

## LA TRANSMISIÓN INTERGENERACIONAL DE APTITUDES Y ACTITUDES CULTURALES

### Adaptando el paradigma de la omnivoridad cultural para Andalucía

#### INTERGENERATIONAL TRANSMISSION OF CULTURAL SKILLS AND ATTITUDES

#### Adjusting the paradigm of cultural omnivorousness for Andalusia

**MANUEL HERRERA-USAGRE** mherrera3@us.es

*Universidad de Sevilla. España*

#### RESUMEN

El gusto musical ha sido objeto de estudio privilegiado de la sociología, no tanto por la manera en que es adquirido en la escuela, sino por el modo en que los grupos primarios, como la familia o los grupos de pares, han ejercido su influencia. En el presente artículo hemos utilizado la Encuesta sobre la Realidad Social en Andalucía (2009) con el objetivo de mostrar el papel que juegan un conjunto de características sociales de los individuos en su patrón de consumo de música. Nuestros resultados han evidenciado que no existe un patrón de consumo exclusivo de alta cultura ligado a un estrato social. A través de un análisis de clases latentes, hemos encontrado tres patrones de consumo: 'omnívoro', 'moderno' y 'unívoro tradicional', distinguiéndose por el nivel educativo, la edad o el origen social. La voracidad de géneros musicales, por tanto, es fruto de una combinación de factores como el logro educativo, el ciclo de vida y la transmisión intergeneracional de aptitudes y actitudes culturales, pero no así de logro de prestigio o clase social.

#### PALABRAS CLAVE

Consumo cultural; Estratificación social; Música; Omnivorismo.

#### ABSTRACT

Musical taste has been a research focus in sociology, not in the way it is acquired in school, but how primary groups, e.g. family or peer groups, have influenced it. In this article we have used the Survey of Social Reality in Andalusia (2009) with the aim of showing the role played by individuals social characteristics on their music consumption patterns. Our results have showed that there is no a exclusive consumption pattern of high culture linked to a social milieu. Through a latent class analysis, we have found three consumption patterns: 'omnivore', 'modern' and 'traditional univore', distinguishing by educational level, age and social origin. Thus, the voraciousness of musical genres is the result of a combination of factors such as educational attainment, life cycle and intergenerational transmission of cultural skills and attitudes, and not by the achievement of prestige or social class.

#### KEYWORDS

Cultural consumption; Music; Omnivorism; Social stratification.

## INTRODUCCIÓN\*

En los últimos años, el interés por las implicaciones teóricas, empíricas y metodológicas del estudio del consumo cultural ha tenido un desarrollo académico muy notable. Desde la aparición del argumento de la “omnivoridad” (Wilensky 1964; Peterson y Simkus 1992; Peterson y Kern 1996) u “omnivorismo” cultural (Zavisca 2005; Fernández-Rodríguez y Heikkilä 2011), el refuerzo de las tesis sobre la estratificación de los consumos culturales ha experimentado un nuevo empuje. En este sentido, la tesis de la omnivoridad va en dirección opuesta a aquellas que defienden que, en las sociedades contemporáneas, los gustos, prácticas y consumos culturales no están influenciados por procesos de estratificación social. Estas tesis (Giddens 1991; Pakulski y Waters 1996; Warde 1997) sostienen que nuevos fenómenos como la democratización del acceso a la cultura, la universalización del acceso a la educación o la globalización cultural han mermado la capacidad explicativa de la estratificación social como factor diferenciador de los hábitos de consumo cultural, en pro de otras características sociales –como la etnia, la edad, el sexo o la libre elección de los individuos–. Por otro lado, la tesis de la omnivoridad tampoco se posiciona en el espectro tradicionalmente opuesto a las tesis de la individualización, a saber, el argumento de la homología. Este paradigma sostiene que cada estrato social tiene asociado un conjunto muy específico de gustos y prácticas culturales (Bourdieu [1979] 2006; Katz-Gerro 2002). Este conjunto de esquemas –que operan en muy diferentes ámbitos cognitivos– forman parte de lo que conocemos como *habitus* de clase (Bourdieu [1979] 2006). Esta homología entre gustos y clases segmenta las prácticas culturales de modo que las posiciones más aventajadas de la estructura social tienen unos hábitos de consumo de *haut culture*, *high-brow*, o alta cultura. Por el contrario, las clases sociales más bajas tienen prácticas de consumo ligadas a la cultura de masas o cultura popular<sup>1</sup>.

Como hemos señalado antes, el paradigma de la omnivoridad no elimina la clase social como elemento diferenciador de estilos de vida, sino que crea una nueva relación entre consumos culturales y estratificación social. En las últimas dos décadas este paradigma ha acumulado un gran número de evidencias empíricas a su favor (Peterson y Kern 1996; López-Sintas y García-Álvarez 2002; Zavisca 2005; Ariño 2007; López-Sintas, García-Álvarez y Filimon 2008; Chan y Goldthorpe 2005; 2006; 2007a; 2007b; 2007c; Tampubolon 2008a; 2008b; 2010; Herrera-Usagre 2011; entre otros). La divul-

---

\* El autor agradece las contribuciones y sugerencias aportadas por Ildefonso Marqués Perales, José M. Echavarrén, Eduardo Bericat Alastuey y Antonio Jaime Castillo, así como el apoyo institucional de la Fundación Centro de Estudios Andaluces, la Universidad de Sevilla y la Agencia de calidad sanitaria de Andalucía.

<sup>1</sup> Para entender mejor el modo en el que se construyen los sistemas de clasificaciones culturales y el modo en el que históricamente se han jerarquizado los géneros culturales, véase DiMaggio (1987) y Jenks (1997).

gación de estas investigaciones ha tenido un gran eco en importantes publicaciones de carácter general como *European Sociological Review*, *The Sociological Review* o *American Sociological Review*, así como de carácter más específico como *Cultural Trends*, *Social Forces* o *Poetics*. Las implicaciones del paradigma de la omnivoridad se han hecho notar en el plano teórico (Ryan 2000; Güveli 2006; Chan y Goldthorpe 2007a; Warde, Wright y Gayo-Cal 2007), en el empírico (DiMaggio 2000; Zavisca 2005; Silva 2006) y en el metodológico (Wuggenig 2007; Peterson 2005 y 2007). De hecho, su desarrollo ha inspirado la creación de importantes proyectos internacionales (Chan 2002; Bennett 2010) y se ha materializado en la publicación de una obra que tiene la traza –sin llegar a ser pretenciosa– de convertirse en el vademécum de la investigación social sobre estratificación social y consumo cultural: *Social Status and Cultural Consumption* (Chan 2010).

No obstante, muchas de las publicaciones al respecto han obviado un aspecto muy importante cuando hablamos de hábitos y consumos, en especial, los culturales. Nos referimos a la capacidad potencial de la transmisión intergeneracional de aptitudes y actitudes culturales. Si bien la tesis del *habitus* de Bourdieu situaba en un lugar central la reproducción cultural (Bourdieu [1979] 2006; Jenkins 2002), las investigaciones empíricas desde el argumento de la omnivoridad no han avanzado con la suficiente celeridad al respecto (De Vries y De Graaf 2007). Con el presente trabajo, en primer lugar, pretendemos ofrecer una nueva evidencia de la existencia de nuevos modos de consumo en el plano cultural. La elección de las artes musicales y no otras responde a una intención puramente analítica. Incluir otras esferas de consumo cultural, como los gustos musicales o la asistencia a espacios de artes visuales, amplía las implicaciones teóricas y pone en riesgo la parsimonia del modelo empírico. En segundo lugar, trataremos de averiguar las características sociales que mayor relevancia tienen en cada uno de los modelos o tipos de consumidores culturales, haciendo especial hincapié en características de orden social, como el logro educativo, el prestigio social, la clase social de los individuos y su origen socio-educativo.

## ESTRATIFICACIÓN SOCIAL Y CONSUMO CULTURAL

Son tres los argumentos que según Chan y Goldthorpe (2007a; 2007b; 2007c) constituyen el grueso de enfoques al respecto<sup>2</sup>. A continuación procederemos a explicarlos con más detalle.

---

<sup>2</sup> Como ya hacían estos autores, no es nuestra intención presentar un estado de la cuestión innovador, puesto que la tradición académica reciente ha establecido de una manera clara y diáfana los paradigmas más importantes en esta materia. Para una revisión más exhaustiva y actualizada del estado de la cuestión, véase Fernández y Heikkilä (2011).

Según Chan y Goldthorpe (2006:1; 2007b:168), el enfoque de la homología sostiene que existe un estrecho solapamiento entre la estratificación social y los gustos y hábitos culturales. Los individuos de los estratos sociales más altos tienen gustos y consumos típicos de la “alta cultura” o “cultura de élite”. En cambio, los individuos de los estratos más bajos tienen consumos y gustos más relacionados con lo que se denomina “baja cultura”, “cultura popular” o “cultura de masas”. Esta división antagónica ya la cita en *La deshumanización del Arte* de 1925 José Ortega y Gasset, cuando realiza un breve pero interesantísimo análisis de los efectos sociales del arte nuevo –entendiendo este como arte de vanguardia–:

“Lo característico del arte nuevo, desde el punto de vista sociológico, es que divide al público en estas dos clases de hombres: los que lo entienden y los que no lo entienden. [...] Por otra parte, el arte joven [nuevo] contribuye también a que los ‘mejores’ se conozcan y reconozcan entre el gris de la muchedumbre y aprendan su misión, que consiste en ser pocos y tener que combatir contra los muchos”. (2008:48).

Es precisamente esta escisión la que Pierre Bourdieu examina, desde una perspectiva menos elitista y más empírica, en su trabajo más importante, *La Distinction* (2006). Para Bourdieu, es innegable una correspondencia entre los hábitos y la clase social de los individuos. Esta homología está marcada por lo que él denomina *habitus* de clase. Esto es, un “sistema de disposiciones” que los miembros de una clase adquieren bajo las condiciones materiales y simbólicas de existencia en las que han crecido. Dicho de otro modo, el *habitus* de clase es una unidad semántica que aglutina una diversidad de prácticas en todos los dominios del consumo, incluido el cultural. Este modo de diferenciación crea una estructura jerárquica de los gustos y los estilos de vida, expresada a su vez en un orden de estatus. El enfrentamiento entre “órdenes de hombres” que presentaba Ortega y Gasset, se traduce en el pensamiento bourdiano como una lucha entre clases en el campo de lo simbólico, donde se ejercen dinámicas de inclusión y exclusión, igualdad y diferencia entre los individuos. Esta violencia simbólica de distinción y superioridad de sus propios estilos de vida, lleva a una reproducción cultural de los *habitus*. Y es esta reproducción cultural la clave, según autores como Jenkins, para entender la reproducción social (2002:147).

Según el enfoque de la individualización, las bases del gusto y los hábitos culturales no están tan relacionadas con la estratificación social, sino más bien con otra serie de características sociales o incluso el propio ejercicio individual de auto-realización. En las sociedades económicamente avanzadas y democráticamente desarrolladas se ha producido un debilitamiento de la influencia de la clase o el estatus como factor de influencia en los estilos de vida (Pakulski y Waters 1996; Halle 1992). Los individuos, al tener acceso a un mayor rango de opciones, se alinean ellos mismos con aquellas colectividades en las que consideran que van a poder formar y recrear sus identidades más cómodamente (Giddens 1991; Beck 1992). El crisol de comunidades adscritas a identidades étnicas, de género, nacionales, religiosas, etc., defiende su existencia a

través de fronteras culturales o estilos de vida diferenciadores (Castells 1996; Lamont y Molnár 2001). Los individuos ya no comparten estilos de vida en función de su clase social sino que, a través de su adscripción identitaria a las diferentes comunidades en las que están inmersos, configuran sus propios estilos de vida.

En versiones más recientes y de una mayor radicalidad posmoderna, los estilos de vida son desposeídos de cualquier influencia de carácter estructural. Los individuos son cada vez más libres y capaces de formar sus estilos de vida, independientemente de los *background* sociales que arrastren. Es pues, que el consumo y el gusto son una forma de construir su propia identidad (Bauman 1988; 2002). Debido a la inmensa variedad de posibilidades altamente comercializadas que la sociedad de consumo ofrece a los individuos, se ha pasado del “poder elegir” al “tener que elegir” los bienes y servicios que marcarán nuestros estilos de vida. He aquí, la diferencia fundamental del enfoque de la individualización con respecto a las teorías del “aburguesamiento de la clase obrera”. No es una cuestión de adopción vertical ascendente de estilos de vida de una clase a otra. La construcción del gusto no está limitada a cuestiones estratificatorias y por tanto, los hábitos culturales antes restringidos a una u otra clase, se liberan de esos cabos y se reparten de igual modo en todos los estratos. “Del *habitus* a la libertad” es una sentencia de Warde (1997) que remarca la distancia que este enfoque tiene de las tesis de Bourdieu.

Según apuntan Chan y Goldthorpe (2007b:170) lo primero que hay que destacar del enfoque de la omnivoridad es que analiza más los consumos culturales que los estilos de vida en general, lo cual se adapta adecuadamente a nuestro objeto de estudio. El estudio que establece los cimientos de este enfoque fue el desarrollado por Wilensky (1964). En él, el autor argumentaba que las personas con altos niveles educativos no sentían aversión alguna por lo que conocemos como cultura de masas –como defiende el argumento de la homología–, sino que por el contrario, la consumían en alguna de sus formas. Más recientemente, DiMaggio y Useem (1978), Peterson y Simkus (1992) y Peterson y Kern (1996) defienden que en las sociedades contemporáneas el argumento de la homología ha perdido validez, no porque el consumo cultural ya no esté influenciado por la estratificación social, sino porque una nueva relación entre ambos ha surgido. El consumo cultural de los individuos de estatus alto no se corresponde con hábitos y prácticas de productos exclusivos y excluyentes. El contraste entre los diferentes estratos reside en la amplitud del abanico de géneros, bienes y servicios culturales que consumen. A diferencia de los individuos de estratos más bajos, los de estratos altos no solo consumen más de alta cultura, sino consumen más media cultura y baja cultura, y no de un modo indiscriminado sino siendo extremadamente selectivo con las obras de cada rango de consumo cultural. De este modo, los estratos altos desarrollarían un cierto “eclecticismo del gusto” (Peterson 2005), que les permite disfrutar de una amplia gama de productos y servicios culturales así como de los diferentes géneros existentes. En cambio, el resto de estratos sociales tendrían más restringida su capacidad de disfrute de la oferta de géneros, productos y servicios culturales, limitándose solo a alguno de ellos.

## LA HIPÓTESIS DEL PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN COMPLEJA Y LA HIPÓTESIS DE LA TRANSMISIÓN DE APTITUDES Y ACTITUDES CULTURALES

Tanto el paradigma de la omnivoridad como el paradigma de la homología son atravesados por un mismo elemento diferenciador a la hora de estratificar los consumos culturales: tener mayores niveles educativos –adscritos a cada estrato social– confiere una mayor capacidad de procesamiento de la información para entender prácticas artístico-culturales sofisticadas (Ganzeboom 1982; Kraaykamp y Dijkstra 1999). Es lo que se conoce como la hipótesis del procesamiento de información compleja (Ganzeboom 1982). El argumento de la homología entiende esta capacidad como un elemento excluyente y distintivo de los estratos mejor posicionados para mantener su posición de dominación en el campo de lo simbólico. Sin embargo, el argumento de la omnivoridad traduce esta ventaja cognitiva en una “adaptación de las pautas de distinción de clase a condiciones de relativismo cultural, donde las expresiones culturales –ya sean de alta, media o baja cultura– deben interpretarse “en sus propios términos y no desde una lógica etnocentrista y jerárquica” (Ariño *et al.* 2006:37). En este sentido, el consumo omnívoro se expresa como una nueva forma de distinción de aquellos estratos con un mayor estatus social. Funcione de una u otra manera, queda claro que el logro educativo tiene un papel fundamental en la distinción de los estilos de vida culturales. Ahora bien, no analizaríamos de un modo completo la estratificación de los estilos de vida culturales, ya sea a través del logro educativo, la clase social o el estatus presente de los individuos, si no atendemos a sus orígenes sociales.

Los estudios de movilidad social intergeneracional en nuestro país han demostrado en numerosas ocasiones la importancia que tiene el origen social de los individuos sobre su clase social (Carabaña 1999; Etxebarría 1999; Marqués y Herrera-Usagre 2010). Reducir la influencia de los orígenes sociales sobre la clase de destino de los individuos ha sido un eje fundamental de las políticas de los estados del bienestar (Goldthorpe 2010:305). Para ello, los estados se han servido de las políticas de igualdad de oportunidades de acceso a la educación para atenuar los diferenciales de clase en el logro educativo (Goldthorpe 2010:305), si bien, el éxito de estas políticas parece haber sido alcanzado de una manera efectiva en momentos muy concretos de sociedades con una amplia tradición de gobiernos socialdemócratas (Erikson y Jonsson 1993; Goldthorpe 2010:306).

En efecto, la influencia del origen social tiene un papel fundamental en términos de oportunidades vitales –movilidad social de clase. No obstante, nuestra intención es ver el efecto del origen social –en forma de logro educativo parental– sobre las elecciones vitales de estilos de vida de los individuos. En otras palabras, queremos examinar el efecto del logro educativo de los padres sobre las prácticas culturales de los individuos.

La investigación empírica sobre la transmisión intergeneracional de capital cultural, y su influencia en la participación en actividades culturales, ha tenido un gran desarrollo en las últimas dos décadas, fundamentalmente en lo referido a la participación en acti-

vidades de alta cultura (Mohr y DiMaggio 1995; Van Eijck 1996; 1997; 1999; Kraaykamp 2003; De Vries y De Graaf 2007). Van Eijck (1999) examinó los efectos de la movilidad social sobre los patrones de consumos culturales. Concluyó que la heterogeneidad en los patrones de consumo cultural por parte de los individuos con altos niveles educativos podría deberse al grado de movilidad social que hubiesen experimentado. Los individuos con altos niveles educativos que habían experimentado una movilidad social ascendente tenían más probabilidades de consumir más baja cultura que aquellos que, o bien no habían experimentado un ascenso en la escala social, o bien ese ascenso había sido menor. Recientemente, Van Eijck y Kraaykamp (2009) encontraron evidencias de cómo los hábitos de participación cultural de los progenitores también aparecían como un elemento fundamental a la hora de predecir la participación cultural de los hijos, por encima de la importancia de los otros dos elementos del capital cultural bourdiano. Del mismo modo, en su estudio sobre la participación cultural de los jóvenes en Holanda, Nagel (2007) confirma que la influencia de los padres está por encima de los recursos proveídos por la educación escolar, y que esta influencia no decrece conforme aumenta la edad de los jóvenes. En este sentido, podemos definir la transmisión intergeneracional de aptitudes y actitudes culturales como el conjunto de capacidades y disposiciones hacia el consumo de géneros artísticos que se transmiten a través del capital cultural de los padres.

Combinando todos estos elementos, estratificación social, logro educativo y transmisión intergeneracional de capital cultural, podremos desarrollar un modelo empírico que describa de una manera completa la capacidad explicativa de estos factores a la hora de predecir los hábitos de consumo cultural en un ámbito concreto, en nuestro caso el consumo tanto de música grabada como de música en directo.

## DATOS

Para nuestra investigación hemos utilizado la *Encuesta sobre la Realidad Social de Andalucía* (ERSA a partir de ahora), desarrollada por el Área de Sociología de la Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces en 2009. Las entrevistas cara a cara fueron llevadas a cabo a través de una muestra estratificada de individuos por encima de los 16 años, que vivían en hogares a lo largo de todo el territorio de la comunidad autónoma andaluza. Las entrevistas fueron completadas por un total de 1.226 individuos<sup>3</sup>. La encuesta contenía un módulo sobre participación cultural a través

---

<sup>3</sup> Muestra teórica de 1.200 individuos, con muestreo polietápico estratificado por conglomerados. Error Muestral: Para un nivel de confianza del 95,5% (2 sigmas), en el caso más desfavorable ( $p = q = 0,50$ ) y en el supuesto de muestreo aleatorio simple, el error es del  $\pm 2,8\%$  para el conjunto de la Comunidad Autónoma de Andalucía. Para más detalles, véase Fundación Centro de Estudios Andaluces (2010).

de tres dimensiones del consumo cultural: asistencia a espacios y eventos de artes visuales, asistencia a espacios y eventos de artes escénicas, y géneros de música más escuchados –de manera intencional y no fortuita– por parte de los entrevistados. Este módulo se diseñó como una réplica de las preguntas incluidas en la *Arts in England Survey* llevada a cabo en 2001 por el *Social Survey Division* (departamento de encuestas sociales) del *UK Office for National Statistics* (Instituto Británico de Estadísticas Nacionales)<sup>4</sup>.

La ERSA se adapta bien a los objetivos de nuestra investigación puesto que el conjunto de variables sociodemográficas que incluye nos proveen de suficiente información para construir variables de estratificación social: la clase social a través del modelo EGP o CASMIN de Erikson, Goldthorpe y Portocarero (1979), el prestigio social a través de la escala de prestigio profesional SIOPS de Donald J. Treiman (1977), el mayor nivel escolar alcanzado por el entrevistado –logro educativo–, o el mayor nivel escolar alcanzado por sus padres –logro educativo parental–. Además incluye otro conjunto de variables que han sido comúnmente utilizadas en investigaciones académicas precedentes en esta área (Chan y Goldthorpe 2005; 2006; 2007a; 2007b; 2007c) como: el género, la edad, el número de hijos y el tamaño del hábitat. Después de eliminar los casos con valores perdidos en las variables que hemos considerado de mayor relevancia, el tamaño analítico de la muestra se quedó en 849 casos.

En la tabla 1 se muestran los estadísticos descriptivos de las variables utilizadas en nuestro análisis. Debido al tamaño de la muestra y en pro de la parsimonia, hemos optado por el esquema “EGP” de 5 clases. La clase de servicio toma la nomenclatura ‘I+II’; la clase de empleados de tipo administrativo alto, ‘IIIa’; la clase social de pequeños propietarios, autónomos y pequeños propietarios agrícolas toma la nomenclatura ‘IVabc’; la clase social de supervisores y trabajadores cualificados manuales, ‘V+VI’; y la clase de trabajadores no cualificados manuales, agrícolas y de servicio toma la nomenclatura ‘VII+IIIb’. Para obtener el “logro educativo parental” hemos combinado la educación del padre y la educación de la madre, elaborando una nueva variable que dé fe del nivel más alto alcanzado por alguno de los dos. Las variables ordinales –“edad”, “número de hijos” y “escala SIOPS”– representan su valor medio en la tabla 1, si bien en nuestro análisis hemos convertido la variable “número de hijos” en una variable de intervalo para mejorar la parsimonia del modelo.

Finalmente, vamos a describir brevemente las variables dependientes utilizadas en nuestro análisis<sup>5</sup>. La variable “asistencia alta cultura” hace referencia a aquellas

---

<sup>4</sup> Para más detalles, véase Skelton *et al.* (2002).

<sup>5</sup> La formulación de las preguntas sobre asistencia era la siguiente: “De esta ficha ¿a cuáles de las siguientes actividades ha asistido en los últimos 12 meses?” siendo ‘0’ “no menciona” y ‘1’ “menciona”. Para las preguntas sobre géneros de música que escucha, la formulación era la siguiente: “Mirando esta ficha, ¿qué tipo de música ha escuchado a través de un CD, DVD, Radio, Internet, mp3, o cualquier otro dispositivo de almacenamiento musical en las últimas cuatro semanas?”, siendo ‘0’ “no menciona” y ‘1’ “menciona”.

actividades consideradas tradicionalmente como *highbrow*, a saber: teatro, ópera, música clásica, danza o ballet. Por su parte, la “escucha alta cultura” hace referencia a la escucha intencional de música clásica, de ópera, audiolibros o poesía recitada. La variable “asistencia global” y “escucha global”, comprende el conjunto de músicas relacionadas con expresiones culturales foráneas como el jazz, el *country*, el *blues*, el *soul*, la música étnica o el *folk* –entendiendo este género como las músicas del “folklore” anglosajón, clásico y contemporáneo, de un lado y otro del Atlántico–. Las variables “asistencia local” y “escucha local”, comprenden aquellas músicas predominantemente de raíz nacional como la canción melódica, folclórica española o el flamenco. Finalmente, las variables “asistencia moderna” y “escucha moderna”, hacen referencia a músicas de inspiración urbana o de desarrollo contemporáneo, como aquellas de raíz rock/pop (*metal*, *punk*, *rock*, *pop*), los géneros de música de creación electrónica (*techno*, *house*, etc.) y otras de inspiración afroamericana (*rap*, *hip-hop*, *reggaetón*, etc.)<sup>6</sup>.

Las tablas 2 y 3 muestran una serie de matrices de correlaciones que hemos creído conveniente realizar utilizando el coeficiente de correlación de Pearson. Por un lado, la tabla 2 nos muestra las correlaciones entre las variables culturales. La relación entre asistencia y consumo de un mismo género es el fenómeno más comúnmente correlacionado. Por otro lado, la tabla 3 muestra la matriz de correlaciones entre las variables de estratificación social. Como era de esperar, existen correlaciones muy altas, por ejemplo entre el prestigio y la clase social. Incluir todas estas variables en el modelo, a pesar de su alta correlación, responde a dos motivos fundamentales. En primer lugar, es una manera de controlar un posible efecto de desajuste entre educación, prestigio y clase social a la hora de predecir ciertos comportamientos, como los consumos culturales. En segundo lugar, replicamos el *modus operandi* de anteriores estudios en la materia como son los realizados por Chan y Goldthorpe (2007a; 2007b; 2007c) y que ya reconocían la necesidad de incluirlas, a pesar de estar correlacionadas, dada la “relevancia empírica de su distinción” (2007a). Esto podría crearnos problemas de multicolinealidad, pero el paquete estadístico utilizado, R, excluye automáticamente del análisis aquellas variables que presentan esta cualidad, lo cual no ha ocurrido.

---

<sup>6</sup> A tenor de estos conglomerados de géneros musicales el lector podría hacerse la siguiente pregunta: ¿Por qué esta clasificación y no otra? Para nosotros, la definición de “género” dentro de la producción artística, hace referencia a “un *set* de trabajos artísticos clasificados conjuntamente en base a similitudes percibidas” (DiMaggio 1987:441). En este sentido, no hemos pretendido crear un “sistema de clasificación artística” estrictamente jerárquico, sino que hemos confeccionado un sistema híbrido que diera fe tanto de la homogeneidad interna de las audiencias que los consumen, como de las convecciones formales o de contenido que comparten dichos géneros (Wright 1975).

Tabla 1.  
*Estadísticos descriptivos. Frecuencias y puntuaciones  
 medias de las variables utilizadas.*

Variables categóricas	Frecuencias (%)		N	
<i>Género</i>	100		1226	
Hombre	48,6		596	
Mujer	51,4		630	
<i>Habitat</i>	100		1226	
<10000	19,7		242	
>10001 <20000	12,5		153	
>20001 <50000	33,4		410	
capitales y áreas metropolitanas	34,3		421	
<i>Logro educativo</i>	100		1226	
No educación	10,6		130	
Educación primaria	18,6		228	
Educación secundaria obligatoria	24,9		305	
Educación secundaria post-obligatoria	27,9		342	
Universidad	18,0		221	
<i>Logro educativo parental</i>	100		1174	
Educación primaria	28,6		336	
Educación secundaria obligatoria	38,0		446	
Educación secundaria post-obligatoria	12,3		144	
Universidad	11,8		109	
<i>EGP (5 clases)</i>	100		913	
I+II	16,2		148	
IIIa	9,5		87	
IVabc	22,7		207	
V+VI	18,3		167	
VII+IIIb	33,3		304	
<i>Variables de consumo cultural</i>				
Asistencia alta cultura	20,2		248	
Escucha alta cultura	26,3		322	
Asistencia global	9,7		119	
Escucha global	22		270	
Asistencia local	14,4		177	
Escucha local	61,3		752	
Asistencia moderna	15		184	
Escucha moderna	62,5		766	
Variables continuas	Media	Dev. típ.	Mínimo	Máximo
Edad	42,90	(17,53)	16	79
Numero de hijos	1,54	(1,60)	0	12
Prestigio social (escala SIOPS)	37,92	(13,91)	15	76

Fuente: ERSA (2009). Elaboración propia.

Tabla 2.  
Matriz de correlaciones entre las variables de consumo cultural. Correlación de Pearson.

	Asistencia alta cultura	Asistencia global	Asistencia local	Asistencia moderna	Escucha alta cultura	Escucha moderna	Escucha global	Escucha local
Asistencia alta cultura	1							
Asistencia global	0,246**	1						
Asistencia local	0,267**	0,218**	1					
Asistencia moderna	0,175**	0,302**	0,185**	1				
Escucha alta cultura	0,373**	0,186**	0,156**	0,097**	1			
Escucha moderna	0,088**	0,180**	0,141**	0,297**	0,172**	1		
Escucha global	0,183**	0,324**	0,157**	0,229**	0,345**	0,274**	1	
Escucha local	0,095**	0,040	0,212**	-0,032	0,127**	0,059*	0,119**	1

Fuente: ERSA (2009). Elaboración propia.

\*\*La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

\*La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Tabla 3.  
*Matrix de correlaciones entre las variables de  
 estratificación social. Correlación de Pearson.*

	Prestigio social	Logro educativo parental	Logro educativo	EGP
Prestigio social	1			
Logro educativo parental	,281**	1		
Logro educativo	,496**	,545**	1	
EGP	-,819**	-,249**	-,438**	1

Fuente: ERSA (2009). Elaboración propia.

\*\*La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

## RESULTADOS

A continuación vamos a presentar los resultados de nuestro *Latent Class Analysis* o Análisis de Clases Latentes (LCA a partir de ahora) con los géneros musicales y las covariables sociodemográficas antes descritas. La introducción de covariables en el modelo nos permitirá predecir la pertenencia de los diferentes grupos de individuos a las diferentes clases latentes (Dayton y MacReady 1988; Hagenaars y McCutcheon 2002). Básicamente, el LCA es una técnica que permite la clasificación de los individuos a las diferentes clases o *clusters* a través de una aproximación probabilística, conservando así un principio de incertidumbre en cuanto a la pertenencia a dichas clases<sup>7</sup>. Su estructura *log lineal* nos permite “analizar datos categóricos, que no requieren distinción alguna entre variables dependientes e independientes y que se centra concretamente en las estructuras de asociación e interacción” (Goldthorpe 2010:251). La ingente cantidad de estudios que han utilizado esta técnica a la hora de analizar los consumos culturales (Van Rees, Vermunt y Verboord 1999; López-Sintas y García-Álvarez 2002; López-Sintas, García-Álvarez y Filimon 2008; Zavisca 2005; Chan y Goldthorpe 2005; 2006; 2007a; 2007b; 2007c; Fernández, Orea y Prieto 2009; Tampubolon 2010; Cuadrado-García y Montoro-Pons 2011; entre otros) nos da una idea del consenso académico existente en cuanto a su uso.

<sup>7</sup> A pesar de sus semejanzas con otros tipos de análisis de clasificación considerados de poca robustez o *fuzzy clustering*, el LCA presenta una serie de características propias que lo han hecho más y más popular en los últimos años (Vermunt y Magidson 2006a). Según Vermunt y Magidson, las probabilidades que tiene un individuo de pertenecer a una clase son directamente computadas de los parámetros del modelo estimado y sus puntuaciones observadas. En otras palabras, el LCA permite clasificar a los individuos en una clase a través de un método exhaustivo y excluyente, lo cual no es posible a través de otras técnicas de *fuzzy clustering* estándar (2006b:2). Es lo que se conoce como método de asignación modal.

Tabla 4.  
Modelos estimados de clases latentes.

Forma del Modelo	X <sup>2</sup>	Diferencia de X <sup>2</sup>	df	AIC	Diferencia de AIC	BIC	Diferencia de BIC	Máxima verosimilitud alcanzada
2 clases	838,23	-	218	6435,80	-	6611,33	-	-3180,90
3 clases	527,75	-310,48	189	6222,48	-213,32	6535,59	-75,74	-3045,24
4 clases	519,83	-318,4	160	6229,68	-206,12	6680,37	69,04	-3019,84

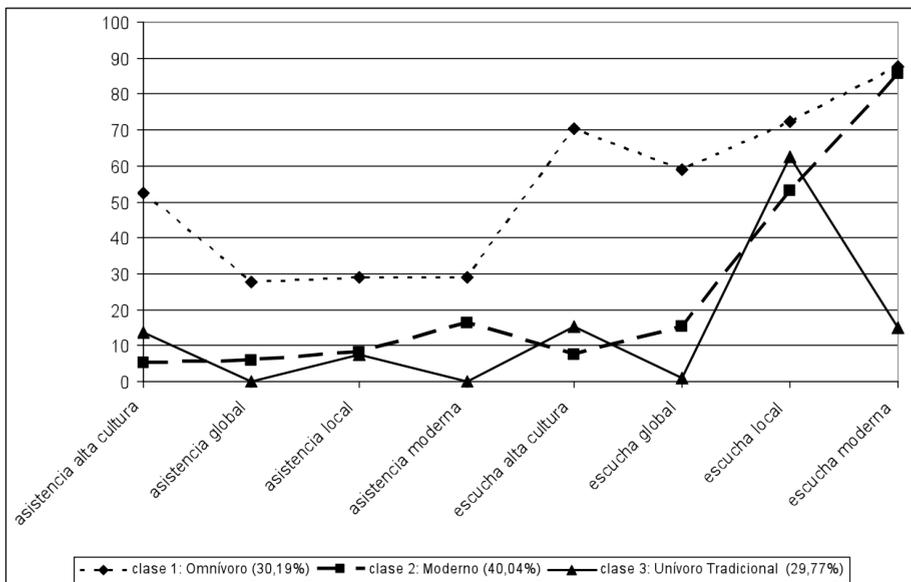
Fuente: ERSA (2009). Elaboración propia.

La tabla 4 muestra los resultados de los modelos de LCA para estos datos que van de 2 hasta 4 clases latentes. Para comparar los ajustes del modelo hemos utilizado dos criterios de información estadística, *AIC* (*Akaike Information Criterion*) y *BIC* (*Bayesian Information Criterion*). Como estadístico de ajuste global del modelo hemos utilizado el  $X^2$  o Chi-Cuadrado. La casilla *df* recoge los grados de libertad de cada modelo. Basándonos tanto en el *BIC* como en el *AIC* (Zavitsa 2005:1240), el modelo de 3 clases es el que mejor ajusta. Como se observa, el modelo de 4 clases reduce el *AIC* en menor proporción que el modelo de 3 clases, mientras que llega incluso a aumentar el estadístico *BIC* respecto al primer modelo de 2 clases. Por consiguiente, se ha rechazado utilizar el modelo de 4 clases. Para ilustrar claramente la estructura de asociaciones e interacciones entre las variables en cada una de las tres clases latentes hemos diseñado la figura 1. El gráfico se lee del siguiente modo: La probabilidad de escuchar habitualmente música de alta cultura es del 70,4% para los miembros de la clase 1, 7,4% para los miembros de la clase 2 y del 15,2% para los miembros de la clase 3.

Según nuestro LCA, y en función de las probabilidades condicionales de pertenencia de cada uno de los géneros a cada una de las clases, las hemos denominado del siguiente modo: la clase 1, "clase omnívoro", engloba al 30,2% de los casos; la clase 2, "clase moderno", incluye al 40% de la población; y finalmente, la clase 3, "unívoro tradicional", contiene al 29,8% restante.

La clase 1 presenta el patrón más voraz, culturalmente hablando, de las tres clases. Tiene el patrón de asistencia a conciertos más alto, con porcentajes que van del 27,6% de probabilidades de asistir a conciertos de géneros de música global, al 52,4% de probabilidades de asistir a eventos de alta cultura. Al mismo tiempo, la clase 1 posee muchas probabilidades de escuchar todo tipo de géneros, teniendo, por ejemplo, un 70,4% de probabilidades de escuchar músicas de alta cultura y casi un 90% de probabilidades de escuchar géneros denominados modernos. Por ende, nos encontramos ante un patrón de consumo plural, abierto y omnívoro.

Figura 1.  
 Probabilidades condicionales de asociación entre géneros musicales. Modelo de tres clases latentes.



Fuente: ERSA (2009). Elaboración propia.

Las clases 2 y 3 presentan características comunes. Ambas tienen pocas probabilidades de asistir a cualquier tipo de concierto. Son, en este sentido, clases pasivas en cuanto a su participación cultural-musical. Por otro lado, sus preferencias de escucha se alejan de las músicas de alta cultura o de inspiraciones étnicas y de folclore internacional. No obstante, ambas presentan diferencias significativas. La clase 2 tiene un 86% de probabilidades de escuchar música moderna y un 53% de probabilidades de escuchar música de índole local. En cambio, la clase 3 concentra su consumo musical casi exclusivamente en los géneros de índole local (62,5% de probabilidades). La clase 2 presenta un patrón ligeramente más activo en cuanto a asistencia y ligeramente más abierto que la clase 3. Esta última presenta un rechazo total a asistir a conciertos de músicas modernas, y a escuchar o asistir a conciertos de música global. Si bien no es una probabilidad alta (16%) la clase 3 presenta mayores probabilidades de escuchar músicas de alta cultura, siendo este su segundo género predilecto tras las músicas de carácter nacional o local.

En resumen, hemos obtenido tres clases latentes con comportamientos bien diferenciados. La primera clase (omnívoro) es, sin duda, la clase con el patrón de consumo más activo y voraz. Presenta altas probabilidades de consumir géneros de distinción social en su sentido clásico, alta cultura, sin rechazar otros géneros ligados a la cultura moderna, a la cultura folclórica nacional o a culturas de folclore internacional. Nuestros resultados a este respecto concuerdan con los obtenidos por Ariño para el conjunto de la sociedad española (2007:146). La segunda clase (moderno), presenta un patrón que se concentra fundamentalmente en la escucha de géneros modernos y locales, presentando un cierto rechazo por la alta cultura, y pocas probabilidades de asistir a conciertos, si exceptuamos los conciertos de música moderna. Finalmente, la clase unívoro tradicional (clase 3) presenta el patrón más homogéneo, es decir, más exclusivo de un solo género. Su género preferente es el de las músicas de inspiración local, de carácter hispano-parlante. Tiene un rechazo casi absoluto a músicas globales o modernas pero presenta un leve interés por los géneros de alta cultura. Estas diferenciaciones en los patrones de consumo evidencian la necesidad de distinguir entre *folk music* (músicas folclóricas locales) y *popular music* (músicas modernas), puesto que ambos géneros forman parte de esquemas de comportamiento específicos. Ambas familias de géneros artísticos se diferencian de los géneros de alta cultura, no solo a través de procesos intrínsecos en su producción y lógicas de mercado, sino también según procesos rituales de los individuos que los consumen (DiMaggio 1987:451). Sin embargo, en la tradición académica anglosajona puede llegar a ser poco útil la distinción entre el género “folk” y la música popular –moderna en nuestra clasificación–, puesto que ambas tienen una misma raíz. Sin embargo, en nuestro contexto cultural el género “folk” pertenece al conjunto de “músicas globales” dado su origen exógeno. En este sentido, la “música moderna”, en tanto conjunto de géneros contemporáneos importados de la tradición anglosajona, debe ser distinguida de los géneros de raíz folclórica nacional endémicos de nuestro país (músicas locales).

Seguidamente, vamos a entrar a analizar qué características sociales influyen en ser omnívoro. Para ello vamos a utilizar un análisis de regresión logística multinomial, que comprueba las características que aumentan o disminuyen las probabilidades de, por un lado, ser omnívoro frente a ser unívoro tradicional (tabla 5) y, por otro, ser omnívoro frente a ser moderno (tabla 6). En ambas tablas presentamos los resultados de 4 regresiones. En cada una de ellas hemos ido incluyendo una nueva variable de estratificación social para ver así como afecta, no al modelo de clases latentes –que permanece meridianamente constante en cuanto a la composición interna de cada una de las clases–, sino al resto de variables sociodemográficas ya incluidas en el modelo. En otras palabras, queremos ver qué características estratificadoras absorben el efecto de otras para comprobar así cuáles de ellas concentran un mayor poder explicativo, *ceteris paribus*.

En primer lugar cabe destacar que, al contrario de lo que sucede en la sociedad británica (Chan y Goldthorpe 2007c) el género no conforma una característica que influya en la probabilidad de ser omnívoro. El hábitat podría ser considerada una

Tabla 5.  
*Análisis de regresión logística multinomial: el efecto de las características sociales de los individuos sobre la probabilidad de omnívoro frente a unívoro tradicional.*

	regresión 1		regresión 2		regresión 3		regresión 4	
	$\beta$	Error Std.						
Mujer <sup>a</sup>	0,42	(0,36)	0,62	(0,40)	0,65	(0,37)	0,86	(0,45)
Edad	-0,12**	(0,02)	-0,13**	(0,02)	-0,07**	(0,02)	-0,10**	(0,03)
Número hijos 1- 4 <sup>b</sup>	-0,68	(0,49)	-0,65	(0,54)	-0,98	(0,53)	-0,16*	(0,81)
Número hijos 5 o más	-0,21	(0,92)	0,09	(0,99)	0,05	(1,06)	-8,74**	(0,04)
Habitat >10.000 <20.000 hab. <sup>c</sup>	1,24*	(0,57)	1,24*	(0,60)	1,02	(0,56)	1,34*	(0,67)
Habitat >20.001 <50.000 hab.	1,08*	(0,44)	1,00*	(0,48)	0,70	(0,47)	0,86	(0,54)
Capitales y áreas metropolitanas	0,65	(0,45)	0,52	(0,48)	0,14	(0,46)	0,14	(0,55)
IIIa <sup>d</sup>	0,15	(0,73)	0,24	(0,79)	0,30	(0,73)	0,81	(1,02)
IVabc	-2,06**	(0,51)	-1,68**	(0,58)	-0,83	(0,55)	-1,08	(0,68)
V+VI	-2,29**	(0,55)	-1,21	(0,68)	-0,39	(0,70)	-0,43	(0,85)
VII+IIIb	-1,99**	(0,51)	-0,41	(0,77)	-0,43	(0,74)	-0,30	(0,86)
Prestigio social			0,06**	(0,02)	0,02	(0,02)	0,03	(0,03)
Primaria <sup>e</sup>					6,66**	(0,61)	7,32**	(0,68)
Secundaria Obligatoria					8,11**	(0,36)	8,42**	(0,46)
Secundaria Post-obligatoria					9,06**	(0,42)	9,05**	(0,52)
Universitaria					9,56**	(0,54)	9,17**	(0,68)
Primaria (Parental) <sup>e</sup>							0,69	(0,46)
Secundaria Obligatoria (Parental)							1,23	(0,83)
Secundaria Post-obligatoria (Parental)							1,48*	(0,67)
Universitaria (Parental)							5,33**	(0,33)
Constante	6,91**	(1,19)	4,15**	(1,55)	-5,11**	(1,22)	-4,61**	(1,55)

Fuente: ERSA (2009). Elaboración propia.

\* $p < 0,05$ ; \*\* $p < 0,01$ .

<sup>a</sup> Hombre como categoría de referencia.

<sup>b</sup> Ningún hijo como categoría de referencia.

<sup>c</sup> Menos de 10.000 habitantes como categoría de referencia.

<sup>d</sup> Clase I+II como categoría de referencia.

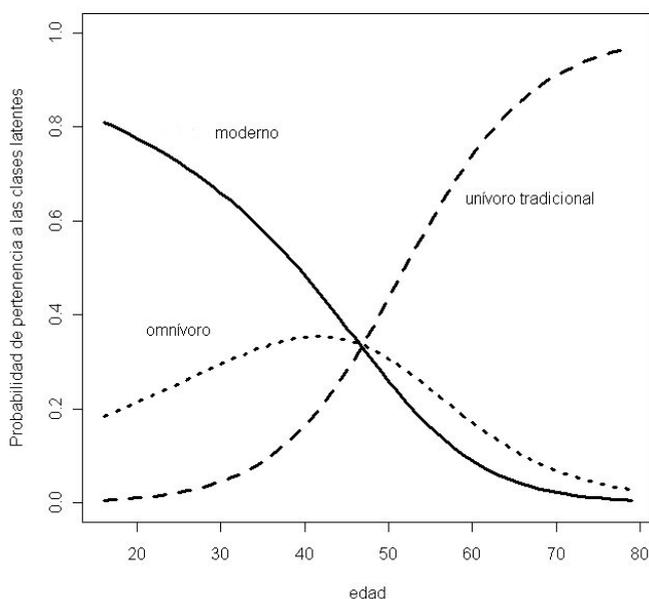
<sup>e</sup> Menos de primaria como categoría de referencia.

variable de influencia en el consumo cultural dadas las diferencias en la distribución de los “bienes singulares” en el “espacio geográfico” y no solo en el social (Bourdieu 2006:120). Sin embargo, en nuestro modelo ha tenido un efecto más bien marginal y no lineal respecto al volumen de población. Al igual que ocurría en el estudio de Chan y Goldthorpe (2007c:10), la presencia de hijos parece reducir las probabilidades de los individuos de ser omnívoro frente a unívoro tradicional, pero no así frente a ser moderno. La edad, como viene siendo tradicional en la investigación académica reciente, mantiene su influencia en los hábitos de consumo cultural si bien nuestros resultados presentan ciertas particularidades. Los jóvenes tienen más probabilidad de ser omnívoros frente a unívoros tradicionales, pero tienen menos probabilidades que los mayores de ser omnívoros si lo comparamos con ser moderno. Dicho de otro modo, el patrón moderno aparece como más probable entre los tramos jóvenes, el patrón unívoro tradicional entre las cohortes más mayores; mientras que la omnivoridad aparece como una característica ligada con mayor probabilidad a una cohorte de edad muy concreta, los individuos entre los 30 y los 45 años. Este hecho se observa con mayor claridad si observamos la Figura 2 donde se observa la probabilidad de pertenecer a cada una de las clases latentes según la edad de los individuos.

Abordando ahora nuestra cuestión principal, la estratificación social del consumo cultural, un primer resultado emerge de una manera clara a tenor de las tablas 5 y 6.

Figura 2.

*Probabilidad de pertenecer a cada una de las tres clases latentes según la edad.*



Fuente: ERSa (2009). Elaboración propia.

Tabla 6.  
*Análisis de regresión logística multinomial: El efecto de las características sociales de los individuos sobre la probabilidad de omnívoro frente a moderno.*

	regresión 1		regresión 2		regresión 3		regresión 4	
	$\beta$	Error Std.						
Mujer <sup>a</sup>	-0,07	(0,26)	-0,10	(0,27)	0,08	(0,26)	0,02	(0,30)
Edad	0,08**	(0,02)	0,07**	(0,02)	0,05**	(0,01)	0,09**	(0,02)
Número hijos 1- 4 <sup>b</sup>	-0,54	(0,30)	-0,44	(0,31)	-0,28	(0,29)	-0,26	(0,33)
Número hijos 5 o más	-1,57	(1,26)	-1,51	(1,15)	0,50	(1,62)	0,38	(1,30)
Habitat >10.000 <20.000 hab. <sup>c</sup>	0,23	(0,42)	0,32	(0,43)	0,31	(0,42)	0,01	(0,50)
Habitat >20.001 <50.000 hab.	-0,30	(0,37)	-0,23	(0,38)	-0,04	(0,36)	-0,46	(0,43)
Capitales y áreas metropolitanas	-0,44	(0,35)	-0,41	(0,35)	-0,40	(0,34)	-0,82*	(0,42)
IIIa <sup>d</sup>	-0,71	(0,44)	-0,57	(0,45)	-0,24	(0,44)	-0,61	(0,54)
IVabc	-1,40**	(0,39)	-1,19*	(0,42)	-0,81*	(0,39)	-0,90	(0,48)
V+VI	-1,64**	(0,44)	-0,86	(0,56)	-0,44	(0,52)	-0,59	(0,66)
VII+IIIb	-1,49**	(0,36)	-0,46	(0,58)	-0,35	(0,54)	-0,55	(0,66)
Prestigio social			0,04*	(0,02)	0,01	(0,02)	0,00	(0,02)
Primaria <sup>e</sup>					5,06**	(0,46)	2,89**	(0,58)
Secundaria Obligatoria					6,32**	(0,29)	4,46**	(0,39)
Secundaria Post-obligatoria					6,60**	(0,27)	4,60**	(0,37)
Universitaria					7,44**	(0,36)	5,69**	(0,48)
Primaria (Parental) <sup>e</sup>							-0,05	(0,47)
Secundaria Obligatoria (Parental)							0,80	(0,53)
Secundaria Post-obligatoria (Parental)							1,25*	(0,58)
Universitaria (Parental)							1,86**	(0,66)
Constante	-1,89**	(0,70)	-3,60**	(1,14)	-8,77**	(0,82)	-7,62**	(1,09)

Fuente: ERSA (2009). Elaboración propia. \* $p < 0,05$ ; \*\* $p < 0,01$ .

<sup>a</sup> Hombre como categoría de referencia. <sup>b</sup> Ningún hijo como categoría de referencia.

<sup>c</sup> Menos de 10.000 habitantes como categoría de referencia.

<sup>d</sup> Clase I como categoría de referencia.

<sup>e</sup> Menos de primaria como categoría de referencia.

Podemos confirmar que el efecto del logro educativo es el factor de mayor importancia sobre la probabilidad de ser omnívoro, más que otras características estratificadoras como la clase o el prestigio social. Este efecto se da especialmente cuando comparamos entre omnívoros y unívoros tradicionales (tabla 5). Estos resultados son congruentes con otros obtenidos en el contexto nacional (López-Sintas y García-Álvarez 2002; Ariño 2010; Herrera-Usagre 2011). Por otro lado, en nuestras primeras regresiones (regresión 1 y regresión 2) de las tablas 5 y 6, observamos cómo al incluir en el modelo el prestigio social de los individuos, la influencia de la clase social perdía fuerza. En cambio, cuando introducimos la variable de logro educativo en el modelo (regresión 3) el prestigio social deja de afectar a las probabilidades de ser omnívoro. No obstante, la clase de pequeños propietarios (IVabc) presenta rasgos diferenciados. Esta clase social mantiene una menor probabilidad de ser omnívoro. Incluso cuando introducimos la variable de logro educativo sigue teniendo menos probabilidades de ser omnívoro frente a moderno (regresión 3 en la tabla 6) que la clase de servicio (I+II). Cuando introducimos la variable de capital cultural parental (regresión 4), emerge un nuevo resultado. Una vez controladas el resto de variables estratificadoras, y al contrario de los resultados obtenidos por López-Sintas y García-Álvarez para España (2002:362), el hecho de tener padres con altos niveles educativos (al menos secundaria postobligatoria) aumenta las probabilidades de tener un consumo cultural omnívoro entre los individuos. Este resultado saca a la luz la importancia del capital cultural parental en los hábitos de consumo o participación cultural de los individuos, tal y como afirmaban Van Eijck y Kraaykamp (2009). En otras palabras, cuanto mayor es la capacidad de procesamiento de información de los individuos (medido a través del logro educativo), más complejo y más amplio es el estímulo de consumo cultural que necesitan. Además, esta voracidad en la demanda se ve amplificada por la transmisión intergeneracional de capital cultural (medido a través del logro educativo parental). Nuestros resultados evidencian de este modo un fenómeno contrario al obtenido por Van Eijck (2007). El consumo heterogéneo de géneros culturales entre los individuos con mayores niveles educativos no viene dado, al menos en el ámbito de la música, por experimentar una movilidad intergeneracional educacional ascendente (conservando consumos populares y adquiriendo capacidades para la alta cultura). De hecho, se da con más probabilidad cuando estos individuos experimentan una inmovilidad educacional. O dicho de otro modo, aquellos individuos con altos niveles educativos que tienen también padres con altos niveles educativos tienen más probabilidades de ser omnívoros.

## CONCLUSIONES

Una primera conclusión que hemos obtenido, a tenor de los resultados, es la inexistencia de un patrón exclusivo y unívoro de consumo musical de alta cultura. Este hecho no es baladí, puesto que verifica un escenario donde el consumo de alta cultura no exige al

individuo de apreciar otras formas de expresión artístico-cultural externas a lo "legítimo" en términos bourdianos. Este nuevo panorama, coloca al consumo en una posición aventajada respecto a otras formas de comportamiento social en el plano cultural, como son las preferencias en el gusto. En otras palabras, el consumo se erige como un indicador más certero que el gusto a la hora de dar cuenta de las relaciones entre estratificación social y consumo cultural. El uso de técnicas como el análisis de clases latentes nos ha provisto de la capacidad de esbozar patrones de consumo plurales y no excluyentes, lo cual evita sesgos de deseabilidad social como ocurriría si preguntásemos a los individuos sobre su género musical preferido. En este sentido, medir la acción en lugar de medir la predisposición a la acción, se nos presenta como una forma más completa de estudiar los esquemas de preferencias culturales.

En segundo lugar, se observa cómo características como la edad de los individuos, o en términos generales, el ciclo de vida ligado a la experiencia de la paternidad/maternidad, influyen de manera significativa en su patrón de consumo cultural. Esta aportación nos alejaría de los argumentos más duros sobre la influencia única de factores estratificatorios en el comportamiento de los individuos, y nos acercaría a los argumentos que ligan también el consumo cultural a otras características estructurales.

En tercer lugar, nos gustaría reflexionar sobre los posibles fundamentos motivacionales que subyacen al fenómeno social de la omnivoridad de los consumos culturales. La hipótesis del procesamiento de información nos proporciona una explicación bien fundamentada al consumo de alta cultura por los individuos con mayor nivel educativo. Sin embargo, el aprecio que demuestran los individuos con altos niveles educativos hacia formas de expresión cultural más "sencillas", tendría que ser explicado a través de otro tipo de esquemas, no solo cognitivos sino también valorativos. La hipótesis de la transmisión intergeneracional de actitudes culturales nos proporciona pistas en este sentido. Si la omnivoridad está ligada tanto a niveles educativos altos de los individuos como a la de padres, y no puede ser explicada exclusivamente por la autorrealización personal a través de estímulos intelectuales complejos, estaríamos hablando pues, del resultado de una transmisión intergeneracional de valores de apertura y empatía con otras formas de expresión artístico-culturales no legítimas. En efecto, se produciría una complementariedad entre transmisiones de aptitudes culturales legítimas (en forma de capital simbólico, esquemas cognitivos, lenguaje, etc.) y transmisiones de actitudes de apertura en el plano cultural (como el fomento del interés en géneros musicales no legítimos, en expresiones de cultura popular local o extranjera, empatía con otras formas de pensar, actuar y expresarse, etc.). En este nuevo escenario, dos hipótesis cardinales competirían por la explicación al fundamento motivacional de la omnivoridad. Por un lado, el consumo de alta cultura combinado con consumos de otras formas de expresión artísticas no legítimas, cumpliría una función de distinción social de los estratos mejor educados, manifestando así una forma de consumo ecléctico, intencionalmente variado y rico en apreciaciones multiculturales. Por otro lado, la omnivoridad cultural podría responder a la búsqueda de la satisfacción individual de estímulos informacionales no solo más complejos, debido a su alta capacidad de proceso de información compleja, sino

también más variados, debido a su capacidad de comprensión de todo tipo de expresiones culturales. Esta complementariedad con géneros no legítimos se nutriría por tanto del disfrute personal a través de apreciar otros matices más allá de la complejidad formal atribuida históricamente a la alta cultura.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ariño, A. 2007. "Música, democratización y omnivoridad." *Política y Sociedad* 44:131-150.
- Ariño, A. 2010. *Prácticas culturales en España. De los años sesenta a la actualidad*. Barcelona: Ariel.
- Ariño, A., R. Castelló, G. M. Hernández y R. Llopis. 2006. *La participación cultural en España*. Madrid: Fundación Autor.
- Bauman, Z. 1988. *Freedom*. Milton Keynes: Open University Press.
- Bauman, Z. 2002. *Society under Siege*. Cambridge: Polity Press.
- Beck, U. 1992. *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage.
- Bennet, T. 2010. *Cultural Capital and Social Exclusion Project*. Milton Keynes: Open University. Consultado 16 de abril de 2012 (<http://www.open.ac.uk/socialsciences/cultural-capital-and-social-exclusion/research-team.php>).
- Bourdieu, P. 2006. *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. and J. C. Passeron. 1977. *Reproduction in Education, Society and Culture*. London: Sage.
- Carabaña, J. 1999. *Dos estudios sobre movilidad intergeneracional*. Madrid: Fundación Argentaria, Visor.
- Carabaña, J. and C. Gómez Bueno. 1996. *Cuadernos metodológicos: escalas de prestigio profesional*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Castells, M. 1996. "The net and the self." *Critique in Anthropology* 16:9-38.
- Chan, T. W. 2002. "Social Status, Lifestyle and Cultural Consumption: A Comparative Study". *Cultures of Consumption Research Programme*. Consultado 16 de Abril de 2012 (<http://users.ox.ac.uk/~sfos0006/status.html>).
- Chan, T. W. 2010. *Social Status and Cultural Consumption*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Chan, T. W. and J. H. Goldthorpe. 2005. "The Social Stratification of Theatre, Dance and Cinema Attendance". *Cultural Trends* 14:193-212.
- Chan, T. W. and J. H. Goldthorpe. 2006. "Social Stratification of Cultural Consumption Across Three Domains: Music, Theatre, Dance and Cinema, and the Visual Arts". Consultado 14 de Abril de 2012 (<http://users.ox.ac.uk/~sfos0006/papers/xdomain3.pdf>).

- Chan, T. W. and J. H. Goldthorpe. 2007a. "Class and status: The Conceptual Distinction and its Empirical Relevance". *American Sociological Review* 72:512-532.
- Chan, T. W. and J. H. Goldthorpe. 2007b. "Social Stratification and Cultural Consumption: The Visual Arts in England". *Poetics* 35:168-190.
- Chan, T. W. and J. H. Goldthorpe. 2007c. "Social Stratification and Cultural Consumption: Music in England". *European Sociological Review* 23:1-19.
- Cuadrado-García, M. and J. D. Montoro-Pons. 2011. "Live and prerecorded popular music consumption". *Journal of Cultural Economics* 35:19-48.
- Dayton, C. M. and G. B. McReady. 1988. "Concomitant-Variable Latent Class Models". *Journal of the American Statistical Association* 83:173-178.
- De Vries, J. and P. M. de Graaf. 2008. "Is the intergenerational transmission of high cultural activities based by the retrospective measurement of parental high cultural activities?". *Social Indicators Research* 85:311-327.
- DiMaggio, P. 1987. "Classification in Art". *American Sociological Review* 52: 440-455
- DiMaggio, P. 2000. "The production and consumption of culture: Essays on Richard A. Peterson's contributions to cultural society". *Poetics* 28:107-136.
- DiMaggio, P. and M. Useem. 1978. "Social class and arts consumption". *Theory and Society* 5:141-161.
- Echevarría, J. 1999. *La movilidad social en España*. San Sebastián de los Reyes, Madrid: Istmo.
- Erikson, R., and J. H. Goldthorpe. 1992. *The constant Flux*. Oxford: Clarendon Press Oxford.
- Erikson, R., J. H. Goldthorpe and L. Portocarero. 1979. "International Class Mobility in Three Western European Countries". *British Journal of Sociology* 30:415-441.
- Erikson, R. and J.O. Jonsson. 1993. *Ursprung och Utbildning*. Stockholm: Statens Offentliga Utredningar.
- Fernández-Blanco, V., L. Orea and J. Prieto-Rodríguez. 2009. "Analyzing consumers heterogeneity and self-reported tastes: An approach consistent with the consumer's decision making process's". *Journal of Economic Psychology* 30:622-633.
- Fernández-Rodríguez, C.J. and R. Heikkilä. 2011. "El debate sobre el omnivorismo cultural. Una aproximación a nuevas tendencias en sociología del consumo". *Revista Internacional de Sociología* 69:585-606.
- Fundación Centro de Estudios Andaluces. 2010. *Realidad Social 2009*. Consejería de la Presidencia Junta de Andalucía: Banco de datos sociales. Consultado 16 de Abril de 2012 (<http://www.centrodeestudiosandaluces.es/index.php?mod=publicaciones&cat=20&id=2507&ida=0&idm=>).
- Ganzeboom, H. B. G. (1982). Explaining Differential Participation in High-Cultural Activities - A Confrontation of Information-Processing and Status-Seeking Theories. In W. Raub (Ed.), *Theoretical Models and Empirical Analyses* (pp. 186-203). E.S. Publications.

- Ganzeboom, H. B. G., M. de Graaf and D. J. Treiman. 1992. "A Standard International Socio-Economic Index of Occupational Status". *Social Science Research* 21:1-56.
- Ganzeboom, H. 2009. "Research tools", *Harry Ganzeboom's Home Page*. Consultado 20 de Octubre de 2009 (<http://home.fsw.vu.nl/~ganzeboom/>).
- Giddens, A. 1991. *Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity.
- Goldthorpe, J. H. 1968. *The Affluent Worker: Industrial Attitudes and Behavior*. London: Cambridge.
- Goldthorpe, J. H. 2010. *De la sociología. Números, narrativas e integración de la investigación y la teoría*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Güveli, A. 2006. *New social classes within the service class in the Netherlands and Britain. Adjusting the EGP class schema for the technocrats and the social and cultural specialists*. Nijmegen: Dissertation Radboud University Nijmegen.
- Hagenaars, J. A. and A. L. McCutcheon. 2002. *Applied Latent Class Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Halle, D. 1992. The Audience of Abstract Art: Class, Culture and Power. In M. Lamont and M. Fournier (Ed.) *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality* (Pp. 131-51). Chicago: University of Chicago.
- Herrera-Usagre, M. 2011. "El consumo cultural en España. Una aproximación al análisis de la estratificación social de los consumos culturales y sus dificultades metodológicas". *Empiria: Revista de metodología de ciencias sociales* 22:141-172.
- Jenks, C. 1997. *Culture*. New York: Routledge.
- Katz-Gerro, T. 2002. "Highbrow Cultural Consumption and Class Distinction in Italy, Israel, West Germany, Sweden, and the United States". *Social Forces* 81:207-229.
- Kraaykamp, G. 2003. "Literary socialization and reading preferences: Effects of parents, the library, the school". *Poetics* 31:235-257.
- Kraaykamp, G. and K. Dijkstra. 1999. "Preferences in leisure time book Redding: a study on the social differentiation in book Redding for the Netherlands." *Poetics* 26:203-234.
- Lamont, M. and V. Molnár. 2001. "How Blacks Use Consumption to Shape Their Collective Identity." *Journal of Consumer Culture* 1:31-45.
- Lazarsfeld, P. F. and N. W. Henry. 1968. *Latent Structure Analysis*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- López-Sintas, J. and M. E. García-Álvarez. 2002. "Omnivores show up again: the segmentation of cultural consumers in Spanish social space". *European Sociological Review* 18:353-368.
- López-Sintas, J., M. E. García-Álvarez and N. Filimon. 2008. "Scale and periodicities of recorded music consumption: reconciling Bourdieu's theory of taste with Facts." *The Sociological Review* 56:78-100.

- Marqués, I. and M. Herrera-Usagre. 2010. "¿Somos más móviles? Nuevas evidencias sobre la movilidad intergeneracional de clase en España en la segunda mitad del siglo XX." *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* 141: 43-73.
- Mohr, J. and P. DiMaggio. 1995. "The intergenerational transmission of cultural capital." *Research in Social Stratification and Mobility* 14:167-199.
- Ortega y Gasset, J. 2008. *La deshumanización del arte y otros ensayos de estética*. Madrid: Austral.
- Pakulski, J. and M. Waters. 1996. *The Death of Class*. London: Sage.
- Peterson, R. A. 2005. "Problems in comparative research: The example of omnivorousness". *Poetics* 33:257-282.
- Peterson, R. A. 2007. "Comment on Chan and Goldthorpe: Omnivore, what's in a name, what's in a measure?" *Poetics* 35:301-305.
- Peterson, R. A. and R. M. Kern. 1996. "Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore." *American Sociological Review* 61:901-907.
- Ryan, J. 2000. "The production and consumption of culture: Essays on Richard A. Peterson's contributions to cultural sociology: A prolegomenon". *Poetics* 28:91-96.
- Silva, E. 2006. "Distinction through visual art." *Cultural Trends* 15:141-158.
- Skelton, A., A. Bridgwood, K. Duckworth, L. Hutton, C. Fenn, C. Creaser, and A. Babbidge. 2002. "Arts in England: Attendance, participation and attitudes in 2001". *Research report 27*. London: The Arts Council of England.
- Tampubolon, G. 2008a. "Revisiting omnivores in America circa 1990s: The exclusiveness of omnivores?". *Poetics* 36:243-264.
- Tampubolon, G. 2008b. "Distinction in Britain, 2001-2004? Unpacking homology and the 'aesthetics' of the popular class." *European Societies* 10:403-428.
- Tampubolon, G. 2010. "Social stratification and cultures hierarchy among the omnivores: Evidence from the Arts Council England surveys." *The Sociological Review* 58:1-25.
- Torche, F. 2007. "Social Status and cultural consumption: The case of redding in Chile." *Poetics* 35:70-92.
- Treiman, D. J. 1977. *Occupational Prestige in Comparative Perspective*. Nueva York: Academic Press.
- Van Eijck, K. 1996. *Family and opportunity: A sibling analysis of the impact of family background on education, occupation, and consumption*. Tilburg: Tilburg University Press.
- Van Eijck, K. 1997. "The impact of family background and educational attainment on cultural consumption: A sibling analysis." *Poetics* 25:195-224.
- Van Eijck, K. 1999. "Socialization, education, and lifestyle: How social mobility increases the cultural heterogeneity of status groups." *Poetics* 26:309-328.

- Van Eijck, K. and G. Kraaykamp. 2009. "The intergenerational reproduction of cultural capital in its embodied, institutionalized, and objectified states." *Mens & Maatschappij* 84:177-206.
- Van Rees, K., J. K. Vermunt and M. Verboord. 1999. "Cultural classifications under discussion: latent class analysis of highbrow and lowbrow reading." *Poetics* 26:349-365.
- Vermunt, J. K. and J. Magidson. 2006a. "Latent Class Analysis". Consultado 16 de Abril de 2012 (<http://www.statisticalinnovations.com/articles/Latclass.pdf>).
- Vermunt, J. K., and J. Magidson. 2006b. "Latent Class Cluster Analysis". Consultado 16 de Abril de 2012 (<http://www.statisticalinnovations.com/articles/lclclurev.pdf>).
- Warde, A. 1997. *Consumption, Food and Taste*. London: Sage.
- Warde, A., D. Wright and M. Gayo-Cal. 2007. "Understanding Cultural Omnivorousness: Or the Myth of the Cultural Omnivore". *Cultural Sociology* 1:143-164.
- Wilemsky, H. L. 1964. "Mass Society and Mass Culture: Interdependence or Independence?." *American Sociological Review* 29:173-197.
- Wright, W. 1975. *Sixguns and Society*. Berkeley: University of California Press.
- Wuggenig, U. 2007. "Comments on Chan and Goldthorpe: Pitfalls in testing Bourdieu's homology assumptions using mainstream social science methodology". *Poetics* 35:306-316.
- Zavisca, J. 2005. "The Status of Cultural Omnivorism: A Case Study of Reading in Russia." *Social Forces* 84:1233-1255.

**MANUEL HERRERA-USAGRE** es Licenciado en Sociología por la Universidad de Granada, Máster Oficial por la misma Universidad y Experto por la Universidad de Växjö. En la actualidad, ejerce como técnico de investigación en la Agencia de Calidad Sanitaria de Andalucía. Ha sido docente en la Universidad de Sevilla y realizado tareas de investigación con el Instituto de Estadística de Andalucía, la Fundación Centro de Estudios Andaluces y la Universidad Internacional de Andalucía. Sus principales áreas de investigación son estratificación social, movilidad social intergeneracional, consumo cultural, gestión del conocimiento y calidad sanitaria..

**RECIBIDO: 25/11/2011**

**ACEPTADO: 30/05/2012**

**Publicado on-line: 12/06/2012**