

Nuevos desplazamientos en la investigación en cultura: aportes de la segunda encuesta nacional de participación y consumo cultural de Chile

Tomás Peters Núñez*

Universidad de Londres, Reino Unido

RESUMEN

Las políticas culturales son un *momento* en una trama más amplia de la circulación social de símbolos y del ejercicio de poderes. Por ende, han dejado de ser un espacio delimitado o específico destinado a la oferta y demanda generada por la 'industria cultural', y han pasado a ser parte de un entramado complejo que interpela, problematiza y pone en tensión el espacio social. Para avanzar en la discusión de esta hipótesis, en el año 2009 se incorporó en la Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2009 del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile un módulo específico de preguntas basado en las *afinidades electivas* entre consumo cultural y percepción sociocultural. El presente artículo expone, en una primera parte, las discusiones teóricas entre política cultural y sociedad. Posteriormente aborda algunas consideraciones metodológicas y conceptuales utilizadas en la encuesta. En una tercera parte presenta, a partir de un Índice de Consumo Cultural, los principales resultados obtenidos a partir de esta discusión. Finalmente, se ofrecen algunos comentarios generales con respecto a la encuesta y los nuevos desplazamientos en la investigación en consumo cultural.

Palabras clave

Consumo cultural, Encuesta de Participación y Consumo Cultural 2009, afinidad electiva, percepción sociocultural, transformaciones culturales

* Sociólogo Universidad Alberto Hurtado; magíster en Teoría e Historia del Arte Universidad de Chile. Estudiante del MPhil/PhD en Estudios Culturales Latinoamericanos, School of Arts, Birkbeck, Universidad de Londres, Reino Unido. Investigador asociado del Centro de Investigaciones Socioculturales de la Universidad Alberto Hurtado. Correo electrónico: tomas.petersn@gmail.com.

New displacements in cultural research: contribution of the 2009 cultural participation and consumption survey in Chile

ABSTRACT

Cultural policies are a turning point in a broader frame of the social circulation of symbols and in the exercise of power. Therefore, instead of being a specific or delimited space to support the supply and demand of the 'culture industry', they have become part of a complex framing that challenges and problematizes the social space. To advance the discussion of this hypothesis, in 2009 we worked on the Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural conducted by the Consejo Nacional de la Cultura y las Artes of Chile, and we introduced a specific module of questions based on the *elective affinities* between cultural consumption and socio-cultural perception. This paper presents in the first place theoretical discussions between cultural policy and society. Next it discusses some methodological and conceptual considerations applied in the survey. In the third part it presents the main results of this discussion, from a Cultural Consumption Index. Finally, some general comments are made about the survey and the new displacements in the research on cultural consumption.

Keywords

Cultural consumption, 2009 Cultural Participation and Consumption Survey, elective affinity, socio-cultural perception, cultural transformations

Introducción

En Chile es innegable reconocer la preocupación histórica que ha existido entre académicos, literatos y políticos por el estudio, discusión y descripción de nuestras prácticas culturales. Es más, durante gran parte del siglo XX, no son pocas las páginas escritas –ensayos, novelas, y otros géneros y subgéneros– que se han redactado acerca de estos temas (Godoy, 1982). Si bien estas fuentes ayudaron a comprender los cambios del país de ese entonces, desde las décadas de 1970 y 1980 se daría paso a un nuevo tipo de investigación y reflexión cultural que vendría a complementarlas. Gracias a los avances metodológicos alcanzados (encuestas, herramientas estadísticas y otras), y considerando el contexto sociopolítico de ese entonces (dictadura), se lograría un terreno fértil para el desarrollo de estudios y reflexiones acerca de las prácticas culturales de los chilenos. Así, surgiría el Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (Ceneca) que, junto a una serie

de otros investigadores (Catalán y Sunkel, 1990; Clacso, 1990), publicarían una serie de reflexiones y diagnósticos sobre las transformaciones culturales y artísticas acaecidas durante esas décadas.

Con el retorno a la democracia, y provenientes fundamentalmente de la División de Cultura del Ministerio de Educación, surgirían innovadores estudios enfocados en cartografiar el ‘mundo de la cultura’ y poner en evidencia la importancia de este espacio para el desarrollo social del país. Por su parte, también surgirían esfuerzos similares en el mundo académico y organismos internacionales (Clacso, Convenio Andrés Bello, PNUD, UNESCO, entre otros), que aportarían parte importante de los insumos analíticos para la naciente institucionalidad cultural (Antoine, 2011). Posteriormente, y con la creación del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) en el año 2003, surgirían variados esfuerzos por caracterizar y describir los ‘públicos o audiencias’ de las artes. Fue así como surgieron los anuarios de cultura (implementados por el Instituto Nacional de Estadísticas de Chile), los estímulos a la investigación universitaria (“Haz tu tesis en cultura”) y, sobre todo, los estudios acerca de audiencias y consumo cultural. Así surgió la Encuesta de Consumo Cultural 2004-2005¹ del CNCA, la que permitió entregar los primeros datos estadísticos acerca del acceso a bienes y servicios culturales y, además, realizar un marco de reflexiones que se tradujo en publicaciones y seminarios (Catalán y Torche, 2005). En sus líneas generales, se pudo conocer las lógicas de consumo cultural de los chilenos (acceso a artes visuales, teatro, conciertos, cine, lectura de libros, etc.) y se pudo concretar una ‘línea base’ de cómo nos comportamos en materia de acceso a las artes. En consonancia con investigaciones internacionales (Rey, 2008; Sunkel, 2006; Wing Chan y Goldthorpe, 2007), se logró constatar la profunda desigualdad sociocultural que existía en Chile en el acceso a las manifestaciones artísticas. Según los datos disponibles en aquel momento, serían los niveles de educación, ingreso y edad las variables que, a nivel nacional –y, por cierto, internacional–, determinarían gran parte de las posibilidades de acceso al consumo cultural (PNUD, 2002; Gayo, Teitelboim y Méndez, 2009). A partir de esto se derivaría parte importante de las decisiones en materia de política cultural, ya que se pusieron en evidencia las fuertes determinantes estructurales del acceso al consumo cultural que existía en Chile y los desafíos que ello implicaba.

Ahora bien, ¿todos estos esfuerzos han significado un avance en materia de acceso

¹ Esta encuesta se realizó en dos fases: la primera fue realizada en 2004 y su muestra se restringió a la Región Metropolitana. La segunda consistió en aplicar el año siguiente el mismo instrumento –salvo algunas modificaciones surgidas en el trabajo en terreno anterior y por la particularidad de la ampliación de la muestra– en el resto de regiones del país. Al final de este proceso se ‘fundieron’ las bases de ambos años y se la llamó Encuesta de Consumo Cultural 2004-2005 (CNCA, 2007).

y consumo cultural en la población nacional a finales de la década de 2000? Para responder a esta pregunta, en el año 2009 el CNCA llamó a licitación el segundo mayor estudio sobre consumo cultural a nivel nacional. Bajo el nombre de Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural (ENPCC), el estudio fue adjudicado por el Observatorio Social de la Universidad Alberto Hurtado (OSUAH) y se convertiría, hasta el día de hoy, en la encuesta más completa sobre el tema, realizada en Chile. Bajo la coordinación del Departamento de Estudios y Documentación del CNCA y los profesionales del OSUAH, la aplicación y posterior análisis de los resultados han significado un paso significativo para, por una parte, comprender las dinámicas del acceso a la cultura por parte de los chilenos y, por otra, para el diseño de las actuales políticas culturales del país. De la misma forma, la ENPCC significó un impulso significativo para el diseño de un programa de investigación sobre consumo cultural y sociedad, desarrollado en el Centro de Investigaciones Socioculturales de la Universidad Alberto Hurtado (Peters y Güell, 2010; Peters, 2010; Güell, Morales y Peters, 2011; Güell y Peters, 2011; Peters y Güell, 2012). En este programa se ha puesto énfasis en comprender las políticas culturales como *un momento* en una trama más amplia de la circulación social de símbolos, del ejercicio de poderes, y en la constitución y relación entre los actores de la sociedad. En otras palabras, en observar las políticas culturales como *hechos sociales reales*.

El presente artículo expone, en primer lugar, las principales discusiones sobre las relaciones entre políticas culturales, sociedad e investigación, y sobre cómo una encuesta acerca del consumo cultural ayuda a comprender estas dinámicas complejas. Posteriormente se exponen las principales características de la ENPCC y cómo se pensó tanto metodológica como teóricamente su implementación y posterior análisis. En un tercer momento, se presentan algunos resultados de la encuesta con especial énfasis en las innovaciones incorporadas con respecto a la encuesta anterior del CNCA. Para ello se presenta un Índice de Consumo Cultural y los principales resultados que ofrece tal ejercicio para las discusiones sobre política cultural y su *afinidad electiva* con otras variables socioculturales. Finalmente se proponen los actuales desafíos en los estudios sobre consumo cultural y se reflexiona en torno a cómo aquello incide en el diseño, implementación y evaluación de las políticas culturales desarrolladas y por pensar en Chile.

1. Las políticas culturales como prácticas sociales complejas: discusión sobre sus consecuencias metodológicas

La implementación de políticas culturales en América Latina ha sido, por una

parte, problemática, y por otra, relativamente reciente. En primer término, no han sido pocos los debates que han existido –y que siguen existiendo– sobre qué significa pensar, diseñar, implementar y evaluar una política cultural (UNESCO, 1982; García Canclini, 1987, 1999; Harvey, 1990; Garretón, 2003; Yúdice y Miller, 2004; Sunkel, 2006; Nivón, 2006). En el caso chileno, este problema también tuvo una alta preocupación. Han existido, en el transcurso de las últimas tres décadas, importantes insumos para la discusión (Catalán y Munizaga, 1986; Brunner, 1988; Garretón, 1992, 2008; Negrón, 2005; Navarro, 2006; Subercaseaux, 2006; Rampaphorn, 2008; Antoine, 2009; Silva y Negrón, 2011).

Aun cuando estos debates han sugerido ampliar la relación entre política cultural y sociedad (multiculturalismo, etnicidad, acceso, derechos culturales y otros), gran parte de las políticas culturales implementadas en los Estados de la región se han caracterizado por orientar sus acciones a niveles cada vez más especializados y diferenciados (Garretón, 2008; Güell, 2010). En otras palabras, se han enfocado en regular, promover y fortalecer las industrias culturales, los espacios de circulación y las nuevas formas de acceso a los bienes y servicios culturales. Esto se debe, entre otras cosas, a los mayores niveles de complejización que han logrado los Estados, la hegemonía de los mercados transnacionales y los procesos de individualización que viven las sociedades (Bauman, 2009, 2010). De la misma forma, los sistemas políticos han exigido a las políticas dedicadas a la ‘cultura’ que implementen procedimientos estandarizados, medibles y con objetivos claros, logrando con ello un control de los recursos invertidos y delimitando los espacios de intervención en el orden social. En el caso chileno, recién en la década de los 1990 surgieron acciones gubernamentales en esta vía. Durante esos años, el Estado tuvo que diseñar un plan de acción cultural totalmente inédito (debido a la carencia de uno en las décadas pasadas) que equilibrara tanto las ‘deudas’ con el mundo cultural local como con los procesos de modernización política, económica y global que estaba viviendo el país (Foxley y Tironi, 1994; Richard, 2000; Fuenzalida, 2001). Así, surgirían políticas tales como el incentivo a la producción artística (Fondart), a la inversión privada (Ley de Donaciones Culturales), al acceso (fiestas ciudadanas, Maletín Literario, entre otras) y a la subvención, por nombrar algunas, que darían paso a un nuevo ‘trato’ entre los agentes sociales (como derechos individuales), el mercado (como mediador) y el Estado (como agente estabilizador de expectativas y gobernabilidad). Con ello se ha logrado propiciar un nuevo dinamismo de los mercados culturales y los complejos procesos de circulación de los bienes y servicios culturales, pero se ha puesto en un segundo plano la pregunta por los efectos socioculturales que aquello podría generar en las constelaciones simbólicas de una sociedad posdictatorial como la nuestra.

Luego de algunos años de institucionalización cultural –fundada en el año 2003 con la creación del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes– y aun cuando gran parte de las políticas culturales implementadas en los últimos años han seguido el camino del fomento a la producción, circulación y acceso de bienes culturales, es innegable reconocer la voluntad política de los gobiernos de la Concertación en propiciar una relación más compleja y estrecha con otros procesos de la sociedad. Desde mediados de la década recién pasada, en Chile se ha producido una suerte de ‘desespecialización de las políticas culturales’, donde han dejado de ser un espacio delimitado o específico destinado a la oferta y demanda generada por la industria cultural, para pasar a ser parte de un entramado complejo que interpela, problematiza y pone en tensión el espacio social (Güell y Peters, 2012). Así, las políticas culturales se han reconocido como un espacio de intervención en las más diversas áreas de la sociedad: la educación, la economía (cuentas satélites de cultura), el diseño gráfico y/o de vestuario (moda), la arquitectura, la puesta en valor del patrimonio cultural material e inmaterial, etc. Esta apertura de los márgenes de acción de las políticas culturales está, obviamente, plagada de lógicas económicas. No podemos ser ingenuos en no reconocer la importancia que se le ha dado a la cultura como un agente de dinamismo económico. Sin embargo, la incursión de las prácticas culturales y artísticas en estos ámbitos también genera nuevos esquemas socioculturales a nivel general. García Canclini ha propuesto la noción de post-autonomía del arte para señalar este nuevo fenómeno:

Con estas palabras me refero al proceso de las últimas décadas en el cual aumentan los desplazamientos de las prácticas artísticas basadas en objetos a prácticas basadas en *contextos* hasta llegar a *insertar las obras en medios de comunicación, espacios urbanos, redes digitales y formas de participación social donde parece diluirse la diferencia estética*. (2010: 17)

En base a esta discusión, resulta importante replantearse sociológica y metodológicamente cómo la creciente ‘colonización’ del arte –y las políticas culturales– en los diversos espacios de la sociedad se puede instalar como problema en los tiempos actuales. Indudablemente, esta discusión no es reciente. En la filosofía y sociología del arte, la tensión entre arte, política y sociedad ya lleva un importante recorrido (Adorno y Horkheimer, 2003; Benjamin, 2003, 2004; Bourdieu, 2002; Luhmann, 2005; Heinich, 2001, 2002; Rancière, 2010). Sin embargo, la novedad que hoy se puede dar a este problema tiene que ver con la ampliación en complejidad que las políticas culturales han desarrollado en los últimos años –como efecto de un proceso general que viven los Estados– y, por cierto, en cómo aquella ganancia se entrama con el resto de la sociedad contemporánea. A base de ello se pueden resumir un par de puntos que, desde nuestra impresión, amplían esta discusión.

En primer lugar, las políticas culturales actuales están insertas en un campo complejo y de 'autonomía relativa', donde se generan permanentes conflictos o disputas no sólo de recursos o áreas de intervención, sino que, principalmente, de sistemas de valores o entramados simbólicos. Algunos, más que otros, pueden lograr, por medio de presiones y estrategias, legitimar ciertos objetivos de política pública en materia cultural. Si antes las disputas debían construir un 'relato país' (de justicia, unidad, igualdad, protección, etc.), hoy existen cada vez mayores alternativas de *sentido de sociedad* que se interceptan en disputas cada vez mayores. En este sentido, las políticas culturales tienen mucho que hacer para validar una u otra afirmación de sociedad, pues manejan parte importante de los espacios de representación simbólica de los valores y características de los chilenos (Güell, 2011). De ahí que, en un contexto como el actual (bajo el gobierno de Sebastián Piñera), se han generado cambios significativos en los trazados simbólicos de la sociedad chilena y, por ende, en la pregunta por la memoria, las formas de pensar la sociedad y lo íntimo, entre otras cosas (Richard, 2010; Blanco, 2010). Con ello, las políticas culturales se inscriben en una disputa cada vez más compleja con otros entramados sociales (economía, política, educación, etc.), agregándole nuevos ribetes en su diseño, implementación y discusión.

Un segundo aspecto tiene que ver con la inserción de las políticas culturales en la sociedad mundo (o global). Hoy en día es impensable comprender las políticas de Estado en cultura sin considerar los infinitos dispositivos de circulación y sus entramados simbólicos. Todo es cultura e intercambio en el mundo tardomoderno: las marcas de moda, las nuevas prácticas gastronómicas, los espacios de habitabilidad, la industria de la felicidad y el goce, el crecimiento exponencial del *retail* y del consumo tecnológico, entre muchos otros. Hoy es tal la infinidad de intercambios simbólicos, que todos nosotros debemos ser intérpretes, mezcladores, difusores de símbolos en permanente liquidez (Bauman, 2007). Por ello, estamos en permanente interacción simbólica: a partir de lo que se distribuye repetitivamente, vamos combinándolo con nuevas lógicas que van dando formas e identidades diferenciadoras, únicas y disruptivas. En otras palabras, "esta nueva lógica cultural desarma y descentra cualquier intento para fijar institucionalmente el valor de una combinación de símbolos culturales" (Güell, 2011). Bajo este escenario, las políticas culturales tienen un doble desafío: intentar organizar estos nuevos símbolos culturales y, por otro, propiciar que se generen, por parte de la sociedad, nuevas formas de pensamiento sobre la sociedad, diversas identidades y amplios modelos biográficos.

En suma, es posible vislumbrar que las políticas culturales están insertas en un espacio cada vez más complejo y descentrado, donde sus acciones

van más allá de simplemente implementar programas específicos en zonas concretas. Su vocación, como política pública en cultura, debe pensarse como el conjunto de recursos institucionales públicos, actores, imaginarios de sociedad e intereses, objetivos, programas y métodos de observación que compiten y cooperan en el manejo de los bienes simbólicos en el espacio de la relación entre el Estado y la sociedad. (Güell, 2011)

En definitiva, la política cultural debe comprenderse por su amplitud de impacto sociocultural y, además, por cómo genera, en los sujetos, *enunciados de sentido* que lo interpelan para pensar su condición en el mundo, sus proyectos biográficos y modos identitarios, en un mundo cada vez más inserto en los circuitos mundiales. Ese es, por tanto, el desafío que existe para la investigación en consumo cultural: cómo denotar las constelaciones y prácticas de acción de la política cultural en el espacio social e individual.

2. Política, consumo cultural y complejidad social: la Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2009

La investigación social y, específicamente, las técnicas cuantitativas, requieren de una serie de supuestos teóricos y procedimentales que permitan generar información rigurosa y novedosa sobre un tema. Esto exige, por una parte, implementar procesos de recolección de información que permitan contrastar o comparar antecedentes ya disponibles² y, por otra, ofrecer nuevas estrategias de reflexión. Este último punto es, quizás, el mayor desafío en las investigaciones sobre consumo y prácticas culturales. Como ha quedado de manifiesto en investigaciones realizadas en los últimos años (Güell, Morales y Peters, 2011), en Latinoamérica se ha avanzado poco al respecto. En la mayoría de los estudios en la región se ha consultado sobre las frecuencias de acceso a bienes y servicios culturales, y acerca de los espacios, mediaciones y condicionantes estructurales involucradas en ese proceso, entre otras dimensiones. Sin embargo, se ha avanzado poco en problematizar esas dinámicas con los procesos más complejos de la vida social. Si bien desde los inicios de la discusión sobre el consumo cultural se ha planteado como supuesto básico la importancia simbólica de tales prácticas —en las formas de

² Los estudios 'panel' o 'longitudinales' han posibilitado, en las últimas décadas, nuevas oportunidades metodológicas y reflexivas en ciencias sociales. Por ejemplo, en los análisis desarrollados acerca de las dinámicas de ingreso, las prácticas culturales, el análisis sobre el bienestar subjetivo y la felicidad, entre otros. Para el caso británico, véase Berthoud y Burton (2008).

apropiación, uso y resignificación (García Canclini, 2006)—, son pocos los estudios que, empíricamente, demuestran el aporte de los bienes artísticos y culturales en los procesos identitarios de los individuos, en sus formas de construcción de sentidos y, evidentemente, en sus lógicas de acción y práctica social. Sin embargo, y a partir de la ENPCC, creemos que se ha avanzado en esta dirección.

Para responder a tal desafío, resulta necesario desarrollar nuevas definiciones operacionales del concepto de consumo cultural que entreguen herramientas analíticas y metodológicas específicas. Frente a ello es importante destacar el hecho de que, entendido de modo amplio, consumir cultura significa relacionarnos con una oferta ligada al entretenimiento (fiestas, celebraciones), a la información (periódicos, internet, revistas, diarios) y a experiencias estéticas (artes visuales, conciertos, teatro, etc.), pero, al mismo tiempo, satisfacemos otras necesidades como la identificación grupal, nacional o multinacional, nos distinguimos socialmente (y simbólicamente), logramos sociabilidad con otros por medio de ritos (expresión), nos apropiamos de espacios públicos (prácticas) y, a la vez, participamos (en distintas formas culturales) en el mundo.

En vista de lo anterior, hemos propuesto que el consumo cultural se refiere a los distintos tipos de apropiación de aquellos bienes cuyo principal valor percibido es el simbólico, que son producidos y consumidos en circuitos relativamente diferenciados y que requieren de ciertos conocimientos especializados para su apropiación y uso. (Güell, Morales y Peters, 2011: 18-19)

Sumado a ello, es posible comprender el consumo cultural como una práctica social (e individual), en la que se realiza una apropiación, vivencia y uso de bienes y servicios culturales disponibles en la sociedad, lo que genera un dinamismo en los esquemas simbólicos y de percepción de los sujetos, renovando horizontes de expectativas sociales y abriendo nuevos planos de desarrollo (social, económico y humano). En este sentido, no todos los beneficios que se derivan del consumo cultural son apropiados por las personas en forma individual, sino que pueden generar también un impacto sobre colectivos o sobre el conjunto de la sociedad al permitir reconocer a los sujetos como parte de un colectivo (identidad) e interactuar con otros grupos sociales (diversidad).

En base a esta problematización sobre el consumo cultural, la ENPCC se propuso producir información sobre el consumo y prácticas culturales de los chilenos en los ámbitos propios de la industria cultural y de los distintos sectores culturales específicos, pero sin dejar de lado las implicancias simbólicas y socioculturales de tal práctica. Así, se puso énfasis en que la ENPCC tuviera, como objetivos fundamentales, disponer de un instrumento de recolección de datos estadísticos relevante, pertinente, preciso, accesible e interpretable, que midiera las prácticas

y el consumo cultural según las características de la población desagregada por sexo, tramos de edad y nivel socioeconómico en las distintas regiones de Chile (CNCA, 2011). De la misma forma, este instrumento esperaba poner a disposición del Estado información de calidad para la elaboración de políticas públicas en cultura, además de producir información sobre las áreas artísticas para el desarrollo y evaluación de programas, tanto a nivel nacional como regional.

Con todo, la ENPCC significó un instrumento que permitió ofrecer un marco general estadístico para caracterizar los actuales estados de avance del acceso a la cultura y las artes de los chilenos en los últimos años. Así, la encuesta tuvo las siguientes características metodológicas: la muestra se conformó por 4.176 casos y es representativa de la población mayor de 15 años, diferenciando en cada región por sexo, tramo de edad y nivel socioeconómico. Esta muestra, bajo el supuesto del muestreo aleatorio simple y varianza máxima, posee un nivel de confianza de 95%. De la misma forma, acota el error muestral en 1,5% para las estimaciones a nivel nacional, 4,5% para estimaciones en la Región Metropolitana, 5,2% en las regiones de Valparaíso y Biobío, y 6,4% para el resto de las regiones. Finalmente, el período de levantamiento de información abarcó entre el 16 de diciembre de 2008 y el 10 de marzo de 2009 (CNCA, 2011).

El instrumento se diseñó en ocho módulos. El primero de ellos estuvo compuesto de preguntas que permitieron realizar la caracterización del hogar y la selección del encuestado. El segundo módulo correspondió a la ‘columna vertebral’ de la encuesta y contiene las preguntas sobre acceso (y causas de no acceso), frecuencia, tipo de género artístico, espacio de acceso, pago, sociabilidad y medio de información por el cual accedió a un bien y/o servicio cultural, entre otras preguntas, dependiendo del tipo de bien y/o servicio cultural. Este tipo de preguntas se realizó en las diversas áreas de la industria cultural: artes visuales, teatro, danza, conciertos y/o recitales de música en vivo, cine, circo, películas de video (en VHS, DVD, PC), música por opción propia, libro y lectura, acceso a bibliotecas y museos, y consumo de medios de comunicación (como diarios, revistas, internet, radio y televisión). En su conjunto, estas preguntas permitieron caracterizar qué tipo de intensidad de acceso tenían los chilenos sobre esos bienes y/o servicios culturales y qué otras dimensiones colaboraban –u obstaculizaban– en ese acto.

Si el módulo anterior significaba el propósito general del estudio, el tercero significó la mayor innovación y ampliación de las discusiones sobre consumo cultural: ampliar y complejizar las afinidades electivas³ entre consumo cultural y sociedad. Acorde con los postulados arriba anotados, considerábamos necesario poner en

³ Sobre la propuesta teórica en general y el uso de este concepto en particular, véase Güell y Peters (2012).

discusión ciertas hipótesis que, en otros estudios (PNUD, 2002; Güell, Godoy y Frei, 2005), se estaban gestando sobre los hechos relacionados entre mayor acceso al consumo cultural y otras variables socioculturales, tales como la valoración o rechazo a la influencia cultural exterior, percepción de facilidad o dificultad en el acceso con respecto a los padres, reconocimiento de la importancia de las artes en la vida cotidiana, atribución de valor a la democracia, conflicto social, percepción de inequidad, valoración de la tolerancia social, construcción de proyectos biográficos, adscripción política, sociabilidad, etc. Todas estas variables fueron incluidas en la encuesta con el fin de poner a prueba los nuevos entramados teóricos y empíricos que hemos expuesto arriba. Como se verá en el siguiente apartado, y a partir de la creación de un Índice de Consumo Cultural, mostraremos la utilidad reflexiva y teórica que tales esfuerzos significaron para estos propósitos.

El cuarto módulo se concentró en determinar, por una parte, la cantidad de bienes culturales que el encuestado disponía en su vida cotidiana (en el hogar o lugar de trabajo) y, por otra, si contaba con instrumentos o accesorios para la creación o ejecución de manifestaciones artísticas (como pintura, música y otras). En su conjunto, este módulo se propuso identificar los niveles de equipamiento cultural que los chilenos poseían en ese momento.

El quinto módulo, por su parte, se enfocó en determinar las actividades artísticas y culturales –tanto *amateur* como profesionales– que realizaban los encuestados. Esto significaba identificar, entre otras cosas, si los encuestados participaban en la creación de obras literarias, musicales, visuales, etc., como también si habían recibido alguna formación tradicional (vía clases o talleres) o si era autodidacta. Este módulo, por cierto, tenía como objetivo analizar si los chilenos habían ampliado sus prácticas artísticas de espectadores a protagonistas (o creadores) de obras artísticas.

El siguiente módulo se dedicó a identificar qué tipo de actividades realizaban los encuestados en su tiempo libre. Así, se consultó sobre el acceso a prácticas religiosas, tradicionales, callejeras, ferias, entre otras. De la misma forma, se consultó sobre prácticas de vida social (baile, viajes turísticos, vida nocturna, etc.). En su conjunto, se esperaba identificar las prácticas consideradas ‘culturales’, más que específicamente de acceso a las ofertas de la industria cultural. El séptimo módulo intentó indagar en la disposición de los encuestados a acceder a los bienes y servicios culturales según su gratuidad y/o ampliación de ingresos personales. Es decir, qué elecciones de acceso se tomarían según ciertas condiciones de ingreso monetario. Finalmente, el octavo módulo consistió en una serie de preguntas utilizadas para definir la caracterización socioeconómica de los encuestados. Una sugerencia del Instituto de Estadísticas de Chile (INE) al respecto de este módulo, actualizó la serie de preguntas sobre trayectoria laboral, de ingreso y de posesión de bienes del encuestado, lo que ha posibilitado

una clasificación rigurosa sobre su condición socioeconómica.

En suma, la ENPCC significó un avance considerable en el espacio de la investigación sobre consumo cultural en Chile. En primer lugar, su aplicación fue a nivel nacional. En nuestro país no existía un estudio sobre el tema que tuviera una muestra de esas características, lo que permitió ofrecer, por una parte, una cartografía general del país sobre su estado en acceso, participación y uso de los bienes y servicios culturales disponibles, y por otra, una comparación con la encuesta de consumo cultural anterior 2004-2005 (al respecto se mantuvieron las consideraciones metodológicas necesarias para comparar estadísticamente ambos instrumentos). En segundo lugar, permitió elaborar un avanzado modelo de análisis sobre la estratificación social y su relación con el consumo cultural. La estructura de aplicación de la encuesta amplió considerablemente las metodologías de análisis sobre estructura social, laboral, económica y cultural, posibilitando el reforzamiento y apertura de líneas de análisis sobre consumo cultural y desigualdad. En tercer lugar, el diseño del instrumento contó con una exhaustiva revisión a nivel internacional, posibilitando que gran parte de las estadísticas revisadas puedan ser comparadas y analizadas desde distintos puntos del planeta. Esta encuesta avanza, sin duda, hacia el cumplimiento de los objetivos que Chile se ha propuesto en la homologación de las estadísticas mundiales. Finalmente, la ENPCC permitió ampliar los márgenes de reflexión sobre el consumo cultural disponibles hasta ese momento. Gracias a la inclusión del tercer módulo en la encuesta, se ha logrado avanzar significativamente en los cánones operantes en el espacio académico (donde los estudios sobre estructura social han dominado y reforzado lo que, hace más de cuarenta años, se viene confirmando: las fuertes desigualdades existentes en las prácticas de acceso al consumo cultural). La incorporación de nuevas preguntas en la ENPCC fue parte de un programa de investigación que ya venía siendo tratado en otras instituciones, principalmente en el PNUD Chile (PNUD, 2002; Güell, Godoy y Frei, 2005). Esas primeras aproximaciones –e intuiciones– fueron puestas a prueba en esta encuesta, lo que permitió avanzar, como veremos, en nuevas preguntas y reflexiones sobre las relaciones existentes entre la política cultural y los entramados más complejos de la realidad social.

3. Índice de Consumo Cultural y las afinidades electivas: mismas desigualdades, nuevas fronteras reflexivas

Como anotáramos en la introducción de este artículo, la creación del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes en el año 2003 fue la culminación de un largo

proceso de discusión, discernimiento y definición de las políticas culturales en Chile (Garretón, 2008). En sus ocho años de existencia, se han implementado una serie de programas de acción orientados, entre otros objetivos, a la ampliación del acceso a la cultura y las artes (CNCA, 2005). Muchos de ellos fueron implementados sin una lógica evaluativa y, por ende, es poco lo que se puede decir de sus resultados e impactos (Güell y Peters, 2011). Sin embargo, es indudable que hoy los ciudadanos disponen de un mayor acceso y frecuencia a las manifestaciones artísticas y culturales (CNCA, 2011). Lamentablemente, en todos estos años siguen existiendo limitantes estructurales como la educación, el ingreso y la edad, que mantienen altos niveles de inequidad en el acceso. En otras palabras, la gran sorpresa es que tras varios años de vigencia de las políticas culturales, la desigualdad no disminuye. Son variados los análisis que, a partir de la ENPCC, han informado esta constatación (Gayo, 2011). Sin embargo, nuestros análisis desarrollados a partir de la encuesta demuestran que en el consumo cultural se involucran otros fenómenos sociales, como la subjetividad del gusto o la forma en que se concibe Chile. En otras palabras, si reconocemos que las estructuras sociales siguen definiendo el acceso al consumo cultural y, por tanto, sus lógicas de comportamiento, resulta central avanzar más allá de esta constatación y preguntarnos qué otras dimensiones están relacionadas con el consumo cultural. Para ello, y a partir de nuestras constataciones —e intuiciones—, desarrollamos un programa de análisis que nos llevó a preguntarnos y conocer cuáles eran las *afinidades electivas* o hechos relacionados (Weber, 1973) entre un mayor acceso al consumo cultural y otras dimensiones políticas y subjetivas que las personas pueden generar a partir de él.⁴

Frente al actual desafío de ampliar las posibilidades de discusión sobre el consumo cultural, nos propusimos responder a la siguiente pregunta: ¿existe alguna afinidad electiva o una articulación de hechos relacionados entre el consumo cultural y las valoraciones democráticas, sociales y ciudadanas de los consumidores de cultura? La respuesta a esta interrogante, que ya ha sido profundizada con anterioridad (Peters, 2010), nos permite afirmar que, según las aplicaciones empíricas, existe una corre-

⁴ El concepto de 'afinidades electivas' refiere no a relaciones causales, sino al vínculo que se produce entre dos dinámicas diferentes de la acción social —por ejemplo, entre capitalismo y puritanismo— y por la similitud de sus sentidos subjetivos y de sus finalidades. De la afinidad electiva entre dos fenómenos resulta su mutuo reforzamiento. En la versión weberiana se trata precisamente de afirmar el vínculo entre dos hechos o estructuras no por referencia a alguna regla fija de causalidad independiente de las interpretaciones de los individuos, sino por referencia a la atribución que los actores hacen de su afinidad. Esto no significa que no existan regularidades estadísticas entre esos fenómenos. Por el contrario, las regularidades estadísticas son precisamente el indicio que conduce a interrogarse por las afinidades electivas subyacentes y a reconstruirlas (Weber, 2003).

lación entre los mayores grados de consumo cultural y la valoración positiva frente a la sociedad y sus dimensiones políticas, ciudadanas y sociales. Esta constatación también es observable entre las personas que pertenecen a segmentos de la población con bajos ingresos económicos, pero que realizan un alto consumo cultural.

A continuación presentamos los principales resultados obtenidos en nuestro programa de investigación.⁵ Para ello, a partir de los datos de la ENPCC, realizamos un Índice de Consumo Cultural (ICC)⁶ que, en términos generales, nos permite determinar los niveles de consumo cultural de los chilenos, a partir de quince bienes y servicios culturales (ver Cuadro N° 1).

Cuadro N° 1

Distribución y porcentaje de acceso de bienes y servicios culturales de la Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2009 de Chile para la construcción de Índice de Consumo Cultural

Bien o servicio cultural	Indicador de acceso	Porcentaje de acceso
Exposiciones de artes visuales	En los últimos 12 meses, ¿ha asistido a exposiciones de artes visuales? (pintura, fotografía, escultura, grabado, etc.)	21,4
Teatro	En los últimos 12 meses, ¿ha asistido a obras de teatro?	18,8
Danza	En los últimos 12 meses, ¿ha asistido a espectáculos de danza?	23,1
Conciertos	En los últimos 12 meses, ¿ha asistido a conciertos o recitales en vivo?	28,3
Cine	En los últimos 12 meses, ¿ha asistido al cine?	32,8
Películas	En los últimos 12 meses, ¿ha visto películas de video (VHS, DVD o PC) (excluye tv abierta y tv cable)	74,5
Música	¿Escucha música por opción propia?	91,8
Libros	Con excepción de libros de textos o manuales de estudio y considerando libros usados y nuevos, ¿ha leído usted algún libro en los últimos 12 meses?	41,3

⁵ Los argumentos teóricos, metodológicos y las conclusiones más generales sobre este estudio, pueden ser encontrados en Peters (2010).

⁶ El índice posee un análisis de consistencia o alfa de Cronbach de 0,760. Según los estándares, el índice posee confiabilidad estadística.

Revistas	En los últimos 12 meses, ¿ha leído alguna revista?	46,2
Museos	En los últimos 12 meses, ¿ha asistido a algún museo (de bellas artes, ciencias naturales, histórico, etc.)	21,1
Internet	En los últimos 12 meses, ¿ha usado internet?	52,5
Circo	En los últimos 12 meses, ¿cuántas veces ha ido al circo?	24,2
Radio	En la última semana, ¿ha escuchado radio?	87,9
Biblioteca	En los últimos 12 meses, ¿ha asistido a alguna biblioteca a consultar libros?	20
Diarios	¿Ha leído algún diario en la última semana?	68,8

Fuente: elaboración con datos Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2009, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

Si una persona reconocía haber accedido a un bien y/o servicio cultural en un período de tiempo delimitado en la encuesta, se recodificaba con una categoría de presencia (1). En cambio, si la persona no accedía, se identificaba con un valor de no presencia (0). Con estos datos se realizó un índice aditivo cuyo rango se distribuye entre los valores 0 y 15 puntos. Este ICC distribuyó a los chilenos en cuatro niveles de consumo cultural: consumo cultural bajo, consumo cultural medio, consumo cultural alto y consumo cultural muy alto.

En el grupo de *consumo cultural bajo* se ubica el 27% de los encuestados. Ellos se distribuyen entre los cuatro bienes y servicios culturales más masivos: escuchar radio, escuchar música por opción propia, ver películas en VHS, DVD o PC y, en menor medida, leer diarios o periódicos. En este grupo se observan principalmente mujeres, mayores de 50 años, con estudios mayoritariamente básicos y medios, que provienen de los grupos socioeconómicos más pobres del país (D y E)⁷ y están, en su mayoría, casados.

El grupo de *consumo cultural medio* corresponde al 25,4% de los encuestados. Este grupo se caracteriza por lograr acceder a, por lo menos, seis de los bienes y servicios culturales considerados. Junto con los bienes satisfechos por el grupo anterior, a este se suma el acceder a internet y leer libros. En este grupo, la distri-

⁷ Los niveles socioeconómicos han sido contruidos según el estándar mundial ESOMAR.

bución por sexos no tiene mayores diferencias, pertenecen a los grupos C3 y D, son mayores de 40 años, casados y con estudios medios.

El grupo de *consumo cultural alto* se distribuye con un 27,1%, siendo el grupo con mayor presencia. Este grupo logra acceder a más de nueve bienes y servicios culturales. A los bienes antes anotados, a este grupo se le agregan ir al cine, asistir a conciertos y/o recitales y, finalmente, asistir a presentaciones de danza. Al igual que el grupo anterior, no se logra identificar una mayor presencia de hombres o mujeres. Su nivel educacional se ubica entre 12 años y más, con una presencia importante de educación universitaria. Los grupos socioeconómicos con mayor presencia en este grupo son los C3 y C2. En su mayoría tienen entre 30 y 40 años, y se observa una distribución similar entre casados y solteros.

Finalmente, el grupo de *consumo cultural muy alto* corresponde al 20,6% de la población encuestada. Este grupo logra acceder a un rango de diez a quince bienes y servicios culturales. A los bienes anotados hasta ahora se le suman el resto: asistencia a exposiciones de artes visuales, visitar museos, presenciar obras de teatro y visitar bibliotecas. En este grupo se observa una mayor tendencia de mujeres, con estudios universitarios (se observa un alto porcentaje de personas con educación media, que podrían corresponder a estudiantes en curso), en su mayoría pertenecen al segmento ABC1, prevalecen los solteros y son, en su mayoría, jóvenes menores de 30 años.

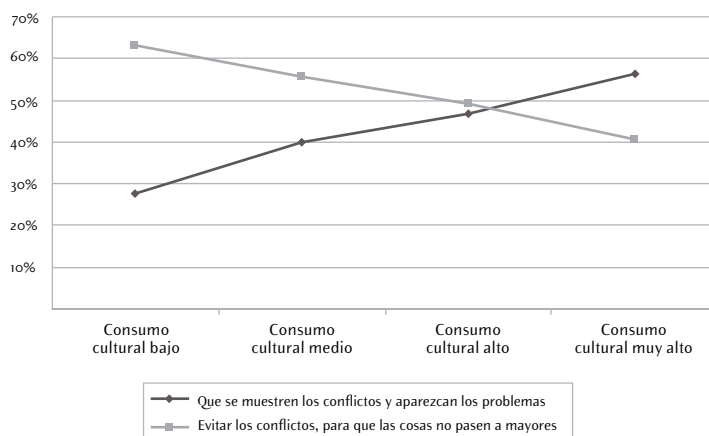
Como queda de manifiesto en esta clasificación, se logra constatar que las desigualdades sociales en el consumo cultural de los chilenos se mantienen poderosamente, al igual como ha sido constatado en los estudios históricos sobre el consumo cultural en la región y a nivel internacional (Rey, 2008; Wing y Goldtorphe, 2007). En este sentido, queda de manifiesto que los chilenos con mayores niveles de educación e ingreso (variables estrechamente relacionadas), logran acceder a los mayores niveles de consumo cultural. De la misma forma, una parte importante de la población nacional no alcanza a satisfacer sus derechos al acceso y participación de las manifestaciones artísticas producidas en el país, prolongando estructuras de desigualdad que se han venido repitiendo históricamente.

Como hemos anotado, la desigualdad en el acceso a los bienes y servicios culturales es una constatación que ayuda a denotar la importancia de ejercer planes y programas en materia cultural que intenten revertir esta situación. Sin embargo, también resulta central profundizar en la comprensión de las formas de apropiación, uso y resignificación simbólica de los bienes y servicios culturales. En base a ello, y según los antecedentes empíricos que se demuestran en las siguientes líneas, es indudable reconocer el aporte de los bienes artísticos y culturales en los procesos identitarios de los individuos, sus formas de construcción de sentidos, y en sus lógicas de acción y práctica social. Con esa voluntad investigativa es

que fue incorporado el módulo tercero de la ENPCC de percepciones sociales y culturales expuesto en el punto anterior. Como dijimos, su objetivo fue consultar sobre diversas percepciones de los chilenos acerca de diversas temáticas: política y democracia, sociabilidad, valoración a la tolerancia, proyecciones biográficas, entre otras, que permitían ampliar los modelos de interpretación y, por cierto, analizar su rendimiento con el consumo cultural.

Es posible resumir algunas conclusiones que ofrecen una respuesta concreta a las preguntas planteadas en un comienzo. En el Gráfico N° 1 se constata que la relación entre tolerancia al conflicto y niveles de consumo cultural –obtenidos a partir del ICC– tienen una *afinidad* inversamente proporcional. Por un lado, es evidente notar que las personas que consumen menos cultura consideran que, frente a la pregunta “Cuando se producen conflictos sociales, ¿qué debiera hacerse?”, es preferible evitar los conflictos para que las cosas ‘no pasen a mayores’. Por otro lado, resulta interesante constatar que, entre las personas que más consumen cultura, su respuesta frente a esa pregunta es que “es preferible que se muestren los conflictos para que aparezcan los problemas”. Esta tendencia también es observable entre las personas que más consumen cultura y que, además, se encuentran en los segmentos bajos de ingreso económico. Según el total de la muestra, el 30% de los segmentos pobres opta por la aparición de conflictos sociales para que aparezcan los problemas sociales. Sin embargo, al seleccionar únicamente a los que más consumen cultura de ese grupo, su porcentaje aumenta a un 46,4%.

Gráfico N° 1
Percepción sobre conflicto social por niveles de consumo cultural



Fuente: Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2009, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes

Si la tolerancia al conflicto está vinculada a altos niveles de consumo cultural, resulta relevante preguntarse si esta tendencia persiste al preguntar por la valoración a la democracia que tengan los individuos. El Cuadro N° 2 muestra esta consulta. Al preguntarles a los sujetos “con cuál de las siguientes frases está Ud. más de acuerdo con respecto a la democracia”, las tendencias fueron las siguientes: en general es observable que la mayoría de la población considera que la democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno. Sin embargo, la tendencia antes planteada sigue estando en pie, a saber: que los que más consumen cultura tienden a valorar más esta afirmación (un 64% de la población se inclina por esta respuesta). De la misma forma, existe evidencia de que el 50% de las personas que consumen más cultura y que se incluyen en los segmentos más pobres, consideran que la democracia es el mejor sistema de gobierno. Específicamente, donde se observa la mayor diferencia es en el segmento E (el más pobre de la población). En total, un 37,4% de ellos valora por sobre todo la democracia. Sin embargo, entre los que realizan un alto consumo cultural de ese segmento, este porcentaje aumenta significativamente a un 89,7%. Por el contrario, entre los que consumen menos cultura y son más pobres tienden a considerar que da lo mismo un gobierno democrático que uno autoritario (un 30% de las personas considera esta opción). Si bien la tendencia es nuevamente observada, no deja de sorprender que, entre los que más consumen cultura se encuentre el mayor porcentaje de sujetos que considera que es mejor un gobierno autoritario que uno democrático (17,8%). Esta constatación es necesaria de profundizar en otros estudios sobre el tema.

Cuadro N° 2

Percepción sobre la democracia según nivel de consumo cultural (en porcentajes)

		Índice de Consumo Cultural (ICC)			
		Consumo cultural bajo	Consumo cultural medio	Consumo cultural alto	Consumo cultural muy alto
¿Con cuál de las siguientes frases está Ud. más de acuerdo?	La democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno	42,8	48,1	56,1	64
	Es mejor un gobierno autoritario que uno democrático	12,2	12,5	12,1	17,8
	Da lo mismo un gobierno democrático que uno autoritario	30,4	29,7	25,4	13,3
	NS/NR	14,6	9,6	6,4	5

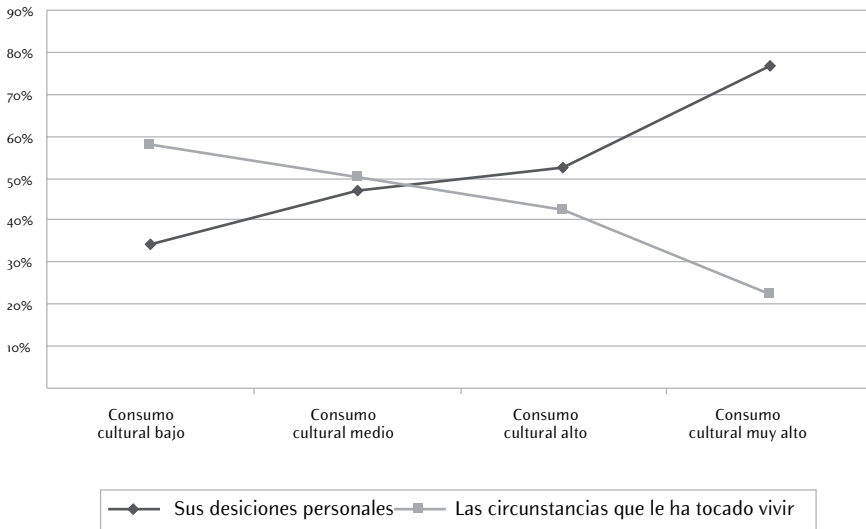
Fuente: Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2009, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

Si las variables vistas hasta ahora nos han demostrado la afinidad entre el consumo cultural y las percepciones socioculturales más generales de la sociedad, resulta necesario abordar elementos propios de las percepciones de los sujetos con respecto a sus proyectos personales y familiares. El Gráfico N° 2 presenta una de las dimensiones de mayor rendimiento analítico. Al consultar a los chilenos “si al mirar el rumbo que ha tomado su vida, cree que ese rumbo ha sido principalmente el resultado de sus decisiones personales o de circunstancias que le ha tocado vivir”, la tendencia general esbozada en el artículo sigue dando frutos. Esta pregunta, relacionada con la discusión sobre la individuación y el consumo cultural (PNUD, 2002), manifiesta la directa relación entre consumo cultural y la construcción de las trayectorias biográficas de los sujetos. Entre los que más consumen cultura, se privilegia la opción de que la construcción de su trayectoria biográfica se debe, principalmente, a decisiones personales; es decir, a la construcción de nuevas opciones de sentido a partir de sus proyectos y sueños. Esto demuestra la tendencia observada según la cual a mayor consumo cultural existe una orientación mayor a la autodeterminación de los sujetos, como también a una mayor reflexividad de su proyecto vital y, por cierto, a la búsqueda de su realización. Por el contrario, entre los que menos consumen cultura se observa una tendencia a percibir que el rumbo de sus vidas se ha debido a circunstancias ajenas a su voluntad. Es decir, que no han podido tomar decisiones sobre su proyecto vital, sino que han dejado que las estructuras sociales decidan sobre ellos. Tales personas tienen, según esta constatación, una actitud menos activa frente a su vida y espacio social, lo que los limita a tomar decisiones y opciones diversas a sus actuales condiciones.

La afinidad entre alto consumo cultural y proyecto biográfico también es observable independientemente de los niveles socioeconómicos: el 38,3% del total del grupo socioeconómico D y el 27,3% del grupo socioeconómico E, consideran que su trayectoria de vida ha sido el resultado de sus decisiones. Pero, al segmentarlos entre los que más consumen cultura, estos porcentajes varían en un 71,3% y 62%, respectivamente. Estos datos son evidencia clara de la argumentación aquí desarrollada: esto es que, independientemente de los grupos socioeconómicos, quienes consumen más cultura tienen mayor valoración democrática y construyen sus proyectos vitales según sus propias decisiones.

Gráfico N° 2

Percepción sobre el nivel de decisión del rumbo de la vida según nivel de consumo cultural



Fuente: *Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2009, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.*

Si en la argumentación anterior demostramos que el consumo cultural también se vincula con la valoración de la construcción de los proyectos vitales de las personas, ahora resulta conveniente abordar si esta tendencia también es observable en los niveles de sociabilidad. En el Cuadro N° 3 se observan los datos recogidos sobre la frecuencia de visitas o de salidas a compartir entre amigos por parte de los encuestados. Con esta consulta se buscaba determinar si existía una afinidad entre consumo cultural y las actitudes de los sujetos con respecto a sus niveles de convivencia entre sus amistades y/o de capital social. Según los datos, quienes más consumen bienes y servicios culturales son, simultáneamente, los que declaran compartir más con sus amistades o cercanos (dicen ser invitados a las casas de sus amigos o a lugares públicos más de una vez por semana). Por el contrario, los que menos consumen cultura son también los que tienen menos amigos o salen poco con ellos. Es decir, tienen menores niveles de sociabilidad con sus pares o amistades. Junto a ello, también es posible observar en los datos que, entre las personas que se ubican en los segmentos más pobres de la población, pero que consumen altos niveles de cultura, están los que más dicen salir y compartir con sus amigos.

Según las cifras, en el grupo socioeconómico D, el 23% reconoce salir más de una vez a la semana. Sin embargo, entre las personas pertenecientes al mismo grupo pero que tienen un alto nivel de consumo cultural, este porcentaje aumenta a un 70%. En definitiva, y al igual que en otros casos, los mayores niveles de consumo cultural también están relacionados aparentemente con otras variables socioculturales, como es la sociabilidad.

Cuadro N° 3
Nivel de sociabilidad según nivel de consumo cultural (en porcentajes)

		Índice de Consumo Cultural (ICC)			
		Consumo cultural bajo	Consumo cultural medio	Consumo cultural alto	Consumo cultural muy alto
En el último mes, ¿cuántas veces Ud. ha sido invitado a la casa de amigos o invitado a salir?	Más de 1 vez por semana	10,4	26,1	39,3	52,5
	2 ó 3 veces al mes	20,5	25,4	35,4	32,6
	Sólo 1 vez	21,2	18,3	13,2	11,9
	Nunca	43,0	24,6	9,5	2,4
	NS/NR	4,9	5,6	2,7	0,7

Fuente: *Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2009, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.*

En resumen, y a partir de los datos aquí presentados, es posible determinar cierta afinidad entre las variables de consumo cultural y las percepciones sobre procesos socioculturales complejos. En su conjunto, existe una relación de hechos relacionados que, independientemente de los grupos socioeconómicos (según la tendencia aquí descrita), quienes más consumen bienes y servicios culturales tienen también, al parecer, valoraciones socioculturales que pueden ser consideradas como 'positivas' para el conjunto social.

Como lo dijimos en su momento, con estos resultados es posible abrir nuevos debates tanto teórico-metodológicos como políticos, al constatar que el consumo cultural permite ampliar no sólo los proyectos vitales de los sujetos sino que también contribuye a una reflexividad social más amplia y, por cierto, transformadora.

Conclusiones

La investigación en consumo cultural y políticas culturales se abre a nuevas posibilidades analíticas. Este desplazamiento, desde una investigación centrada en identificar y cartografiar el campo artístico nacional y sus públicos, hacia reflexionar sobre la vinculación –compleja y en permanente disputa– entre la ‘nueva lógica’ de las políticas culturales con la o las ‘culturas’ de la sociedad, resulta un nuevo desafío investigativo. Por ello, la *afinidad electiva* entre percepción sociocultural y consumo de bienes culturales es un ejemplo aproximado del proceso de descentramiento que tiene lugar en las políticas culturales de Chile, las que, evidentemente, están motivadas por transformaciones en el contexto cultural más amplio.

La Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2009 ha contribuido a ampliar este debate por medio de análisis y resultados estadísticos concretos. Como se presentó a lo largo de este artículo, resulta crucial comprender cómo ciertas intuiciones analíticas, cuando se incorporan en instrumentos específicos como las encuestas, pueden ampliar las formas de comprensión de fenómenos socio-culturales complejos. En este sentido, es posible reafirmar ciertas ideas. En primer lugar, resulta clave diseñar encuestas teniendo en cuenta un modelo de análisis no sólo teórico y metodológico, sino que también ofrezca la oportunidad de poner a prueba ciertas ‘intuiciones’ sociológicas. El mayor rendimiento analítico de una encuesta se logra cuando los datos abren nuevos caminos de interpretación. En segundo lugar, resulta fundamental tener una voluntad de diálogo con las diversas disciplinas que están involucradas en un tema de investigación. En este caso, al momento de comprender qué significa investigar sobre participación y consumo cultural, es imprescindible estudiar la reflexión disponible tanto de la sociología de la cultura, como de la filosofía e historia del arte. El diálogo existente entre estas disciplinas amplía la definición de los indicadores a utilizar y, evidentemente, los modelos de análisis. En tercer lugar, es importante considerar, en una encuesta de este tipo, la posibilidad de que los resultados generen un espacio de deliberación sistemático en la investigación sobre políticas culturales. En otras palabras, que el instrumento permita el diálogo entre distintas perspectivas teóricas y métodos de análisis. En cuarto lugar, es innegable considerar que toda encuesta construye realidades y, por ende, son fundamentales para la toma de decisiones. La ENPCC ha significado un insumo importante para comprender los actuales procesos –avances y retrocesos– en el acceso al consumo cultural de los chilenos. Por lo mismo, los resultados expuestos en este artículo –y las nuevas potencialidades analíticas que ofrece la ENPCC– contribuyen, entre otras cosas, a ampliar las estrategias de fundamentación de la importancia del acceso a la cultura y las artes en la sociedad.

Avanzar en esa dirección fue, es y será la voluntad que quisimos, como equipo de investigadores, darle a la ENPCC.

Finalmente, interesa recalcar que las construcciones biográficas y las percepciones socioculturales que realizan los individuos sobre sus sociedades resulta ser un marco de análisis consistente y válido para comprender las políticas culturales y los nuevos procesos socioculturales de Chile. Como anotáramos, no se trata de efectos causales directos, sino de una correspondencia de sentido que hace que uno sirva de soporte para el funcionamiento y expansión del otro. Esas afinidades electivas no se reducen a la relación entre percepciones socioculturales y políticas culturales, sino que forman a su vez parte de un entramado más complejo y diverso de correspondencias entre los lugares de circulación de bienes y servicios culturales. Comprender estos nuevos y complejos procesos culturales exige, por lo tanto, nuevos desplazamientos en la investigación en cultura.

Recibido enero 20, 2012
Aceptado marzo 2, 2012

Referencias bibliográficas

- Adorno, T. W. y Horkheimer, M. (2003). *Dialéctica de la ilustración*. Madrid: Trotta.
- Antoine, C. (2009). Audiencias y consumo cultural en Chile. ¿Tópico o justificación de un modelo de democratización de la cultura: 1990-2005? *Re-Presentaciones: Periodismo, Comunicación y Sociedad*, Año 2, N° 5, 65-83.
- _____. (2011). La investigación sobre políticas y consumo cultural en América Latina y en Chile. La incidencia del conocimiento en la formulación de las políticas públicas. En <http://quadernsanimacio.net>, N° 13 (Diciembre 2011).
- Bauman, Z. (2007). *Tiempos líquidos*. Barcelona: Tusquets.
- _____. (2009). *El arte de la vida. De la vida como obra de arte*. Buenos Aires: Paidós.
- _____. (2010). *Mundo consumo*. Barcelona: Paidós.
- Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México D.F.: Itaca.
- _____. (2004). *El autor como productor*. México D.F.: Itaca.
- Berthoud, R. y Burton, J., eds. (2008). *In Praise of Panel Surveys: The Achievements of the British Household Panel Survey. Plans for Understanding Society, the UK's New Household Longitudinal Study*. Colchester, UK: ESRC UK Longitudinal Studies Centre.
- Blanco, F. A. (2010). *Desmemoria y perversión: privatizar lo público, mediatizar lo íntimo, administrar lo privado*. Santiago: Cuarto Propio.

- Bourdieu, P. (2002). *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama.
- Brunner, J. J. (1988). *Un espejo trizado: ensayos sobre cultura y políticas culturales*. Santiago: Flacso.
- Catalán, C. y Sunkel, G. (1990). *Consumo cultural en Chile: la elite, lo masivo y lo popular*. Santiago: Flacso.
- Catalán, C. y Torche, P., eds. (2005). *Consumo cultural en Chile. Miradas y perspectivas*. Santiago: INE/Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- Catalán, C. y Munizaga, G. (1986). *Políticas culturales estatales bajo el autoritarismo en Chile*. Santiago: Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística.
- Clacso (1990). *Estudio comparativo del consumo cultural en grandes ciudades (Buenos Aires, Santiago de Chile, Sao Paulo, Caracas y México)*. Varias Ciudades: Grupo de Políticas Culturales de Clacso.
- CNCA (2005). *Chile quiere más cultura: definiciones de política cultural 2005-2010*. Valparaíso: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile.
- _____(2007). *Encuesta de Consumo Cultural 2004-2005*. Valparaíso: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile.
- _____(2009). *Manual de capacitación. Derechos culturales en mi barrio*. Santiago: CNCA/ FORJA.
- _____(2011). *ENPCC. Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural*. Valparaíso: Ediciones Cultura, CNCA.
- Foxley, A. M. y Tironi, E., eds. (1994). *1990-1994, la cultura chilena en transición*. Santiago: Ministerio Secretaría General de Gobierno.
- Fuenzalida, E. (2001). Fin y principio. La transición en la cultura chilena. *Universum*, N° 16, 101-113.
- García Canclini, N., ed. (1987). *Políticas culturales en América Latina*. México D.F.: Grijalbo.
- _____, ed. (1999). *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- _____(2006). El consumo cultural: una propuesta teórica. En G. Sunkel. *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 72-95.
- _____(2010). *La sociedad sin relato. Antropología y estética de la inminencia*. Buenos Aires: Katz.
- Garretón, M. A. (1992). *Estado y política cultural: fundamentos de una nueva institucionalidad*. Santiago: Flacso.
- _____, ed. (2003). *El espacio cultural latinoamericano: bases para una política cultural de integración*. México D.F.-Santiago: Fondo de Cultura Económica.
- _____(2008). Las políticas culturales en los gobiernos democráticos en Chile. En A. Rubim y R. Bayardo (eds.). *Políticas Culturais na Ibero America*. Salvador de Bahia: Editora da Universidade Federal da Bahia.

- Gayo, M., 2011. *La influencia del nivel socioeconómico en el nivel de consumo cultural en Chile*. Valparaíso: Observatorio Cultural, N° 2-CNCA.
- Gayo, M., Teitelboim, B. y Méndez, M. L. (2009). Patrones culturales de uso del tiempo libre en Chile. Una aproximación desde la teoría bourdieuana. *Universum*, N° 24, Vol. 2, 42-72.
- Godoy, H. (1982). *La cultura chilena. Ensayo de síntesis y de interpretación sociológica*. Santiago: Universitaria.
- Güell, P. (2010). Bienes culturales. Sociedad y políticas culturales: los nuevos desafíos. Algunas notas desde el caso chileno. Texto de discusión para la Primera Reunión de la Red de Intelectuales y Trabajadores de la Cultura Sur. Montevideo, 10-12 de noviembre de 2010.
- (2011). Las políticas culturales son prácticas sociales: discusión sobre sus consecuencias metodológicas. Documento presentado en Seminario Internacional “Políticas culturales: ¿qué medimos?, ¿cómo evaluamos?”. Observatorio de Políticas Culturales, Centro Cultural Gabriela Mistral, 12 y 13 de mayo de 2011.
- Güell, P. y Peters, T. (2010). Las mediaciones de la cultura: ¿qué medios de información utilizan los chilenos para informarse de la oferta de bienes y servicios culturales? *RE-Presentaciones*, Año 3, N° 6, 43-60.
- (2011). Combinaciones y secuencias: apuntes para una metodología de evaluación de proyectos y políticas culturales. En B. Negrón y M. I. Silva (eds.). *Políticas culturales: contingencia y desafíos*. Santiago: Observatorio de Políticas Culturales.
- , eds. (2012). *La trama social de las prácticas culturales. Sociedad y subjetividad en el consumo cultural de los chilenos*. Santiago: Ediciones Universidad Alberto Hurtado. En prensa.
- Güell, P., Godoy S. y Frei, R. (2005). El consumo cultural y la vida cotidiana: algunas hipótesis empíricas. En P. Torche y C. Catalán. *Consumo cultural en Chile. Miradas y perspectivas*. Santiago: INE/CNCA.
- Güell, P., Morales, R. y Peters, P. (2011). *Una canasta básica de consumo cultural para América Latina: elementos metodológicos para el derecho a la participación cultural*. Santiago: Centro de Investigaciones Socioculturales de la Universidad Alberto Hurtado-Convenio Andrés Bello.
- Harvey, E. R. (1990). *Políticas culturales en Iberoamérica y el mundo*. Madrid: Tecnos.
- Heinich, N. (2001). *Lo que el arte aporta a la sociología*. México D.F.: Conaculta.
- (2002). *La sociología del arte*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Luhmann, N. (2005). *El arte de la sociedad*. México D.F.: Herder.
- Navarro, A. (2006). *Cultura: ¿quién paga?: gestión, infraestructura y audiencias en el modelo chileno de desarrollo cultural*. Santiago: Ril Editores.
- Negrón, B., ed. (2005). *Industrias culturales: un aporte al desarrollo*. Santiago: Lom y Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- Nivón, E. (2006). *La política cultural. Temas, problemas y oportunidades*. México D.F.: Colección Intersecciones, Conaculta.

- Peters, T. (2010). La afinidad electiva entre consumo cultural y percepción socio-cultural: el caso de Chile. *Signo y Pensamiento*, Nº 57: "Investigar la Comunicación, la Información y los Lenguajes", 216-235.
- PNUD (2002). *Nosotros los chilenos: un desafío cultural*. Santiago: Informe de Desarrollo Humano del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo de Chile.
- Rampaphorn, N., ed. (2008). *Ciudadanía, participación y cultura*. Santiago: Lom y Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- Rancière, J. (2010). *El espectador emancipado*. Buenos Aires: Manantial.
- Rey, G. (2008). *Las tramas de la cultura*. Bogotá: Convenio Andrés Bello y Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo.
- Richard, N. (2000). *La insubordinación de los signos (cambio político, transformaciones culturales y poéticas de la crisis)*. Santiago: Cuarto Propio.
- (2010). *Crítica de la memoria*. Santiago: Ediciones UDP.
- Silva, M. I. y Negrón B., eds. (2011). *Políticas culturales: contingencia y desafíos*. Santiago: Observatorio de Políticas Culturales.
- Subercaseaux, B., ed. (2006). *La cultura durante el período de la transición a la democracia (1990-2005)*. Valparaíso: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- Sunkel, G., ed. (2006). *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- UNESCO (1982). Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales. México D.F., 26 de julio a 6 de agosto de 1982. Informe final, CLT MD 1, París, noviembre de 1982.
- Weber, M. (1973). *Ensayos sobre metodología sociológica*. Madrid: Amorrortu.
- (2003). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Wing Chan, T. y Goldthorpe, J. (2007). Social Stratification and Cultural Consumption: Music in England. *European Sociological Review*, Vol. 23, Nº 1, 1-19.
- Yúdice, G. y Miller, T. (2004). *Política cultural*. Barcelona: Gedisa.