

La democratización cultural como antecedente del desarrollo de audiencias culturales¹

Macarena Cuenca Amigo

(macarena.cuenca@deusto.es)

Universidad de Deusto

Deusto Business School

Dpto. de Estrategia y Sistemas de Información

Hermanos Aguirre, 2

48014 Bilbao (España)

PALABRAS CLAVE:

democratización cultural, audiencias culturales, desarrollo de audiencias.

KEYWORDS:

cultural democratization, cultural audiences, audience development.

RESUMEN

El desarrollo de audiencias se ha convertido en los últimos años en una prioridad para el sector cultural. Sin embargo, la preocupación por crear y desarrollar nuevos públicos no es algo nuevo, sino que tiene sus antecedentes en un concepto más antiguo, el de la democratización cultural. En este artículo abordamos una reflexión en torno a ambos conceptos y a su relación. Para ello, la metodología utilizada es la propia de la investigación en el marco del discurso teórico, que consiste en una revisión de la literatura científica.

ABSTRACT:

Audience development has become in recent years a priority for the cultural sector. However, the concern for creating and developing new audiences is nothing new, but it has its roots in an older concept, that of cultural democratization. This article deals with a

1

Quisiera agradecer a los dos revisores anónimos, así como al editor de esta revista por sus críticas constructivas.

La democratización cultural como antecedente del desarrollo de audiencias culturales.

Copyleft: Macarena Cuenca Amigo

reflection on both concepts and their relationship. To do this, the methodology used is typical of research in the framework of theoretical discourse, which consists of a review of the scientific literature.

– **Introducción**

El desarrollo de audiencias se ha convertido en los últimos años en una prioridad para el sector cultural. Tanto es así que la Comisión Europea no ha dudado en incorporarlo en su Agenda Europea de la Cultura (Secretariat Access to Culture Platform, 2012). La presente coyuntura europea, en la que España es uno de los países más afectados, ha contribuido aún más, si cabe, a señalar la importancia del tema. En nuestro país, la crisis económica está sacudiendo fuertemente al sector cultural, que no sólo está sufriendo graves recortes en las ayudas públicas recibidas, sino que también ha pasado de tributar de un tipo de IVA reducido del 8% a otro tipo general del 21% desde el pasado 1 de septiembre de 2012.

Sin embargo, la preocupación por crear y desarrollar nuevos públicos no es algo nuevo, sino que tiene sus antecedentes en un concepto más antiguo, el de la democratización cultural. En este artículo abordamos una reflexión en torno a ambos conceptos y a su relación. Para ello, la metodología utilizada es la propia de la investigación en el marco del discurso teórico, que consiste en una revisión de la literatura científica. En primer lugar, aludiremos al gran apoyo institucional que obtuvieron las políticas de democratización cultural desde sus inicios, profundizando, a continuación, en el concepto en sí. Finalmente, analizaremos el distinto significado de la democratización cultural y la creación y desarrollo de públicos.

– **Apoyo de las instituciones a las políticas de democratización cultural**

Las políticas de democratización cultural surgieron en la segunda mitad del siglo XX, cuando los gobiernos de los distintos países, intentando reducir las desigualdades culturales y bajo la creencia del valor civilizador de la cultura, trataron de democratizar el

La democratización cultural como antecedente del desarrollo de audiencias culturales.

acceso a la misma (Matarasso y Landry, 1999). Autores como Fernández (1991), Ander-Egg (2000) o Ariño (2010) sitúan concretamente el inicio a principios de los años sesenta en Francia, de la mano del ministro de cultura André Malraux. El objetivo de este tipo de políticas radica en fomentar el acceso de todos los grupos sociales a los bienes de la alta cultura (Ariño, 2010:122). Desde los comienzos, numerosos organismos oficiales proclamaron su apoyo a este tipo de políticas y éstas se plasmaron en acciones orientadas a la creación de equipamientos y competencias, así como a la difusión de recursos para el conjunto de la población.

En España, la Constitución Española de 1978, plasmaba la filosofía de la democratización cultural en el artículo 44.1 de la siguiente manera: “Los poderes públicos promoverán y tutelarán el acceso a la cultura, a la que todos tienen derecho” (B.O.E., 1978:29320). También la UNESCO, ya en su Declaración de México de 1982, declaraba:

Un programa de democratización de la cultura obliga, en primer lugar, a la descentralización de los sitios de recreación y disfrute de las bellas artes. Una política cultural democrática hará posible el disfrute de la excelencia artística en todas las comunidades y entre toda la población (Unesco, 1982: art.21).

Más recientemente, en la Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales celebrada en París en el año 2005, la Unesco redacta el punto 5 del artículo 2, donde reconoce el derecho fundamental de los individuos y los pueblos a la participación y disfrute de la cultura. De manera más explícita, y en la misma Convención, dedica el punto 7 del artículo 2 al Principio de acceso equitativo, que dice lo siguiente:

El acceso equitativo a una gama rica y diversificada de expresiones culturales procedentes de todas las partes del mundo y el acceso de las culturas a los medios de expresión y difusión son elementos importantes para valorizar la diversidad cultural y propiciar el entendimiento mutuo (Unesco, 2005: art.2.7).

La democratización cultural como antecedente del desarrollo de audiencias culturales.

También el Consejo de Europa defiende la democratización cultural. Así, en el punto 12 de su Declaración de Bremen de 1983 reivindicaba que las autoridades locales son las responsables de que “cada ciudadano tome parte en la vida cultural de la ciudad” (Council of Europe, 1983). Ya, en el año 1962, el Consejo de Europa, comprometido desde el inicio con los temas culturales, había creado el Consejo para la Cooperación Cultural (CCC). Este órgano tenía la capacidad de coordinar e iniciar estudios y proyectos y se focalizó en un primer momento en los sistemas educativos. Simpson (1979) declara que, precisamente, el paso previo a la democratización de la cultura es la democratización de la educación.

– **El concepto de democratización cultural**

Una vez contextualizados los inicios de las políticas de democratización cultural y su importancia, resulta necesario profundizar en el propio concepto en sí y vincularlo con el de democracia cultural. Para ello, es interesante partir de las diferentes aproximaciones al concepto de cultura.

Según Carrier (1992: 102), el concepto de cultura comporta una doble acepción: una más antigua, la clásica o humanista y otra más moderna, la antropológica. La cultura entendida en el sentido clásico tiene generalmente una connotación normativa: la cultura se refiere a un ideal que debe ser alcanzado. Por otra parte, la aproximación antropológica es más bien descriptiva, en el sentido de que se describe una situación socio-histórica o sociocultural. Grosjean e Ingberg (1980:98) consideran que el concepto de democratización cultural reposa en un concepto patrimonialista de la cultura, es decir, lo que Carrier (1992) denomina enfoque clásico o humanista. Sin embargo, el concepto de democracia cultural, puesto en práctica a través de la animación sociocultural, parte de la concepción antropológica de la cultura (Trilla, 1998).

Son varios los autores que han escrito sobre la democratización cultural, algunos, desde la perspectiva de la política cultural (Zallo, 1995), otros desde la de la animación

La democratización cultural como antecedente del desarrollo de audiencias culturales.

sociocultural (Pérez Serrano, 2005; Ander-Egg, 2000; Trilla, 1998) y otros desde la sociología de las prácticas culturales (Ariño 2010). Así, por ejemplo Zallo (1995:40) indica que el modelo de democratización cultural tiene dos elementos esenciales. Por un lado, que el concepto de la cultura casi se identifica con el arte y por otro, que el fundamento de la intervención pública es la reducción de la desigualdad cultural.

Pérez Serrano (2005) también destaca dos postulados sobre los que descansa la democratización cultural. Sin embargo, sólo coincide con Zallo (1995) en el primero de ellos que es el que identifica la cultura con el arte o en palabras de Pérez Serrano (2005:158) “sólo la alta cultura, valor sacralizado, merece ser difundida”. Para esta autora, la segunda premisa de la democratización cultural consiste en que es suficiente con que haya un encuentro entre la obra y el público para que se produzca desarrollo cultural. También Ariño (2010:123) afirma que las políticas de democratización parten del supuesto de que la cultura es un bien universal, que tiene unas expresiones paradigmáticas en la alta cultura, y que debe ser extendido al conjunto de la población.

Trilla (1998) aporta un elemento clarificador cuando señala que en las políticas de democratización cultural lo que se democratiza es el consumo cultural, pero no la definición y la creación de la cultura, que continúan siendo elitistas. Este elitismo asociado a la oferta cultural se trata de reducir a través de los ideales de la democracia cultural que, como señalan Grosjean e Ingberg (1980:81), confía la definición de cultura a la población. La democratización cultural y la democracia cultural se configuran como conceptos relacionados y, a lo largo de las diferentes décadas, se han considerado tanto opuestos como complementarios.

Fernández (1991:197) explica que una de las diferencias fundamentales entre ambos conceptos es que se produce un cambio en los protagonistas, que ya no son los productos artísticos en sí mismos y su excelencia, sino los movimientos culturales, la propia sociedad. Mientras la democratización trata de acercar a la gente un determinado tipo de cultura, la democracia cultural trata de poner los medios para que sea la misma

La democratización cultural como antecedente del desarrollo de audiencias culturales.

gente quien la configure, aceptando las diferentes expresiones e identidades culturales (Ventosa, 2002:42). En la misma línea Caride (2005:77) afirma que, “la democratización cultural concibe a los ciudadanos como consumidores de una cultura masificada, mientras que la democracia cultural los considera creadores-productores de una cultura singularizada, e incide más en los procesos que en el producto en sí”. Ander-Egg (2000), sintetiza acertadamente la esencia de ambas filosofías en objetivos estratégicos. Así, mientras el objetivo estratégico de la democratización es el acceso a la cultura, para la democracia lo es la participación cultural.

El concepto de democracia cultural es algo posterior al de democratización y cuando surgió, ambos conceptos se tendían a enfrentar, considerándose mejor el primero y aludiendo de forma peyorativa al segundo (Fernández, 1991; Trilla, 1998). Sin embargo, la democracia cultural no está tampoco exenta de críticas. Fernández (1991), por ejemplo, alude al contexto de mayo del 68, en el cual surgió el término y que lo impregnó del idealismo de la época y de sus evocaciones a una cultura no elitista. Pero, nos interroga el autor, ¿qué es una cultura no elitista? Por otro lado, Fernández (1991:197) apunta que el enfrentamiento de ambos conceptos conlleva dilemas en la política cultural tales como el elitismo frente al populismo, la profesionalización frente a la participación o la conservación frente a la innovación, entre otros.

Ventosa (2002:37-43) señala que ambos conceptos conviven en el mundo de la política, pero que los medios a través de los cuales se materializan son distintos. Así, mientras la democracia cultural se vale de la animación sociocultural, el instrumento básico para la democratización de la cultura es la difusión. La democratización está, por tanto, relacionada con la gestión cultural, a través de actuaciones orientadas a poner la cultura al alcance del mayor número de gente posible. Según este autor, tradicionalmente se han utilizado estrategias de reducción de precios, de popularización y divulgación del arte, de creación de infraestructuras abiertas, de proliferación de exposiciones y conferencias o de descentralización y movilización de espectáculos, entre otras. Así, esta filosofía trata de crear demanda entre el público, de ofertar productos culturales y de conservar, ampliar y

La democratización cultural como antecedente del desarrollo de audiencias culturales.

optimizar el patrimonio artístico de una determinada comunidad para su disfrute.

Ander-Egg (2000), igual que Ventosa (2002), también reflexiona sobre la convivencia de la democratización y la democracia cultural y plantea que ambos no deben ser considerados objetivos estratégicos de proyectos políticos diferentes, sino que debieran ser contemplados como puntos de partida y llegada de una política cultural. Así, sólo será posible tender hacia una democracia cultural, después de un trabajo de difusión cultural y de haber logrado niveles de acceso a la cultura significativos. En la misma línea, Trilla (1998:17-18) advierte de la peligrosidad de los planteamientos simplistas y afirma que la difusión y conservación de la gran cultura patrimonial no se opone necesariamente al cultivo y potenciación de la cultura popular. Acertadamente, este autor utiliza el ejemplo de las audiciones musicales asequibles de las obras de grandes autores por intérpretes consagrados, que no tienen por qué negar la potenciación de grupos corales de aficionados. La democratización y la democracia cultural aparecen como vertientes complementarias y, por tanto, ambas deben integrarse en las políticas culturales. Trilla apunta que algunos autores tienden a utilizar la expresión “desarrollo cultural” para englobar ambas formas complementarias de trabajar con la cultura.

Tras haber profundizado en el concepto de democratización cultural, nos preguntamos a continuación si este es o no sinónimo de la creación y desarrollo de públicos.

– **¿Democratización cultural o creación y desarrollo de públicos culturales?**

Según Donnat (2000a:19), el término “democratización” genera, al menos, tres clases de confusiones. La primera se deriva de la ambigüedad de la palabra accesibilidad. Así, la cultura accesible puede entenderse en un sentido restrictivo de orden material (precios asequibles, equipamientos accesibles para discapacitados, etc.) o en un sentido más amplio y más social, relativo a los factores que influyen en el deseo cultural por parte del público. En segundo lugar, se genera confusión entre los objetivos tendentes a aumentar el volumen de frecuentación o de practicantes y los que, además, tienden a modificar la estructura social de los públicos en cuestión. Por último, se plantean también dudas entre

La democratización cultural como antecedente del desarrollo de audiencias culturales.

los objetivos puramente cuantitativos (aumentar la frecuentación, etc.) y los objetivos de naturaleza más cualitativa, en el sentido de favorecer la apropiación de la cultura a través de una mejor información y una mejor frecuentación de las obras o equipamientos a través de una política de fidelización.

Ariño (2010:137) afirma que “en la actualidad existe cierto consenso en torno a la idea de que al hablar de democratización cultural no resulta suficiente, sino que más bien constituye una interpretación errónea, pensar exclusivamente en términos de tasas de penetración”. Para ilustrar esta idea, Donnat (2000a:20) establece que el aumento de la frecuentación se puede conseguir a través de distintas vías. En primer lugar, como consecuencia de un efecto de estructura, al crecer el volumen de la población de referencia. Así, manteniéndose constante el porcentaje de participación, al aumentar el número de personas con estudios universitarios, aumentará el público. En segundo lugar, debido a una intensificación de la práctica entre las personas que ya forman parte del público. En tercer lugar, debido a una extensión de las audiencias, pero dentro de las categorías ya representadas. Y, finalmente, la diversificación de segmentos sí haría referencia a la captación de públicos pertenecientes a categorías poco o nada representadas y produciéndose, por tanto, una modificación de los perfiles socio-demográficos.

Octobre (2000) también reflexiona sobre los porcentajes de participación y sobre la posible evolución de los públicos a lo largo del tiempo e identifica cinco escenarios diferentes, que recogemos en la siguiente tabla.

La democratización cultural como antecedente del desarrollo de audiencias culturales.

Tabla : Posibles escenarios de evolución de públicos, según Octubre (2000)²

Categoría	Intensidad	Grupo	Tiempo (t)	Tiempo (t+n)	Descripción
Renovación de públicos	No aplica	A: Grupo socioeconómicamente favorecido	10%	10%	La tasa de penetración de ambos grupos sociales permanece estable a lo largo del tiempo y se produce únicamente un relevo generacional.
		B: Grupo socioeconómicamente desfavorecido	5%	5%	
Agudización del carácter elitista	Absoluta	A	10%	20%	Aumenta la participación del grupo favorecido y se reduce la del grupo desfavorecido socialmente.
		B	5%	1%	
	Relativa	A	10%	20%	Aumenta la participación del grupo favorecido, mientras que la del grupo desfavorecido socialmente permanece estable.
		B	5%	5%	
Popularización	Absoluta	A	10%	5%	Disminuye la participación del grupo favorecido y aumenta la del grupo desfavorecido socialmente.
		B	5%	10%	
	Relativa	A	10%	10%	Permanece estable la participación del grupo

2

La evolución de la participación de los grupos que aparecen en la tabla, supone que la estructura de la población de referencia permanece estable en el tiempo.

La democratización cultural como antecedente del desarrollo de audiencias culturales.

Copyright: Macarena Cuenca Amigo

Categoría	Intensidad	Grupo	Tiempo (t)	Tiempo (t+n)	Descripción
		B	5%	10%	favorecido y aumenta la del grupo desfavorecido socialmente.
Banalización	No aplica	A	10%	15%	Se produce un crecimiento del mismo porcentaje en ambos grupos sociales.
		B	5%	10%	
Reducción de la participación (Desafección)	Absoluta	A	10%	5%	Reducción de la participación de ambos grupos sociales.
		B	5%	1%	
	Relativa	A	10% ó 10% 5%	5% ó 10% 5%	Reducción de la participación de cualquiera de los grupos sociales, sin que el otro se vea afectado.
		B	ó 5%	ó 1%	

Fuente: Adaptado de Octubre (2000:23).

Salvo en el último escenario, en el que se reduce la participación, en el resto de casos se produce una conquista de nuevos públicos, sin que necesariamente se produzca una democratización. De hecho, la democratización sólo está presente en la banalización, ya que según Octubre (2000:24), la democratización implica que se den dos condiciones:

4. Que aumente la frecuencia de asistencia
5. Que aumente la tasa de penetración de la categoría social menos favorecida, sin que esto tenga efecto en los otros grupos sociales

La autora continúa profundizando en el término y propone hablar de democratización relativa o absoluta. En ambos casos se produciría un aumento de la frecuencia de ambos grupos sociales, pero en el caso de la democratización relativa las diferencias sociales se mantendrían estables o aumentarían, mientras que en el caso de la absoluta, se

La democratización cultural como antecedente del desarrollo de audiencias culturales.

reducirían. La siguiente tabla ilustra cada uno de los casos.

Tabla : Diferentes tipos de democratización, según Octubre (2000)³

Categoría	Intensidad	Grupo	Tiempo (t)	Tiempo (t+n)	Descripción
Democratización	Relativa	A: Grupo socioeconómicamente favorecido	10%	20%	Aumento de la frecuencia en ambos grupos y mantenimiento de las tasas de penetración de cada uno de ellos.
		B: Grupo socioeconómicamente desfavorecido	5%	10%	
	Relativa	A	10%	30%	Aumento de la frecuencia en ambos grupos y aumento de las diferencias sociales.
		B	5%	10%	
	Absoluta	A	10%	20%	Aumento de la frecuencia en ambos grupos sociales y reducción de las diferencias sociales.
		B	5%	15%	

Fuente: Adaptado de Octubre (2000:25).

Ante la pregunta de si ha habido un proceso de democratización en las prácticas culturales en España, Ariño (2010:139-139) contesta que si utilizáramos el concepto en el sentido más básico y generalizado de ampliación del volumen del público, podría afirmarse, sin lugar a dudas, que sí. Pero si utilizáramos el término en el sentido más estricto de modificación de la estructura social, la respuesta sería negativa, ya que la estructura socio-demográfica de las prácticas culturales correspondiente a sus públicos

3

La evolución de la participación de los grupos que aparecen en la tabla, supone que la estructura de la población de referencia permanece estable en el tiempo.

La democratización cultural como antecedente del desarrollo de audiencias culturales.

Copyleft: Macarena Cuenca Amigo

regulares, se ha mantenido bastante inalterada a lo largo de más de treinta años. Este autor ya avanzaba estas conclusiones anteriormente (Ariño, Castelló, Hernández, y Llopis, 2006:415-418) cuando afirmaba que, en España, persisten las grandes fracturas entre categorías sociales y que la alta cultura sigue dependiendo fuertemente de las variables clásicas de ingresos, empleo y títulos escolares, sin haber ensanchado significativamente su base social. También Donnat (2000b:29) llega a la misma conclusión en Francia y pone de relieve que la participación en la vida cultural de manera regular y diversificada sigue dependiendo de una serie de factores que favorecen el acceso a la misma (nivel de estudios e ingresos elevados, proximidad de la oferta cultural, familiaridad precoz con el mundo del arte,...) y que se encuentran principalmente presentes entre los cuadros y profesiones intelectuales superiores y en menor medida entre las profesiones intermedias.

El profesor Víctor Ventosa también alude al fracaso de las políticas de democratización, del cual ya se comenzaba a hablar en España a principios de los años ochenta y, entre otros factores, sitúa sus causas en el planteamiento puramente cuantitativo que se llevó a cabo (multiplicación de infraestructuras, aumento de la oferta cultural, reducción de precios, etc.) y que no estuvo orientado a la modificación de actitudes. El autor lo expresa con las siguientes palabras:

El fetichismo de lo meramente instrumental, el culto a los medios, creó la ilusión de que reforzando en forma lineal el aspecto cuantitativo de la cultura, se transformarían cualitativamente las actitudes de los que llevaban siglos marginados de ella (Ventosa, 2002:39-40).

La antropóloga Lucina Jiménez se refiere a los errores de las políticas de democratización cultural desde otra perspectiva, achacando el fracaso, en el caso concreto de las artes escénicas, al papel pasivo y parcial otorgado al espectador. Para esta autora, el espectador no puede reducirse a un mero comprador de entradas, sino que es necesario provocar el encuentro de público y creadores y “formular políticas que no separen

La democratización cultural como antecedente del desarrollo de audiencias culturales.

creación, producción, circulación y consumo o disfrute, ni tampoco la creación de la recepción, porque una está influida por la otra de manera inseparable (Jiménez, 2010:19).

– **Creación y desarrollo de públicos culturales**

Una vez aclaradas las diferencias entre el concepto de democratización cultural y el término más moderno de creación y desarrollo de públicos, resulta de especial interés profundizar brevemente en este último. Si el concepto de democratización estaba más vinculado a las políticas culturales, la creación y desarrollo de públicos es un concepto mucho más vinculado a las propias organizaciones culturales y a su gestión. Así, una organización cultural puede decidir si le interesa diversificar sus públicos o captar nuevos públicos, pero dentro del mismo segmento de público al que ya se dirige.

Dirigirse a unos u otros segmentos del público implica, para la organización, asumir diferentes niveles de riesgo. Supongamos que una entidad se fija como objetivo llegar a un grupo de población que no esté en posesión de los factores que favorecen la participación cultural y cuyos niveles educativos y de ingresos sean, por tanto, relativamente bajos. En este caso, esta organización deberá analizar este grupo poblacional para tratar de dilucidar sus necesidades y, consecuentemente, una forma (probablemente nueva y diferente a las utilizadas hasta el momento) de interactuar con él. Para llevar a cabo esto, deberá arriesgar recursos, sin tener la certeza de que vaya alcanzar los objetivos (que, evidentemente, no tienen por qué ser exclusivamente económicos). Probablemente una situación como la anteriormente descrita pueda encajar en algunas organizaciones y en otras no, debido a las diferentes características y contextos de cada una de ellas, que a su vez les hacen capaces de asumir distintos niveles de riesgo.

La preocupación por el desarrollo de audiencias culturales ha existido desde hace años y ha estado tradicionalmente vinculada a la función de marketing. Así, Peterson (1980) afirma que la finalidad del marketing de las artes es construir audiencias, utilizando para

La democratización cultural como antecedente del desarrollo de audiencias culturales.

ello estrategias de atracción y retención de públicos. A pesar de que en sus inicios, el marketing y la cultura no fueron, precisamente, dos conceptos hermanados⁴, han sido muchos los autores que han investigado y escrito sobre el tema (Hill, O'Sullivan y O'Sullivan, 2000; Kolb, 2000; Colbert y Cuadrado, 2003; Kotler y Scheff 2004; Sellas y Colomer, 2009) y, hoy en día, no se cuestiona que la aplicación del marketing al sector cultural tenga beneficios.

Sin embargo, en el siglo XXI, el simple enfoque marketing como núcleo del proceso de desarrollo de audiencias ha dado paso a un enfoque más complejo que persigue el compromiso de los públicos a través de una combinación de herramientas como la educación, la divulgación, el marketing y la interacción con artistas (Brown y Novak, 2007:21)

– Conclusión

Aunque la preocupación por los públicos por parte de las entidades culturales es un fenómeno relativamente reciente, a lo largo de este artículo hemos comprobado cómo las políticas de democratización cultural surgieron hace más de cuarenta años en Europa y constituyen, por tanto, un precedente que no podemos ignorar, tanto por el significado del concepto en sí como por el análisis de los resultados de su puesta en marcha. Según lo analizado, democratización cultural no es sinónimo de la expresión creación y desarrollo de públicos, sino que constituye sólo una parte de ésta última. Mientras el primero es un término que implica la modificación de la estructura social del público, el segundo es un concepto mucho más amplio que simplemente alude al aumento de la frecuentación, bien sea a través de público nuevo (creación), pero independientemente de su origen social, o bien sea a través de los públicos actuales (desarrollo).

4

Dawson (1980:10) señala que el marketing, a finales de los setenta en EE.UU., se asociaba únicamente a los productos comerciales y los propios profesionales del sector cultural no apoyaban su utilización. La pareja formada por esta nueva disciplina y el mundo del arte tenía, claramente, connotaciones negativas y se concebía como un sacrilegio, una degradación.

La democratización cultural como antecedente del desarrollo de audiencias culturales.

Copyleft: Macarena Cuenca Amigo

Referencias

- ANDER-EGG, E. (2000). *Metodología y práctica de la animación socio-cultural*. Madrid: CCS.
- ARIÑO, A. (2010). *Prácticas culturales en España. De los años sesenta a la actualidad*. Barcelona: Ariel.
- ARIÑO, A., CASTELLÓ, R., HERNÁNDEZ, G. M. y LLOPIS, R. (2006). *La participación cultural en España*. Madrid: Fundación Autor.
- B.O.E. (1978). Constitución española. *Boletín Oficial del Estado*, 311.1, 29317-29339. Obtenido de <http://www.boe.es/boe/dias/1978/12/29/pdfs/A29313-29424.pdf> (última consulta: 19 de noviembre de 2013).
- BROWN, A. y NOVAK, J. (2007). *Assessing the intrinsic impacts of a live performance*. WolfBrown. Obtenido de <http://wolfbrown.com/component/content/article/48-mup-value-impact-study/406-impact-study> (última consulta: 13 de diciembre de 2013).
- CARIDE GÓMEZ, J. A. (2005). La animación sociocultural y el desarrollo comunitario como educación social. *Revista de Educación*, (336), 73-88.
- CARRIER, H. (1992). *Lexique de la Culture*. Tournai-Louvain-la-Neuve: Desclée.
- COLBERT, F. y CUADRADO, M. (2003). *Marketing de las artes y la cultura*. Barcelona: Ariel.
- COUNCIL OF EUROPE. (1983). *Bremen Declaration*. Strasbourg: Council of Europe.
- DONNAT, O. (2000a). La mesure de la démocratisation: un débat difficile. Présentation. En O. DONNAT y S. OCTOBRE (Eds.), *Les publics des équipements culturels. Méthodes et résultats d'enquêtes* (pp. 18-20). Obtenido de http://fgimello.free.fr/documents/u_presen.pdf (última consulta: 19 de noviembre de 2013).
- DONNAT, O. (2000b). Les catégories socioprofessionnelles: un outil encore efficace dans l'analyse des disparités culturelles. En O. DONNAT y S. OCTOBRE (Eds.), *Les publics des équipements culturels. Méthodes et résultats d'enquêtes* (pp. 27-35). Obtenido de http://fgimello.free.fr/documents/u_donnat.pdf (última consulta: 19 de noviembre de 2013).
- FERNÁNDEZ PRADO, E. (1991). *La política cultural: qué es y para qué sirve*. Gijón: Trea.
- GROSJEAN, E. y INGBERG, H. (1980). Implicaciones de una política de animación socio-cultural. En MINISTERIO DE CULTURA (Ed.), *Animación socio-cultural* (pp. 71-133). Madrid: Ministerio de Cultura, Secretaría General Técnica.
- HILL, E., O'SULLIVAN, C. y O'SULLIVAN, T. (2000). *Creative arts marketing*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- JIMÉNEZ, L. (2010). Artes escénicas, públicos y sustentabilidad en el siglo XXI. En J. COLOMER y A. GARRIDO (Eds.), *Los públicos de las artes escénicas. Foro internacional de las artes escénicas* (pp. 13-27). Obtenido de <http://www.redescena.net/descargas/proyectos/documentofinalescenium.pdf> (última consulta: 19 de noviembre de 2013).
- KOLB, B. M. (2000). *Marketing cultural organisations: new strategies for attracting audiences to classical music, dance, museums, theatre and opera*. Dublin: Oak Tree.

La democratización cultural como antecedente del desarrollo de audiencias culturales.

- KOTLER, P. y SCHEFF, J. (2004). *Marketing de las artes escénicas*. Madrid: Fundación Autor.
- MATARASSO, F. y LANDRY, C. (1999). *Balancing act: twenty-one strategic dilemmas in cultural policy* (4). Strasbourg: Council of Europe.
- OCTOBRE, S. (2000). Comment mesurer la démocratisation? Proposition de cadre interprétatif. En O. DONNAT y S. OCTOBRE (Eds.), *Les publics des équipements culturels. Méthodes et résultats d'enquêtes* (pp. 21-25). Obtenido de http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/tdp_equip05.pdf (última consulta: 19 de noviembre de 2013).
- PÉREZ SERRANO, G. y PÉREZ DE GUZMÁN PUYA, M. V. (2005). *Qué es la animación sociocultural: epistemología y valores*. Madrid: Narcea.
- PETERSON, R. A. (1980). Marketing analysis, segmentation, and targeting in the performing arts. En M. P. MOKWA, W. M. DAWSON y E. A. PRIEVE (Eds.), *Marketing the arts* (pp. 182-200). Westport: Praeger.
- SECRETARIAT ACCESS TO CULTURE PLATFORM. (2012). *The civil society platform for access to culture*. European Commission. Obtenido de <http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/documents/acp-presentation.pdf> (última consulta: 19 de noviembre de 2013).
- SELLAS, J. y COLOMER, J. (2009). *Marketing de las artes escénicas. Creación y desarrollo de públicos*. Barcelona: Bissap Consulting, SL.
- SIMPSON, J. A. (1979). *Hacia una democracia cultural*. Madrid: Ministerio de Cultura, Secretaría General Técnica.
- TRILLA BERNET, J. (1998). Concepto, discurso y universo de la animación sociocultural. En J. TRILLA BERNET (Ed.), *Animación sociocultural: teorías, programas y ámbitos* (pp. 13-39). Barcelona: Ariel.
- UNESCO. (1982). *Declaración de México sobre las políticas culturales*. México: Unesco.
- UNESCO. (2005). *Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales 2005*. Obtenido de http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=31038&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html (última consulta: 19 de noviembre de 2013).
- VENTOSA PÉREZ, V. J. (2002). *Fuentes de la animación sociocultural en Europa: del desarrollo de la cultura a la cultura del desarrollo*. Madrid: CCS.
- ZALLO ELGUEZÁBAL, R. y ARANES, J. I. (1995). *Industrias y políticas culturales en España y País Vasco*. Bilbao: Servicio Editorial, Universidad del País Vasco = Argitarapen Zerbitzua, Euskal Herriko Unibertsitatea.

COMO CITAR ESTE ARTÍCULO: Cuenca Amigo, Macarena ; (2014); La democratización cultural como antecedente del desarrollo de audiencias culturales; en <http://quadernsanimacio.net> ; nº 19, enero de 2014; ISSN: 1698-4404

La democratización cultural como antecedente del desarrollo de audiencias culturales.

Copyleft: Macarena Cuenca Amigo