

CENTRO DE SOCIOLOGÍA Y POLÍTICAS LOCALES

Universidad Pablo de Olavide

**Documento de trabajo
(DDC/DT13)**



**Proyecto:
La Dinámica Cultural de las Ciudades**

**Contextualizando el consumo cultural
Escenas y prácticas culturales
en municipios españoles**

**Clemente J. Navarro
María Jesús Rodríguez**

Proyecto CSO2008-04288/SOCI; financiado por el Plan Nacional de I+D+I Ministerio de Ciencia e Innovación-Gobierno de España

La literatura sobre el análisis de los estilos de vida a partir de las prácticas de consumo cultural se ha centrado principalmente en conocer el impacto de atributos individuales sobre el tipo o modelos de prácticas que desarrollan los individuos. No obstante, en la literatura es menor el análisis sobre el efecto que pueda tener el acceso o exposición a ciertas oportunidades de consumo cultural, o incluso, si ello afecta a diferentes grupos sociales. El análisis de este asunto es uno de los objetivos del programa de investigación sobre las 'Escenas Culturales' que se viene desarrollando en el marco del proyecto 'La Dinámica Cultural de las Ciudades'. En este documento presentamos algunos análisis. En concreto, trataremos de mostrar si el carácter de las escenas culturales existente en distintos municipios influye en el tipo de prácticas culturales que desarrollan sus habitantes en España, haciendo uso de una encuesta representativa a nivel nacional.

1. Sobre estilos de vida y prácticas culturales: diferencias sociales y oportunidades de consumo cultural.

El estudio del consumo cultural suele centrarse en el análisis de la influencia de las desigualdades sociales. Muy resumidamente, al respecto existen dos grandes perspectivas. Por un lado, aquella que sostiene que las desigualdades sociales se reflejan en los estilos de vida, que se manifiestan en determinados patrones de consumo cultural. La propuesta más conocida es la de Bourdieu (1992); brevemente: los grupos de estatus más altos se diferencian por consumos relacionados con la 'alta cultura' o la 'cultura de élites', frente a la 'cultura popular' o 'cultura de masas' característica de las clases de estatus más bajo. Por otro lado, cabe señalar la tesis del omnivorismo cultural. Esta señala que las 'clases altas' no sienten aversión por las prácticas de consumo que caracterizan a la 'cultura popular', sino más bien participan tanto de éstas como las que caracterizan a la 'alta cultura'. No se trata tanto de una relación unívoca entre clase y tipos de consumo cultural, sino más bien que aquellos grupos de mayor estatus desarrollan una diversidad más amplia de consumos culturales (Wilesnsky, 1964). No se

trata del final de las 'jerarquías culturales', sino más bien de la variedad de gustos de los grupos de estatus más altos (Fernández y Heikkilä, 2011). A ellas cabría añadir otra gran perspectiva que argumenta sobre la ausencia de relación entre desigualdades sociales y estilos de vida, a saber: no existen patrones pautados por la estructura social, sino que los individuos eligen entre la amplia gama de oportunidades de consumo cultural que ofrecen las sociedades post-industriales, haciendo uso de diferentes prácticas como medio por el que construir y expresar su identidad (Bauman, 1998).

Pero, ¿cómo influye en ello la experiencia, el acceso o la existencia de diferentes oportunidades de consumo cultural?. Por ejemplo, ¿la traslación de las desigualdades sociales, del 'habitus', al campo del consumo cultural es una constante con independencia de donde vivan los sujetos?. Esta es una de las preguntas que ocupan a la agenda de investigación de la perspectiva de las escenas culturales, y su respuesta, en principio, es más bien negativa (Clark, 2009, Silver, Clark y Navarro, 2010). O de otra forma: el carácter de las oportunidades de consumo cultural que existen en un territorio, por ejemplo, una ciudad, influyen en las pautas de consumo cultural de sus habitantes. Estas están pautadas tanto socialmente, como territorialmente: el desarrollo de un determinado tipo o conjunto de prácticas culturales pueden estar más o menos extendidas según la exposición o cercanía a ciertas oportunidades de consumo cultural.

Para la perspectiva de las escenas culturales los territorios pueden entenderse (leerse) a partir de las oportunidades de consumo cultural existentes en ellos. Ahora bien, no por su volumen, sino por los estilos de vida que fomentan en términos de valores e identidades. Para ello se ha utilizado un sistema de análisis que permite operacionalizar la orientación de las escenas culturales existentes a partir de 15 sub-dimensiones (tradicionalismo, carisma, expresividad, glamour, exhibicionismo, cercanía, localismo o etnicidad, entre otras). La combinación de estas dimensiones darían cuenta de diferentes escenas culturales (Silver, Clark y Navarro, 2010).

En el caso español cabe hablar de una dimensión que diferencia el carácter de las escenas en los municipios, a saber: la diferencia entre escenas convencionales y no convencionales. Las primeras más ligadas a valores e identidades como la tradición, la formalidad, la cercanía o el localismo, las segundas más centradas en la expresividad, el

carisma, el glamour, el exhibicionismo o la adhesión a las marcas del mundo empresarial (Navarro, Mateos y Rodríguez, 2012). La cuestión es: ¿el carácter de las escenas culturales existentes en los municipios influye en las prácticas culturales que desarrollan sus habitantes?.

Gráfico 1. La geografía de las escenas culturales en España (2001): Escenas convencionales vs. escenas no convencionales



Fuente: Navarro, Mateos y Rodríguez (2012)

Tal y como se ha indicado, según la perspectiva de las escenas culturales si cabe esperar que exista esa influencia; pero ¿cómo?. Cabría pensar en la existencia de un efecto contextual directo: la exposición a escenas culturales no convencionales promueven el desarrollo de prácticas culturales ligadas a ellas. Pero también cabría referirse a efectos contextuales indirectos (o cross-level effects) en la medida en que ese impacto sea diferente para distintos grupos sociales. En principio, cabría referirse a tres posibles efectos. Por un lado, un efecto refuerzo: el carácter de las escenas culturales promueve las prácticas que le son características entre los grupos que normalmente las hacen, por ejemplo, grupos de alto capital cultural en escenas no convencionales. Por otro lado, un efecto de rechazo: el carácter de las escenas culturales inhibe la práctica de quienes no desarrollan aquellas que no son afines a esas escenas, por ejemplo, personas de bajo capital cultural en escenas no convencionales. Y por último, un efecto de asimilación: el

carácter de las escenas culturales incentiva que ciertos grupos desarrollen prácticas culturales que no les son comunes por estar expuestos a oportunidades de consumo cultural diferentes, por ejemplo, las personas con menor capital cultural en el entorno de escenas no convencionales. Estos efectos, o hipótesis, sobre las que trataremos de aportar evidencias en los análisis que desarrollaremos en este texto (tabla 1).

Tabla 1. Posibles efectos contextuales de las escenas culturales (hipótesis)

		Efecto cuando el tipo de escena cultural es no convencional	
Tipos de efectos contextuales	H1. Directo	Todos los grupos desarrollan prácticas culturales no convencionales	
	H2. Indirectos	H21. Refuerzo	Los que desarrollan prácticas no convencionales lo hacen aún en mayor medida
		H22. Rechazo	Los que no desarrollan prácticas no convencionales tienden a reforzar sus prácticas convencionales
		H23. Asimilación	Los que no desarrollan prácticas no convencionales tienden a realizar prácticas no convencionales

2. Diseño y análisis.

Para poder analizar las hipótesis señaladas es necesario contar tanto con información del carácter de las escenas culturales en municipios, como de una muestra suficiente de individuos que informen de sus prácticas culturales. Respecto a esto último, utilizaremos el estudio CIS2634 del año 2006. Este estudio ofrece información sobre prácticas culturales que nos permitirían analizar patrones de consumo cultural. Pero también ofrece un tamaño muestral que permite realizar análisis contextual considerando como contexto el municipio en el que residen los entrevistados. En concreto, la muestra total es de 8265 entrevistados, distribuyéndose éstas en 554 municipios, con un tamaño medio de 15 entrevistas por municipio. Se trata de un tamaño y diseño muestral que permite realizar análisis contextual mediante la aplicación de análisis multinivel.

Más concretamente, la encuesta ofrece información sobre datos individuales de carácter socioedemográfico y socioeconómico que suelen usarse para analizar patrones de

consumo cultural, así como información que permite analizar estos últimos. Se trata de tres preguntas sobre comportamientos o prácticas culturales relacionadas con los programas de televisión que ven los entrevistados, la música que les gusta y el tipo de ropa que prefieren, respectivamente. En concreto, la combinación de las opciones de respuestas que incluyen estas preguntas, que se presentan en la tabla 2, permitirían analizar la existencia de diferentes patrones de consumo cultural o estilos de vida, tal y como los denomina Herrera (2011) en un análisis realizado con el mismo estudio. Aquí también utilizaremos análisis de correspondencias múltiples para conocer las combinaciones existentes entre prácticas culturales, tal y como se ha hecho en el estudio citado, pero sin incluir las variables sociocientíficas de los entrevistados, que utilizaremos como variables independientes en modelos de análisis multivariable¹.

Tabla 2. Prácticas culturales analizadas

Televisión	Música	Ropa
Noticias y culturales Cines y series Variedades Deportes Otros programas No ve TV	Clásica, jazz, protesta Moderna (pop, rock) Electrónica/Urbana Española, folclórica (flamenco) No gusta ninguna/Gusta todas	Normal y correcta A la moda, llamativa Cómoda y comfortable

Fuente: CIS2634

Más concretamente, las dimensiones resultado del análisis de correspondencias múltiples las utilizaremos como variables dependientes en modelos de regresión multi-nivel. En estos incluiremos dos tipos de variables independientes. Por un lado, algunos rasgos socio-demográficos básicos que suelen guardar relación con los estilos de vida, a saber: género, edad, nivel de estudios (medido como años de estudios) y situación ocupacional. Esta supone una escala ordinal que, combinando situación laboral y ocupación, identifica cinco grupos: no ocupados, trabajadores manuales, trabajadores no manuales, personal de servicios y, por último, directivos y profesionales.

Respecto a la información sobre el carácter cultural de las escenas culturales en los municipios contamos con la información que viene generando el proyecto sobre la Dinámica Cultural de las Ciudades. En concreto, utilizaremos los análisis realizados

¹ Dado que algunas categorías incluidas en estas preguntas acumulaban muy pocas respuestas, pudiendo distorsionar el análisis multidimensional, se han agregado a otras similares, lo que puede consultarse en el anexo.

para el año 2001 referidos más arriba (Navarro, Mateos y Rodríguez, 2012), elaborando un indicador que da cuenta de si en el municipio predominan las escenas no convencionales sobre las convencionales². Pero además, consideraremos otros dos indicadores: el tamaño municipal y la densidad de oportunidades de consumo cultural. Como es sabido, el tamaño municipal supone el aumento y la diversidad en las oportunidades de consumo cultural, lo que podría explicar la extensión de ciertas prácticas no convencionales (Fisher, 1984). No obstante, no sólo se trata de volumen o densidad de oportunidades de consumo cultural, sino del carácter que éstas tienen. De hecho, aunque existe relación entre tamaño, densidad y carácter de las escenas culturales, es muy alto entre los dos primeros, pero bastante más bajo con el tercero (tanto el tamaño municipal, como la densidad de oportunidades de consumo cultural) (ver Navarro, Mateos y Rodríguez, 2012).

3. Resultados y discusión

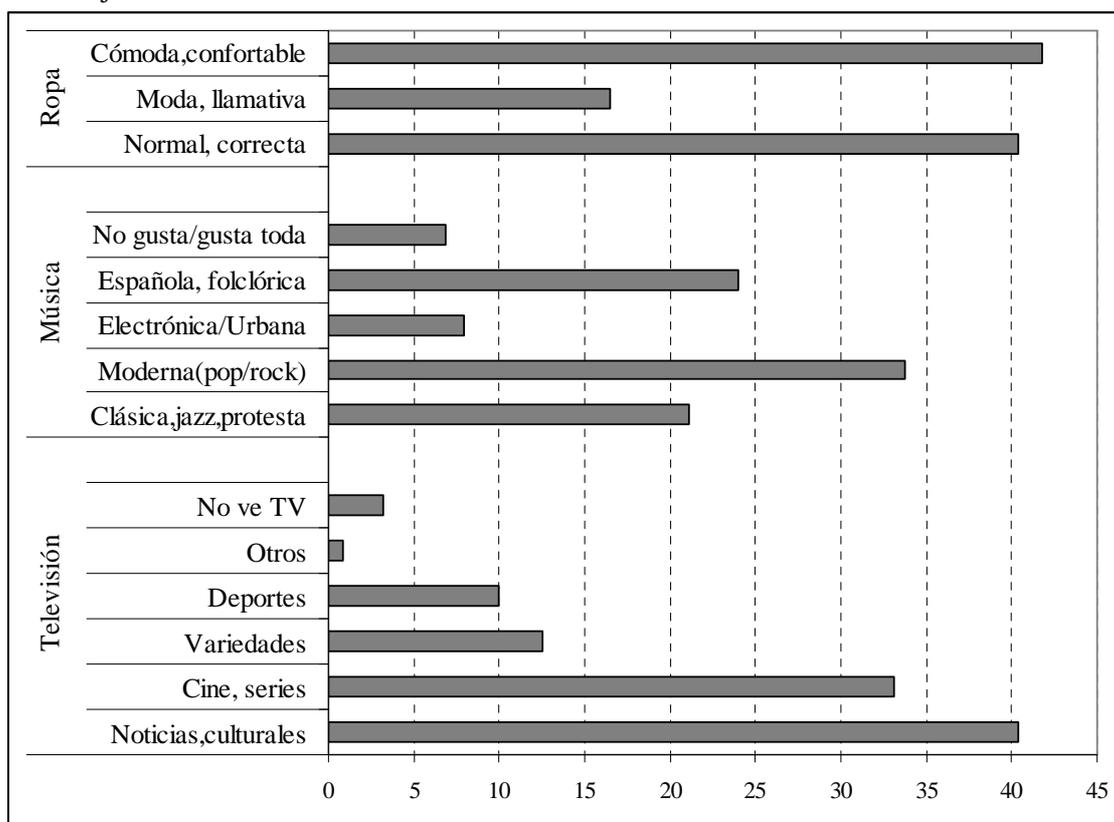
3.1. Estilos de vida como patrones de consumo cultural.

Tal y como puede apreciarse en el gráfico 2, existen algunas prácticas culturales que están bastante más extendidas que otras: las noticias y programas culturales (40%) o las películas y las series (33%) en cuanto a la televisión; respecto a la música destaca el pop y el rock (33,8%), seguidos de la música española/folclórica (24%) y la clásica (21%); y por último, los entrevistados se dividen entre aquellos que prefieren ropa normal y correcta (40%) frente a los que la prefieren cómoda y confortable (42%), siendo menos aquellos que prefieren ropa a la moda o llamativa (16%). Esto supone que, al menos a nivel puramente descriptivo, existen algunas pautas que diferencian la extensión de ciertas prácticas culturales, y por tanto, de los estilos de vida que alrededor de ellas se conforman.

² Se trata de un cociente: el sumatorio del índice de performance de las dimensiones que dan cuenta de las escenas no convencionales, dividido por el de las dimensiones que dan cuenta de escenas convencionales.

Gráfico 2. La extensión de las prácticas culturales

Porcentajes sobre el total



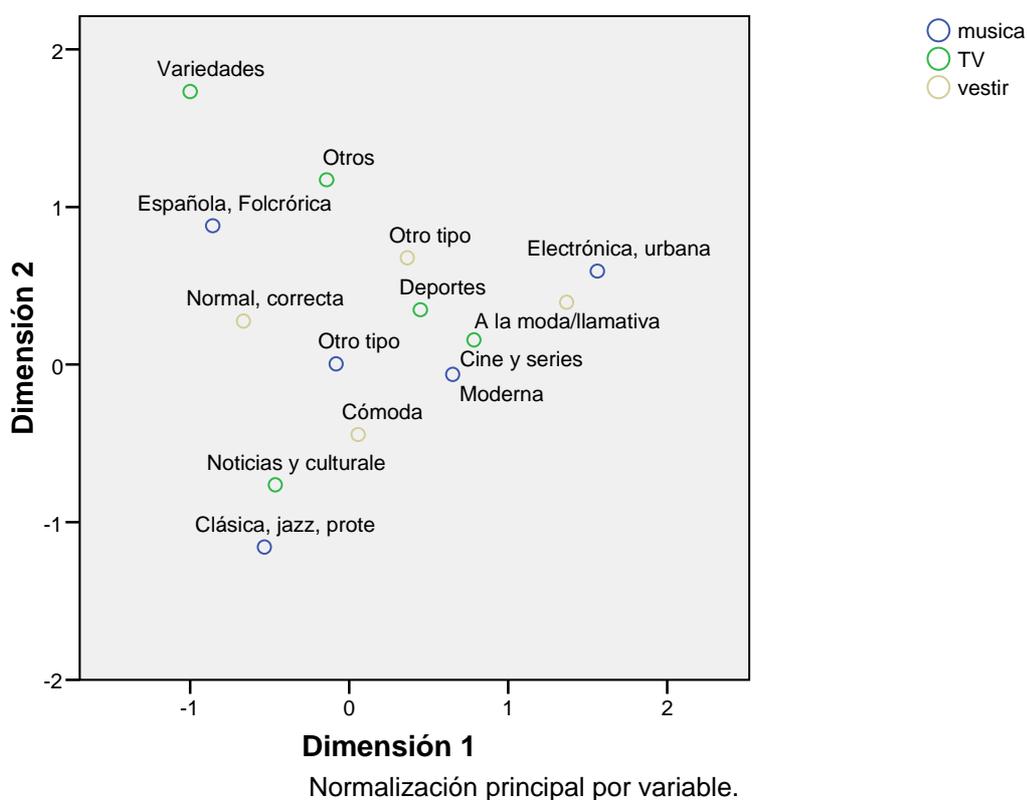
Fuente: CIS2634.

Para conocerlo hemos aplicado análisis de correspondencias múltiples sobre las respuestas dadas por los entrevistados. Los resultados muestran que estas se articulan a partir de dos grandes dimensiones que dan cuenta de tres grandes grupos o estilos de vida (gráfico 3). Por un lado, una dimensión que diferencia, especialmente, según criterios de 'distanciamiento estético' en atención a su convencionalidad; a saber: por un lado, aquellos a los que les gusta la música electrónica y urbana o la moderna (rock y pop), la ropa a la moda, y prefieren ver cine y series en la televisión. Frente a estas aparecen prácticas culturales de carácter más convencional, pero que se diferencian en dos tipos según la segunda dimensión (eje vertical gráfico 3): por un lado, el gusto por la música española y folclórica, la ropa normal y correcta, así como los programas de variedades en televisión (telenovela, telerealidad, concursos,...), y por otro lado, quienes prefieren la música clásica y el jazz, los programas de noticias y culturales, así como ropa cómoda y confortable. Este segundo eje parece remitir de forma bastante

clara a criterios de distinción cultural entre 'lo culto' y 'lo popular' (Grignon y Passeron, 1992), a prácticas que suponen ejercicios de distinción (Bourdieu, 1988).

Gráfico 3. Prácticas culturales y estilos de vida
Análisis de correspondencias múltiples
Categorías en los dos primeros ejes factoriales

Diagrama conjunto de puntos de categorías



Fuente: CIS2664

El análisis anterior supone que, en principio, pueden distinguirse tres tipos de prácticas culturales, tres estilos de vida entre los entrevistados, tal y como muestra la aplicación de análisis cluster no jerárquico sobre las puntuaciones de los entrevistados en esos dos ejes. A saber: el relacionado con los gustos populares, que supone alrededor del 23,8% de los entrevistados, el que lo hace con lo culto, con la distinción cultural, alrededor del 37,3% de los entrevistados, y por último, el que claramente apuesta por prácticas y estilos de vida menos convencionales, el 38,9% restante.

¿Qué rasgos se relacionan con estos tres estilos de vida?. Para conocerlo hemos hecho dos tipos de análisis. Por un lado, análisis de varianza considerando el género, grupos de edad, niveles de estudios y posición socioeconómica, como variables independientes, y las dos dimensiones delimitadas como variable dependientes (las puntuaciones de los entrevistados en los dos ejes resultantes del análisis de correspondencia). Por otro lado, con las mismas variables independientes, hemos considerado la tipología de estilos de vida como variable dependiente. Los resultados, que se muestran en la tabla 3, evidencian claras asociaciones, en la que cuenta la posición socioeconómica, pero también otras variables. A saber: el estilo tradicional está más extendido entre mujeres que varones, quienes tienen más de 44 años y estudios primarios o menos, así como entre los trabajadores y, algo más, entre los no ocupados. El estilo ligado a la distinción cultural muestra patrones opuestos: mayor entre los varones que entre las mujeres, menores de 44 años, con estudios medios o universitarios y entre trabajadores de los servicios, profesionales y directivos. Estos últimos también destacan respecto al estilo no convencional, pero este grupo se caracteriza especialmente por ser en mayor medida varones que mujeres, y especialmente, población con estudios universitarios o menores de 30 años.

Tabla 3. Rasgos sociodemográficos y patrones de consumo cultural

		Convencional <-> No convencional	Popular <-> Culto	Tradicional	Distinción	No convencional	Total
Género	Mujer	-0,09	-0,12	28,75	<i>37,49</i>	<i>33,76</i>	100,0 (4230)
	Varón	0,06	0,11	<i>18,61</i>	40,40	41,00	100,0 (4020)
Edad	< 30	0,79	-0,24	<i>12,06</i>	71,33	16,61	100,0 (1981)
	30-44	0,19	0,18	<i>14,47</i>	46,49	<i>39,03</i>	100,0 (2439)
	44-64	-0,37	0,19	26,58	<i>21,57</i>	<i>51,85</i>	100,0 (2193)
	> 64	-0,82	-0,30	48,46	<i>11,45</i>	<i>40,09</i>	100,0 (1624)
Estudios	Sin estudios	-0,81	-0,66	58,45	<i>13,41</i>	<i>28,14</i>	100,0 (828)
	Primarios	-0,12	-0,13	29,74	<i>35,38</i>	<i>34,88</i>	100,0 (3409)
	Medios	0,33	0,16	<i>12,63</i>	50,31	<i>37,06</i>	100,0 (1932)
	Universitarios	0,17	0,43	<i>6,73</i>	43,53	49,73	100,0 (1307)
Clase 0	No ocupados	-0,16	-0,31	34,13	<i>35,44</i>	<i>30,43</i>	100,0 (917)
	T. no cualificado	-0,14	-0,17	31,30	<i>35,60</i>	<i>33,10</i>	100,0 (1837)
	T. cualificado	-0,18	-0,13	31,26	<i>34,20</i>	<i>34,54</i>	100,0 (1772)
	T. servicios	0,22	0,01	<i>18,58</i>	46,77	<i>34,65</i>	100,0 (1469)
	Directivos,técnicos	0,13	0,32	<i>11,00</i>	41,64	47,36	100,0 (2255)
Total	TOTAL	-0,01	-0,01	23,80	37,30	38,90	100,0 (2255)

Todas las diferencias de medias son significativas para $p < 0,005$

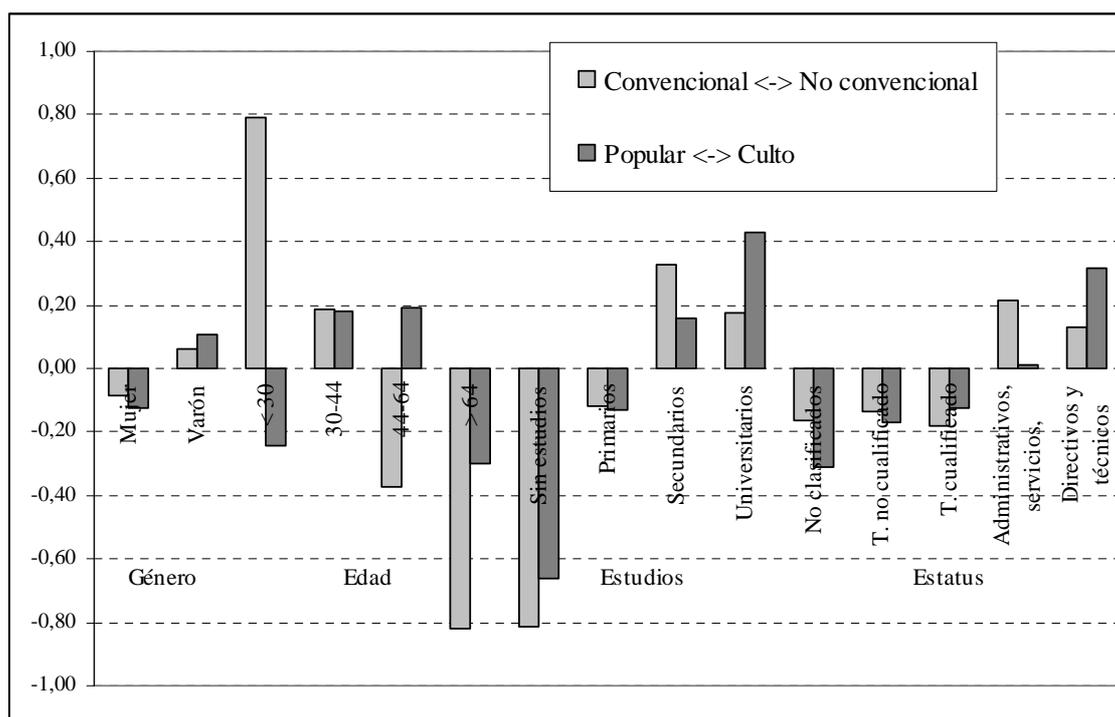
Residuos ajustados: positivos en negrillas, negativos en cursivas. Test Chi2 para tablas significativos para $p < 0,05$

Fuente: CIS2664

Esas mismas pautas pueden apreciarse claramente si se considera la puntuación medida de cada grupo sobre las dos dimensiones, tal y como se muestra en el gráfico 4. Así, cabe destacar la tendencia descendente de las dos dimensiones con la edad, y ascendente con los estudios y, aunque de forma menos evidente, con la situación ocupacional y el género. En general, los análisis muestran la importancia del estatus socioeconómico, pero en particular, del capital cultural medido como estudios y la edad.

Gráfico 4. Las bases sociales de los patrones de consumo cultural

Medias. El valor 0 es la media de la distribución de las dos dimensiones.



Fuente: CIS2664.

Para tratar de conocer el impacto relativo de cada variable sobre estas dos dimensiones hemos realizado análisis de regresión. Tal y como puede apreciarse en la tabla 4, todas ellas presentan coeficientes significativos. Esto sugiere que las prácticas culturales no sólo se relacionan con la posición social o el capital cultural, sino también con ciertos rasgos sociales que dan cuenta de modos de vida o de cambio social, como pone de manifiesto la importancia de la edad: por un lado, para dar cuenta de estilos menos convencionales cuando se es más joven, y por otro, para hacerlo respecto a los modos más cultos cuando, en cambio, aumenta la edad. Así pues, pareciera que aunque existe la relación conocida entre posición socioeconómica y estilos de vida, las prácticas culturales también se relacionan estrechamente con la edad, sobre todo, cuando se trata

de diferenciar entre estilos más a o menos convencionales. Si la distinción entre prácticas cultas y populares parece vertebrarse en términos de posición social y capital cultural, la diferencia entre prácticas convencionales y no convencionales lo hace, sobre todo, en función de la edad.

Tabla 4. Las bases sociales de los patrones de consumo cultural
Regresión OLS. Coeficiente no estandarizado (error)

	Convencional <-> No convencional	Popular <-> Culto
Cte	1,255 (0,046)**	-1,164 (0,053)**
Género (varón)	,062 (0,020)**	,183 (0,023)**
Edad	-,032 (0,001)**	,010 (0,001)**
Estudios (años)	,008 (0,002)**	,044 (0,003)**
Posición socioeconómica	,020 (0,008)*	,084 (0,009)**
R2	0,319	0,080

Fuente: CIS2664. Nota: * p<0,05; ** p<0,01.

2.2. Contextualizando las prácticas culturales: ¿tienen las escenas culturales algún efecto?

Los análisis previos han mostrado la existencia de dos patrones o tendencias en las pautas de consumo cultural, que pueden agruparse en tres estilos de vida. Además, que éstos se relacionan de forma bastante clara con diferencias en estatus socioeconómico, pero también, con la edad. Pero, centrándonos en la pregunta principal de nuestro trabajo: ¿existen diferencias según las características del contexto municipal en el que residen los entrevistados?. Según nuestras hipótesis, la respuesta es afirmativa: en la medida en que el contexto municipal se caracterice por ser una escena más convencional o, al contrario, menos convencional.

Más concretamente, y en atención a los resultados obtenidos previamente, los municipios en donde predominen escenas culturales no convencionales deberían fomentar prácticas culturales de este tipo, tal y como las hemos medido en la primera dimensión, así como también patrones más ligados a la distinción cultural que a las prácticas culturales más populares, tal y como han sido medidas a través de nuestra segunda dimensión.

Para conocer el impacto relativo de cada uno de estos rasgos contextuales de los municipios con independencia de la influencia de los rasgos individuales de los entrevistados hemos aplicado técnicas de análisis multinivel considerando como variables dependientes las dos dimensiones delimitadas en los análisis previos. A este respecto cabe recordar, además, que analizamos prácticas culturales que son bastante independientes de la existencia de oferta específica en los municipios, pues no se pregunta si han ido a escuchar un tipo de música o donde han comprado un tipo de ropa, sino aquella que les gusta. Por tanto, analizamos si cierto 'ambiente cultural' promueve, o al menos, se relaciona con el gusto por ciertas prácticas culturales. ¿Qué nos indican los resultados?.

En general, los análisis muestran la existencia de los efectos contextuales mencionados respecto al carácter de los escenas culturales (tabla 5). Así, cuando la escena cultural del municipio se orienta hacia el modelo no convencional aumentan este tipo de prácticas culturales (modelo 1), así como también las prácticas 'cultas' frente a las más 'populares' (modelo 2). Respecto a la primera también parece ser importante la densidad de oportunidades de consumo cultural, pero en ninguna de las dos el tamaño del municipio. Además, puede apreciarse que respecto a la primera dimensión los rasgos individuales que explican el desarrollo de las prácticas no convencionales (frente a las convencionales) son el género y la edad (varones y jóvenes), mientras que para la segunda dimensión también cuentan los estudios y la clase social. Esto es, la distinción entre lo culto y lo popular depende más de la posición socioeconómica, mientras que el patrón no convencional parece relacionarse en mayor medida con el ciclo vital, tal y como vimos en los análisis de regresión presentados anteriormente. Aquí añadimos que en ambos casos ese tipo de prácticas culturales se ven fomentadas por el carácter de la escena cultural del municipio en el que residen los entrevistados.

Tabla 5. El efecto contextual de las escenas sobre las prácticas culturales: efectos contextuales directos.

Modelos regresión multi-nivel

	Modelo 1 Convencional <-> No convencional	Modelo 2 Popular <-> Culto
Cte	1,277	-1,162
Escena cultural (no convencional)	0,019	0,026
Tamaño	-0,002	-0,019
Densidad	0,020	0,025
CSE	0,015	0,077
Género	0,064	0,186
Edad	-0,032	0,009
Estudios	0,005	0,044
V. intermun	0,025	0,043
V. interin	0,690	0,899
ICC	0,035	0,046
Expl. Vari level-1	32,801	11,466
Expl. Var. Level-2	33,731	13,608
Deviance	18293,303	20277,562
Df	550,000	550
Dif. Deviance	-5589,151	1984,259
N (municipios)	554,000	
N (entrevistas)	8265,000	

En negrillas: significativos para $p < 0,05$

Ahora bien, nuestra segunda hipótesis contextual señalaba que la influencia de las escenas culturales sería diferente para diferentes grupos o colectivos. Así, cabría suponer que los jóvenes mostrarían una mayor tendencia hacia prácticas culturales no convencionales, pero especialmente en los contextos que son favorables a ello, reflejando, pues, un efecto de refuerzo contextual. ¿Qué cabe esperar sobre las personas de mayor edad?. Pudiera darse un efecto de rechazo cuando estén en contextos donde predominen las escenas no convencionales, o bien, que la exposición a ese contexto incentivase el desarrollo de patrones de consumo cultural de ese tipo entre ellos, como un proceso de asimilación.

Lo mismo cabría señalar respecto a los grupos que son la base social de los estilos más cultos (frente a los más populares), por ejemplo, según niveles de estudios: residir en un municipio con escenas menos convencionales daría lugar a un efecto de refuerzo entre los que tienen más estudios, y entre los que tienen menos estudios, bien un efecto de

rechazo (igual o menos intensidad en estilos de vida cultos) o bien un efecto de asimilación (más intensidad en estilos cultos que aquellos que con el mismo nivel de estudios viven en contextos de escenas convencionales)

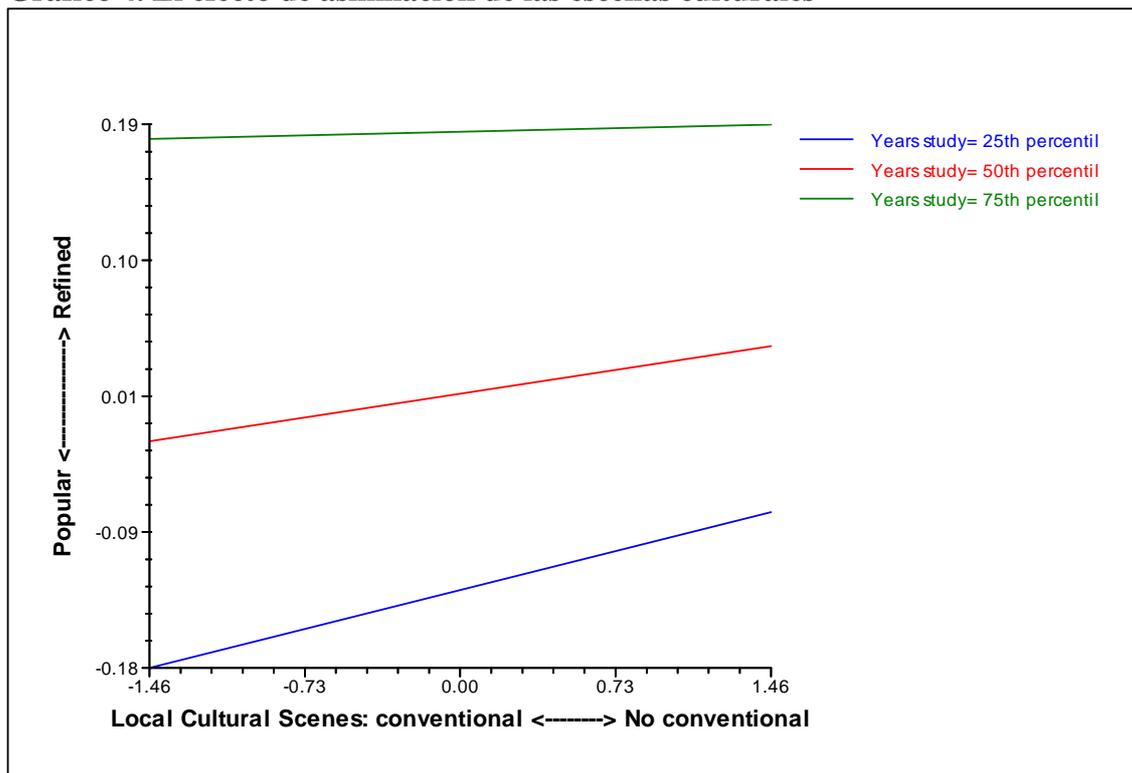
¿Muestran los análisis la existencia de esas sub-culturas?, ¿de esos efectos de refuerzo?, o al contrario, ¿existen efectos rechazo?. Para comprobarlo hemos incluido, por un lado, un efecto interactivo entre el indicador de la orientación de las escenas culturales con la edad respecto a la variable que distingue entre estilos o prácticas convencionales y no convencionales, y por otro lado, un efecto interactivo entre la orientación de las escenas culturales y el nivel de estudios. En ambos casos aparecen efectos contextuales indirectos, aunque mucho más claramente cuando se trata de la influencia de los estudios sobre las prácticas que suponen distinción -cultas (en el primer caso el efecto interactivo es significativo para $p < 0,06$; y en segundo para $p < 0,05$) (tabla 6).

Tabla 6. El efecto contextual de las escenas sobre las prácticas culturales: efectos contextuales indirectos (cross-level effects) Modelos regresión multi-nivel

	Modelo 1 Convencional <-> No convencional	Modelo 2 Popular <-> Culto
Cte	1,276	-1,162
Scenes	-0,002	0,074
Tamaño	-0,004	-0,019
Densidad	0,022	0,024
CSE	0,014	0,077
Género	0,064	0,186
Edad	-0,032	0,009
Estudios	0,005	0,044
Scenes*edad	0,001	
Scenes*Estudios		-0,005
V. intermunicipal	0,025	0,044
V. interindividual	0,689	0,899
ICC	0,035	0,047
Explained Variance level-1	32,895	11,372
Explained Variance. Level-2	33,827	13,604
Deviance	18301,15	20281,51
Df	550	550
Dif. Deviance	-5581,302	-3600,944
N (municipios)	554	554
n (entrevistas)	7318	7318

En negrillas: significativos para $p < 0,05$

Pero en concreto, ¿a qué apuntan esos efectos?. En ambos casos, a una efecto de asimilación. Aquel grupo que es base social de las prácticas que se consideren aumenta en el contexto de las escenas culturales que le es característico, pero sobre todo, se produce un acercamiento entre aquel grupo que no es característico de esas prácticas culturales. Veámoslo más despacio (gráfico 5). Entre los que tienen mayores niveles de estudios, la diferencia entre residir en contextos convencionales y no convencionales supone cierto aumento en la propensión hacia las prácticas de distinción, pero esa diferencia es mucho mayor entre los que tienen menos estudios.

Grafico 4. El efecto de asimilación de las escenas culturales

3. Breves conclusiones: sobre los efectos contextuales de las escenas culturales y algunas implicaciones prácticas

Con nuestros análisis hemos podido constatar que las oportunidades de consumo cultural que existen en los municipios, entendidas (y medidas) como escenas culturales, tienen un efecto contextual directo sobre la extensión de ciertos patrones de consumo cultural entre la población española. A saber: cuando tienden a predominar las escenas no convencionales sobre las convencionales, es mayor la extensión de las prácticas no convencionales y las que reflejan distinción social (o cultas) frente a las convencionales o las de carácter más popular.

También hemos podido mostrar que existen ciertos efectos contextuales indirectos (*cross-level effects*) en la medida en que el carácter de las escenas 'afecta' de forma diferente a distintos grupos, y además, de la forma específica de un efecto de asimilación: aquellos que no suelen desarrollar prácticas más 'refinadas' las hacen cuando viven en un contexto de escenas no convencionales.

Así pues, hasta aquí hemos podido mostrar que el carácter de las escenas culturales que tienen los municipios, tal y como aquí son entendidas y medidas, afecta a las prácticas culturales que desarrollan sus habitantes. Ahora bien, ¿cómo explicar ese efecto contextual?, y más concretamente, ¿a qué se debe el efecto de asimilación mostrado?. Al respecto podrían establecerse, al menos para empezar a reflexionar sobre este asunto, dos posibles mecanismos explicativos. Por un lado, que la asimilación se produce mediante 'procesos de imitación', en la medida en que se produce adhesión a ciertos estilos de vida que se ven en la calle, en la forma en que viste la gente, en las vallas publicitarias, las noticias o lo que se ve en ciertos espacios de consumo cultural. Esta, por ejemplo, suele ser una premisa que subyace a los proyectos de generación de espacios y eventos deportivos u otros espectáculos, en la creencia de que la cercanía a ciertas prácticas y el estilo de vida –o el glamour- de sus actores, producirá adhesión entre los habitantes del municipio

Por otro lado, cabría pensar que ese efecto tienen lugar en virtud a procesos de interacción social: los grupos que normalmente desarrollan prácticas culturales más populares tienden a desarrollar otras menos convencionales porque conviven, frecuentan sitios o hablan con personas que se caracterizan por desarrollar estas últimas. Se trataría, pues, de influencia interpersonal, y no, o no únicamente de imitación. En este caso cabría pensar que contaría más la celebración de actividades o la creación de espacios que acerquen ciertas prácticas culturales a la ciudadanía que den lugar a los procesos de interacción que, según esta explicación, subyacen al efecto de asimilación evidenciado.

Se trata, pues, de dos posibles explicaciones de ese efecto de asimilación, de las que podrían derivarse dos indicaciones, quizás, muy diferentes respecto a la orientación de las políticas culturales en los municipios: bien una estrategia más centrada en grandes eventos y espacios culturales, bien una estrategia centrada en la planificación cultural a través de equipamientos de cercanía o proximidad. En todo caso, los análisis parecen mostrar la importancia del carácter de las oportunidades de consumo cultural que existen en un municipio, de las escenas culturales sobre la difusión de ciertos patrones de consumo cultural, como parte de los estilos de vida. Indagar sobre los mecanismos que explican ese efecto supone, además, pensar sobre qué estrategia de política pública convendría desarrollar al respecto.

Referencias

Bourdieu, P. (1988): *La distinción*, Madrid, Taurus.

Fernández, C.J. y Heikkilä, R. (2011): 'El debate sobre omnivorismo cultural. Una aproximación a nuevas tendencias en sociología del consumo', *Revista Internacional de Sociología*, 69(3), 585-606.

Fisher, C.S. (1984): *The Urban Experience*, Harcourt Brace Javanivich, Publishers.

Grignon, C. y Passeron, J.-C. (1992): *Lo culto y lo popular*, Madrid, La Piqueta.

Herrera, M. (2011): 'El consumo cultural en España. Una aproximación al análisis de la estratificación social de los consumos culturales y sus dificultades metodológicas', *Empiria*, 22, 141-172.

Navarro, C.J.; Mateos, C. y Rodríguez, M.J. (2012): 'Cultural scenes and creative class in Spanish municipalities', *European Urban and Regional Studies* (forthcoming).

Peterson, R.A. y Kern, R.M. (1996): 'Changing highbrow taste: from snob to omnivore', *American Journal of Sociology*, 61: 901-907.

Wilensky, H.L. (1964): '¿Mass society and mass culture: interdependence or independence?', *American Sociological Review*, 29(2), 173-197.

Anexos

A1. Preguntas sobre prácticas culturales

P516. ¿Qué tipos de programas de televisión le gustan más? (Una sola respuesta)

	n	%		%
Programas de noticias e información general	1786	21,6	Noticias y culturales	40,4
Coloquios, tertulias y debates	449	5,4		
Documentales y programas educativos	1065	12,9		
Películas	1675	20,3	Cine y series	33,1
Comedias y series	1035	12,5		
Programas de telerealidad (Gran Hermano, etc.)	82	1,0	Variedades	12,5
Concursos y programas de variedades	358	4,3		
Programas de revista y cotilleos	241	2,9		
Telenovelas	336	4,1		
Telecompras	1	,0		
Programas deportivos	817	9,9	Deportes	10,0
Otros programas	75	,9	Otros	0,9
No ve televisión	259	3,1	No ve TV	3,2
N.S.	50	,6		
N.C.	38	,5		
Total	8265	100,0		100,0 (8177)

P517. ¿Qué tipo de música le gusta a Ud. más? (una sola respuesta)

	n	%		%
Clásica	1153	14,0	Clásica, jazz, protesta	21,1
Jazz (jazz, blues, soul)	315	3,8		
Canción protesta, cantautores, country	235	2,8		
Moderna (Pop, Rock)	2725	33,0	Moderna (pop/rock)	33,8
Electrónica (techno, house, disco)	257	3,1	Electrónica/Urbana	7,9
Urbana (heavy metal, punk, hip-hop, rap, reggae, reggaeton)	379	4,6		
Española y folclórica (flamenco)	1932	23,4	Española y folclórica (flamenco)	24,0
Otro tipo	511	6,2		6,3
Toda la música	85	1,0	No le gusta/gusta toda	6,9
No le gusta la música	471	5,7		
N.S.	120	1,5		
N.C.	81	1,0		
Total	8265	100,0		8063 (100,0)

P518. ¿Qué ropa de vestir prefiere Ud.? (una respuesta)

	n	%		%
De corte normal y a buen precio	2614	31,6	Normal, correcta	40,4
Sobria y correcta	643	7,8		
Que esté de moda y refleje su personalidad	1122	13,6	A la moda, llamativa	16,5
Extravagante y rebuscada	59	,7		
Chic y a la última moda	163	2,0		
Cómoda y confortable	3399	41,1	Cómoda y confortable	41,8
De otro tipo	134	1,6		1,6
N.S.	79	1,0		
N.C.	52	,6		
Total	8265	100,0		8134 (100,0)