

Medio	La Tercera
Fecha	2-01-2011
Mención	Estudio del Centro de Investigaciones Socioculturales (Cisoc) de la UAH, revela, entre otras cosas, que las personas con mayor acceso a la cultura ven su vida como el resultado de sus acciones y no del azar. Habla Tomás Peters sociólogo e investigador de Cisoc.



La cultura no es solo para aprender y entretenerse

Un estudio de la U. Alberto Hurtado indagó sobre un vínculo poco analizado: sin importar su nivel socioeconómico, las personas con mayor acceso a la cultura ven su vida como el resultado de sus propias decisiones y no del azar.

TEXTO: **Noelia Zunino E.** ILUSTRACION **Rafael Edwards**

DICEN LOS EXPERTOS que no se puede asegurar que es causa y efecto, pero es evidente que la relación existe. Aquellas personas que frecuentan espectáculos, que aprovechan cualquier oportunidad de arte gratuito, que no pasan ni un mes sin ir al cine, tienen en común algo más que su gusto por la cultura: también la tolerancia y la certeza de que el rumbo que han tomado sus vidas es el resultado de sus propias decisiones. Y eso, sin importar la clase social a la que pertenecen.

El estudio lo realizó el Centro de Investigaciones Socioculturales (Cisoc) de la U. Alberto Hurtado y fue dirigido por el sociólogo Tomás Peters. La investigación consideró estudios previos y datos de la Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2009, luego clasificó a las personas según su consumo cultural y analizó las características en común. ¿Los resultados? El 77% de quienes tienen un consumo cultural muy alto está seguro de que son sus propias decisiones las que moldean su futuro. En cambio, el 58% de la gente que no suele asistir a espectáculos piensa que su vida es, simplemente, lo que le ha tocado vivir.

Es evidente que el acceso a la cultura es más un privilegio de los estratos socioeconómicos altos. Sin embargo, aquellas personas con alto consumo cultural en los sectores empobreci-

dos comparten semejanzas con los grupos acomodados en este sentido: apenas el 38% del grupo socioeconómico D y el 27% del E (los más bajos) consideran que su vida es resultado de sus decisiones. Pero entre las personas de estos grupos que participan y observan actividades artísticas, esta afirmación sube a 71% y 62%, respectivamente.

“Acceder a películas, libros u otras instancias donde se muestran distintas formas de vida, hace pensar a la persona, independiente de su nivel adquisitivo, que hay otros estilos de vida para imitar y diferenciarse. Por tanto, se valora la mirada diferente. En definitiva, nos pone en permanente presencia de otros. Eso no sólo promueve la tolerancia, sino también otras formas de construir un proyecto de vida”, dice el sociólogo. A lo que se suma la ganancia en autoestima: “El estado de ánimo y la autoestima de las personas que consumen cultura tienden a ser elevados, porque sienten que toman sus propias decisiones y eso ayuda a constituir una identidad de seguridad que se reconoce en el entorno, una persona activa que sale. De ahí la importancia de que la cultura llegue a todos”, agrega Peters.

Dentro de este grupo de personas que disfrutan de cada obra, nueva película y libro que sale, hay un subgrupo que destaca. Según lo que ha visto el sociólogo, hay una tendencia de que el alto consumo cultural se dé más en las

mujeres. “No es significativa la diferencia, pero sí hay un porcentaje mayor de mujeres jóvenes, menores de 30, y profesionales que acceden más a la cultura. Años atrás esta diferencia era mucho mayor. Ahora se han igualado y eso implica que las mujeres desarrollan todas las otras características mencionadas”, dice.

Más amigos

El valorar una mirada diferente y ser más tolerantes tiene también otra consecuencia: son personas más amigables. El 52,5% dice reunirse con sus amigos una vez por semana. En cambio, sólo el 10,4% de la gente que no tiene por hábito distraerse con la cultura en su tiempo libre lo hace. Incluso, el 43% dice que nunca ha sido invitado por amigos para salir a algún pub o a la casa de ellos. En los que tienen consumo cultural alto, en cambio, apenas el 2,4% dijo que nunca se reúne con amigos.

“La gente que participa y consume más cultura genera mayores vínculos sociales, porque son actividades donde nadie va solo, por tanto aumenta el nivel de sociabilización. Aún más, estas relaciones son más duraderas si se participa en la creación artística, como talleres de baile. Según estudios, en acciones voluntarias que se realizan durante el tiempo libre, estas amistades son más profundas de las que se obtienen en contextos de la adultez y en otras situaciones, como las laborales”, concluye Peters. ●