

Participació cultural i benestar

Què ens diuen les dades?



Crèdits

Observatori Social de "la Caixa"

Fundació Bancària "la Caixa", 2017

Plaça Weyler, 3
07001 Palma

DL: B 28893-2015

Edició lingüística:

Eulàlia Torras

Traduccions:

Jordi Palou

Disseny de portada:

Estudio Javier Jaén

Disseny gràfic i maquetació:

Tramatica S.L.

La Fundació Bancària "la Caixa"
no s'identifica necessàriament
amb l'opinió dels autors
d'aquesta publicació.

Sumari

3 Editorial

4 Resum

5 Baròmetre

6 Indicadors de context general

10 Indicadors sobre cultura

17 Articles

18 El consum cultural: qüestió de gust o de preu?, per Juan Prieto Rodríguez, María José Pérez Villadóniga i Sara Suárez Fernández

28 L'impacte de la cultura i el lleure sobre la felicitat dels espanyols, per Nela Filimon

39 Entrevista

Jen Snowball: «Una de les funcions de l'art és obrir debats a la societat»

43 Ressenya

Perspectives sobre la participació cultural a Europa, per Antonio Ariño Villarroya

47 Bones pràctiques

CaixaEscena, per Jaume Colomer

Aquesta nova edició del *Dossier* se centra en la importància social d'una cultura accessible i integradora, així com en la contribució del sector cultural al creixement sostenible, la innovació i l'ocupació, d'acord amb les prioritats del *Pla de treball en matèria de cultura* (2015-2018) de la Comissió Europea.

La cultura juga un important paper per construir i consolidar les bases de la cohesió i la inclusió socials, el benestar individual i col·lectiu, i l'acumulació de capital social. En l'àmbit individual, la participació cultural augmenta la creativitat, ens fa més feliços, millora la nostra salut i afavoreix el creixement personal. De la mateixa manera, la cultura contribueix a la construcció de societats plurals, reflexives i inclusives. Com a eina de benestar individual, integració i transformació social, és necessari, doncs, assegurar la participació efectiva i igualitària de tots els ciutadans en la cultura.

La cultura contribueix també al creixement intel·ligent, sostenible i integrador, d'acord amb les prioritats de l'Estratègia Europa 2020. Així, a més de l'aportació directa al creixement i a l'ocupació, destaquen els efectes positius que té en l'educació, la innovació social i els processos de transformació urbana.

Aquest *Dossier* aporta indicadors sobre el valor econòmic de la cultura i dades sobre les principals barreres i els factors determinants de la participació cultural, així com l'impacte que aquesta participació té en la percepció subjectiva del benestar. En concret, el *Dossier* mostra l'alt grau de polarització entre assistents i no assistents a activitats culturals; és a dir, entre els individus que demanen activitats culturals, que solen ser de renda alta i nivell educatiu alt (i joves en el cas del cinema), i els que no hi assisteixen mai, i que tenen habitualment nivell educatiu i rendes baixes, no tenen interès pels espectacles en directe ni pels llocs d'interès cultural o no disposen de prou recursos per finançar l'activitat (en el cas del cinema).

L'Obra Social "la Caixa" està profundament compromesa a millorar l'accés a la cultura, reduir les desigualtats i donar cabuda a la innovació social. Amb aquests objectius ha engegat programes i equipaments que integren l'acció social, educativa i cultural per mitjà d'una oferta accessible, rigorosa i distribuïda en tot el territori.

Resum

Com a introducció al *Dossier*, el Baròmetre comença presentant els indicadors de context, que proporcionen una panoràmica general de la realitat socioeconòmica. Tot seguit, s'exposen una sèrie d'indicadors clau sobre la cultura al nostre país per copsar-ne la dimensió més social, però també econòmica, tot comparant-la amb la d'altres països del nostre entorn.

Els articles que segueixen tracten dos temes d'especial interès: l'educació com a determinant de la participació cultural i la relació entre la felicitat i el fet de participar, o no, en activitats culturals i de lleure.

El treball de Juan Prieto, María José Pérez i Sara Suárez analitza el paper que tenen l'educació i la renda en la participació cultural en tres activitats de naturalesa diferent: l'assistència al cinema, l'assistència a espectacles en directe i les visites a llocs d'interès cultural. Tal com mostra el text, l'educació és la variable socioeconòmica que té un efecte més destacat sobre la participació cultural. Directament, perquè com més educació, més interès i gust per la cultura. I indirectament, perquè com més educació, més renda i, per tant, més consum i participació cultural.

L'article de Nela Filimon fa una reflexió sobre la naturalesa de la felicitat i les seves dimensions individual i social. Els resultats que presenta aquest treball, tant en l'àmbit internacional com espanyol, assenyalen que la dimensió coparticipativa de la cultura i del lleure és important per a la felicitat.

Pel que fa a l'entrevista, el valor de la cultura i la contribució del desenvolupament cultural sostenible al benestar social són els principals temes que s'aborden en la conversa amb Jen Snowball, de la Rhodes University (Sud-àfrica).

La ressenya d'aquest número se centra en una nova publicació que ofereix els resultats d'un projecte de recerca de la Comissió Europea sobre la participació en les activitats culturals a Europa. El projecte intenta mesurar la participació i promoure les activitats per contribuir a la inclusió social i a la ciutadania activa.

El *Dossier* es tanca amb la secció de bones pràctiques, en aquesta ocasió dedicades a CaixaEscena, un programa frontissa entre l'acció social, educativa i cultural.

B

Baròmetre

Sumari

6 Indicadors de context general

6 Visió global

10 Indicadors sobre cultura

10 Cultura i economia

12 Cultura i participació

13 Cultura i qualitat de vida

14 Actituds i valors culturals

15 Cultura i educació

Vegeu més dades a
www.observatorisociallacaixa.org

Indicadors de context general

Aquest apartat ofereix un context general a la resta de dades i indicadors que presenta el Baròmetre. Així, a partir d'una sèrie d'indicadors bàsics i índexs sintètics sobre temes socials, demogràfics i econòmics, la secció proporciona una visió global i temporal de la situació d'Espanya en el context europeu i internacional.

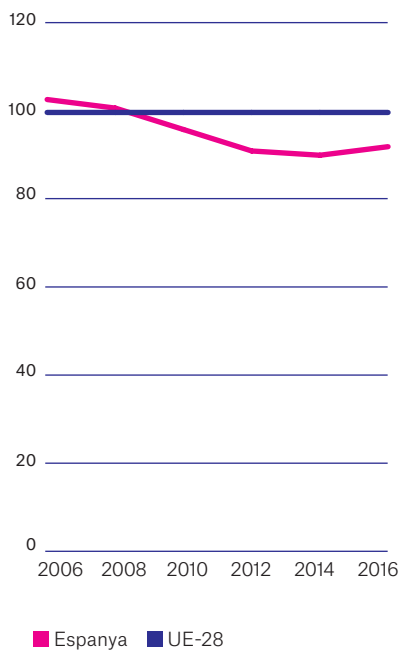
Selecció a cura
d'**Anna Villarroya**,
professora d'Economia Aplicada
Universitat de Barcelona

Visió global



1. Nivell de desenvolupament econòmic

Producte interior brut per habitant en estàndard de poder adquisitiu
ESPANYA | UE-28 (UE-28 = 100)



92

El 2016 el PIB per habitant en estàndard de poder adquisitiu va arribar al 92% de la mitjana europea, la qual cosa representava un increment de dos punts respecte a l'any anterior



Font: Eurostat, 2017.

Les dades s'expressen en estàndard de poder adquisitiu per permetre eliminar les diferències en els nivells de preus entre països i per facilitar, per tant, una comparació més acurada del PIB que reflecteix millor la capacitat econòmica dels ciutadans de cada país. El volum de PIB

per habitant en estàndard de poder adquisitiu s'expressa en relació amb la mitjana de la Unió Europea (UE-28), que pren el valor 100. D'aquesta manera, si l'índex d'un país és de més de 100, el nivell de PIB per habitant és més alt que la mitjana de la Unió Europea i viceversa.

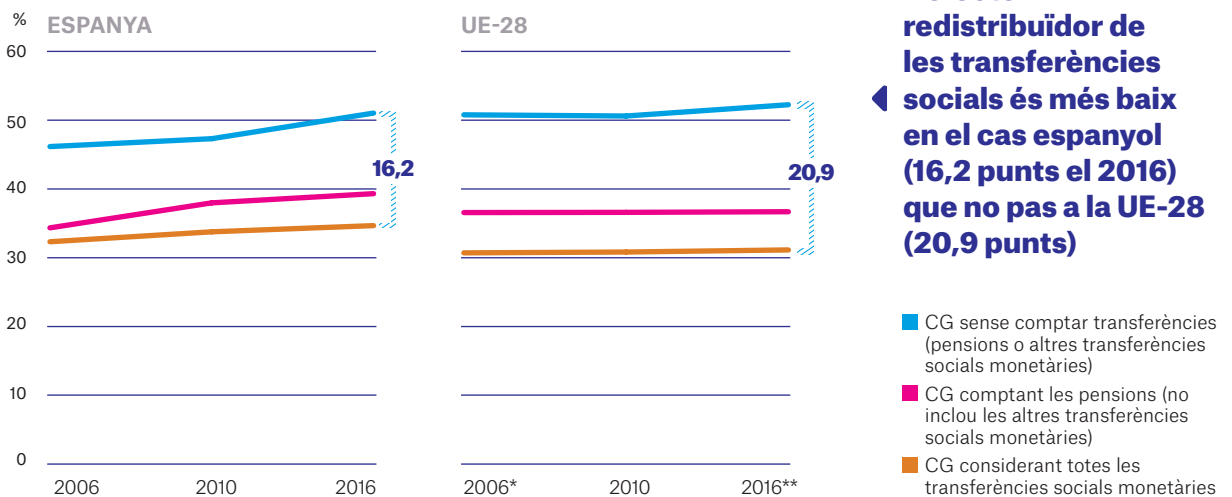


El **coeficient de Gini** mesura la desigualtat en la distribució de la renda. Per facilitar-ne la interpretació, els valors (del 0 a l'1) es multipliquen per 100, de manera que oscil·len entre 0 i 100. Un coeficient pròxim al zero indica una distribució més igualitària, mentre que un coeficient pròxim a 100 implica una elevada concentració de la renda en un nombre reduït d'individus i, per tant, una desigualtat més gran.

L'**indicador AROPE** de risc de pobresa i exclusió social recull una visió multidimensional de la pobresa i l'exclusió social que té en compte la població que es troba com a mínim en una d'aquestes tres situacions: 1) per sota del llindar de risc de pobresa; 2) amb privació material severa; 3) amb feines de baixa intensitat a la llar.

2. Desigualtat en la distribució de la renda

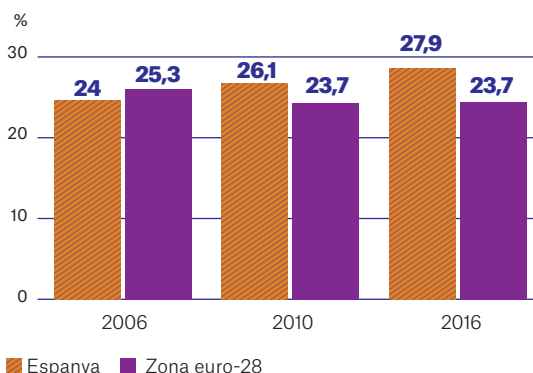
Coeficient de Gini (CG)



Font: Eurostat, 2017 / *Les dades fan referència a la UE-27 / ** Les dades fan referència a la 2015.

3. Persones en risc de pobresa i exclusió social

Indicador AROPE de risc de pobresa i exclusió social
ESpanya i UE-28



27,9%

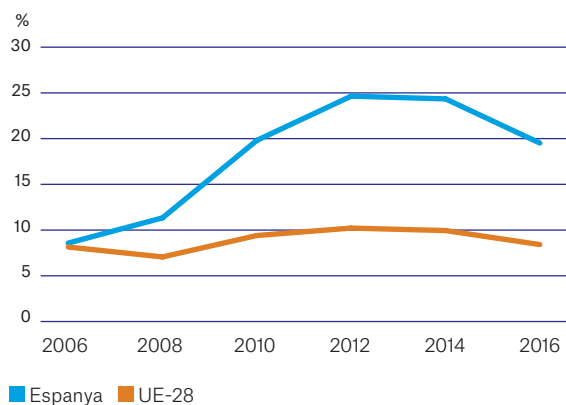
El 2016, la població espanyola en risc de pobresa i exclusió social era del 27,9%, més de quatre punts per damunt de la mitjana europea (UE-28: 23,7%)

Font: Eurostat, 2017 / * Les dades del 2006 fan referència a la UE-27.

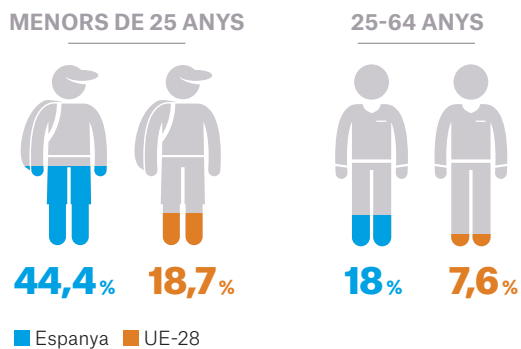
Visió global

4. La desocupació com un factor clau en les situacions de pobresa i exclusió social

Taxes de desocupació
MITJANA ANUAL, ESPANYA I UE-28



Taxes de desocupació per grup d'edat, 2016
MITJANA ANUAL, ESPANYA I UE-28



Font: Eurostat, 2017.

44,4%

4 de cada 10 joves (menors de 25 anys) estaven a l'atur el 2016, molt per damunt de la mitjana europea (UE-28: 18,7%).

19,6%

Gairebé el 20% de la població activa espanyola estava a l'atur el 2016 (UE-28: 8,5%).

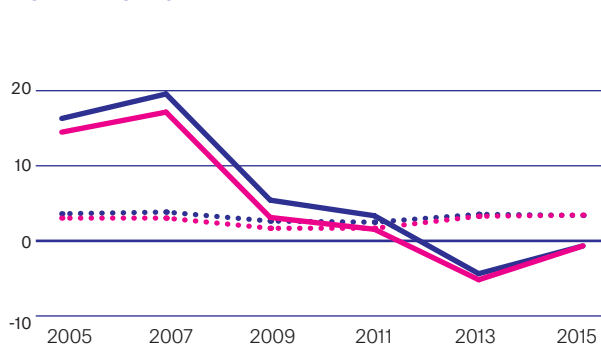
x2,4

El 2016, la taxa d'atur de llarga durada a Espanya (9,5%) multiplicava per més de dos la mitjana europea (UE-28: 4%).

Font: Eurostat, 2017.

Condicionants demogràfics

Taxes brutes de canvi poblacional total i de migració neta
ESPANYA I UE-28



-0,2

El 2015, la taxa de moviments migratoris a Espanya va ser del -0,2 mentre que a Luxemburg va ser del 19,6, a Alemanya del 14,3 i a Àustria del 13

■ Taxes brutes de migració neta
■ Taxes brutes de canvi poblacional total
— Espanya ... UE-28

Les dades s'expressen per 1.000 persones. / Font: Eurostat, 2017.

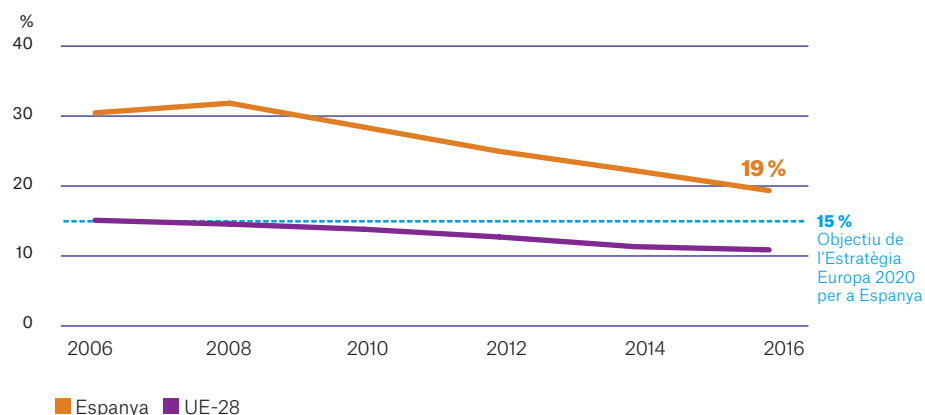
Els canvis poblacionals totals, recollits a les taxes brutes de canvi poblacional total, es poden produir per variacions de la població

motivades per canvis naturals (naixements i defuncions) i per moviments migratoris (taxes brutes de migració neta).



6. Limitacions a la formació de capital humà i a les possibilitats de creixement econòmic i benestar social

Taxa d'abandonament prematur de l'educació i la formació
ESPANYA I UE-28



El 2016, el percentatge d'abandonament prematur de l'educació i la formació va ser del 19%, un punt menys que l'any anterior, però encara lluny de l'objectiu previst per a Espanya a l'Estratègia Europa 2020 (15%)

Font: Eurostat, 2017.

Abandonament de la formació

15,1%

Percentatge de dones (18-24 anys) que, el 2016, van abandonar qualsevol activitat d'educació o de formació (UE-28: 9,2%).

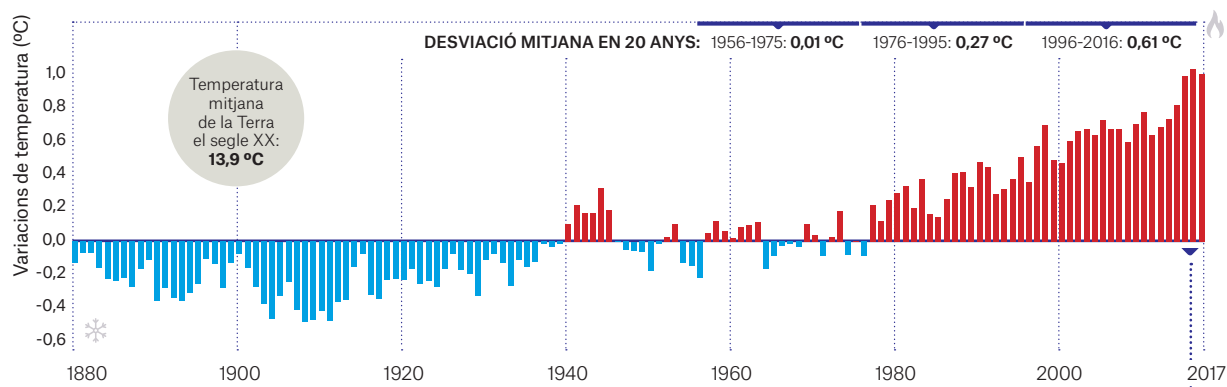
22,7%

Percentatge d'homes (18-24 anys) que, el 2016, van abandonar qualsevol activitat d'educació o de formació (UE-28: 12,2%).

Font: Eurostat, 2017.

7. El repte del canvi climàtic

Variacions anuals, respecte a la mitjana del segle XX, de la temperatura de la Terra, entre el 1880 i l'actualitat



L'any 2017 continua la tendència de pujada de les temperatures dels tres anys anteriors, i les temperatures registrades fins ara el situen entre els tres anys més calorosos d'ençà que se'n té registre.

Font: NOAA, octubre 2017.

Indicadors sobre cultura

Selecció a cura

d'Anna Villarroya,

professora d'Economia Aplicada
Universitat de Barcelona

i Victoria Ateca-Amestoy,

professora d'Economia, Universitat del País Basc / Euskal Herriko Unibertsitatea

Aquesta secció presenta una sèrie d'indicadors clau per conèixer la dimensió més social, però també econòmica, de la cultura a Espanya.

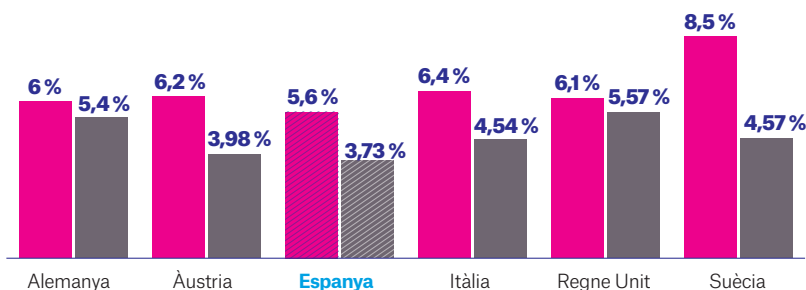
Aquests indicadors s'han construït a partir de bases de dades internacionals com ara l'Enquesta social europea, l'Enquesta europea sobre la renda i les condicions de vida (EU-SILC), l'Enquesta europea de qualitat de vida i diverses edicions de l'Eurobaròmetre.

Cultura i economia



1. Activitat econòmica generada al sector cultural

Empreses culturals i valor afegit com a percentatge del total de serveis, 2014



El 2014, el 5,6% de les empreses de serveis del país es van dedicar a activitats culturals, i van generar el 3,73% de l'activitat econòmica total

■ Empreses
■ Valor afegit

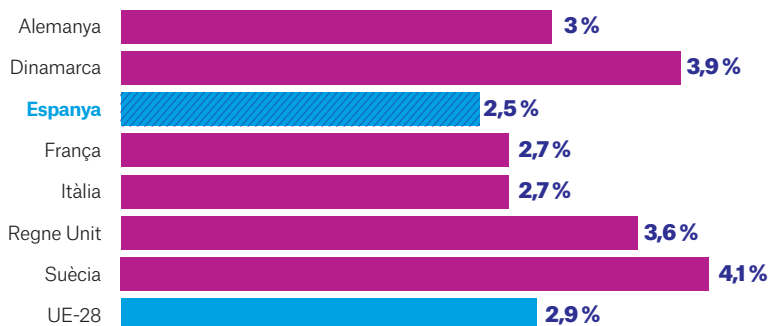
Font: Eurostat, 2017.

2. Ocupació en el sector cultural

Percentatge de persones ocupades en el sector cultural, 2015

2,5%

El 2015, el 2,5% dels llocs de treball a Espanya corresponien al sector cultural, quasi mig punt per sota de la mitjana europea (2,9%)



Font: Eurostat, 2017.



Artistes i altres professionals de la cultura en el mercat laboral espanyol

77%

Alta qualificació

Percentatge de treballadors amb educació superior ocupats en el sector cultural el 2015 (UE-28: 61%).

37%

Alt nivell d'emprenedoria

Percentatge d'artistes, creatius, lingüistes, periodistes i autors autònoms el 2015 (UE-28: 48%), enfront del 17% dels autònoms en el total de sectors (UE-28: 15%).

43%

Baixa participació de la dona

Percentatge de dones respecte al total de treballadors del sector cultural el 2015, enfront del 58% de dones en carreres relacionades amb la cultura.

72%

Estabilitat per sota de la mitjana

Percentatge d'artistes, creatius, lingüistes, periodistes i autors amb contracte indefinit el 2015 (UE-28: 77%), enfront del 75% dels treballadors en el total de sectors econòmics (UE-28: 86%).

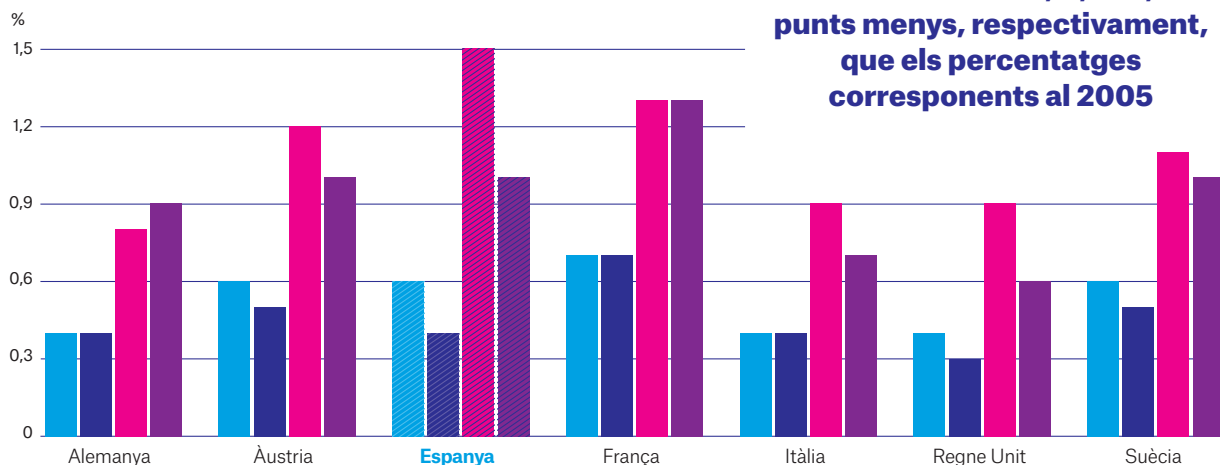


Font: Eurostat, 2017.

3. Inversió pública en cultura

Despesa pública en serveis culturals com a percentatge del producte interior brut (PIB) i de la despesa pública total

El 2015, les administracions públiques van destinar el 0,4% del PIB i l'1% de la despesa pública al finançament de serveis culturals; 0,2 i 0,5 punts menys, respectivament, que els percentatges corresponents al 2005



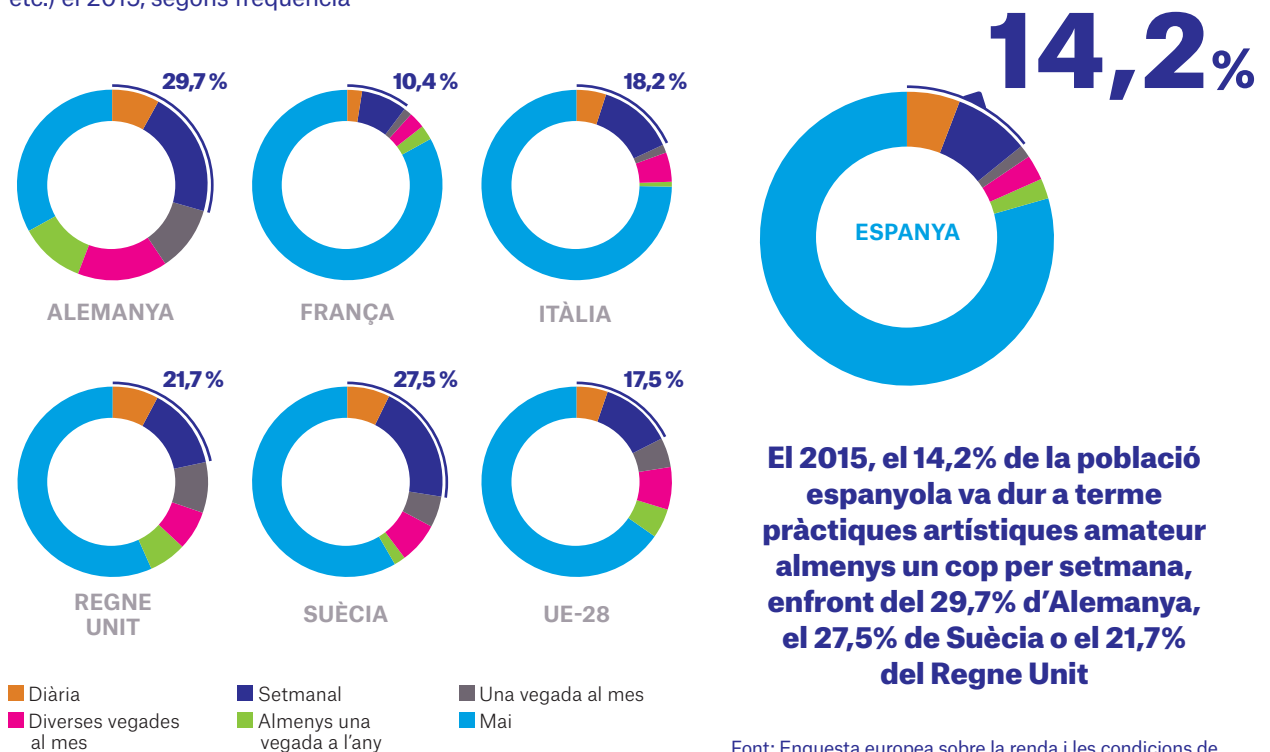
■ 2005 en percentatge del PIB ■ 2005 en percentatge de la despesa pública total
 ■ 2015 en percentatge del PIB ■ 2015 en percentatge de la despesa pública total

Font: Eurostat, 2017.



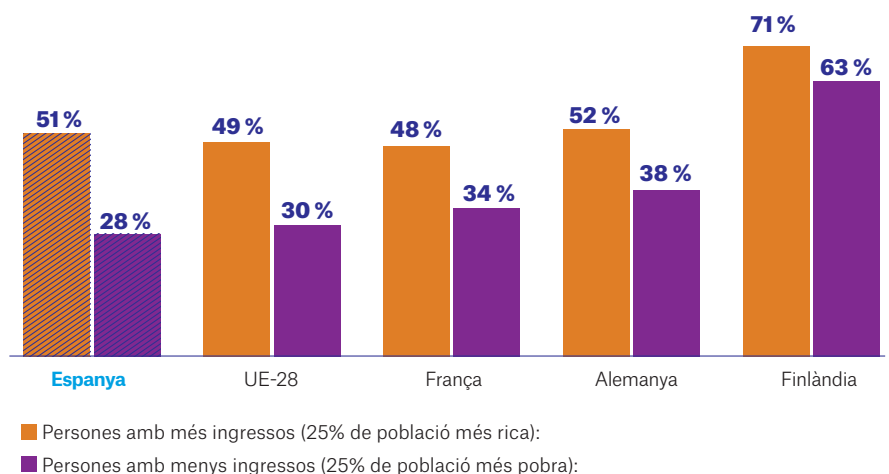
4. Pràctiques artístiques amateur

Percentatge de persones que van fer activitats artístiques no professionals (tocar un instrument, cantar, fer fotografia, etc.) el 2015, segons freqüència



5. Noves formes de participació cultural

Percentatge de persones que juguen o descarreguen jocs, imatges, pel·lícules o música a través d'internet segons el nivell de renda, 2014



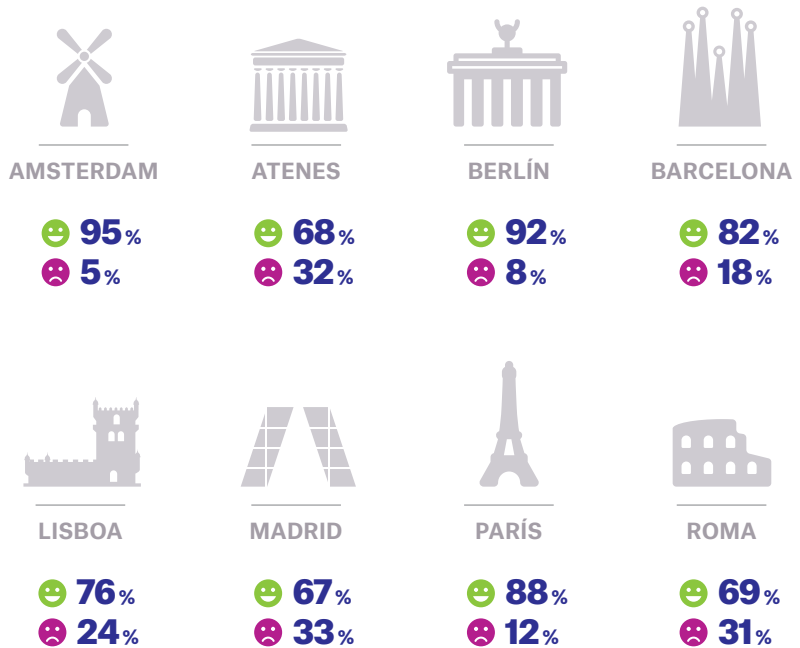
Cultura i qualitat de vida



6. Satisfacció amb els espais culturals a les ciutats europees

El 2015, el 82% dels barcelonins i el 67% dels madrilenys es van declarar satisfets amb els espais culturals disponibles a la seva ciutat. En tots dos casos, la satisfacció cau respecte al 2012 (5 i 6 punts percentuals, respectivament).

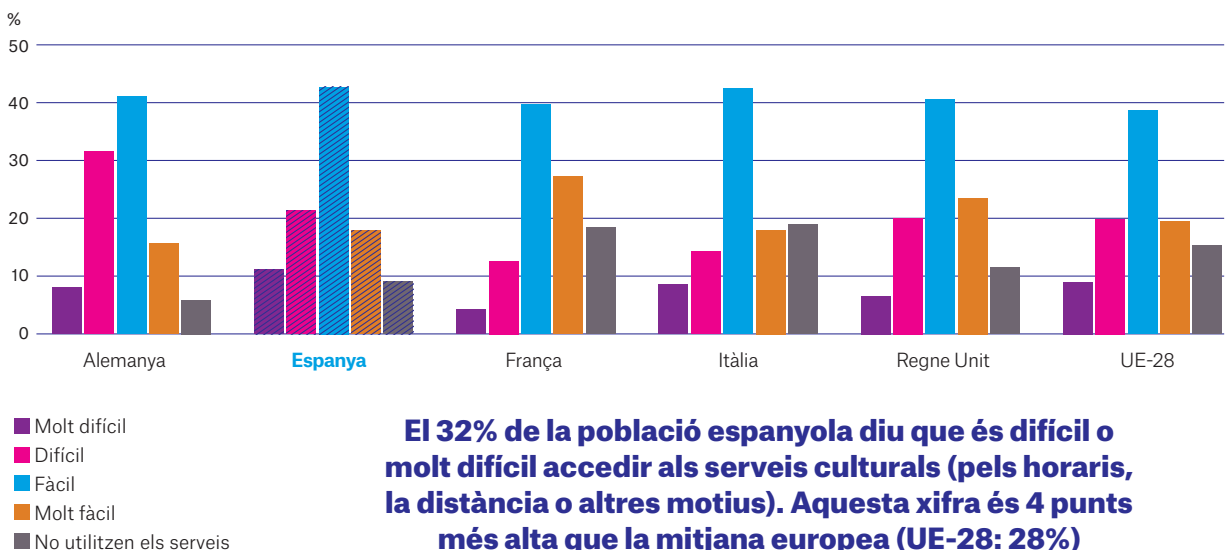
■ Satisfets
■ No satisfets



Font: Eurobaròmetre Flash 419. «Qualitat de vida a les ciutats europees», 2015.

7. Dificultat d'accés als serveis culturals

Quin nivell de dificultat trobeu a l'hora d'accedir a espais culturals com ara cinemes o teatres?

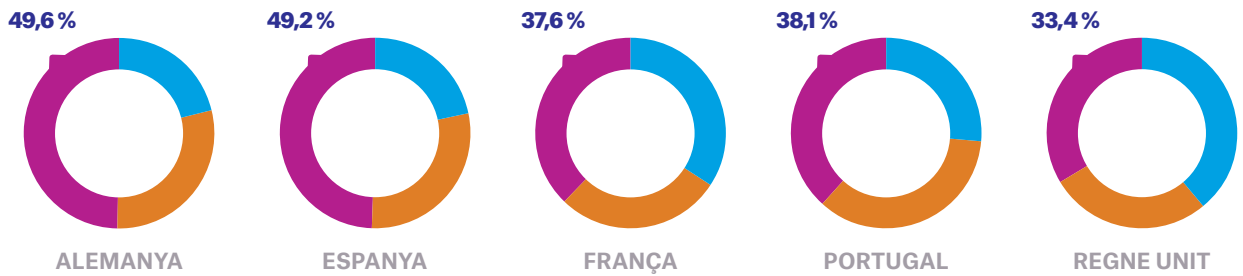


Font: Enquesta europea de qualitat de vida, 2012.

Actituds i valors culturals



8. Valoració de la presència d'immigrants per a la vida cultural del país

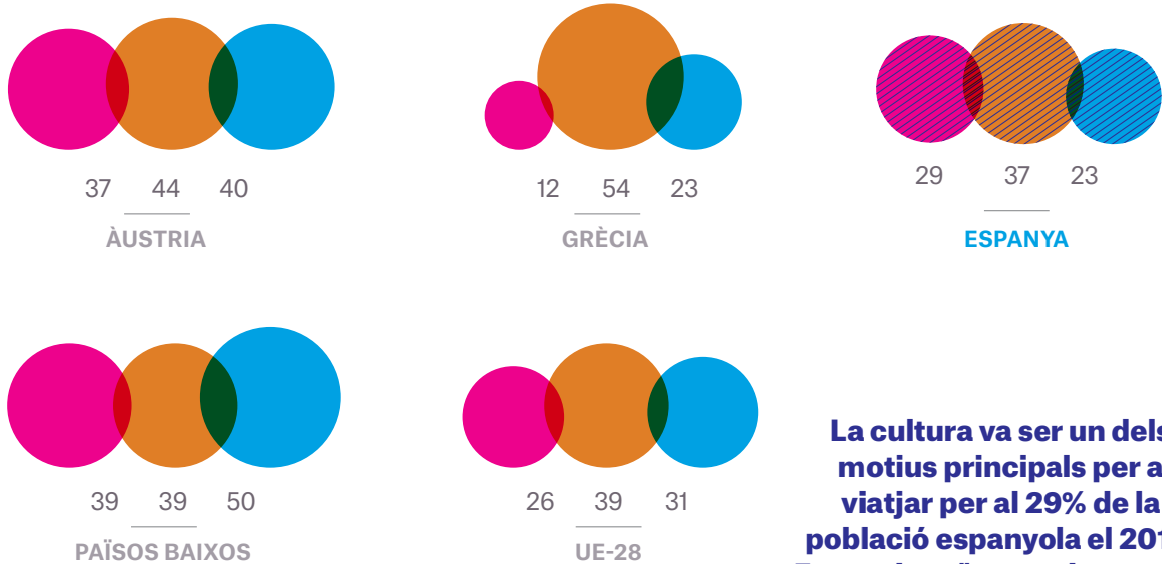


El 2014, el 49,2% dels espanyols consideraven que la presència d'immigrants enriqueix la vida cultural del país, molt per damunt de l'opinió de britànics (33,4%), francesos (37,6%) i portuguesos (38,1%)

- Empobrida (puntuació de 0 a 4)
- Neutral (puntuació de 5 a 6)
- Enriquida (puntuació de 7 a 10)

Font: Enquesta social europea, onada 7 (2014).

9. Quina importància té la cultura a l'hora de planificar un desplaçament per les vacances?



La cultura va ser un dels motius principals per a viatjar per al 29% de la població espanyola el 2015. Entre els països amb un valor molt superior a la mitjana europea (UE-28: 26%) hi trobem els Països Baixos (39%) i Àustria (37%)

- Cultura
- Sol / Platja
- Natura



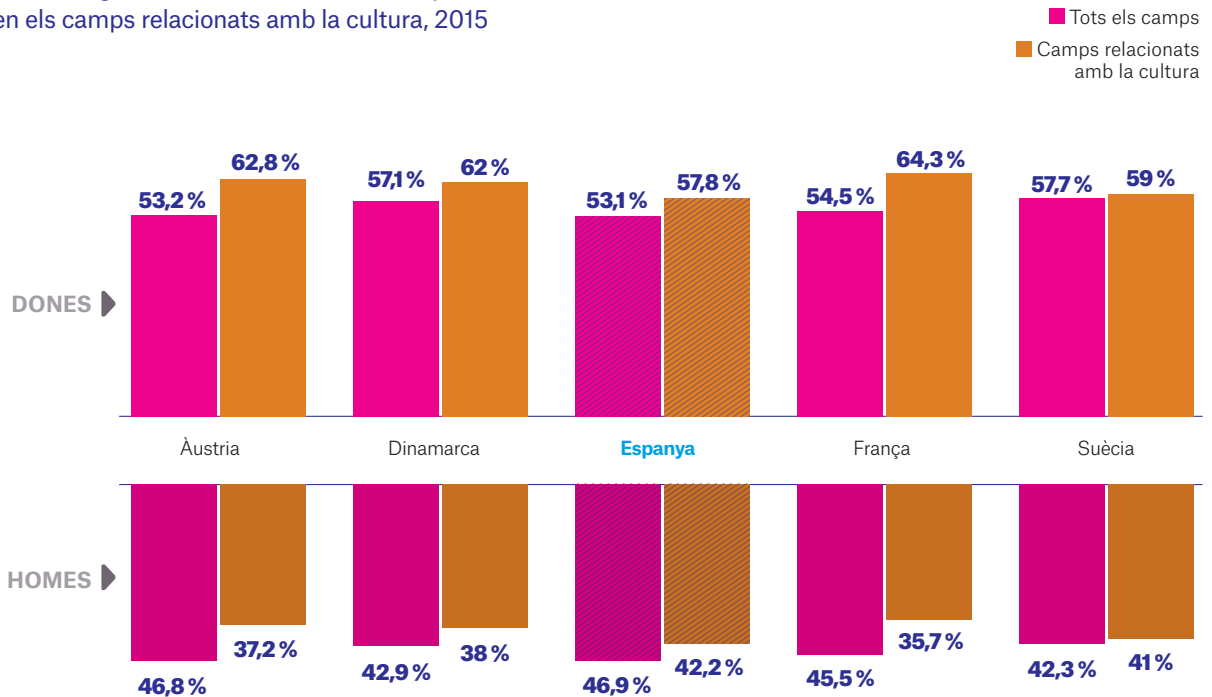
No sumen 100, ja que l'estadística inclou més raons, a més de la resposta múltiple.

Font: Eurobaròmetre Flash 432. «Preferències dels europeus envers el turisme» (2016).



10. Participació en estudis relacionats amb la cultura segons el sexe

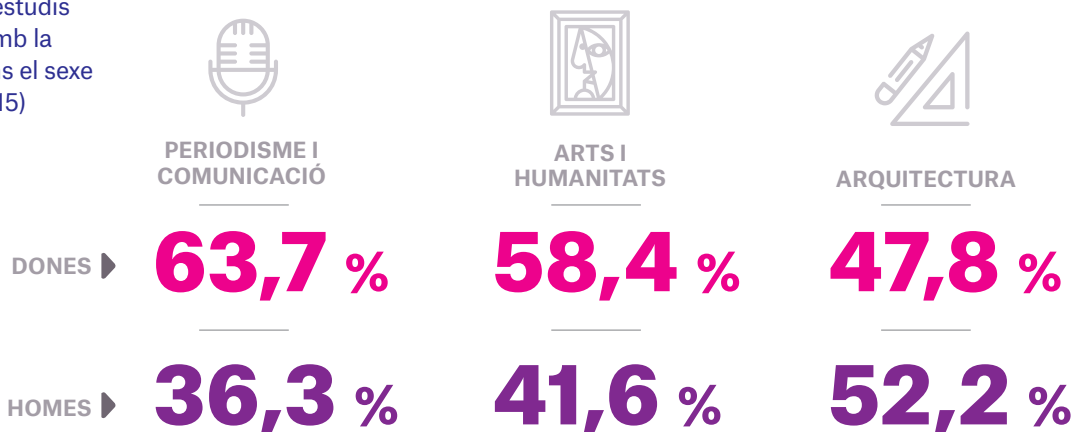
Percentatge d'estudiants en educació superior en els camps relacionats amb la cultura, 2015



A tots els països el 2015 hi havia més dones matriculades a carreres relacionades amb la cultura que no pas homes. França és el país amb més dones que segueixen carreres culturals (64,3%); la diferència respecte al nombre d'homes és de 28,6 punts. En el cas d'Espanya, la diferència entre dones i homes és de 15,6 punts.

Font: Eurostat, 2017.

Percentatge de persones en estudis relacionats amb la cultura segons el sexe (Espanya, 2015)

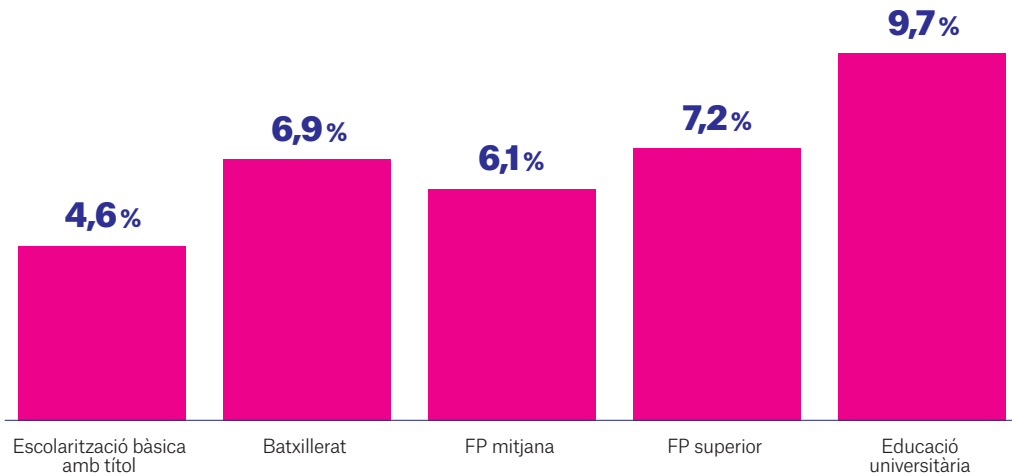


Font: Eurostat, 2017.



11. Percentatge de població que va fer almenys un curs de formació relacionat amb la cultura el darrer any

Segons el nivell d'educació formal, 2014-2015



Font: Enquesta de pràctiques i hàbits culturals. Espanya, 2014-2015.

El darrer any, el 5,9% de la població va fer algun curs de formació complementària vinculat a la cultura. La participació en aquesta mena de formació augmenta amb

el nivell d'estudis, fins a assolir el 9,7% en el cas dels universitaris. La participació també varia segons el sexe; les dones (7,6%) hi participen més que no pas els homes (4,1%).



A

Articles

Sumari

18 El consum cultural: qüestió de gust o de preu?

Juan Prieto Rodríguez, María José Pérez Villadóniga i Sara Suárez Fernández, Universitat d'Oviedo

28 L'impacte de la cultura i el lleure sobre la felicitat dels espanyols

Nela Filimon, Departament d'Economia, Universitat de Girona

El consum cultural: qüestió de gust o de preu?

Juan Prieto Rodríguez

María José Pérez Villadóniga

Sara Suárez Fernández

Universitat d'Oviedo

L'educació és la variable socioeconòmica que té un efecte més destacat sobre la participació cultural. Directament, perquè com més educació, més interès i gust per la cultura. I indirectament, perquè com més educació, més renda i, per tant, més consum i participació cultural. Aquest treball analitza el paper que tenen l'educació i la renda en la participació cultural en tres activitats de naturalesa diferent: l'assistència al cinema, l'assistència a espectacles en directe i les visites a llocs d'interès cultural.

Paraules clau: **participació cultural, educació, renda, barreres culturals**



Introducció

L'objectiu d'aquest estudi és analitzar el paper de l'educació, juntament amb altres variables socioeconòmiques, en la participació de les persones en tres tipus d'activitats culturals: l'assistència al cinema, l'assistència a espectacles en directe (concerts de música i teatre) i les visites a llocs d'interès cultural (museus, monuments, jaciments i galeries).

El coneixement del perfil dels consumidors potencials i de les possibles barreres a la participació cultural constitueix una informació crucial per al sector públic, en la mesura que estigui interessat a fomentar el consum cultural o a promocionar determinades activitats culturals. A més a més, si el sector cultural es finança amb ingressos per taquilla, aquesta informació també és rellevant per als professionals del sector.

Segons els estudis econòmics, l'educació és la variable més influent en la participació cultural (vegeu, per exemple, Seaman, 2005). D'una banda, un nivell educatiu més alt està associat a més interès i gust per la cultura, la qual cosa incentiva de manera directa la participació cultural. D'altra banda, com més alt és el nivell educatiu, més alta és la renda i com més alta és la renda, més consum cultural hi ha (Prieto Rodríguez *et al.*, 2005). Així, el nivell educatiu influeix indirectament en el consum cultural a través de l'augment de renda.

Un nivell educatiu més alt està associat a un interès i un gust per la cultura més grans, la qual cosa incentiva de manera directa la participació cultural

Les dades utilitzades per a l'anàlisi són les de l'Enquesta de condicions de vida a Espanya (ECV15), duta a terme per l'Institut Nacional d'Estadística el 2015. En aquesta enquesta es demana per la participació en tres activitats culturals el darrer any, i són possibles tres respostes: cap, entre una i tres vegades i més de tres. Així mateix, als individus que no han assistit a cap activitat, se'ls demana els motius de la no assistència. D'aquesta manera analitzem la participació cultural i les barreres que impedeixen participar-hi, i ens fixem especialment en el paper de l'educació i la renda.

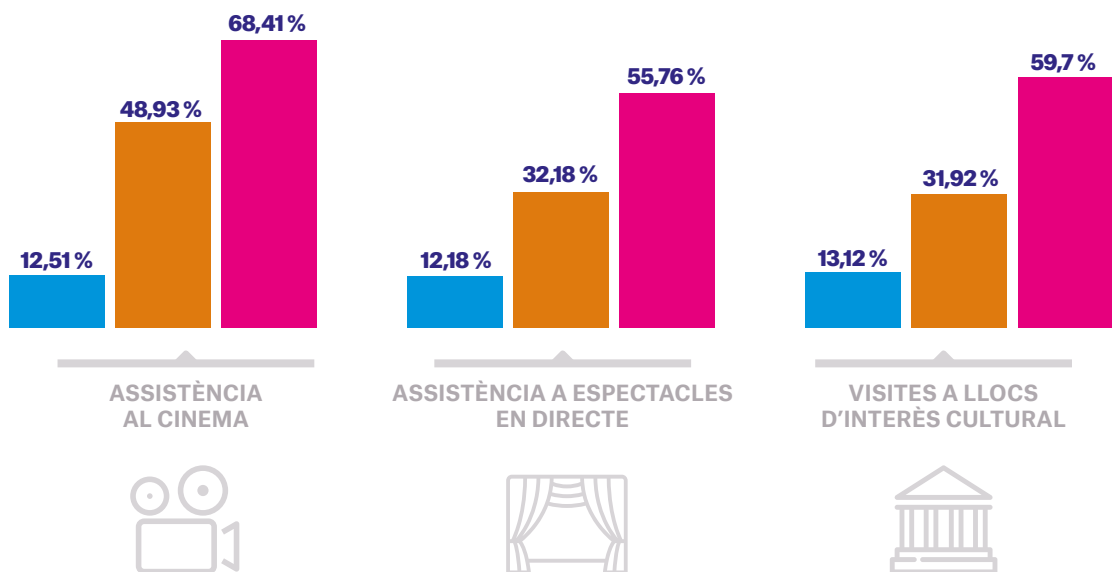
Presentem en primer lloc els resultats de participació utilitzant directament les dades de l'enquesta i tot seguit analitzem la influència de les variables rellevants sobre l'assistència; per a això s'han aplicat tècniques estadístiques a aquestes dades. Atesa l'elevada proporció d'individus que declaren no haver-hi participat, aquestes tècniques han permès de classificar els no assistents en *no assistents absoluts* i *recuperables*. Un *no assistent absolut* és aquell que, per exemple, a causa de l'edat o de la manca d'interès, ni participa ni és probable que ho faci. Per tant, els *no assistents absoluts* constitueixen un grup impermeable a la política cultural.

Al contrari, els *no assistents recuperables* són aquells que no han participat en cap acte cultural el darrer any, però que tenen característiques semblants a les dels que sí que ho han fet i, per tant, els models estadístics consideren que podrien haver-hi participat. A tall d'exemple, una parella amb fills petits podria tenir els recursos i l'interès per assistir a un esdeveniment cultural, però els fills poden haver estat una barrera que els ha impedit d'assistir-hi. No obstant això, a mesura que els fills creixin, aquesta barrera s'anirà diluint, de manera que aquest grup té un interès especial per als programadors de polítiques culturals. Per exemple, la provisió de serveis de guarderia, tallers per a infants o, simplement, un reajustament d'horaris són mesures que podrien incentivar de manera efectiva la participació d'aquesta família.

Educació, renda i assistència a activitats culturals

El gràfic 1 mostra, segons l'educació, la proporció d'individus que han participat almenys una vegada en alguna de les activitats considerades. Com podíem preveure, l'assistència augmenta notablement en tots els casos amb el nivell educatiu. Partint de percentatges d'assistència molt semblants per a les tres activitats entre els individus amb educació primària o inferior, el creixement de l'assistència a les activitats culturals si augmenta el nivell educatiu és molt més gran per al cinema que no pas per als espectacles en directe o els llocs d'interès cultural.

Gràfic 1. **Percentatge d'individus que han participat en alguna activitat cultural almenys una vegada el darrer any, per grup educatiu**



■ Educació primària o inferior
 ■ Educació secundària
 ■ Educació superior

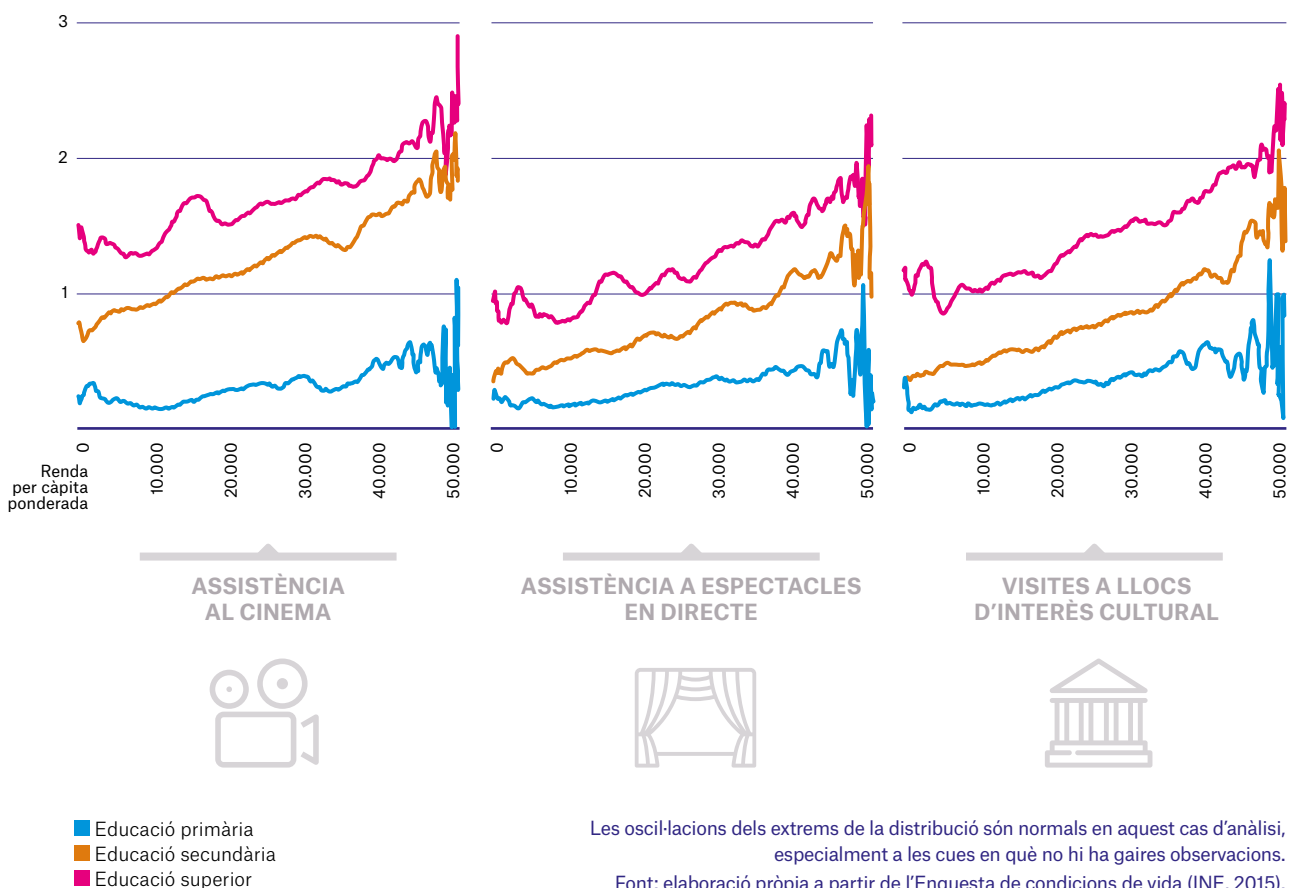
Font: elaboració pròpia a partir de l'Enquesta de condicions de vida (INE, 2015).

Com que el determinant principal de la renda és el nivell d'estudis, aquest gràfic recull no tan sols l'efecte de l'educació, sinó també, de manera indirecta, l'efecte de la renda.

Tot seguit mirarem de separar l'efecte directe de l'educació en la participació cultural de la seva influència indirecta a través de la renda. Encara que tenim informació de les rendes individuals, hem considerat més adequat utilitzar la informació sobre els ingressos de la llar, de manera que la capacitat econòmica es pondera en relació amb el nombre de membres de la llar, segons el criteri que segueix actualment l'Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic (OCDE).

El gràfic 2 mostra la relació entre la renda ponderada de cada membre de la llar i l'assistència a les activitats culturals, diferenciant per nivells educatius. En primer lloc, hi comprovem que, independentment de la renda, l'educació té un efecte positiu sobre la demanda d'activitats culturals. En cada gràfic, les tres línies associades al nivell educatiu indiquen que, per a qualsevol nivell de renda, els individus amb més estudis participen amb més regularitat en activitats culturals. En segon lloc, el pendent de cada línia mostra l'efecte de la renda per a cada nivell educatiu. Aquest efecte és més important per als nivells educatius més alts, tal com exposen Prieto Rodríguez *et al.* (2005).

Gràfic 2. **Assistència mitjana anual per renda i nivell educatiu**



En resum, en totes tres activitats, l'assistència mitjana augmenta a mesura que augmenta el nivell d'estudis per a qualsevol nivell de renda. Així mateix, els increments en la renda es relacionen amb una participació més alta en les tres activitats, però la influència de la renda és més gran en els individus amb nivells educatius mitjà i superior que no pas en els que tenen un nivell educatiu més baix.

Tot i que la participació cultural augmenta amb l'educació i la renda, l'augment d'ingressos en persones amb nivells educatius baixos produeix un canvi menys important

Barreres a la participació

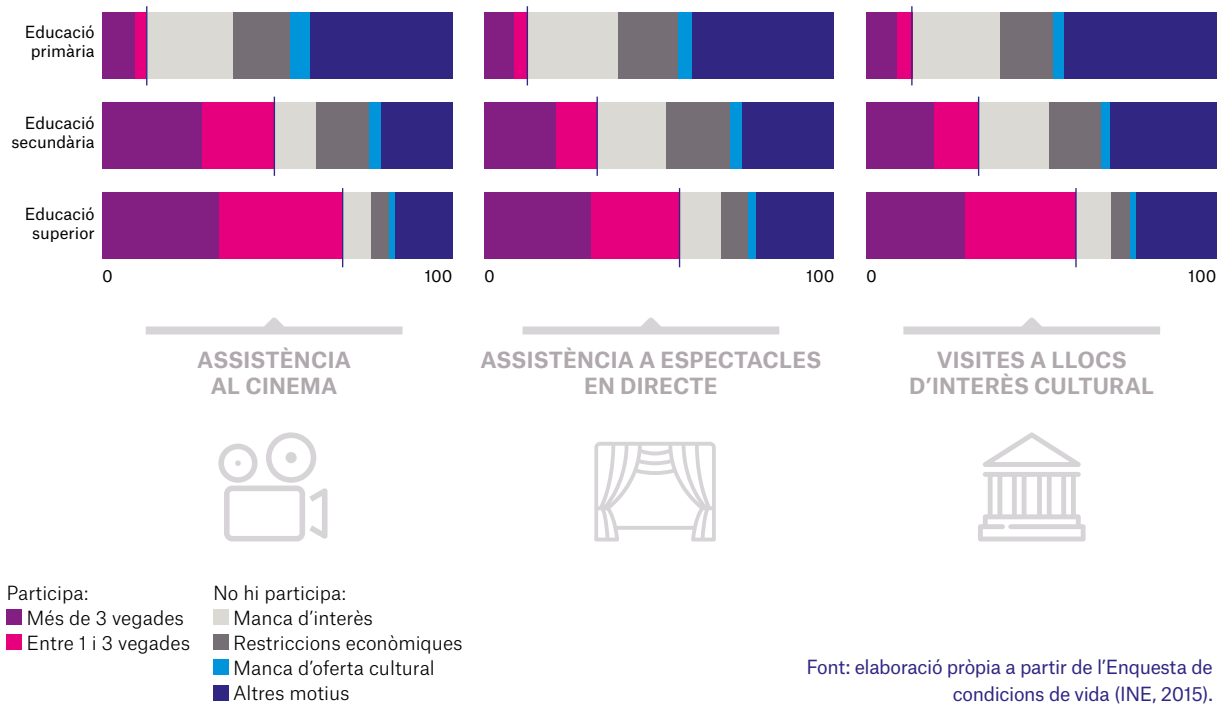
Als individus que responen que no han participat en cap activitat el darrer any se'ls demana el motiu principal de la seva no assistència. Les respostes possibles són: no s'ho pot permetre, no hi està interessat, manca d'oferta cultural (absència de cinemes, espectacles en directe o llocs d'interès cultural a la vora d'on viuen) o bé altres motius. Com mostra el gràfic 3, l'ECV15 no recull completament la causa principal de la no assistència, ja que la categoria «altres motius» és la que hom al·lega amb més freqüència. Tot seguit, i per aquest ordre, la manca d'interès i les restriccions econòmiques són les causes més rellevants i, en últim lloc, la manca d'oferta cultural.

Podem observar en totes tres activitats el patró esperat respecte a l'educació. A mesura que l'educació augmenta, cau el percentatge dels no assistents i, per tant, la freqüència amb què hom declara qualsevol de les quatre barreres a la participació. A més a més, els motius declarats per no haver-hi participat segueixen la mateixa pauta en tots tres casos: els individus amb nivells educatius baixos declaren tenir-hi menys interès i, en general, més restriccions pressupostàries.

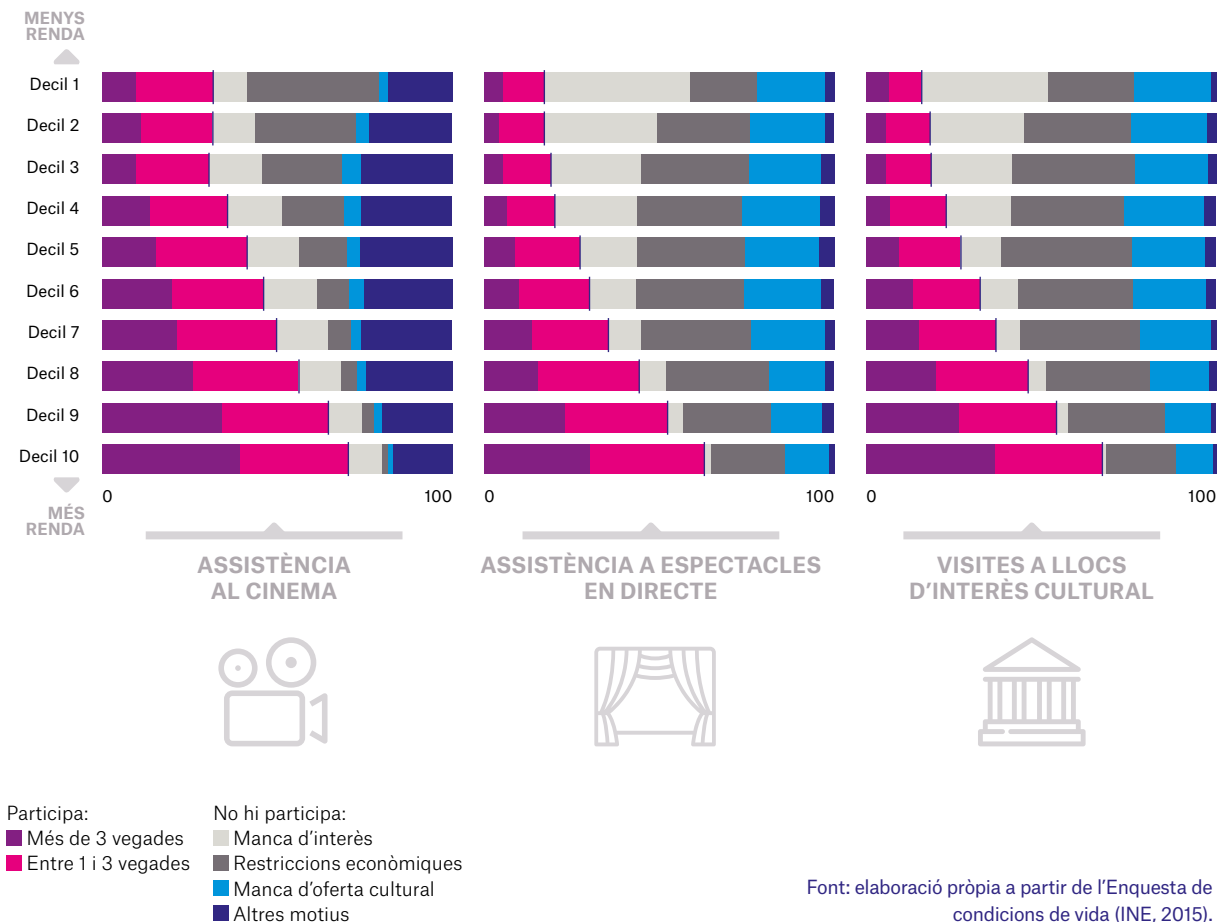
El gràfic 4 mostra la relació entre el nivell de renda i la freqüència d'assistència o els motius de no assistència a les activitats culturals.

Com podíem esperar, els individus amb menys renda són els que participen menys en activitats culturals. A més, en tots els individus amb rendes més baixes (decils 1 a 3) –i, per tant, en risc d'exclusió social–, les diferències en els nivells d'assistència són quasi inexistent. Probablement això és degut a un nivell de recursos mínim, per sota del qual una persona difícilment es pot permetre assistir a alguna activitat cultural. Només a partir del quart o cinquè decil (la qual cosa representa aproximadament una renda de 24.000 euros anuals per a una família de tres membres) hi apreciem canvis significatius.

Gràfic 3. Nivell educatiu, assistència i barreres a la participació cultural



Gràfic 4. Decils de renda i assistència a les activitats culturals



Les diferències més acusades entre activitats les observem en els motius declarats de no assistència. En el cas del cinema, a mesura que augmenta la renda cau la importància de les restriccions econòmiques. Tanmateix, en el cas dels espectacles en directe i les visites a llocs d'interès cultural, destaca la caiguda de la manca d'interès a mesura que augmenta la renda, probablement perquè els individus amb més recursos econòmics solen tenir més formació artística (Borgonovi, 2004).

La manca d'interès, primera barrera a la participació cultural, és més gran en les activitats que demanen una formació artística més sòlida i es podria contrarestar amb una millor educació cultural

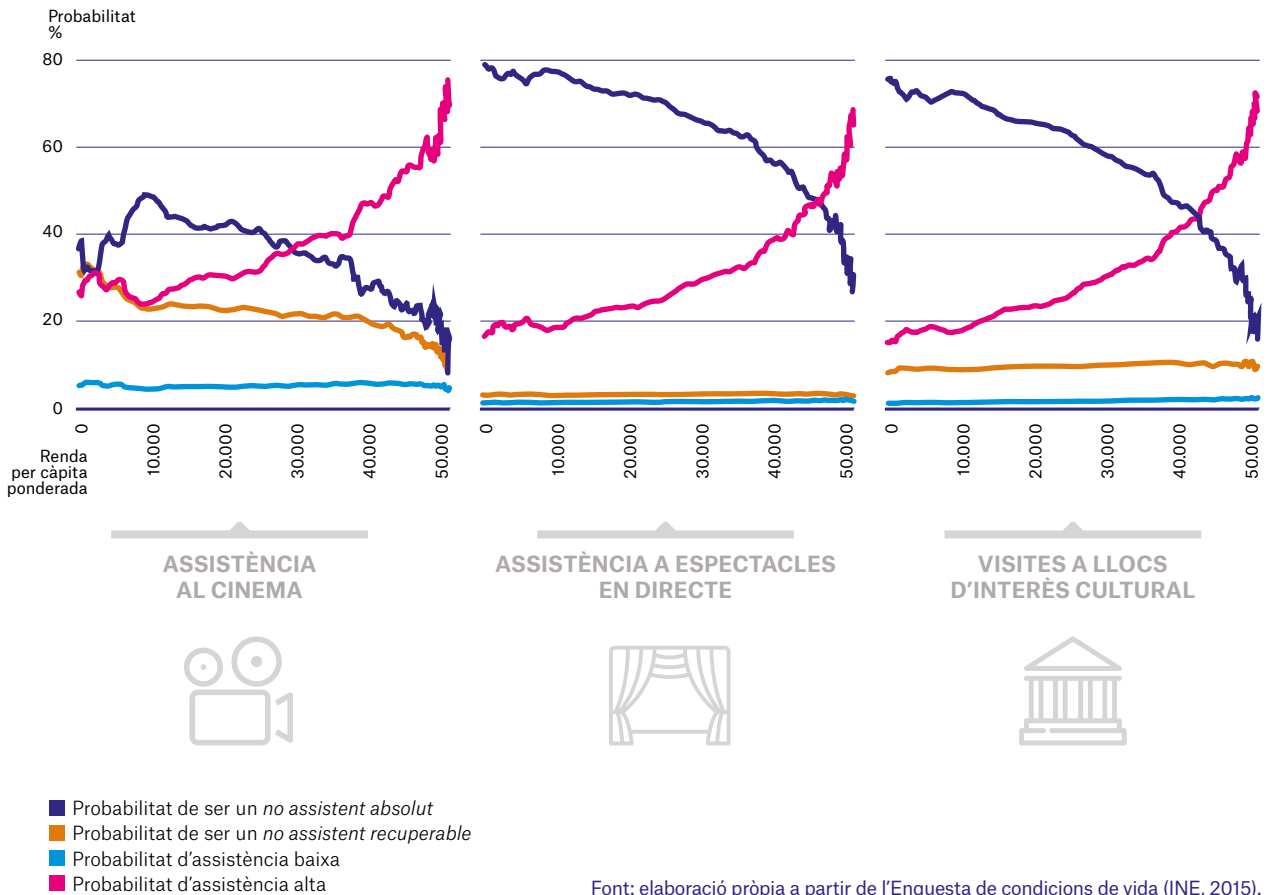
Probabilitats d'assistència

Les observacions de l'Enquesta de condicions de vida 2015 subratllen les diferències entre individus que han assistit a alguna activitat cultural i els que no ho han fet. No obstant això, per poder aprofundir en el paper de les variables socioeconòmiques en les decisions de participació, cal interpretar la informació disponible en termes probabilístics. Una transformació de les dades mitjançant tècniques estadístiques ha permès de classificar els individus que declaren no participar en dos grups: els *no assistents absoluts*, aquells que ni hi participen ni s'espera que ho facin, i els *no assistents recuperables*, que han tingut una participació cultural nul·la però que podria no haver estat així. Com ja hem indicat, aquests dos grups són tan dispars que l'efectivitat de les polítiques culturals serà totalment diferent per a cadascun.

El gràfic 5 mostra la relació entre les probabilitats d'assistència i la renda. En totes tres activitats hi observem un grup de *no assistents absoluts* molt important als quals serà difícil despertar interès per les activitats culturals, sobretot els espectacles en directe i els llocs d'interès cultural. Aquest resultat és molt general i semblant al que Ateca Amestoy i Prieto Rodríguez (2013) obtenen per als Estats Units.

En els espectacles en directe i els llocs d'interès cultural trobem un comportament semblant, que contrasta amb el que observem en el cas del cinema. En les dues primeres activitats, la probabilitat de ser un *no assistent absolut* minva de manera molt acusada amb la renda, alhora que augmenta la probabilitat d'una assistència alta. Al contrari, les probabilitats de ser un *no assistent recuperable* o una persona de demanda baixa amb prou feines canvien i representen els grups més petits. Aquestes xifres es mantenen estables i només hi observem canvis aparents entre els *no assistents absoluts* i les persones de demanda alta. És possible, però, que estiguin tenint lloc processos de substitució entre categories

Gràfic 5. Probabilitats estimades d'assistència i renda



que deixen pràcticament inalterada la probabilitat de ser un *no assistent recuperable* o tenir una demanda baixa. Això duu a una polarització clara, ja que la població es divideix quasi exclusivament entre *no assistents absoluts* i individus de demanda alta, i el grau de polarització més gran es constata en els espectacles en directe.

Pel que fa al cinema, però, els *no assistents recuperables* són més sensibles a la renda que no pas en els altres casos. Així mateix, els *no assistents absoluts* i els *recuperables* presenten probabilitats semblants, que disminueixen amb la renda. A mesura que ens movem cap a rendes superiors, hi ha menys *no assistents absoluts*. Això es relaciona amb un creixement dels individus amb demanda alta, mentre que el percentatge de demanda baixa es manté estable. Aquest grau més baix de polarització potser és degut a una distribució més homogènia i general de l'interès pel cinema en la població, amb variacions més associades a l'edat i no tant a la renda.

Una anàlisi semblant per nivell educatiu mostra que el fet de passar d'educació primària a educació superior fa baixar entorn de 50 punts percentuals la probabilitat de ser un *no assistent absolut* per a totes tres activitats. Per tant, com més alt és el nivell d'educació (i de renda), les persones esdevenen més permeables a les activitats i polítiques cultu-

erals. Així mateix, aquest augment del nivell educatiu multiplica la probabilitat d'assistència alta, especialment al cinema.

També en el cinema trobem que l'efecte de l'edat és més acusat. Per exemple, si comparem els menors de 30 anys amb els més grans de 65, aquests darrers tenen una probabilitat més de deu vegades superior de ser *no assistents absoluts*. La caiguda de l'assistència es distribueix al llarg de tots els grups d'edat. Per a les altres dues activitats, però, l'efecte de l'edat és molt més baix, encara que s'accelera a partir dels 65 anys.

En resum, la renda i l'educació sembla que són les variables socioeconòmiques amb més impacte en la probabilitat d'assistència a activitats culturals, i l'edat és un altre factor rellevant, sobretot pel que fa a l'assistència al cinema (Fernández Blanco *et al.*, 2009).

Conclusions

Aquest article analitza el paper que tenen l'educació i la renda de les persones a l'hora de participar en tres tipus d'activitats culturals: l'assistència al cinema, a espectacles en directe i la visita a llocs d'interès cultural.

Segons les activitats considerades, les barreres poden variar. Per als espectacles en directe i les visites a llocs d'interès cultural, el motiu principal de la no assistència és la manca d'interès (vinculada a l'educació). En canvi, el determinant bàsic de la no assistència al cinema sembla que és la manca de renda, i no d'interès. En aquest cas hi ha una indústria que dissenya els seus productes tenint en compte l'interès dels consumidors potencials, mentre que l'assistència a les arts escèniques i a llocs d'interès cultural requereix una formació del gust més elevada, de manera que si no hi ha gust tampoc hi ha interès.

En el cas dels espectacles en directe i les visites a llocs d'interès cultural, observem una gran polarització entre els assistents de demanda alta i



els *no assistents absoluts*. En canvi, el cinema no presenta aquesta dicotomia. Sembla que la renda és el factor que explica millor els canvis en els nivells d'assistència al cinema. Podríem concloure que la manca d'interès actua en primer lloc com a barrera a la participació cultural. Si la manca d'interès no representa un problema, com passa amb el cinema, la restricció econòmica passa a ser rellevant. Així, un individu no es plantejarà assistir a un esdeveniment cultural si no hi té interès, i només en el cas de tenir-lo considerarà altres restriccions possibles.

Aquestes observacions plantegen un dilema a l'hora de dissenyar la política cultural. A curt termini i per reduir la importància de les barreres econòmiques, aquesta política es podria combinar amb una política fiscal que inclogui, per exemple, reduccions de la impositió indirecta que suporten els béns culturals o increments en les subvencions a la producció d'aquests béns. Les caigudes consegüents en els preus tindrien un efecte directe i immediat en la demanda cultural. No obstant això, aquestes polítiques fiscals es podrien interpretar com regressives, ja que beneficiarien en una mesura més gran els individus amb més renda.

Si el que es pretén és combatre el problema que representa la manca d'interès del públic, la política cultural s'hauria d'integrar en la política educativa per millorar el gust per les arts. Evidentment, encara que els efectes només es notarien a llarg termini, no hi ha dubte que serien molt més estables. En el passat, aquestes polítiques de formació de gustos es combinaven amb els programes culturals de la ràdio i la televisió. Els canvis tecnològics han eliminat les audiències captives d'aquests mitjans. Tot i que la diversitat de l'oferta ara és molt més àmplia, només els que ja tenen interès en les arts demanen aquests continguts. Per això és important l'educació obligatòria des que els infants són ben menuts, per desenvolupar l'interès i els gustos artístics en la població.

Referències

ATECA AMESTOY, V.M., i J. PRIETO RODRÍGUEZ (2013): «Forecasting accuracy of behavioural models for participation in the arts», *European Journal of Operational Research*, 229(1).

BORGONOV, F. (2004): «Performing arts attendance: an economic approach», *Applied Economics*, 36(17).

FERNÁNDEZ BLANCO, V., L. OREA i J. PRIETO RODRÍGUEZ (2009): «Analyzing consumers heterogeneity and self-reported tastes: an approach consistent with the consumer's decision making process», *Journal of Economic Psychology*, 30(4).

PRIETO RODRÍGUEZ, J., D. ROMERO-JORDAN i J.F. SANZ SANZ (2005): «Is a tax cut on cultural goods consumption actually desirable? A microsimulation analysis applied to Spain», *Fiscal Studies*, 26(4).

SEAMAN, B.A. (2005): «Attendance and public participation in the performing arts: a review of the empirical literature», Nonprofit Studies Program, Georgia State University, Working Paper 05-03.

L'impacte de la cultura i el lleure sobre la felicitat dels espanyols

Nela Filimon

Departament d'Economia, Universitat de Girona

Què és la felicitat i com es mesura? No hi ha consens sobre com definir un concepte que, d'altra banda, ha anat canviant i evolucionant amb el pas del temps. Sembla indubtable, però, que la felicitat depèn de molts factors, entre els quals destaca la participació en activitats culturals i de lleure, tant de manera individual com compartida. Aquest treball presenta alguns resultats rellevants, tant en l'àmbit internacional com a Espanya, que mostren una evidència empírica sobre aquesta relació.

Paraules clau: **felicitat, cultura i lleure, dimensió individual i coparticipativa de la felicitat**

Les dues dimensions de la felicitat: individual i social

El desig d'assolir la felicitat és un denominador comú atemporal dels éssers humans. Encara que un repàs exhaustiu de totes les línies de recerca i de la interdisciplinarietat que en resulta va més enllà de l'objectiu d'aquest estudi, és interessant esmentar dues qüestions.

La primera, referent a la naturalesa de la felicitat, distingeix entre la recerca merament individualista (egoista) de la felicitat, un fenomen típic de la societat occidental, i una aproximació que contempla per les dues dimensions de la felicitat (Cieslik, 2015): la individual i la social (coproduïda o col·lectiva).

La segona qüestió, relativa als determinants principals de la felicitat, remarca l'interès creixent per la cultura i les arts com a «font de felicitat» (Frey, 2008).

Aquest treball es proposa presentar alguns resultats recents entorn de la dimensió coparticipativa (social) de la cultura i el seu impacte sobre la felicitat.

La «paradoxa d'Easterlin», o si és cert que els diners no donen la felicitat

Durant molt de temps, la felicitat ha estat sinònim de la recerca del benestar material, tal com es desprèn de la visió utilitarista de l'economia. Segons aquesta visió una renda o un PIB per càpita més elevats es tradueixen en més satisfacció o més felicitat. Aquesta tesi s'ha vist qüestionada en les últimes quatre dècades per la «paradoxa d'Easterlin», que demostra el contrari: treballant amb dades macroeconòmiques per a diversos països, Richard Easterlin (1974) va comprovar que, en termes mitjans, a llarg termini no hi havia una diferència significativa entre la percepció de felicitat de la gent dels països més rics, amb les necessitats bàsiques cobertes, i la dels de països menys rics.

L'interès per aquesta qüestió s'ha traduït en una nova via de recerca, l'anomenada *economia de la felicitat* (Frey, 2008), que té el propòsit d'introduir indicadors alternatius del desenvolupament material d'un país per valorar les polítiques i la distribució dels recursos. Bhutan, per exemple, és un país pioner en haver introduït la 'felicitat nacional bruta' com a indicador del progrés de la seva societat.

Treballs més recents (Clark *et al.*, 2012) demostren que la «paradoxa d'Easterlin» continua vigent, i destaquen que a llarg termini s'ha anat reduint la desigualtat observada en els nivells de felicitat percebuda dins un mateix país; baixen els percentatges dels dos extrems de l'escala de felicitat (poc feliços i molt feliços, respectivament) i, en canvi, augmenta la concentració a la zona central de l'escala. Això equivaldria a menys dispersió i, per tant, a una distribució més igualitària de la percepció de felicitat dels enquestats.

Espanya, França, Itàlia, Noruega i els Països Baixos són alguns dels països que, en complir els requisits de selecció imposats per l'estudi (com

ara el fet d'haver experimentat períodes de creixement continuat de la renda), són analitzats més detalladament i mostren aquesta tendència.

Així, doncs, l'interès dels investigadors s'ha desplaçat d'aquest comportament observat en els extrems de l'escala de la felicitat, en particular el de màxima felicitat, cap al component no material de la felicitat i del benestar. En aquest sentit, la pregunta i la resposta que plantejava Bill Ivey, antic director del Fons Nacional per a les Arts dels Estats Units, són ben actuals: «Si el somni de tenir un cotxe més gran, una casa més gran o unes vacances més exòtiques desapareix, què poden fer els líders polítics per continuar millorant la qualitat de vida de tots plegats?» (Ivey, 2009).

Tenir pocs ingressos augmenta la percepció d'infelicitat, però uns ingressos elevats no garanteixen la felicitat màxima

Ivey considera que la resposta consisteix a tenir una «vida expressiva» ben plena, entesa com el binomi *herència* (el que som) i *veu* (el que podem arribar a ser). La cultura i les arts poden ser l'espai d'unió dels dos components del binomi, perquè són una expressió de les nostres idees i la nostra identitat (*l'herència*), i també l'espai (*veu*) que ens permet d'experimentar emocions, crear i transmetre nous valors per al futur. Segons aquest mateix autor, una persona capaç d'assolir l'equilibri entre *herència* i *veu* pot assolir també la felicitat. Els governs, per tant, haurien de promoure una «vida expressiva» que garantis, per exemple, que tothom tingués accés a la cultura.

Falta de definició unànime i consegüent complexitat de mesura

Una característica comuna de la majoria d'estudis actuals sobre la felicitat i els seus determinants és el seu creixent caràcter interdisciplinari (Frey, 2008), tot i que no hi ha un consens sobre una definició o comprensió unànime del concepte, que depèn de factors molt diversos com ara el context sociocultural o el cycle vital, per la qual cosa ha anat canviant de significat al llarg del temps.

La utilització d'una gran varietat de definicions per mesurar la felicitat –sentir-se bé, sentir-se satisfet amb la vida, absència d'emocions negatives, etc.– en dificulta la interpretació i les comparacions entre països, i és per això que sovint se sol emprar el concepte de «benestar subjectiu» o «autopercebut» com a sinònim. Tots dos conceptes –felicitat i benestar– es consideren subjectius, ja que en mesurar-los tenim en compte valoracions individuals.

Alguns estudis distingeixen entre dues grans categories: el benestar avaluatiu, d'una banda, i l'afectiu o emocional, de l'altra (Fujiwara i MacKerron, 2015).

En el primer cas, els individus valoren el seu nivell de felicitat o benestar. El Baròmetre d'Opinió del Centre d'Investigacions Sociològiques (CIS, 2014), per exemple, fa aquesta pregunta als enquestats: «En termes generals, en quina mesura es considera vostè una persona feliç o infeliç?», i en la resposta han de valorar on se situen en una escala que va del 0 al 10 (0 és «completament infeliç» i 10, «completament feliç»).

D'altra banda, el benestar afectiu mesura els sentiments positius (felicitat) o negatius (ansietat, estrès, cansament, etc.) experimentats per una persona en temps real, per exemple en moments diferents al llarg del dia. La dificultat que representa la recollida de la informació (temps i cost) fa que les mesures basades en el benestar afectiu siguin més escasses, encara que internet i les aplicacions mòbils en faciliten l'extensió (Fujiwara i MacKerron, 2015).

El gràfic 1 presenta la distribució de la percepció de felicitat mesurada segons l'enquesta del CIS (2014), que té una mitjana de 7,3 (escala 0-10), i 8 com el valor que es repeteix més. L'enquesta inclou un total de 2.465 individus majors de 18 anys, i les dades indiquen també que gairebé el 50% dels enquestats s'autovaloren per damunt de 7 i més del 20%, per damunt de 8. Si recodifiquem l'escala en tres nivells (0-2, no gaire feliç; 3-8, força feliç; 9-10, molt feliç, seguint Clark *et al.*, 2012), trobem que el 76,4% dels entrevistats es consideren força feliços, el 22,1% molt feliços, i només l'1,5% poc feliços. Estudis recents han posat de manifest que la distribució de la percepció de la felicitat a Espanya és semblant a la d'altres països desenvolupats (ibídem).

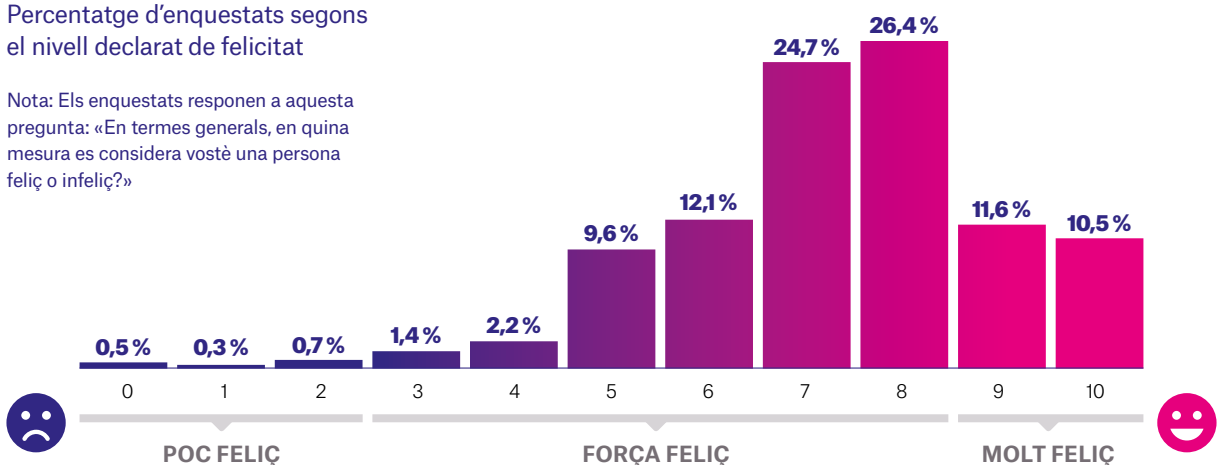
La relació entre el consum cultural i la felicitat

L'evidència empírica ha posat de manifest l'impacte positiu de les activitats culturals i de lleure sobre la felicitat i el benestar: així, per exemple, mirar la televisió, anar al cinema, escoltar música o llegir llibres

Gràfic 1. La felicitat a Espanya

Percentatge d'enquestats segons el nivell declarat de felicitat

Nota: Els enquestats responen a aquesta pregunta: «En termes generals, en quina mesura es considera vostè una persona feliç o infeliç?»



Font: dades del CIS (2014), baròmetre de novembre.

tenen un efecte positiu sobre la felicitat de les persones que duen a terme aquestes activitats (Ateca-Amestoy *et al.*, 2016); anar al cinema és de les que té més impacte, mentre que mirar la televisió és la que en té menys. L'estudi, amb dades corresponents al 2007, és rellevant perquè inclou informacions corresponents a trenta països, tot i que no d'Espanya. Wheatley i Bickerton (2017) analitzen dades del 2010-2011 per al Regne Unit i confirmen que la participació en activitats artístiques, culturals i esportives augmenta la satisfacció amb la vida i la sensació general de felicitat dels enquestats. Altres estudis disponibles a la World Database of Happiness (Veenhoven, 2017) indiquen també que el consum cultural fa que siguem més feliços.

En un sentit semblant, un estudi de Fujiwara i MacKerron (2015) estima l'impacte de la participació en diferents activitats culturals (i no culturals) sobre la felicitat i la sensació de relaxació, en temps real. Les dades de l'estudi es van recollir a través del projecte Mappiness (una aplicació especialment dissenyada per a l'iPhone d'Apple) en el període 2010-2011, per a més d'un milió de persones del Regne Unit. Malgrat algunes consideracions sobre la representativitat de les dades, els resultats demostren que les activitats culturals destaquen entre les que tenen un impacte més gran sobre la felicitat i la sensació de relaxació (taula 1).

En la classificació global de les quaranta activitats mesurades, anar a espectacles de teatre, dansa i concerts ocupa el segon lloc quant a l'impacte que té sobre la felicitat, seguit de cantar i actuar (tercer lloc), anar a exposicions, museus i biblioteques (quart), practicar aficions, arts i treballs manuals (sisè), escoltar música (tretzè) i llegir (dinovè).

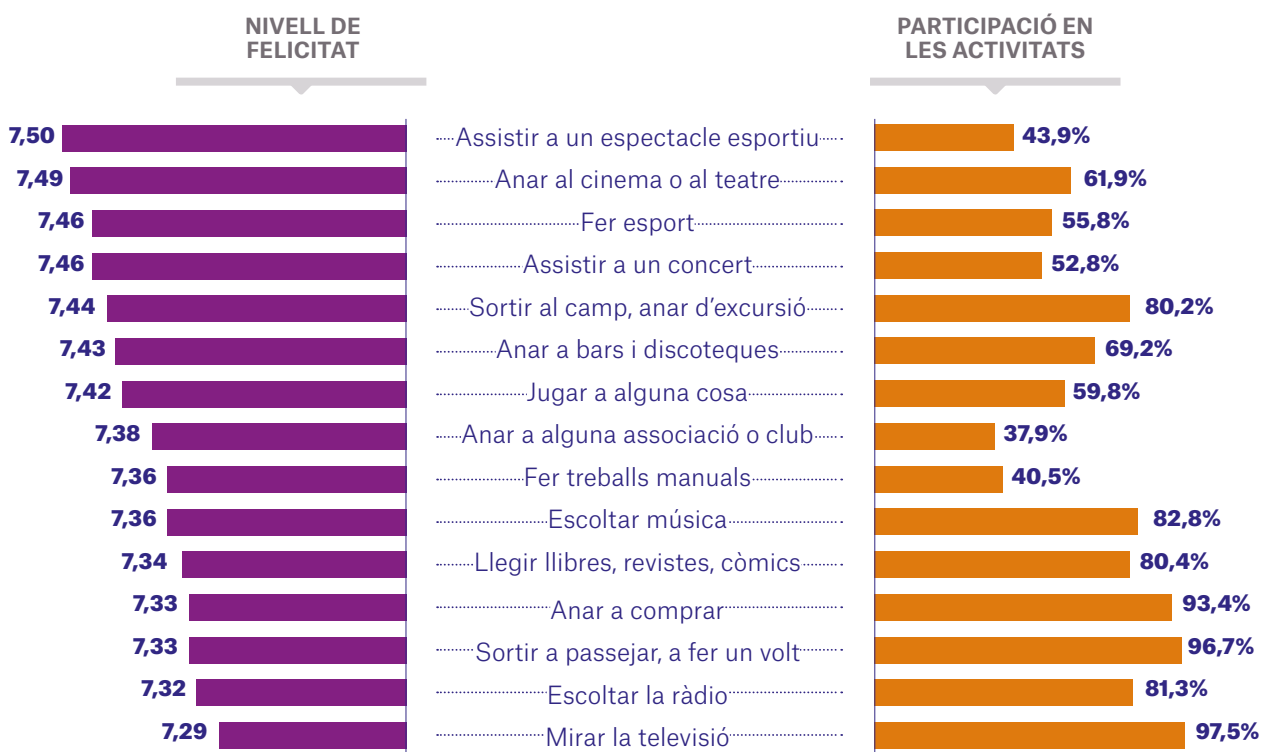
Taula 1. **Classificació de les activitats culturals amb més impacte positiu**



Font: Fujiwara i MacKerron (2015).

Gràfic 2. Nivell de felicitat percebut i participació en activitats culturals i de lleure

Nivell de felicitat: escala de felicitat on el 0 és «completament infeliç» i el 10, «completament feliç».
Participació en les activitats: indica el percentatge de persones que manifesten que participen en l'activitat referida.



Font: CIS (2014).

Quines activitats aporten felicitat als espanyols?

En el cas d'Espanya, una anàlisi exploratòria de les dades del CIS (2014) permet d'observar les puntuacions de les activitats culturals i de lleure a l'escala de felicitat (de 0 a 10), com també el percentatge dels que participen en cada activitat. Totes les activitats tenen unes puntuacions mitjanes elevades a l'escala de felicitat, ja que oscil·len entre 7,29 i 7,50. En general, les dades confirmen els resultats d'altres estudis (Atca-Amestoy *et al.*, 2016), tot i que calen més anàlisis per determinar si les diferències observades en les mitjanes de felicitat són significatives o no. Activitats com ara anar al cinema o al teatre se situen entre les més valorades en el rànquing de la felicitat encara que no presenten la freqüència més elevada, mentre que d'altres, tot i que són practicades per més gent (freqüència més alta), com és el cas de mirar la televisió, són menys valorades en el rànquing de la felicitat (gràfic 2).

Del conjunt de dades podríem inferir que les activitats assimilades com a assolibles i incorporades a la nostra vida diària, amb el temps, acaben contribuint menys a la millora de la nostra percepció de felicitat.

Les activitats culturals fetes en companyia augmenten la felicitat

Estudis que han analitzat els determinants de la felicitat coincideixen a remarcar la importància de les connexions amb els altres, en particular la família, els amics i les xarxes socials, per ser més feliços (Barker i Martin, 2011). Les dades del CIS (2014) reflecteixen que els aspectes relacionals també a Espanya estan vinculats a la felicitat; en la llista dels 15 elements inclosos a l'enquesta, després de la salut (50,2% dels enquestats), tenir una bona relació amb la família ocupa el segon lloc (10,2%), seguit per tenir bons amics (5,9%).

La cultura i el lleure contribueixen
a la nostra felicitat i moltes d'aquestes
experiències preferim compartir-les
amb altres persones

Barker i Martin (2011) se centren en la premissa que, com més participació, més felicitat en tres àmbits: familiar, laboral i polític. El repàs que fan de la bibliografia els permet de confirmar l'existència d'un efecte positiu, sobretot mitjançant el cultiu de relacions personals i de l'ajuda als altres (com ara a la feina). Bryson i MacKerron (2013) també van comprovar que som més feliços si podem treballar des de casa i, si hem de treballar fora, som més feliços treballant amb els companys que no pas sols.

Tanmateix, els estudis sobre la felicitat o el benestar quan les activitats culturals i de lleure són compartides amb altra gent són més aviat escassos. Harmon (2016) ha comprovat que les parelles que comparteixen activitats de lleure augmenten el seu «capital conjugal», i això influeix en el benestar personal, el de la parella i també el col·lectiu. Les emocions positives experimentades com a resultat de compartir l'activitat de lleure estimulen el desig de compartir-ne d'altres en el futur, tant amb la parella com amb els amics.

Fujiwara i MacKerron (2015) estimen l'impacte que té sobre la felicitat i la sensació de relaxació el fet de compartir amb altres persones (parella, fills, familiars, col·legues, clients, amics o altres) les diverses activitats culturals. Els resultats indiquen que la simple presència dels altres (per exemple, estar envoltats de gent quan anem a un concert o a una exposició) té un efecte positiu i, per tant, ens fa més feliços. Quan les activitats que fem les compartim amb els altres i hi interactuem, els efectes estimats són significatius i positius només per a algunes activitats culturals

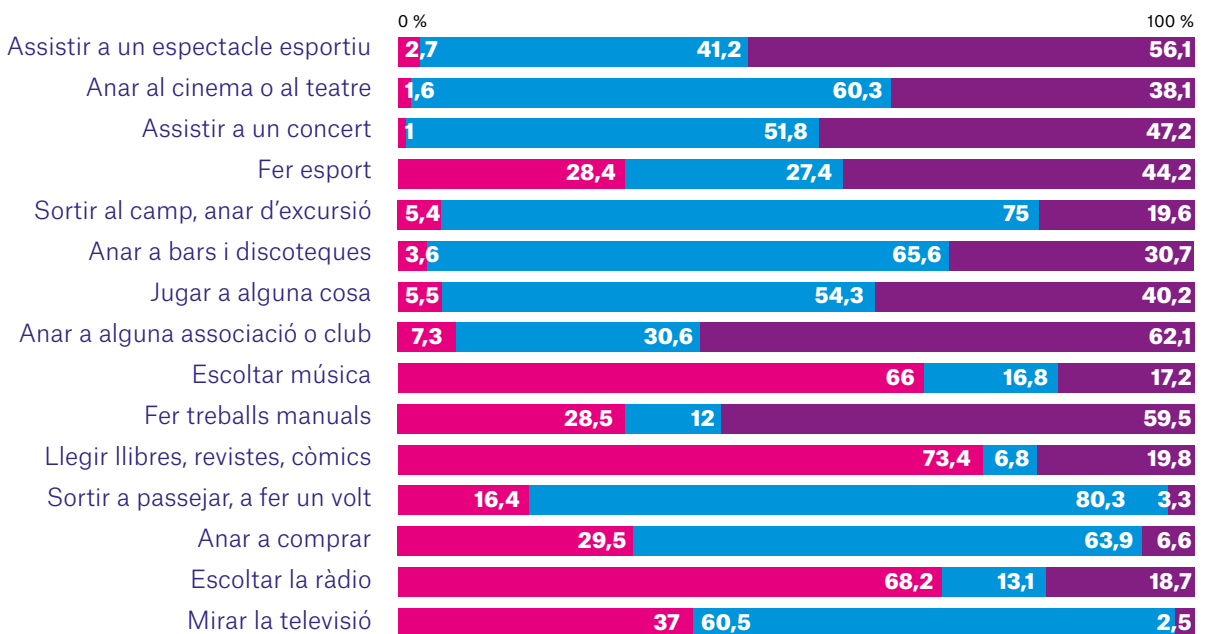
com ara cantar amb els fills (per a la sensació de relaxació). No hi ha dubte que l'estudi obre una via interessant de recerca sobre els possibles factors explicatius d'aquests efectes d'interacció.

En el cas d'Espanya, les dades del CIS (2014) permeten distingir entre les activitats culturals i de lleure més propenses a ser realitzades en solitari (llegir, escoltar música, escoltar la ràdio) i les compartides amb la parella, amics o familiars (com ara anar a passejar, anar a bars i discoteques, anar a comprar o mirar la televisió) (gràfic 3).

Al gràfic 4 podem observar un desglossament de les activitats compartides per tipus de companyia (amb la parella, amics o familiars). Les dades mostren que amb els amics preferim anar a bars i discoteques (38%), jugar a alguna cosa (29,5%) o anar a concerts o espectacles musicals (23,7%) o esportius (23,2%); amb la parella ens estimem més sortir a passejar o fer un volt (46%), anar a comprar (38,6%), mirar la televisió (37,3%), anar al cinema i al teatre (36,3%) o anar d'excursió al camp (34,2%).

Pel que fa a la interacció amb els altres a l'hora de fer diferents activitats culturals i de lleure, i l'efecte que tenen sobre la felicitat, els resultats que presenta el gràfic 5 mostren que, en la majoria d'activitats culturals i de lleure, hi ha un percentatge més alt de persones que perceben que

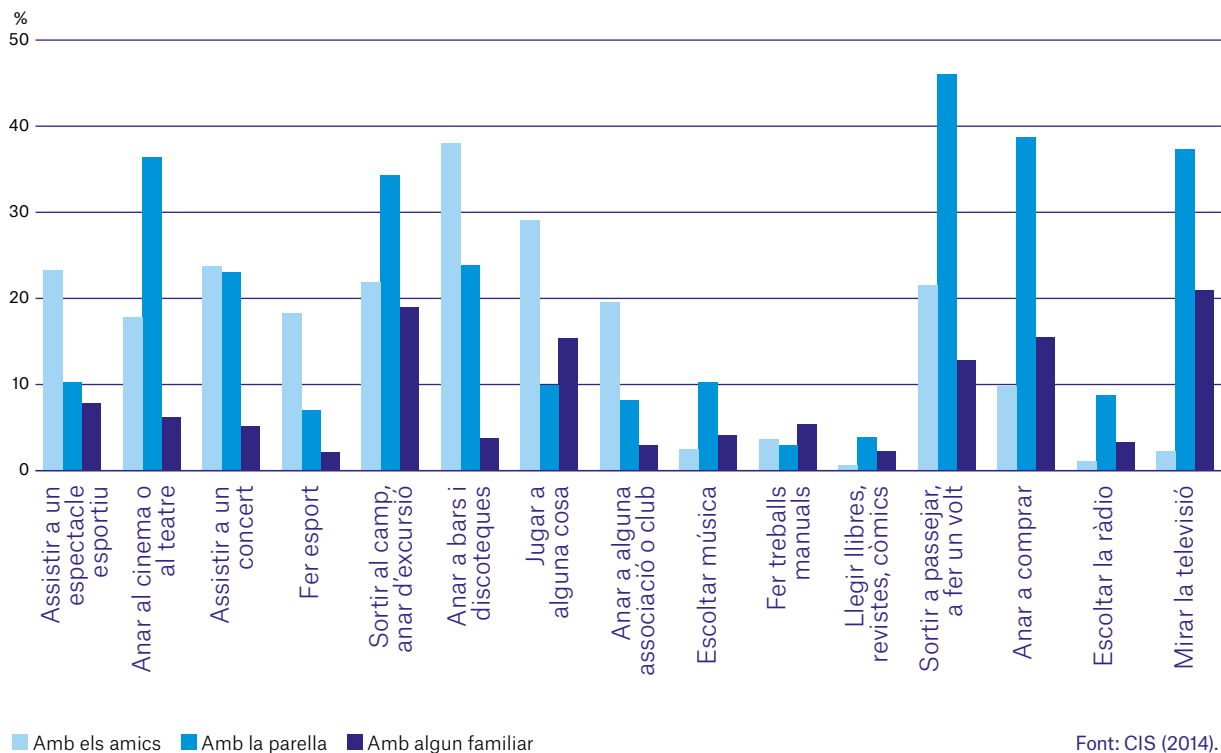
Gràfic 3. Percentatge de persones segons les preferències per fer activitats culturals i de lleure i si s'estimen més fer-les soles o acompanyades



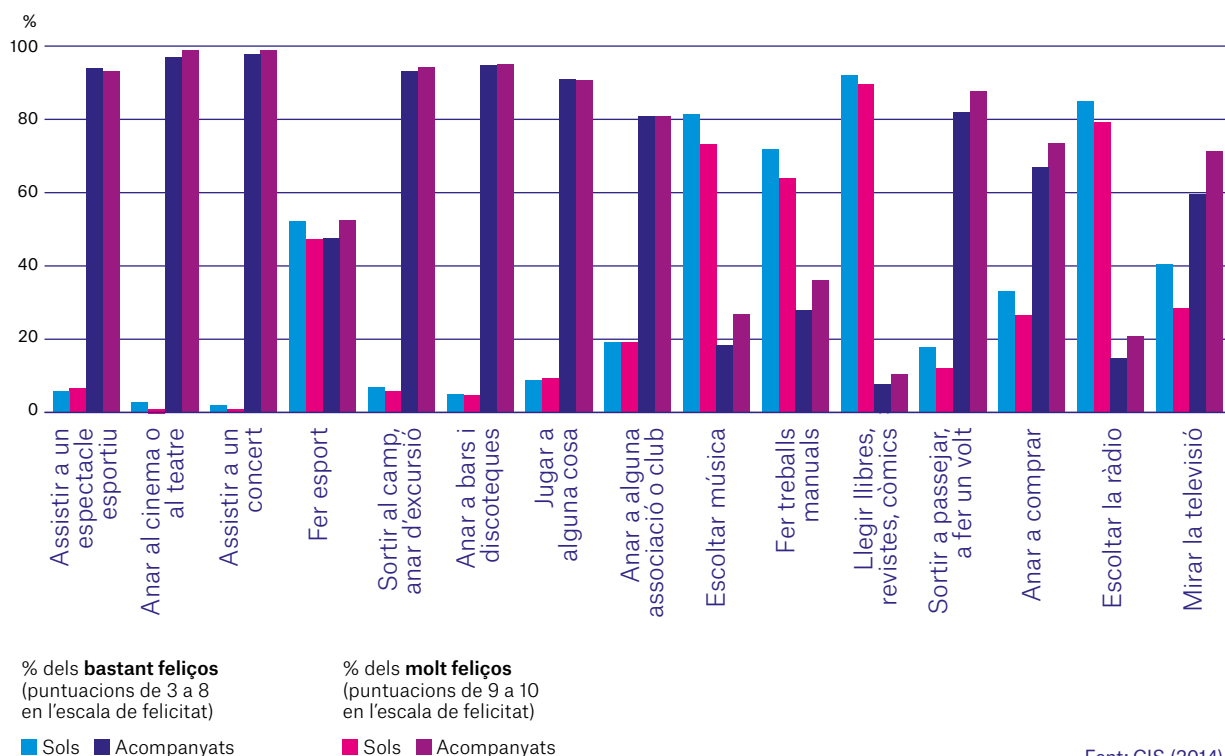
■ En solitari ■ En companyia ■ No fan l'activitat

Font: CIS (2014).

Gràfic 4. Amb qui volem compartir les activitats culturals i de lleure que fem acompanyats?



Gràfic 5. Percentatge de persones que diuen que se senten bastant felices i molt felices, segons les preferències per fer diferents activitats culturals i de lleure



són felices o bastant felices quan es troben en companyia. Només per a algunes activitats que solem fer en solitari –com ara llegir, escoltar música, fer treballs manuals o escoltar la ràdio– la proporció dels que diuen sentir-se bastant feliços o molt feliços és més alta sense companyia.

Les actuacions orientades a conciliar els horaris laborals per poder passar més temps amb la família poden tenir efectes positius sobre la felicitat i el benestar

Les dades de la mateixa enquesta sobre el temps compartit amb altres persones indiquen que els caps de setmana els preferim compartir amb la família (parella, fills), mentre que durant la setmana, la majoria del temps el passem amb els companys de feina o d'estudis. Si en algunes activitats –com ara els esdeveniments esportius– és important participar-hi regularment perquè l'efecte sobre el benestar sigui positiu, en el cas de les activitats culturals hi ha estudis que demostren que la freqüència no és pas determinant (Wheatley i Bickerton, 2017).

Conclusions

L'evidència empírica existent sobre consum cultural i felicitat mostra la importància del suport públic a les arts com una «font de felicitat» (Frey, 2008) i del foment de les polítiques orientades a facilitar l'accés a la cultura (O'Hagan, 2016). Els resultats presentats aquí –en particular treballs com ara el de Fujiwara i MacKerron (2015)– posen de manifest la necessitat de continuar investigant sobre l'efecte de la coparticipació en les activitats culturals i de lleure en la felicitat i en el benestar de les persones.

En el cas d'Espanya, els resultats tenen un caràcter exploratori, ja que calen més anàlisis per quantificar efectes com els estimats en altres països com ara el Regne Unit i poder fer-hi comparacions. Així i tot, el que sí que indiquen les dades és que ens estimem més compartir moltes activitats culturals i de lleure perquè així ens sentim més feliços. Actuacions orientades, per exemple, a conciliar millor els horaris laborals per poder fer més activitats culturals compartides poden tenir efectes positius sobre la felicitat. Les noves tecnologies de la informació i la comunicació ajuden, mitjançant aplicacions especialment dissenyades, a recopilar informació en temps real sobre l'impacte d'algunes activitats culturals concretes.

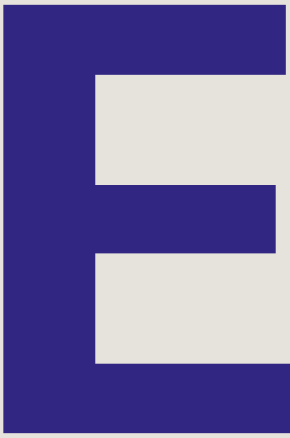
El desenvolupament del pensament social de les últimes dècades ens acostava a la noció que la felicitat exigeix tant el progrés material com el progrés moral, la qual cosa ens planteja la necessitat de pensar en nous valors ètics i socials que substitueixin el principi individualista alimentat per la dinàmica de l'economia de mercat. En aquest sentit, moltes

ciutats –sobretot les europees– tenen una llarga tradició de suport a l'art públic i, per extensió, a l'art urbà (l'exemple històric per excel·lència n'és Roma), com també a les arts i tradicions locals (festes i celebracions). Tot plegat reconeix l'aspecte lúdic inherent a totes les cultures, una cosa que no hem d'oblidar en les polítiques públiques noves en relació amb la felicitat.

Finalment, cal reivindicar la importància de la dimensió col·laborativa de la felicitat. En aquest cas concret, en relació amb les arts i la cultura, això en realitat vol dir reivindicar el lloc de l'altre com a part intrínseca i inseparable del jo individual. Com diu l'*Ètica* de Spinoza, «la meva ment, com també el meu cos, s'explica a través de les relacions amb altres ments (altres idees i imatges, altres records...)». La nostra felicitat individual s'alimenta, doncs, també de la felicitat dels altres.

Referències

- ATECA-AMESTOY, V., M. GERSTENBLÜTH, I. MUSSIO i M. ROSSI (2016): «How do cultural activities influence happiness? Investigating the relationship between self-reported well-being and leisure», *Estudios Económicos*, 31(2).
- BARKER, C.J., i B. MARTIN (2011): «Participation: the happiness connection», *Journal of Public Deliberation*, 7 (1).
- BRYSON, A., i G. MACKERRON (2013): Are you happy while you work? Discussion Paper no. 1187, Centre for Economic Performance, Londres.
- CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS (2014): Barómetro de noviembre 2014, Madrid: CIS.
- CIESLIK, M. (2015): «'Not smiling but frowning': Sociology and the 'problem of happiness'», *Sociology*, 49(3).
- CLARK, A.E., S. FLÈCHE i C. SENIK (2012): The great happiness moderation, Discussion Paper Series, Forschungsinstitut zur Zukunft der Arbeit, No. 6761.
- EASTERLIN, R.A. (1974): «Does economic growth improve the human lot? Some empirical evidence», dins P.A. DAVID i M.W. REDER (eds.): *Nations and households in economic growth: essays in honor of Moses Abramovitz*, Nova York i Londres: Academic Press.
- FREY, B.S. (2008): *Happiness: a revolution in economics*, Cambridge, MA i Londres: MIT.
- FUJIWARA, D., i G. MACKERRON (2015): *Cultural activities, artforms and wellbeing*, Manchester: Arts Council England [http://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/download-file/Cultural_activities_artforms_and_wellbeing.pdf].
- HARMON, J. (2016): «Couples and shared leisure experiences», *World Leisure Journal*, 58(4).
- IVEY, B. (2009): «Expressive life and the public interest», dins S. JONES (ed.): *Expressive lives*, Londres: Demos.
- O'HAGAN, J.W. (2016): «L'assistència a activitats artístiques i culturals finançades amb fons públics», *Observatori Social de "la Caixa"* [<https://observatoriosociallacaixa.org/ca/-/la-asistencia-a-actividades-artisticas-y-culturales-financiadas-con-fondos-publicos>].
- VEENHOVEN, R. (dir.) (2017): *World Database of Happiness*, Erasmus University Rotterdam, Happiness Economics Research Organization [<http://worlddatabaseofhappiness.eur.nl>].
- WHEATLEY, D., i C. BICKERTON (2017): «Subjective well-being and engagement in arts, culture and sport», *Journal of Cultural Economics*, 41.
-



Jen Snowball

Professora, Departament d'Economia i Història Econòmica, Rhodes University (Sud-àfrica)



«Una de les funcions de l'art és obrir debats a la societat»

Com es definiria el valor creat pel sector de l'art i la cultura?

Crec que el valor cultural s'estén per totes les esferes de la societat i, per tant, no és una pregunta fàcil de respondre en poques paraules. Inclouria tota mena de valors, des de l'econòmic o el financer fins al social o valors molt personals. Tots aquests aspectes s'haurien de tenir en compte quan es parla del valor cultural.

Com es pot mesurar l'impacte de les expressions artístiques?

La cultura pot aportar dos tipus de valors: els extrínsecs i els intrínsecs. Al meu parer, els valors extrínsecs són més objectius i, per tant, més fàcils de mesurar. Un exemple en podria ser l'impacte econòmic d'un concert o un festival: els preus de mercat es poden utilitzar per mesurar la repercussió d'aquest esdeveniment en l'economia. Els

valors intrínsecs són molt més personals. Es tracta dels sentiments que experimentem quan anem a un concert, veiem una obra d'art meravellosa o escoltem música. Són sentiments de plaer o felicitat.

De vegades, però, la funció de la cultura és fer-nos sentir incòmodes, que ens amoïnem o sentim que les nostres idees sobre el món han canviat o s'han qüestionat d'alguna manera. Els valors extrínsecs són més fàcils de mesurar, per la qual cosa els economistes tendeixen a centrar-s'hi. En canvi, és molt difícil trobar una manera d'agrupar els valors intrínsecs per expressar-los com un sentiment general, ja que són diferents per a cada persona.

Les institucions públiques haurien de liderar la inversió en art i cultura?

Cada país és molt diferent. En el cas de Sud-àfrica, d'on vinc, el finançament públic

marca el camí, sobretot en els camps amb molta repercussió, que provoquen un benefici públic. Em refereixo a àmbits com el patrimoni, els museus o les biblioteques. El sector privat lidera els camps amb interessos més especialitzats, per exemple un festival de jazz. En aquests casos sempre hi ha un banc o un altre tipus d'empresa privada que finança l'esdeveniment. Crec que és una bona combinació, perquè amb el finançament públic només es poden finançar cert tipus de coses. Sempre depèn del que el govern cregui que s'ha d'oferir al país. El finançament privat brinda l'oportunitat que s'escoltin altres veus. Pot finançar àmbits en què el sector públic no es voldria involucrar. Pot ser alguna cosa adreçada només a determinades parts de la població, però també pot ser una activitat molt arriscada, innovadora o que pugui ofendre. Crec que una de les funcions de l'art també és obrir debats a la societat i és aquí on el sector privat pot fer-hi molt.

Què vol dir el concepte «desenvolupament culturalment sostenible»?

Crec que el concepte de desenvolupament sostenible en si és força difícil de definir i el de desenvolupament culturalment sostenible és encara més difícil, però tots dos han d'estar connectats.

Dit això, els objectius del desenvolupament sostenible han de tenir en compte el context cultural en el qual tot s'esdevé. Pot ser que una activitat sigui econòmicament sostenible, però no culturalment sostenible. Pot ser que una pràctica recomanada en el mercat es refusi completament a causa de la cultura de la gent. En una societat multicultural com la meua, hi ha idees molt diferents sobre què és valuós i què és acceptable o no en termes de com ens guanyem la vida, com ens desenvolupem, què és important a la vida, quin tipus de relacions hauríem de tenir amb els nostres fills, pares, avis, tots aquests aspectes. Des de la perspectiva dels països en

desenvolupament, el perill és que agafem models de desenvolupament sostenible dels països desenvolupats. Si un model ens sembla bo el posem en pràctica a Sud-àfrica i creiem que funcionarà perfectament, ja que ha funcionat molt bé a Espanya, el Regne Unit, Canadà o on sigui. I, per descomptat, no funciona. Molt sovint penso que és perquè no s'ha tingut en compte el context cultural. El desenvolupament culturalment sostenible significa tenir en compte els sistemes de valors, la cultura de l'economia o de la societat en la qual s'apliquen aquestes mesures.

Els objectius del desenvolupament sostenible han de tenir en compte el context cultural en el qual tot s'esdevé

Com contribueix el desenvolupament culturalment sostenible al benestar social?

El benestar és molt més que simplement tenir prou menjar, assistència sanitària o accés a l'educació. És un concepte molt més ampli. També cal tenir en compte els sentiments individuals o personals. Per descomptat, si pensem en la jerarquia de necessitats, les persones que no tenen accés a aigua, assistència sanitària o aliments de bona qualitat no poden pensar gaire en altres coses, però quan això s'aconsegueix, de sobte el desenvolupament cultural passa a tenir molta importància.

Com ens sentim depèn de les idees que tinguem sobre la llibertat, l'autoexpressió i la identitat. Això és important en tots els estrats de la societat quan ja s'han satisfet les necessitats bàsiques. Per mi, el benestar està connectat automàticament amb la cultura, ja que la manera en què algú de Sud-àfrica, i fins i tot diferents grups de Sud-àfrica defineixen el benestar pot ser totalment

diferent de com el definiria algú d'Europa, dels Estats Units o Austràlia. El que és important, en cada cas, difereix moltíssim i per això també és important tenir en compte el context cultural.

Com poden contribuir les indústries culturals al desenvolupament sostenible?

Entendre les indústries culturals com un sector, com un concepte, és un fet força nou. Per descomptat, sempre hi han estat, però mai no s'han considerat com un sol sector connectat. Sempre ens hem referit a la indústria del cinema, l'arquitectura o la publicitat com a àmbits separats, i el problema és que encara estan molt dispersos en termes de polítiques. A Sud-àfrica, per exemple, el Departament de Comerç i Indústria s'encarrega de les subvencions per a la indústria cinematogràfica, mentre que el Departament d'Art i Cultura s'encarrega dels museus i les associacions professionals. Crec que concebre el sector com un tot coherent amb objectius i idees que, tot i no ser els mateixos, són semblants, és realment un gran pas en la direcció correcta perquè aquest sector desenvolupi tot el seu potencial i es reconegui la importància que té a la societat. Malgrat que a Sud-àfrica encara no disposem de dades, a molts països s'ha demostrat que les indústries culturals i creatives estan creixent més de pressa que la resta de l'economia. Són part d'aquest nou sector de serveis, i la creació i la innovació són motors de creixement econòmic molt importants. Crec que, en un futur, poden aportar moltíssim al creixement econòmic general.

Com contribueix l'economia, és a dir, el pensament dels economistes, a una millor comprensió de l'art i de la cultura?

Bé, estàs parlant amb una economista! Crec que per part dels artistes i els professionals mateixos hi ha molta resistència a la idea que l'economia pot tenir alguna cosa important

o útil per dir sobre el procés creatiu de la cultura. Segurament això és degut a la percepció errònia que l'economia significa diners, així que, si ets economista, només t'importen coses com els diners, les finances o els preus de mercat, i tot el que es pot mesurar fàcilment. Però això no acaba de ser cert. L'economia està relacionada amb tot, tracta sobre les decisions que prenem en la nostra vida quotidiana, les decisions que han de prendre els governs, el benestar (com ja hem esmentat), el desenvolupament sostenible, els mitjans de vida, etc. Totes aquestes dimensions tenen cabuda en l'economia. L'economia pot tenir molt a dir al sector de l'art i la cultura, i en concret pot ajudar a expressar els tipus de valors que es produeixen en el sector de tal manera que els responsables de les polítiques i el finançament ho entenguin. Gran part de la meva feina se centra a utilitzar la teoria econòmica per parlar dels diferents tipus de valor associats a les indústries culturals i creatives, per després explicar als artistes que aquest marc els podria ser útil a l'hora d'adreçar-se als finançadors, al seu mateix entorn i als responsables de les polítiques del govern. En certa manera, penso que podem ser un pont entre els diferents grups de la societat per expressar i, en alguns casos, mesurar el valor cultural.

Quins temes podrien ser d'interès per als joves investigadors que comencin les carreres els anys vinents?

En economia de la cultura? Permet-me que respongui com si fos jo: crec que estaria molt interessada en aquesta idea de les indústries culturals i creatives com a motors, no tan sols de creixement, sinó també de desenvolupament. La gran esquerra no és tan marcada des del punt de vista del consumidor, què fan i compren els usuaris i altres qüestions, sinó des del costat de la producció. És a dir, com es fa? Com funcionen realment les indústries culturals i creatives? Hi ha moltíssims estudis de cas, dades concretes sobre la precarietat,

persones amb un nivell educatiu alt que, per exemple en un dels sectors més estudiats, el del cinema, tenen feines de curta durada i passen d'un contracte a un altre.

Però crec que hi ha moltes coses que encara no sabem sobre el que està succeint en altres sectors. Per exemple, com funciona el sector de l'artesania? Sembla que són petites empreses estables que perduren en el temps.

La creació i la innovació són motors de creixement econòmic molt importants

Com funciona el sector informal? Crec que aquest és un camp en què els països en desenvolupament tenim l'oportunitat de jugar amb avantatge, ja que, per a nosaltres, la norma és el sector informal. Només una minoria treballa a temps complet, amb un pla de pensions i feina permanent. La major part de la gent treballa en el sector informal, en tot un seguit d'activitats o formes de producció diferents. Així que, si ara hagués de triar una direcció en l'economia de la cultura, m'agradaria investigar la producció de les indústries culturals i creatives, i les diferències entre el context dels països desenvolupats i els països en desenvolupament.

Els legisladors i altres parts interessades tenen en compte la investigació feta per les universitats i els centres d'investigació a Sud-àfrica?

Crec que hi ha diferents esferes d'influència. Si jo publico un article en una revista acadèmica, no crec que hi hagi gaires possibilitats que algun responsable polític el llegeixi. Per aquest motiu, és molt important disposar d'un sistema de comunicació paral·lel com un blog, un lloc web, un breu programa polític o alguna cosa semblant.

I penso que sí que els arriba. Molt recentment, el Departament d'Art i Cultura de Sud-àfrica va establir l'Observatori Cultural, un centre d'investigació sobre les indústries culturals i creatives finançat pel govern. Jo formo part d'aquest centre i la feina allà consisteix a dur a terme investigacions rellevants per a la política. Això significa que hi ha comunicació directa amb el Departament d'Art i Cultura quan tractem un tema, publiquem alguna cosa o fem alguna investigació, i estic segura que una part del que fem tindrà repercussió en la presa de decisions i en les polítiques que es posin en pràctica. Així que cal esforçar-s'hi una mica més, no ens hem de limitar a escriure un article i enviar-lo a una revista. Hi ha moltes oportunitats perquè es produeixin aquest tipus de diàlegs i intercanvis de coneixements.

Jen Snowball és professora d'Economia a la Rhodes University i investigadora del National Cultural Observatory de Sud-àfrica. S'ha interessat sobretot per la recerca de l'economia cultural, com també l'economia ambiental i dels recursos naturals, el desenvolupament econòmic local i l'economia del turisme.

Perspectives sobre la participació cultural a Europa

Antonio Ariño Villarroya, Universitat de València

L'objecte d'aquest extens llibre no és tan sols mesurar la participació en les activitats culturals a Europa, sinó promoure-les per contribuir a la inclusió social i a la ciutadania activa. Ofereix els resultats d'un projecte de recerca finançat pel programa Cultura 2007-2013 de la Comissió Europea, amb una àmplia participació d'acadèmics, gestors i experts de diversos països. S'inscriu en les preocupacions i els objectius de la Comissió, que entén la participació cultural com una eina rellevant per a la consolidació de la democràcia i l'estat del benestar mitjançant la democratització cultural, però també com un instrument de desenvolupament econòmic gràcies a l'extensió de les indústries creatives i del mercat cultural.

El projecte s'afegeix a una llarga tradició de recerques que, des dels anys setanta, han utilitzat les enquestes de preferències i pràctiques com un instrument per mesurar les expectatives i demandes de la població, alhora que es proposa una avaluació d'aquests instruments i la incorporació

d'altres de nous per comprendre millor la participació cultural.

Tres interrogants orienten la recerca: com evoluciona la participació, què passa si un ampli sector de la població no participa en les activitats culturals (de fet, la distribució és molt desigual, no només per sectors artístics, sinó segons les principals variables sociodemogràfiques) i com podem contribuir a identificar els factors que permeten de millorar la participació,



Victoria M. ATECA-AMESTOY, Victor GINSBURGH, Isidro MAZZA, John O'HAGAN i Juan PRIETO-RODRIGUEZ (eds.): **Enhancing Participation in the Arts in the EU. Challenges and Methods**

Berlín: Springer, 2017

de manera que les polítiques tinguin en compte els resultats que es produeixen.

Els vint-i-cinc capítols de l'obra estan estructurats en cinc parts de llargada desigual: la primera presenta els instruments de mesurament i els avalua des d'una perspectiva comparada internacional; la segona s'ocupa de l'anàlisi de diversos sectors: música, teatre, museus i patrimoni cultural; la tercera se centra en el turisme; la quarta tracta sobre l'impacte de les noves tecnologies, i la cinquena dedica sengles articles al finançament i la innovació.

Els diversos capítols aborden d'una manera explícita o implícita els problemes fonamentals que afecten aquest camp: què s'entén per cultura o quina és l'extensió del camp cultural; què entenem per participació, com la mesurem i quines dificultats trobem per fer-ho i per establir comparacions; finalment, quins resultats rellevants obtenim de tot aquest procés.

Segons el títol del llibre, el contingut s'hauria de circumscriure al concepte anglosaxó de *les arts*, però en realitat s'ocupa del repertori habitual d'activitats culturals que recullen les enquestes europees (música clàssica, teatre, museus, etc.), tot i que el ventall s'obre significativament per incloure'n tres més tan importants com l'esport (el cas d'Irlanda), els videojocs i el turisme (en algunes ciutats, com ara Hong Kong), que no sempre s'incorporen als qüestionaris nacionals perquè solen ser objecte d'estudis específics. Ens trobem, doncs, davant d'un dels problemes actuals més importants: quina és l'extensió del camp cultural que han d'abordar les recerques sobre participació, consum i hàbits culturals.

El terme *participació*, que procedeix dels estudis polítics, no deixa de suscitar dificultats quan l'apliquem a la cultura. Habitualment es reconeixen dos

enfocaments: el francès, que diferencia entre pràctiques dins i fora de la llar, més les d'identitat cultural, i l'anglès, que considera la participació com un sinònim d'assistència i freqüència (assistència, visites i lectures) i que permet diferenciar entre una actitud més activa i una altra de més receptiva.

La participació artística
permet generar un sentit de
comunitat i identitat,
i promou la integració i la
cohesió social gràcies a la seva
eficàcia simbòlica

En aquest volum podem fer altres distincions més complexes i de caràcter qualitatiu, que tenen en compte les barreres a la participació, com també les motivacions i les competències cognitives o les trajectòries. Per exemple, un dels autors, Pierre-Michel Menger, en analitzar els públics de la música contemporània en el marc de la transferència històrica dels espais o possibilitats d'elecció, distingeix tres tipus de públics segons la seva trajectòria: els principiants, els ocasionals i els compromesos. I Víctor Fernández-Blanco *et al.* identifiquen dotze tipus de consumidors musicals, utilitzant com a criteri guia el consum de música clàssica i tenint en compte les diverses variables sociodemogràfiques. Dels dotze tipus, quatre són considerats «omnívors», mentre que els altres es caracteritzen per un baix consum de música clàssica i, en alguns casos, per una manca d'interès en qualsevol tipus de música.

D'altra banda, diverses aportacions centren l'atenció en els canvis que es proposen des de la perspectiva de l'oferta per captar uns públics —els de les societats de comunicació i digitals— que tenen unes expectatives més complexes que no pas en

etapes precedents. En la participació fora de la llar, els públics ja no es conformen a assistir a actes o esdeveniments en particular, sinó que necessiten implicar-se en experiències significatives. Per això, els encarregats de la programació han d'adoptar estratègies multiproducte (s'hi ofereixen diversos béns o serveis) o multifunció (regeneració urbana, promoció de la creativitat, educació, inclusió social). Aquests aspectes els tracten els articles de Tiziana Cuccia *et al.*, Michel Hambersin i Roberto Cellini *et al.*

Passa el mateix amb el turisme cultural, ja que el consumidor compromès no s'accontenta a visitar els llocs patrimonials, sinó que requereix la integració de diferents components del territori-patrimoni, l'entorn, la cultura material... Per exemple, Calogero Guccio *et al.* descriuen i analitzen l'oferta a l'àrea del llac d'Orta, a Itàlia. Imma Fondevila estudia les transformacions als museus espanyols, que no tan sols pretenen augmentar les audiències en nombres absoluts, sinó que també es volen obrir a un ventall variat de visitants, reflexionar sobre la funció que han de tenir els equipaments públics i aconseguir un canvi qualitatiu en la implicació dels visitants mitjançant les visites guiades, les propostes educatives, la mediació i la interpretació, com també la creació d'experiències gràcies a les noves tecnologies, entre altres.

Una de les transformacions que estan en joc amb els nous públics és la combinació de la finalitat clàssica de desenvolupament o realització personal (educació) amb la necessitat creixent d'entreteniment o distracció (*entertainment*). Francesco Mannino i Anna Mignosa introdueixen el concepte híbrid d'*edutainment* per abordar aquesta problemàtica. Per la seva banda, Michel Hambersin assenyalava també la necessitat de prestar atenció a les expectatives de les noves audiències en el seu article sobre música clàssica.

L'objectiu polític de relacionar participació amb inclusió social i, per tant, arribar a nous públics, particularment els grups socials vulnerables (minories excloses, població immigrant), queda palès en dos dels capítols: el de Mannino i Mignosa sobre el monestir benedictí de Catània i el de Marco Ferdinando Martorana *et al.* sobre la participació en els barris desfavorits, que sostenen que les arts i la cultura contribueixen a l'acumulació de capital social, redueixen l'exclusió i, per tant, milloren el desenvolupament d'entorns urbans deprimits, però perquè tot plegat tingui èxit cal una actuació pública prolongada.

El capítol introductorí presta una gran atenció a aquesta dimensió de la política i la participació cultural. En abordar-la, es tracten tant els beneficis individuals (distingint entre població infantil i adulta) com els beneficis socials i públics. Sens dubte, la participació artística genera noves formes d'aprenentatge i nous llenguatges per interpretar el món que són clau en el procés educatiu, però també permet generar un sentit de comunitat i identitat, i promou la integració i la cohesió social gràcies a la seva eficàcia simbòlica. Aquesta és una qüestió que, en el futur, no tan sols ha de ser proclamada, sinó també investigada amb amplitud i rigor empíric, sense evitar els conflictes i tensions que generen les formes simbòliques en societats constitutivament plurals.

A la part que tracta sobre l'impacte de les noves tecnologies, Hasan Bakhshi reclama la necessitat de finançar la innovació en el camp cultural, alhora que mostra com es pot expandir el públic mitjançant diverses aplicacions i tècniques. En aquest sentit, recull l'experiència del Teatre Nacional de Londres amb l'obra *Fedra*, que va ser projectada en cinemes digitals i va aconseguir ampliar l'audiència i arribar a nous públics. Noam Shoval i Bob McKercher mostren l'eficàcia dels rastrejadors digitals

per conèixer no només les pautes dels turistes als espais patrimonials sinó al conjunt de la ciutat de Hong Kong. Christian Handke *et al.* analitzen l'impacte de la digitalització. En tots aquests casos es parla de tecnologies de la informació i la comunicació, però s'obvia que són també tecnologies de l'organització i, per tant, de noves formes de participació. No tan sols «alteren» les formes precedents de consum o n'expandeixen l'accés (com ara els projectes Gutenberg o Europeana), sinó que generen pràctiques noves, i aquesta n'és la dimensió més rellevant.

L'ampliació de públics no depèn tant de la reducció de preus com de l'eliminació de barreres

Un dels aspectes més innovadors del projecte rau en la inclusió de la neurociència de la música. Sylvie Nozaradan es demana com el cervell humà interactua amb el ritme musical, i recorda que l'experiència musical és una activitat de compromís integral abans que una pràctica limitada a escoltar. La recerca de la percepció del ritme musical constitueix una oportunitat per il·luminar els processos d'interacció entre les determinacions biològiques i les culturals.

Hem deixat deliberadament per al final de la ressenya la qüestió de les fonts i de les oportunitats i limitacions que presenten. A la primera part de l'obra, l'objecte fonamental de quatre capítols és analitzar els instruments més importants per mesurar les activitats culturals. El primer s'ocupa de la comparabilitat internacional; els capítols segon, tercer i cinquè se centren en Espanya, Itàlia i Irlanda, respectivament. Tots els autors conclouen que calen estadístiques i que les dades han de ser adequades.

Quins problemes fonamentals es registren i s'analitzen? En el cas de les enquestes nacionals, hi ha diferències en els objectius d'estudi, en les variables utilitzades (per exemple, a Espanya és impossible saber la classe social), el disseny de les preguntes, la població enquestada i les dimensions de la mostra o el període d'observació de les activitats; es fan servir taxonomies pobres quan s'estudien els gèneres (com ara en el cas de la música) i varia així mateix la periodicitat de realització.

En les enquestes d'àmbit europeu sobre les condicions de vida (EU-SILC), sobre valors (Enquesta social europea), sobre educació d'adults o en els Eurobaròmetres s'utilitzen procediments diferents per recollir les dades i trobem dificultats d'estandardització per qüestions de diversitat lingüística i identitat.

En conjunt, podem identificar tres aportacions fonamentals en aquesta obra, independentment de les que ofereix cada capítol: la necessitat de generar informació fiable i de ser prudents en l'ús de les dades de què disposem actualment, la crítica a la infrautilització d'aquesta informació a l'hora d'elaborar polítiques públiques, i la constatació que l'ampliació de públics no depèn tant de la reducció de preus com de l'eliminació de barreres, la principal de les quals és la feblesa del capital educatiu. Per a això cal una actuació decidida en la formació escolar primària.

L'obra té un gran interès per als responsables de dissenyar les polítiques públiques, però també per als programadors públics i privats, naturalment per als acadèmics especialitzats en aquest tema i per al públic més ampli que treballa en la creació, la difusió i la programació cultural. En definitiva, un text imprescindible per al debat sobre el paper de les arts i de la cultura a les nostres societats.

P

Bones pràctiques

CaixaEscena

Un programa frontissa que integra l'acció social, educativa i cultural

Jaume Colomer, consultor en gestió cultural, director de Bissap i professor associat a la UB

1

Problemàtica

Les arts escèniques no solen formar part dels programes docents del nostre país, per la qual cosa sovint queden al marge del sistema educatiu.

Molts experts argumenten el valor de l'educació artística en les successives etapes d'aprenentatge, especialment el teatre. En la seva pràctica hi intervenen una sèrie de factors de caràcter instrumental, expressiu i de convivència que en fan un vehicle educatiu idoni.

En aquest sentit, un estudi sobre les pràctiques d'arts escèniques en els centres escolars espanyols conclou que el 84% en realitzen i que, per tant, són una activitat habitual (regular o ocasional, en temps lectiu o extraescolar). Els factors principals que les dificulten són la manca de professorat disposat i competent per organitzar-les i el poc temps que hi poden destinar, la manca d'espais adequats, agendes escolars atapeïdes d'activitats acadèmiques i esportives i la falta de comprensió del seu valor per part de la resta de la comunitat educativa.

2

Plantejament

El programa ofereix un portal web accessible perquè els professors es relacionin entre ells i amb els professionals del sector i tinguin accés a múltiples recursos teatrals.

La metodologia d'acompanyament proporciona recursos per facilitar la tasca dels professors, promoure la seva implicació i la comprensió de la resta de la comunitat educativa i facilitar eines objectives per avaluar el seu impacte educatiu. Ofereix tallers i trobades i, sobretot, permet compartir l'experiència amb altres centres i afavorir la interacció.

El 2017 s'han desenvolupat dos projectes pilot; el primer, amb el departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya, dona suport a 13 centres UEC (Unitat d'Escolarització Compartida) que, a través del teatre, volen millorar el rendiment escolar i l'autoestima de 130 joves participants amb risc d'exclusió social.

L'altre projecte, en cooperació amb l'Àrea Social de "la Caixa", impulsa el teatre, l'acció comunitària i el voluntariat de la gent gran a set CentresCaixa de diverses comunitats autònomes.

3

Resultats

Els resultats indiquen que un bon programa d'acompanyament al professor, amb accés a materials artístics de qualitat, té un impacte positiu en els nens i adolescents.

Des de l'any 2006, 1.225 professors, 45.000 joves i més de 80 professionals han participat en iniciatives teatrals impulsades per CaixaEscena.

Prop del 40% dels projectes opten per fer obres de creació pròpia i col·lectiva, mentre que els altres s'estimen més adaptar clàssics com ara Shakespeare, Calderón de la Barca i, en el cas de Catalunya, Santiago Rusiñol.

L'àmbit més consultat ha estat el relacionat amb l'adaptació dramàtica i l'escriptura, seguit pels recursos musicals i escenogràfics. Així mateix, s'han fet 38 tallers en línia de formació als professors sobre diversos temes.

Ara el repte és avaluar de manera objectiva els efectes d'aquestes pràctiques teatrals en l'aprenentatge curricular dels joves, en la construcció del seu sistema personal de valors i en la creació d'interessos i hàbits culturals.



Compromesos amb la cultura i amb les persones

Des de la Fundació Bancària "la Caixa", creiem en la cultura com una eina de creixement de les persones i de la cohesió social.

Any rere any, treballem per acostar-la a la societat, tot impulsant i donant suport a una àmplia oferta cultural, a través de:

- ◆ Creació de 8 centres CaixaForum, espais culturals i de divulgació del coneixement en diverses ciutats del territori on rebem més de 3 milions de visitants l'any
- ◆ Col·laboració amb els millors museus d'arreu del món
- ◆ Exhibició de més de 90 exposicions itinerants que cada any viatgen per les ciutats i municipis d'Espanya
- ◆ Participació en més de 500 concerts cada any, amb més de 190.000 assistents

Millorem la societat a través de la cultura



Obra Social "la Caixa"