

La participación cultural en España

SUB Hamburg



A/483322

**Antonio Ariño (dir.)
Rafael Castelló
Gil Manuel Hernández
Ramón Llopis**



ÍNDICE

	INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO 1	MODELOS DE CLASIFICACIÓN CULTURAL	21
1.1.	LAS CATEGORÍAS DE CLASIFICACIÓN CULTURAL Y LA SOCIEDAD DE MASAS	22
1.2.	UNA DEFENSA TEMPRANA DE LA DEMOCRACIA CULTURAL (HERBERT GANS)	26
1.3.	LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL GUSTO LEGÍTIMO (PIERRE BOURDIEU)	31
1.4.	LA DISOLUCIÓN DE LA LEGITIMIDAD ÚNICA	35
	1.4.1. Omnívoros y unívoros	36
	1.4.2. La construcción de categorías mediante análisis factorial (Katz-Gerro)	38
	1.4.3. Estilos inclusivos y restrictivos	41
	1.4.4. Omnívoros, esnobs, populares y esporádicos	43
1.5.	DE LA DEMOCRATIZACIÓN CULTURAL A LA CULTURA COMÚN	45
1.6.	EL SISTEMA CULTURAL EN LAS SOCIEDADES COMPLEJAS	51
	1.6.1. La galaxia Internet o el libro de arena	52
	1.6.2. Diversidad cultural, hibridación y democracia cultural	58
CAPÍTULO 2	LAS COORDENADAS SOCIOCULTURALES DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA CONTEMPORÁNEA	67
2.1.	DEMOGRAFÍA MADURA E INMIGRACIÓN	69

2.2.	MEJORA DE LAS RENTAS EN UN ESTADO DE BIENESTAR INSUFICIENTE	72
2.3.	EL ASCENSO DEL NIVEL EDUCATIVO	74
2.4.	LA SOCIEDAD DE CONSUMO:	
	EL AUGE DEL CONSUMO CULTURAL	79
	2.4.1. La estructura del gasto cultural de las familias españolas	83
2.5.	LOS EQUIPAMIENTOS DE LOS HOGARES	86
2.6.	LAS POLÍTICAS CULTURALES EN UN ESTADO AUTONÓMICO	89
2.7.	LAS INCERTIDUMBRES DE LA INDUSTRIA CULTURAL	98
2.8.	LA EMERGENCIA DEL TERCER SECTOR CULTURAL	102
CAPÍTULO 3	REFERENTES CULTURALES GENERACIONALES	109
3.1.	COPLAS, FOLCLORE Y RADIO: LAS GENERACIONES NACIDAS ANTES DE 1945	110
3.2.	'AQUELLOS MARAVILLOSOS AÑOS': LA GENERACIÓN NACIDA ENTRE 1946 Y 1960	120
3.3.	TELEVISIÓN, DESTAPE Y MOVIDA: LA GENERACIÓN NACIDA ENTRE 1961 Y 1975	128
3.4.	POKÉMONS, 'FIBERS' E INTERNAUTAS: LA GENERACIÓN NACIDA DESPUÉS DE 1975	138
CAPÍTULO 4	EVOLUCIÓN DE LAS PRÁCTICAS CULTURALES DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE 1997 A 2003	151
4.1.	INTRODUCCIÓN	151
4.2.	PRÁCTICAS AUDIOVISUALES	154
	4.2.1. La asistencia al cine	154
	4.2.2. Audiencia televisiva	160
	4.2.3. La audiencia de la radio	165
	4.2.4. La navegación por Internet	169
4.3.	PRÁCTICAS LECTORAS	172
	4.3.1. Lectura de libros	173
	4.3.2. Lectura de prensa de información general	176

4.3.3.	Lectura de prensa diaria deportiva	178
4.3.4.	Asistencia a bibliotecas	179
4.4.	ASISTENCIA A REPRESENTACIONES CULTURALES CLÁSICAS	181
4.4.1.	Asistencia al teatro	182
4.4.2.	Asistencia a conciertos de música clásica	186
4.5.	LAS PRÁCTICAS AMATEURS O DE AFICIONADOS	194
4.6.	UNA PERSPECTIVA HISTÓRICA AMPLIA	196
4.7.	CONCLUSIONES	200
CAPÍTULO 5	LA ESTRUCTURA DEL CONSUMO CULTURAL EN ESPAÑA	207
5.1.	LA ESTRUCTURA DE LOS GUSTOS EN EL CONSUMO CULTURAL	210
5.1.1.	La estructura de preferencias en el uso del tiempo libre	211
5.1.2.	La estructura de los intereses por las actividades culturales	216
5.1.3.	La estructura de preferencias televisivas	218
5.1.4.	La estructura de los gustos por los géneros musicales	222
5.1.5.	La estructura de los gustos culturales	225
5.1.6.	Los grupos de gustos culturales	230
5.2.	LA ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CONSUMO CULTURAL	237
5.2.1.	La estructura del espacio de prácticas de tiempo libre	238
5.2.2.	La estructura del espacio de consumo de productos radiofónicos y televisivos	242
5.2.3.	La estructura de las prácticas de consumo musical	246
5.2.4.	La estructura de las actividades culturales realizadas	248
5.2.5.	La estructuración del espacio del consumo cultural	252
5.2.6.	Los grupos de prácticas culturales	261
5.3.	LOS GUSTOS Y LAS PRÁCTICAS CULTURALES	266
5.4.	CONCLUSIONES	272
CAPÍTULO 6	CONSUMO CULTURAL, PERTENENCIA GENERACIONAL Y SEXO	277
6.1.	PERFIL DE LAS GENERACIONES Y DINÁMICA TRANSICIONAL	278

6.1.1.	Nacidos antes de 1930	279
6.1.2.	Nacidos entre 1930 y 1945	279
6.1.3.	Nacidos entre 1946 y 1960	280
6.1.4.	Nacidos entre 1960 y 1975 y nacidos después de 1975	283
6.2.	ANÁLISIS DIFERENCIAL DEL CONSUMO CULTURAL	
	POR PERTENENCIA GENERACIONAL	285
6.2.1.	Gustos culturales <i>cultivados</i>	286
6.2.2.	Gustos culturales <i>clásicos</i>	288
6.2.3.	Gustos culturales <i>pop-show</i>	290
6.2.4.	Gustos culturales <i>etno-rock</i>	292
6.2.5.	Gustos culturales <i>deportivos</i>	293
6.2.6.	Gustos culturales <i>modernos</i>	295
6.2.7.	Gustos culturales <i>hogareño-innovadores</i>	297
6.2.8.	Prácticas culturales <i>cultivadas</i>	298
6.2.9.	Prácticas culturales <i>modernas</i>	300
6.2.10.	Prácticas culturales <i>deportivo-mediáticas</i>	302
6.2.11.	Prácticas culturales musicales <i>etno-rock</i>	303
6.2.12.	Prácticas culturales <i>radiolectoras</i>	305
6.2.13.	Prácticas culturales <i>revistas pop</i>	307
6.2.14.	Prácticas culturales <i>espectáculos deportivos</i>	308
6.2.15.	Prácticas culturales <i>telefágicas</i>	310
6.2.16.	Prácticas culturales <i>radiofónicas</i>	311
6.2.17.	Prácticas culturales <i>clásicas</i>	313
6.3.	ANÁLISIS DIFERENCIAL DEL CONSUMO POR SEXO	314
6.3.1.	Estrategia de análisis	315
6.3.2.	Análisis de las medias factoriales	315
6.3.3.	Análisis de las diferencias de medias en la variables sexo	316
6.4.	DIFERENCIAS ENTRE VARONES Y MUJERES SEGÚN GENERACIÓN	319
6.4.1.	Diferencias entre los varones y las mujeres nacidos antes de 1930	320
6.4.2.	Diferencias entre los varones y las mujeres nacidos de 1930 a 1945	321

6.4.3.	Diferencias entre los varones y las mujeres nacidos de 1945 a 1960	322
6.4.4.	Diferencias entre los varones y las mujeres nacidos de 1961 a 1975	324
6.4.5.	Diferencias entre los varones y las mujeres nacidos después de 1975	325
6.5.	RESUMEN Y CONCLUSIONES	327
6.5.1.	Las transiciones generacionales y las tendencias culturales	328
6.5.2.	Evolución de las pautas culturales	331
6.5.3.	Diferencias entre varones y mujeres en las pautas culturales	333
6.5.4.	Los espacios de participación cultural y las generaciones	335
CAPÍTULO 7	CONSUMO CULTURAL Y NIVEL EDUCATIVO	339
7.1.	LOS NIVELES DE ESTUDIOS Y LOS GUSTOS CULTURALES	341
7.2.	LOS GUSTOS CULTURALES Y EL NIVEL DE ESTUDIOS	351
7.2.1.	Los gustos culturales <i>cultivados</i>	352
7.2.2.	Los gustos culturales <i>etno-rock</i>	353
7.2.3.	Los gustos culturales <i>modernos</i>	355
7.2.4.	Los gustos culturales <i>clásicos</i>	356
7.2.5.	Los gustos culturales <i>pop-show</i>	358
7.2.6.	Los gustos culturales <i>deportivos</i>	359
7.2.7.	Los grupos de gustos culturales y los niveles educativos	361
7.3.	LAS PRÁCTICAS CULTURALES Y EL NIVEL DE ESTUDIOS	362
7.3.1.	Las prácticas <i>cultivadas</i>	363
7.3.2.	Las prácticas <i>clásicas</i>	364
7.3.3.	Las prácticas <i>radiolectoras</i>	365
7.3.4.	Las prácticas <i>deportivas-mediáticas</i>	366
7.3.5.	Las prácticas musicales <i>etno-rock</i>	367
7.3.6.	Las prácticas <i>modernas</i>	368
7.3.7.	Las prácticas <i>revistas-pop</i>	369
7.3.8.	Las prácticas <i>espectáculos deportivos</i>	370
7.3.9.	Las prácticas <i>hogareño-innovadoras</i>	371

7.3.10.	Las prácticas <i>radiofónicas</i>	372
7.3.11.	Las prácticas <i>telefágicas</i>	373
7.4.	LA POSICIÓN DE LOS DIVERSOS NIVELES DE ESTUDIOS EN EL ESPACIO FACTORIAL DE LOS GUSTOS Y LAS PRÁCTICAS CULTURALES	374
7.5.	LOS GRUPOS DE PRÁCTICAS CULTURALES Y EL NIVEL DE ESTUDIOS	378
7.6.	CONCLUSIONES	380
CAPÍTULO 8	LOS DETERMINANTES DE LOS GUSTOS Y LAS PRÁCTICAS CULTURALES DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA	385
CAPÍTULO 9	RECAPITULACIÓN Y CONCLUSIONES	393
9.1.	¿CÓMO HAN EVOLUCIONADO LAS PRÁCTICAS CULTURALES DE LA POBLACIÓN ESPAÑOLA EN EL PERIODO DE 1997 A 2003?	393
9.2.	¿CUÁLES SON LAS DIMENSIONES REFERIDAS A LOS INTERESES O GUSTOS QUE VERTEBRAN EL ESPACIO CULTURAL DE LA POBLACIÓN ESPAÑOLA?	396
9.3.	¿CÓMO SE SEGMENTA LA SOCIEDAD EN FUNCIÓN DE SUS INTERESES CULTURALES	398
9.4.	¿CÓMO SE ESTRUCTURA EL ESPACIO DE LAS PRÁCTICAS CULTURALES?	401
9.5.	¿CÓMO SE SEGMENTA LA POBLACIÓN ESPAÑOLA EN FUNCIÓN DE SUS PRÁCTICAS CULTURALES?	403
9.6.	¿QUÉ RELACIONES EXISTEN ENTRE LOS GUSTOS Y LAS PRÁCTICAS CULTURALES?	405
9.7.	¿CUÁL HA SIDO LA EVOLUCIÓN DE ESOS INTERESES Y PRÁCTICAS CULTURALES ENTRE LAS DISTINTAS GENERACIONES DE ESPAÑOLES Y ESPAÑOLAS SOCIALIZADOS A LO LARGO DEL SIGLO XX?	407

9.8.	¿QUÉ TENDENCIAS DE REPRODUCCIÓN GENERACIONAL MUESTRAN LAS PAUTAS CULTURALES?	408
9.9.	¿QUÉ DIFERENCIAS EXISTEN EN LAS PAUTAS DE CONSUMO CULTURAL DE HOMBRES Y MUJERES?	410
9.10.	¿CÓMO HAN EVOLUCIONADO ESAS DIFERENCIAS DE SEXO EN LAS DISTINTAS GENERACIONES?	411
9.11.	¿QUÉ PAPEL JUEGA EL NIVEL DE ESTUDIOS EN LAS PAUTAS DE CONSUMO CULTURAL?	412
9.12.	¿QUÉ FACTOR ES EL QUE MÁS DETERMINA LOS GUSTOS Y LAS PRÁCTICAS CULTURALES?	413
9.13.	¿SE PUEDE AFIRMAR QUE EN LA SOCIEDAD ESPAÑOLA HA HABIDO UNA DEMOCRATIZACIÓN CULTURAL?	415
	BIBLIOGRAFÍA	419