión o difusión de las prácticas lectoras.

Tanto la evolución de los datos de compra de publicaciones, como los relativos al equipamiento bibliográfico doméstico y los de asistencia a bibliotecas públicas, indican que la accesibilidad y contacto con los materiales escritos han crecido muy notablemente durante este periodo. Ahora bien, de ello no se desprende inmediata y automáticamente que quienes tienen competencia lectora y quienes tienen acceso a los libros vayan de hecho a realizar prácticas habituales de lectura vocacional, ni que quienes leen lo hagan tomando como objeto las grandes obras de la cultura universal.

El análisis de los resultados de diversas encuestas pone de manifiesto que durante este periodo ha crecido significativamente el número de personas que leen, y que también han incrementado su porcentaje los lectores asiduos (según el barómetro del gremio de Editores y Libreros de enero de 2006, el índice de lectura se hallaba en el 55,5%<sup>1</sup>).

<sup>1</sup> En la Encuesta de Fundación Autor y Ministerio de Cultura (2005), que ofrece datos de 2002-2003, este porcentaje era del 49%.

TABLA 4

### EVOLUCIÓN DE LOS NO LECTORES ENTRE 1978 Y 2009

	1978	2002/2003	2009
Lectura de libros	63,6	50,9	39,4
Lectura periódicos	57,5	35,4	24,8
Acudir a bibliotecas	92,5	75,2	72,7

Fuente: Ministerio de Cultura, 1978; Ministerio de Cultura y Fundación Autor, 2005; CIS, 2009.

Pero no es menos cierto, que la mayoría de los libros son leídos por un número reducido de lectores (que son lectores intensos<sup>2</sup>) y que hay un porcentaje relativamente elevado de entrevistados que no leen y que no tienen interés por la lectura. Y todo ello se produce, como hemos dicho, en un periodo en que no sólo se ha generalizado la competencia lectora, sino que ha madurado el proceso de secundarización y terciarización del capital educativo.

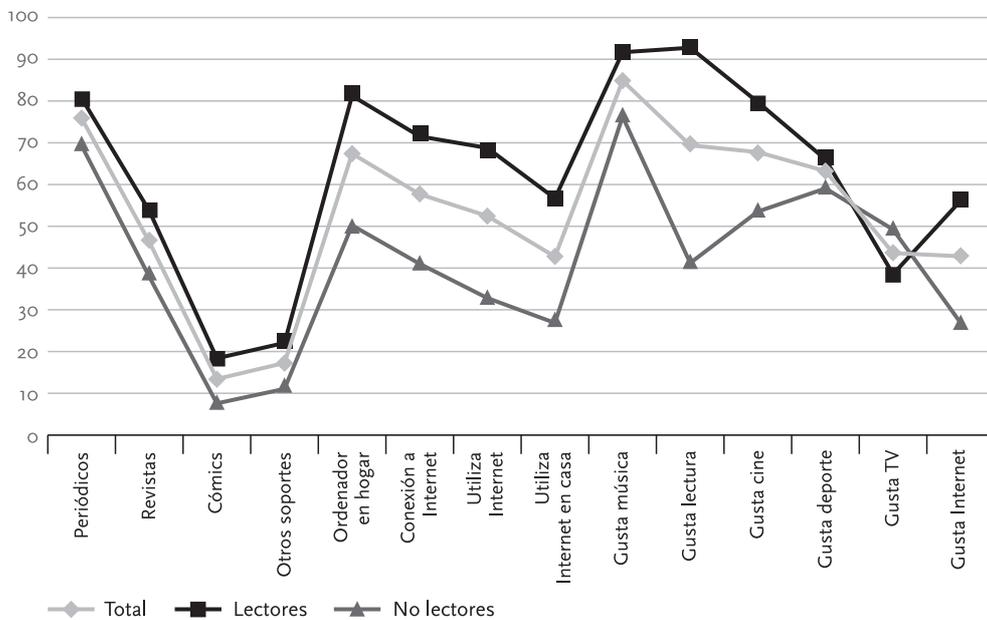
La lectura “vocacional” de libros, en el sentido de que no es una lectura requerida por las exigencias profesionales, también ha conseguido incrementar durante el periodo considerado el número de practicantes, como puede constatarse en los datos reunidos en la tabla 4. E igualmente han crecido los lectores de periódicos y la asistencia a bibliotecas.

Ahora bien, las que estamos denominando prácticas lectoras vocacionales se encuentran en un momento crucial derivado de múltiples factores, que afectan al propio significado de la lectura. En el ámbito educativo, la cultura científica ha adquirido supremacía sobre la cultura literaria; las categorías que han presentado mayores índices de lectura (jóvenes y personas con elevado nivel educativo) son las que disponen proporcionalmente de menos tiempo para la lectura de libros derivado de la concurrencia de otros medios (donde también leen); le hegemonía de la cultura digital (con la capacidad seductora y la eficacia del hipertexto) desplaza el estatus funcional y político de la cultura letrada y, aunque la penetración del libro digital es todavía muy reducida en España, no cabe la menor duda de que el futuro inmediato aguarda una revolución

<sup>2</sup> El 10% lee más de 12 libros al año y un 21,7% entre 7 y 12 libros; el resto, menos de 7 o ninguno (Editores y Libreros, [http://www.federacioneditores.org/News/Noticia\\_250107.asp](http://www.federacioneditores.org/News/Noticia_250107.asp), 2006).

GRÁFICO 2

## UTILIZACIÓN DE DIVERSOS MEDIOS POR LOS LECTORES Y LOS NO LECTORES



Fuente: Barómetro sobre Hábitos de Lectura de la Federación de Gremios de Editores de España, 2008.

similar a la que se ha producido en el cine y en la música. Todo ello conlleva cambios en el significado de la lectura, algo que por otra parte ha sucedido constantemente con esta práctica polimorfa.

Los datos del gráfico 2 muestran que quienes más utilizan los nuevos medios de producción y reproducción cultural son también personas con un destacado perfil lector.

A la transformación del significado personal y social de la lectura podemos aproximarnos mediante el estudio de la evolución de las motivaciones de los lectores, así como del sentido normativo (para qué debe servir la lectura) y del sentido práctico o fáctico (por qué se lee de facto). Los datos de varias encuestas del CIS, muestran que en 1998 un 45% decía leer para estar informados, mientras que en 2009 sólo mantiene dicha afirmación el 17%. Por otra parte, un 30% sostenía en 1998 que leía para disfrutar y distraerse, mientras que en 2009 ha subido hasta el 57%. La lógica del placer parece estar sustituyendo a otras lógicas instrumentales (estar informado) y normativas (formarse o educarse). Así, pues, no hay crisis en absoluto en la lectura, pero sí estamos asistiendo a una transformación de sus modalidades, significados y estatus.

## 2. CRISIS ECONÓMICA Y REVOLUCIÓN DIGITAL

Dejemos la perspectiva histórica y contemplemos los datos de las prácticas culturales en el momento presente, un momento en el que interaccionan las fuerzas de la profunda dinámica hacia un nuevo régimen de comunicación digital, que no sólo se extiende cada vez más, sino que se halla en constante profundización y metamorfosis, y la crisis económica desatada desde 2007, generando una encrucijada donde se muestran ineludibles desafíos.

Durante los años de bonanza económica, cabalgando a lomos de la euforia y los réditos producidos por la burbuja financiera-inmobiliaria, las políticas culturales dejaron volar la imaginación para proyectos elefantiásicos de escasa sostenibilidad (ciudades de la cultura y de las artes, grandes centros y museos, auditorios) y fueron pródigas en organizar "macro-eventos" y subvencionar espectáculos tan deslumbrantes como fulgurantes y evanescentes. Las limitaciones de este modelo se imponen ahora con una crudeza inapelable y están dejando sus huellas en la desaceleración o la caída

del empleo cultural, la reducción de los ingresos por propiedad intelectual, del comercio exterior en bienes culturales, y de los índices de negocio por sectores y del VAB cultural.

En las tablas 5 y 6 se ha tratado de reunir información sobre un amplio abanico de indicadores que muestran la evolución reciente de las artes escénicas, musicales y audiovisuales, a partir de los datos del *Anuario* de la Fundación Autor. Hemos analizado las diferencias existentes entre los datos de 2008 y 2010 y en algunos casos hemos ofrecido también información para el año 2006.

Todos los indicadores contemplados en la tabla 5 (nº de actuaciones, nº de espectadores y recaudación) relativos a las artes escénicas (entre las que se incluyen espectáculos de teatro, de danza y de ópera), así como conciertos de música clásica, sinfónica y de cámara y conciertos de música popular, han experimentado una contracción significativa durante los tres últimos años. Esta desaceleración expresa fundamentalmente la incidencia de la crisis

económica y el agotamiento de un modelo de política cultural, basado en la espectacularización.

La tabla 6 ofrece un conjunto de indicadores relacionados con el sector audiovisual y multimedia, mostrando el impacto diferencial que se produce en los distintos ámbitos según su grado de digitalización. Los datos reflejan, por tanto, una tendencia estructural, que afecta en este momento de manera muy decisiva a la música grabada y el cine.

Contamos con ocho indicadores para analizar lo que sucede con la música grabada: la facturación ha descendido un año tras otro y también las unidades vendidas de CD y otros soportes. Por el contrario, ha crecido el mercado digital (aunque sólo representa todavía el 23%) así como las suscripciones a servicios digitales y las descargas, siendo mayoritarias las gratuitas (92,3% del total).

El mismo fenómeno se está produciendo en el cine: retroceso del número de pantallas, de espectadores y de ingresos; caída igualmente en la com-

TABLA 5

**INDICADORES DE EVOLUCIÓN DE LAS ARTES ESCÉNICAS EN ESPAÑA (2006-2010)**

	2006	2008	2009	2010	Diferencia 2008/2010
Nº funciones artes escénicas	69.849	74.723	71.104	67.235	-7.488
Nº espectadores en millones		19,3	18,2	16,38	- 2,97
Nº funciones teatrales	63.251	68.333	65.059	62.159	- 6.174
Nº espectadores teatro en millones	15,1	16,4	15,5	13,95	- 2,45
Nº funciones danza		4.667	4.325	3.529	- 1.138
Nº espectadores danza en millones		1,6	1,47	1,33	- 0,3
Nº funciones de ópera	1.846	1.718	1.720	1.547	- 171
Nº espectadores ópera en millones		1,27	1,20	1,08	- 0,19
Nº conciertos de música clásica		17.859	17.017	16.222	- 1.634
Nº espectadores música clásica en millones		5,52	5,52	5,16	- 0,36
Recaudación música clásica en millones		45,2	44,1	41,41	- 3,79
Nº conciertos de música sinfónica		2.284	2.272	2.253	- 31
Nº espectadores música sinfónica en millones		1,82	1,74	1,75	- 0,07
Nº conciertos música de cámara		9.386	8.717	8.143	- 1.243
Nº espectadores música de cámara en millones		2,28	2,29	1,98	- 0,30
Conciertos música popular	130.656	138.613	130.346	126.907	- 11.706
Nº espectadores música popular en millones		34,1	31,3	29,7	- 4,4
Recaudación música popular en millones		183,6	173,5	182,3	- 1,3

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Fundación Autor (2011).

TABLA 6

## INDICADORES DE EVOLUCIÓN DE LA MÚSICA GRABADA Y DEL CINE (2006-2010)

	2006	2008	2009	2010	Diferencia 2008/2010
Facturación música grabada (millones)		272,0	226,9	197,01	- 74,99
Facturación mercado digital (millones)		31,1	34,7	41,6	+ 10,5
% digital del mercado musical		11,4	15,3	23,2	+ 11,8
Unidades vendidas CD y otros (millones)		30,0	27,5	20,3	- 9,7
Música Suscripciones (millones)			4,32	11,85	+ 7,48
Música <i>Streaming</i> (millones)			0,55	10,11	+ 9,56
Descargas de archivos (millones)		2,73	3,04	3,49	+ 0,76
Descargas gratuitas (millones)	0,80	2,60	2,73	3,22	+ 0,62
Nº pantallas de cine		4.619	4.097	4.073	- 546
Nº espectadores de cine (millones)		107,9	110,6	101,0	- 6,9
Ingresos en taquilla		624,2	678,3	611,1	- 13,1
Compra Vídeos. Gastos consumidores (millones)		198,5	125,4	127,1	- 71,4
Unidades de vídeo vendidas (millones)	30,2	20,9	15,8	15,5	- 5,4
Unidades de vídeo alquiladas (millones)	3,13	1,44	0,62	0,001	- 1,43
Descargas gratuitas de películas (millones)	124,6	354,3	460,7	576,9	+ 222,6
Descargas previo pago (millones)	3,2	5,7	12,7	19,6	+ 13,9
Películas españolas	423	426	411	395	- 31
Espectadores cine español (millones)	21,07	14,51	17,74	12,64	- 1,87
Cuota de mercado de cine español (%)		13,3	15,6	11,9	- 1,4

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Fundación Autor (2011).

pra y alquiler de vídeo; y, por el contrario, crecimiento de las descargas, siendo espectacular el incremento de las descargas gratuitas.

Así pues, con el impacto en el sector cultural de la crisis económica se cruzan las implicaciones, consecuencias y transformaciones derivadas del nuevo régimen de comunicación, que suponen una sustitución de los soportes tradicionales por los nuevos servicios de Internet y una difusión muy amplia de las descargas gratuitas que están cambiando los modelos de negocio y la cadena de valor típica de la industria cultural.

### 3. LA ENCRUCIJADA ACTUAL Y SUS DESAFÍOS

La cultura española, en la encrucijada descrita en el apartado precedente, enfrenta determinados retos. A mi entender, son especialmente importantes los relacionados con los contenidos y la presencia

de la cultura autóctona en el escenario global, con los nuevos públicos, con la sostenibilidad y gobernabilidad de las políticas culturales, con la redefinición de las formas de participación de los actores, y con la democratización de la cultura.

#### 3.1. Los contenidos: la presencia propia en el escenario global

El nuevo régimen de comunicación constituye un factor determinante de la globalización cultural, que conlleva una penetración en el ámbito local, regional o nacional, de contenidos procedentes de focos de producción externos. En este sentido, se suele hablar de un proceso de homogeneización y de americanización (películas, series televisivas, etc.). Desde luego, la balanza comercial en este ámbito arroja resultados muy desfavorables para España, pero la realidad es más compleja de lo que tales términos denotan.

Los datos de la exhibición de largometrajes en salas muestran el predominio absoluto de la pro-

ducción internacional y la presencia muy destacada en concreto del cine norteamericano: el 65,7% de las sesiones de cine del año 2010 correspondió a películas de dicho origen, mientras que el 33,4% fue de sesiones de películas europeas (incluido el cine español)<sup>3</sup>. De hecho, las películas españolas consiguieron captar doce millones y medio de entradas mientras que el estadounidense logró más de 70 millones (69,5%). EEUU obtiene más espectadores y más dinero con un número proporcionalmente menor de películas, lo que indica que el atractivo de éstas es superior para el público español.

En la música, sin embargo, se da un comportamiento bien distinto: las productoras pueden ser de capital extranjero, pero las preferencias que han de atender se decantan por cantantes y grupos autóctonos. De hecho, el repertorio musical español todavía pesa más que el internacional, ya que al analizar los 50 álbumes más vendidos, se observa que 29 son españoles y 21 son extranjeros. Más aún, los cinco primeros álbumes más vendidos en 2010 son de cantantes españoles, con Sergio Dalma y su *Vía Dalma* (Universal) a la cabeza, seguido de Joan Manuel Serrat con *Hijo de la luz y de la sombra* (Sony Music) y Alejandro Sanz con *Paraíso Express* (Warner Dro). Completan el listado de las ventas mayores otro título del sello Sony Music, *Pequeño*, de Dani Martín, y uno de Warner Dro, *Cardio*, de Miguel Bosé.

Por otra parte, en este contexto de globalización surgen nuevas oportunidades para pequeños sellos que consiguen resultados de venta satisfactorios, mediante la distribución digital y por Internet a nichos de público dispersos (el fenómeno conocido como "la gran cola"). Una política cultural a la altura de los tiempos pasa por fomentar la innovación sociocultural y las industrias creativas, promoviendo contenidos de calidad.

### 3.2. Nuevos públicos

Durante el periodo que estamos analizando la población española no solo ha crecido notable-

<sup>3</sup> En el caso del cine exhibido en salas, el 39% de los largometrajes proceden de EEUU y el 24,4% de España. Otro cuarto aproximadamente procede de Francia, Alemania, Inglaterra e Italia, un 2% de Latinoamérica y otros. El grueso de recaudación y los espectadores también corresponde al cine estadounidense con más de 468 millones de euros recaudados (el 70,8% del total) y más de 70 millones de espectadores (69,5%). El cine español controló el 14,9% de las sesiones de cine durante 2010, con un total de 12.647.624 espectadores y una recaudación global cercana a los 79 millones de euros (el 11,9% del total) (Fundación Autor, 2011)

mente sino que ha modificado su estructura interna y se ha vuelto más compleja en un doble sentido: a) intergeneracionalmente (como consecuencia de la maduración demográfica, del alargamiento de la esperanza de vida y de la transformación de los ciclos de edad) y b) multiculturalmente (como resultado de la inversión de los flujos migratorios y la creciente importancia de los nuevos ciudadanos, procedentes de un amplio espectro de países). Así pues la mera contemplación de los datos demográficos permite señalar la importancia de dos categorías sociales y dos nuevos públicos, cuyas demandas, necesidades y expectativas no quedan bien atendidas en la oferta tradicional: las personas de edad avanzada y los inmigrantes.

Las sucesivas encuestas sobre las condiciones de vida de las personas mayores<sup>4</sup> que viene realizando el IMSERSO muestran tanto la persistencia de una mayoría que no tiene interés en iniciar ningún tipo de actividades nuevas, como de una minoría relevante y creciente que considera la edad avanzada como una oportunidad para embarcarse en iniciativas novedosas, como el deporte, el asociacionismo y las relaciones sociales o las ofertas culturales. Por otra parte, las personas mayores son las que muestran mayor insatisfacción con los servicios culturales de su entorno.

Estos fenómenos reflejan tanto las características de las actuales cohortes de mayores, como el inicio de un cambio en la transformación de sus perfiles sociodemográficos y culturales. De hecho, la gran mayoría de las personas mayores tuvieron pocas oportunidades educativas y en caso de iniciar una trayectoria escolar, ésta no fue culminada siquiera con el nivel de estudios primarios, pero esta situación está cambiando con celeridad.

En el caso de la población de origen extranjero<sup>5</sup>, aunque las encuestas sobre prácticas culturales no permiten diferenciar por nacionalidades (y captar diferencias internas), los datos obtenidos ayudan a constatar la existencia de similitudes entre población autóctona y extranjera, como sucede en el caso de la común impregnación de la cultura moderna de masas, que circula y se distribuye en el mercado, y también de la cultura letrada; por otro lado, también existen diferencias significativas que se produ-

<sup>4</sup> Ver Portal de Mayores, <http://www.imsersomayores.csic.es>

<sup>5</sup> Además de los datos de las encuestas del Ministerio de Educación se puede acudir también a las encuestas del INE.

cen allí donde, con la excepción del cine y del ballet, se debe asistir a servicios y bienes provistos en equipamientos externos. La mayor frecuentación de la población autóctona de locales y equipamientos culturales, bien puede estar relacionada con la sobresignificación que dichas prácticas conllevan, puesto que en ellas se ponen en juego, además de las preferencias y gustos estéticos individuales, la posición social y su significado, en un contexto en que la estratificación social puede quedar connotada de estratificación étnica.

Ahora bien, el reto fundamental no se halla tanto en el acceso a la oferta del mercado o de instituciones públicas, sino en cómo gestionar la diversidad en un contexto de pluralismo etnocultural, donde las distintas comunidades “migrantes” reclaman el derecho a la libertad cultural como un derecho de nueva generación, es decir, basado en un sujeto colectivo y no meramente individual.

### 3.3. La sostenibilidad de las políticas culturales

Como ya hemos comentado, durante los años de auge y alegría económica numerosos ayuntamientos se lanzaron a la creación de grandes infraestructuras (auditorios, centros culturales, etc.), de los que sin duda había importantes carencias, pero sin tener en cuenta ni la demanda real existente ni el diseño de políticas adecuadas de participación para fomentar su uso. En la actualidad, muchos de estos equipamientos e infraestructuras suelen carecer de programación y de actividad, o ésta es muy reducida, y se hace patente así su insostenibilidad.

Una forma de enfrentar las dificultades que se están planteando podría radicar en una mayor colaboración de las entidades locales con el asociacionismo cultural (el Tercer Sector cultural). Éste ya desempeñó una importantísima labor en los años sesenta y setenta y sigue siendo hoy el asociacionismo más vigoroso. Las entidades culturales, deportivas y de ocio, que representaban el 58% de las entidades asociativas del registro en 1995 (147.553), en el año 2000 habían pasado a ser el 61% (220.777). El Tercer Sector cultural tiene una importancia extraordinaria, hasta el punto de que en muchas áreas y en poblaciones pequeñas constituyen la vanguardia de la cultura. Por otro lado, de acuerdo con los datos que proporcionan sistemáticamente las encuestas sobre el asociacionismo, tanto en afiliación como en participación, las asocia-

ciones de tiempo libre y culturales consiguen los valores más altos.

### 3.4. La democratización cultural

Las políticas de democratización cultural han partido del supuesto de que existía una cultura legítima –la alta cultura, letrada y artística– que debía ser difundida al conjunto de la población. Al igual que el Estado de Bienestar Social ofrecía la democratización de la sanidad y la educación, el Bienestar Cultural debería garantizar el acceso, si no de todos, al menos de la mayoría, a los bienes culturales por antonomasia. Tanto los datos que hemos ofrecido en la primera parte como el ranking de actividades culturales en función de la realización con alta frecuencia que aparece en la tabla 7, muestran que la distribución social de las prácticas es muy irregular.

Pero, sobre todo, el dato más relevante se halla en que las actividades artísticas que simbolizan la alta cultura –música clásica, ópera y danza– son realizadas por exiguas minorías de la población. De hecho, puede decirse que incluso son minoritarias entre las categorías sociales de las que aparecen como representativas.

Otro componente de la cultura legítima ha venido siendo la cultura letrada. Pues bien, en este sentido el dato más sorprendente se halla en el hecho de que pese a una universalización de la educación general básica y un notable incremento de la matrícula en la educación secundaria y universitaria, la frecuencia alta en la lectura de libros no relacionados con la profesión tan sólo aparece en un 35% de la población.

¿Qué puede decirse sobre estos datos y hechos? En primer lugar, que la existencia de un modelo cultural legítimo dominante en la opinión pública no significa que todas las personas y categorías sociales se sientan concernidas por él, a lo mejor ni siquiera lo hace la mayoría, sino solamente las clases para las que opera como una estrategia y un factor de distinción; en segundo, que el propio estatus y legitimidad de la denominada alta cultura ha cambiado en las últimas décadas, tanto porque se ha ampliado el registro de actividades incluidas en dicha instancia (cine, jazz, rock), como porque en una sociedad crecientemente plural y multicultural no es tan imprescindible someterse a dichas pautas sociales.

Pero sobre todo hay que volver nuestra mirada a la educación, porque si bien no existe una

TABLA 7

**RANKING DE LAS ACTIVIDADES CULTURALES SEGÚN LOS PORCENTAJES OBTENIDOS POR LA FRECUENCIA ALTA (2006/2007)**

<i>Frecuencia alta</i>	<i>Actividad</i>	<i>%</i>
Difusión general	Ver televisión	98,2
Difusión alta	Escuchar música	66,3
	Escuchar la radio	60,1
	Lectura prensa diaria de información general	50,9
Difusión media	Usar ordenador	43,1
	Ir al cine	38,8
	Conexión a internet	37,6
	Lectura de libros no relacionados con la profesión	35,3
	Visitar museos	31,1
Difusión baja	Ir a conciertos música actual	26,4
	Ir al teatro	19,1
	Acudir a bibliotecas	13,5
Difusión muy baja	Ir a conciertos música clásica	8,4
	Danza	5,1
	Ir a la ópera	2,7
	Ir a la zarzuela	1,9

*Fuente:* Elaboración propia a partir de Encuesta del Ministerio de Cultura, 2006-2007.

correlación directa entre la universalización de las competencias letradas y la difusión de la alta cultura, no es menos cierto que, en cualquier mapa que tratemos de confeccionar de la relación entre variables sociales y prácticas culturales, la educación aparece como un elemento definitorio de los perfiles de las personas practicantes.

El capital educativo puede ser valorado a efectos del asunto que nos ocupa desde distintas perspectivas: proporciona competencias que catapultan para la práctica y constituye la fuente que alimenta una visión pública de la legitimidad cultural. Sin embargo, en la actualidad su forma de operar es más compleja.

El curriculum escolar está dando cada vez más importancia a la formación científica frente a la literaria, mientras que la propiamente artística ha quedado relegada a las actividades complementarias extraescolares que organizan las asociaciones de madres y padres; en segundo lugar, las nuevas tecnologías ofrecen un acceso a información, entretenimiento y conocimiento que por su propia lógica tiende a socavar las fuentes de legitimidad y de autoridad precedentes, difuminando las fronteras

entre educación y diversión; en tercer lugar, la lógica interna de maduración del propio sistema educativo no opera como un factor de igualación, sino muy al contrario de diferenciación y jerarquización.

¿Qué entiendo por sistemas educativos maduros? Tienen, al menos, tres características fundamentales: la formación se alarga y escalona en niveles con un constante incremento de la esperanza de vida educativa; se produce una diversificación de la oferta entre modelos públicos, privados y concertados, a los que acceden predominantemente determinadas categorías sociales; y una diversidad de trayectorias por ramas de conocimiento y especialización profesional a medida que avanzamos hacia los niveles superiores.

En estos sistemas, no sólo opera una lógica de diversidad sino también otra de desigualdad, puesto que las diferencias en esperanza de vida educativa entre quienes fracasan en etapas tempranas y quienes logran alcanzar los más altos niveles no sólo son muy grandes sino en cierta medida irreversibles. De hecho, la investigación viene mostrando que normalmente las personas con alto nivel educativo, una vez alcanzado el título universitario,

siguen programas de formación cuya intensidad puede llegar a equivaler a otra carrera universitaria.

Al respecto, la situación de la sociedad española es bastante ilustrativa por la dualización de los sistemas educativos, como consecuencia de las elevadas tasas de abandono y fracaso. El análisis de la formación de la población adulta (25-64 años) en 2008 muestra que mientras la población con educación terciaria está ligeramente por encima de la media de la OCDE (29% en España y 28% en la OCDE), el porcentaje de población adulta que tiene niveles inferiores a la segunda etapa de secundaria es en España del 49%, cuando en la OCDE se sitúa 20 puntos por debajo, es decir, del 29%.

Nos encontramos, por tanto, con una dualización de capitales educativos; con la generación de competencias tanto para la era digital como para las actividades artísticas al margen del sistema educativo y con una ausencia de política estable y rigurosa de democratización cultural. No puede resultar extraño que aquellas prácticas cuyo disfrute estético requiere la adquisición de competencias más complejas que conllevan formación a lo largo de cierto tiempo tengan públicos muy reducidos. No es solamente una cuestión de gustos diferentes, que también. Sino ante todo de una ausencia de políticas culturales, y educativas, a la altura de objetivos de bienestar cultural.

— (2011), *Anuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales*, Madrid, Fundación Autor.

MINISTERIO DE CULTURA (1978), *La realidad cultural de España 1978*, Madrid, MCU.

— (1978), *Demanda cultural en España*, Madrid, MCU.

— (1985), *Encuesta de comportamiento cultural de los españoles*, Madrid, MCU.

— (1991), *Equipamientos, prácticas y consumos culturales de los españoles*, Ministerio de Cultura, Madrid, MCU.

— y FUNDACIÓN AUTOR (2005), *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2002-2003. Resultados detallados*, Madrid, MCU y Fundación Autor.

## BIBLIOGRAFÍA

ARIÑO, A., (2010), *Prácticas culturales en España. Desde los años sesenta hasta la actualidad*, Barcelona, Ariel.

CIS (2009), Estudio 2806, "Barómetro Junio 2009", en: [http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1\\_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=9560](http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=9560)

DONNAT, O. (2003), "La question de la démocratisation dans la politique culturelle française", *Modern and Contemporary France*, 11(1) : 9-20.

FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (2008), *Barómetro sobre hábitos de lectura*, en: <http://www.federacioneditores.org/SectorEdit/Documentos.asp>

FUNDACIÓN AUTOR (2000), *Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural*, Madrid, Fundación Autor.