



Pontificia Universidad Católica de Chile
Facultad de Ciencias Sociales
Instituto de Sociología
Taller de Titulación
Profesora: Luz Cereceda

Estudio sobre Consumo Cultural de los Adultos Mayores en Chile
**Caracterización de los Beneficiarios del Programa Adulto Mayor del
Centro Gabriela Mistral**

Sofía Cifuentes
Sofía del Valle

Santiago de Chile
5 de diciembre de 2014

AGRADECIMIENTOS

Este estudio fue realizado con el apoyo de la Unidad de Mediación -del Área de Audiencias del Centro Cultural Gabriela Mistral- y con la especial colaboración de la coordinadora de estudios Paula Vergara, quien aportó la información contextual sobre el Programa Adulto Mayor GAM y realizó valiosos comentarios a la investigación.

RESUMEN

La presente investigación tiene por objetivo caracterizar a los beneficiarios del Programa Adulto Mayor del Centro Gabriela Mistral (GAM), distinguir entre quienes participan más y menos en sus actividades culturales, conocer los factores que facilitan y que dificultan la asistencia y describir las apreciaciones que tienen de los beneficios. La demanda que le da origen se enmarca en el rol que GAM tiene como un centro de las artes, la cultura y las personas, que busca hacer accesible el arte y la cultura para todos los chilenos y chilenas. El Programa Adulto Mayor GAM fue creado con el propósito de acercar a los adultos mayores a las actividades de la institución, facilitando su consumo cultural, y cuenta con variados componentes (Tarjeta de Membresía, talleres gratuitos, entradas de cortesía).

El estudio consiste en una investigación exploratoria de metodología mixta, que contó con una encuesta telefónica de 100 casos, y con cuatro entrevistas grupales. Por solicitud de la contraparte se distinguieron dos grupos de beneficiarios: “fidelizados” (beneficiarios con alta participación en los talleres ofrecidos por el programa) y “no fidelizados” (beneficiarios con baja o nula participación en talleres ofrecidos por el programa). A través de la encuesta telefónica los beneficiarios fueron caracterizados socio demográficamente y se indagó en su participación en GAM, sus barreras para una mayor participación y se vio los modos de información de las actividades del GAM. A través de las entrevistas grupales, tanto con beneficiarios fidelizados (participantes del Taller de Lectura, del Taller Cartas de la Memoria y miembros del Club del Adulto Mayor GAM) como beneficiarios no fidelizados, se indagó en mayor profundidad en los aspectos de la encuesta y se hizo una evaluación del Programa Adulto Mayor, en general, y de los talleres, en particular, surgiendo nuevos temas de discusión y reflexión. La encuesta dio cuenta de un grupo de beneficiarios con altos niveles de educación, residentes principalmente en el sector oriente y centro de Santiago, siendo de clase media-alta y alta, beneficiarios fidelizados con un alta consumo y participación cultural y beneficiarios no fidelizados por motivos de tiempo más que de interés. En las entrevistas grupales se detectaron sugerencias para mejorar el Programa, problemas de difusión y nuevas inquietudes.

Se concluye que la labor del GAM en la escena cultural capitalina es de enorme valor para todos los beneficiarios. Sin embargo, dado que este grupo posee un alto nivel educacional, se vuelve necesario que la institución tome medidas para llevar el arte y la cultura al adulto mayor promedio, que posee menos educación.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	1
RESUMEN	2
I. INTRODUCCIÓN.....	5
1.1 Institución demandante.....	5
1.2 Sobre el rol de GAM en la participación y en el consumo cultural.....	6
1.3 Formación de audiencias	6
1.4 Demanda de investigación.....	7
1.5. Programa Adulto Mayor GAM	8
1.6 Talleres impartidos para el adulto mayor	8
1.7 Otros beneficios del Programa Adulto Mayor GAM	10
II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	12
2.1 Objetivo General	12
2.2 Objetivos específicos.....	12
III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	13
3.1 Consumo Cultural.....	13
3.1.1 ¿Qué es el consumo cultural?	14
3.1.2 Consumo cultural, clase social y educación	15
3.1.3 Otras asociaciones del consumo cultural.....	16
3.1.4 Beneficios asociados al consumo cultural	18
3.1.5 Consumo Cultural en América Latina y el mundo.....	20
3.2 Consumo Cultural en Chile.....	20
3.2.1 Beneficios del consumo cultural en Chile	23
3.2.2 Las formas de información al consumo cultural en Chile	24
3.2.3 Tipologías de consumidores culturales chilenos	25
3.3 Consumo cultural y los adultos mayores	27
3.4 Envejecimiento en Chile y el mundo.....	28
3.4.1 Aspectos conceptuales y perspectiva sociológica.....	28
3.4.2 Los adultos mayores como un grupo social en la sociedad de consumo	31
3.4.3 Políticas y programas para el envejecimiento: enfoque de derechos y dimensiones de calidad de vida del adulto mayor	32
IV. CONCEPTUALIZACIÓN.....	35

V. METODOLOGÍA	37
5.1 Aproximación cuantitativa	37
5.2 Aproximación cualitativa	38
5.3 Plan de análisis.....	39
5.4 Limitaciones del estudio	40
VI. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	42
6.1 Caracterización de los beneficiarios del Programa Adulto Mayor GAM	42
6.1.1 Caracterización Sociodemográfica.....	42
6.1.2 Tipología de los beneficiarios del Programa Adulto Mayor GAM.....	49
6.1.3 Consumo cultural de los beneficiarios del Programa Adulto Mayor GAM.....	49
6.2.1 Participación en el GAM de los beneficiarios del Programa adulto mayor	50
6.2.2 Evaluación de los Talleres y actividades para el adulto mayor.....	53
6.2.3 Evaluación de otros beneficios	56
6.2.4 Barreras de acceso a GAM	58
6.2.5 Evaluación de la Membresía Adulto Mayor GAM.....	59
6.2.6 Evaluación de la Difusión e información.....	62
6.2.7 Relación con el edificio	64
VII. CONCLUSIONES.....	67
ANEXOS	74
Anexo 1: Historia de la Formación del Programa Adulto Mayor GAM	74
Anexo 2: Listado de talleres del Programa Adulto Mayor GAM.....	75
Anexos 3: Canasta de Consumo Cultural para América Latina	83
Anexo 4: Capital humano y consumo cultural: evidencia empírica en Estados Unidos	84
Anexo 5: Los derechos culturales	85
Anexo 6: Tipologías de consumidores culturales en Chile.....	86
Anexo 7: Principios de las Naciones Unidas en favor de las personas de edad	88
Anexo 8: Encuesta telefónica Membresía Adulto Mayor GAM	90
Anexo 9: Pauta Entrevistas Grupales.....	94
Anexo 10: Descripción de las observaciones realizadas en GAM	98

I. INTRODUCCIÓN

Durante las últimas décadas, la preocupación por la participación de las personas en actividades culturales y en el consumo cultural ha adquirido cada vez más importancia. La participación cultural ha pasado a comprenderse como un derecho, y las políticas públicas han tomado entonces un cariz que no solo apunta a solventar necesidades básicas, sino a un desarrollo más integral de la persona, dentro de lo cual se inserta la preocupación por su inclusión en la participación y el consumo cultural. Sin embargo, existen ciertos grupos dentro de la sociedad que aún aparecen como bastante marginados de estos espacios, en función de lo cual distintas instituciones han optado por dirigir iniciativas especiales para dichas personas.

La presente investigación responde a la demanda realizada por el Centro Gabriela Mistral (GAM), institución que cuenta dentro de su misión con la búsqueda de una mayor inclusión en la cultura de los grupos generalmente marginados de ella. La demanda del GAM apunta a caracterizar a los beneficiarios del Programa Adulto Mayor GAM, conocer sus intereses en materia cultural y su evaluación de las actividades y talleres que se les ofrecen, los usos y ventajas de contar con la Membresía Adulto Mayor GAM. En este sentido, tras este estudio se encuentra la preocupación por la gestión de iniciativas culturales para el adulto mayor en una sociedad como la chilena, donde dicho grupo etario es el más marginado del consumo cultural, así como lo es en muchos otros ámbitos.

1.1 Institución demandante

El Centro Gabriela Mistral (GAM) es un centro cultural inaugurado en septiembre del año 2010 que está focalizado en el acceso a la cultura y en la formación de audiencias, creando espacios de encuentro entre creadores y público. Destaca tanto por su central ubicación –cerca de plaza Italia, en donde estaba el edificio Diego Portales– como por la extensión y la calidad de su infraestructura, contando con un total de 22 mil metros cuadrados de superficie –con un total de diez salas para presentación y ensayos de teatro, danza y música, dos salones de seminario, dos salas de artes visuales, un estudio de grabación, una biblioteca con salas de estudio y cuatro plazas-.

El objetivo de GAM es “articular contenidos, cultura y experiencias desde su sede”, siendo su misión “brindar una programación diversa y de calidad, promoviendo la formación de nuevas audiencias y el encuentro de las personas con la cultura.” La visión de GAM radica en la aspiración de “ser un espacio de transformación social a través de experiencias de descubrimiento, inspiración y goce en el ámbito de las artes y la cultura” (GAM, 2014a). Para ello tienen una programación artística de primer

nivel, generan espacios de formación y aprendizaje, mantiene un ambiente armónico de trabajo, una gestión con sentido social y eficiente, maximizan la infraestructura del lugar y promueven la creación artística chilena a la vez que favorecen el intercambio internacional. Los valores en que se apoyan son el compromiso, el trabajo en equipo, el respeto y la excelencia.

1.2 Sobre el rol de GAM en la participación y en el consumo cultural

GAM busca contribuir a acortar la brecha en las desigualdades en la participación y consumo cultural. Para ello cuenta un Área de Audiencias que diseña y ejecuta programas, talleres y actividades (gratuitos) orientados a la formación de audiencias para las artes escénicas. Estas acciones poseen un especial énfasis en el trabajo con grupos históricamente excluidos del consumo cultural, en concordancia con lo que establece la política pública en cultura: personas de escasos recursos, tercera edad, y otros grupos como migrantes y personas con necesidades especiales. En el trabajo focalizado con estos segmentos vulnerables de la población, se espera contribuir a democratizar el acceso a los bienes y servicios culturales (Vergara, 2014).

Esta labor del GAM –como institución que recibe financiamiento estatal- se condice con el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (de 1976) que Chile firmó, en donde se explicita, en su artículo 3 y 15, que la cultura es un derecho que el Estado debe garantizar (ver anexo 5).

1.3 Formación de audiencias

La formación de audiencias consiste en la planificación, elaboración e implementación de estrategias orientadas a fomentar la participación y valoraciones de un determinado grupo frente a las creaciones artísticas, para lo cual es necesario intervenir en las barreras que condicionan el acceso y participación de estos grupos en la oferta cultural. Esto se debe a que la implementación de estas estrategias adquiere mayor sentido, en tanto programas sociales, cuando se focalizan en grupos de bajo consumo y participación cultural según la evidencia empírica disponible (GAM, 2014c). El acceso cultural se ha subdividido en tres tipos:

a) *acceso físico*: refiere a la posibilidad de contacto directo o por referencia con una unidad o modo cultural (existencia de un cine en una ciudad, de una biblioteca, etc.)

b) *acceso económico*: posibilidad económica de producir o consumir un producto cultural

c) *acceso intelectual*: posibilidad de uso o apropiación efectiva del producto cultural, esto es, posibilidad de aprehender un producto cultural en todas sus dimensiones y de transformarlo en materia prima para elaborar interpretaciones de vida y de mundo (Coelho, 2009 en Ibacache, 2013:4).

En cuanto a las barreras de acceso, los estudios en el ámbito de la participación y consumo cultural identifican diversos factores que condicionan la asistencia de los individuos espectáculos de artes escénicas, destacando entre éstos: la disposición de tiempo libre (asociada generalmente al ciclo vital); la disposición de dinero (en el caso del acceso a la oferta pagada); la distancia física respecto a la infraestructura cultural existente; el acceso a información respecto a los espectáculos; y el acceso simbólico o intelectual, que refiere a la capacidad para apropiarse del espectáculo y de transformarlo en insumo para la elaboración de interpretaciones de mundo.

Ahora bien, indagaciones cualitativas permiten evidenciar que la mención de las primeras barreras de acceso (tiempo, dinero, distancia, información) por parte de la población, suelen encubrir, finalmente, la barrera simbólica o intelectual. Por tanto, en todo programa de formación de audiencias, es fundamental poder impactar esta dimensión a partir de la facilitación de herramientas para la apreciación y comprensión de los espectáculos (Vergara, 2014). Ante esto, la Unidad de Mediación busca fomentar la inclusión y participación social a través de las artes a través de talleres de apreciación y creación artística dictado para grupos vulnerables (discapacitados, adulto mayor, entre otros), realizando un descubrimiento y exploración creativa de sus voces e historias. La Unidad de Mediación está formada tanto por profesionales –de las humanidades y las artes- como por un grupo de vecinas jubiladas que coordinan talleres con adultos mayores.

1.4 Demanda de investigación

A través de su Unidad de Estudios, el Centro Cultural Gabriela Mistral solicitó realizar un estudio de caracterización de los beneficiarios del Programa Adulto Mayor GAM, uno de los programas de formación de audiencias que implementa la institución. Este programa es una comunidad creada especialmente para satisfacer las necesidades del público de la tercera y cuarta edad, y considera: a) una Membresía Adulto Mayor GAM con descuentos en obras seleccionadas y suscripción gratuita a BiblioGAM; b) diversos talleres que son implementados por personal de la Unidad de Mediación y de BiblioGAM, c) entradas de cortesía para espectáculos seleccionados; d) brinda apoyo al Club del Adulto Mayor.

Esta demanda solicita tanto una aproximación más cuantitativa, consistente en una breve encuesta telefónica que indague en variables sociodemográficas, la frecuencia de uso de la membresía y la asistencia a talleres; como una indagación cualitativa que profundice en barreras para un mayor uso de la membresía, evaluación de los talleres, importancia y ventajas derivadas de la participación en actividades culturales, nuevos intereses y expectativas respecto al Programa Adulto Mayor. La

investigación considera beneficiarios fidelizados (adultos mayores con una alta participación en los talleres ofrecidos) y otros no tanto (adultos mayores con nula o baja participación en los talleres ofrecidos).

1.5. Programa Adulto Mayor GAM

El Programa Adulto Mayor es uno de los programas de formación de audiencias que ejecuta la institución. Este ha sido implementado desde el año 2011 por personal de la Unidad de Mediación y por BiblioGAM (pertenecientes ambas al Área de Audiencias). BiblioGAM es la biblioteca del GAM, especializada en artes escénicas, que se distingue por vincular el catálogo con la programación artística de GAM, a través de talleres de formación y apreciación. Este Programa es una comunidad creada especialmente para satisfacer las necesidades del público de la tercera y cuarta edad, con el fin de vincularlos a la actividad cultural. Los beneficios de este Programa son: a) una Membresía Adulto Mayor GAM con descuentos en obras seleccionadas (2 entradas por 5 mil pesos en obras seleccionadas) y suscripción gratuita a BiblioGAM; b) diversos talleres que son implementados por personal de la Unidad de Mediación y de BiblioGAM, c) entradas de cortesía para espectáculos seleccionados; d) brinda apoyo al Club del Adulto Mayor. Su población objetivo son aquellas personas de 60 años o más, asociándose estas personas a través de la Membresía Adulto Mayor GAM. En la actualidad, la base de datos de dicha Membresía contiene más de 700 personas que serían beneficiarios. La Membresía se obtiene formalmente a través de la inscripción mediante una tarjeta de descuento, que tiene un costo de \$1.000, y que dura toda la vida. El Programa Adulto mayor se ha formado mediante un proceso gradual e informal (ver anexo 1). Es preciso mencionar que hay adultos mayores que conforman una audiencia fidelizada con GAM a través de sus talleres, pero que, sin embargo, no tienen formalizada su inscripción al programa a través de la Membresía, es decir, no están en la base de datos de la Membresía Adulto Mayor GAM.

1.6 Talleres impartidos para el adulto mayor

GAM ha desarrollado una serie de talleres dirigidos especialmente al adulto mayor, siendo todos gratuitos. Algunos se repiten a lo largo del año, mientras que otros se dictan una sola vez. Todos los talleres se realizan en sintonía con la programación artística del GAM, es decir si hay una exposición fotográfica de Nicanor Parra se realiza un taller de lectura en torno a su obra, manteniendo así una coherencia interna entre los talleres y la oferta cultural de exposición y espectáculos (ver anexo 2 para una lista de los talleres impartidos desde el 2011).

Entre los **talleres ofrecidos** se encuentran:

-*Taller de Lectura*: es impartido por la bibliotecaria Marta Suarez desde el verano del 2012, se realiza varias veces en el año en torno a distintas temáticas, como Literatura y Arte, la obra de Nicanor Parra o de Gabriela Mistral, etc. El taller se realiza en 8 sesiones los días Lunes (día en que BiblioGAM se mantiene cerrado, permitiendo que todo el espacio sea para este taller), en un horario que acomoda a los adultos mayores (si es en la mañana es entre 11 y 1, si es en la tarde entre 3 y 5, facilitando el acceso en metro al GAM ya que se da en el horario en que el pasaje es rebajado para este grupo etario). Actualmente hay unas 70 personas que participan, generado un público fidelizado que ha asistido a varios ciclos de lectura. Las sesiones se inician con un material de lectura seleccionado y editado por Marta Suárez, profesional a cargo, que se entrega impreso a cada uno de los participantes, se lee en voz alta de modo rotativo y voluntario, utilizando un micrófono, luego se discute, hay un *coffee break* (es el único taller que cuenta con esta instancia, ya que se considera que los adultos mayores necesitan un descanso) y luego se continúa con la reflexión, para finalizar mostrando imágenes relacionadas con la lectura, permitiendo que se amplíe lo discutido. La mayoría de las asistentes son mujeres, poseen un buen nivel educativo, continúan leyendo en su casa o utilizando la BiblioGAM (un objetivo del taller es vincular a los participantes con la colección de GAM). La premisa del taller es abrirse a otros puntos de vista, repensar las opiniones, cuestionarse los prejuicios; de este modo se enriquece la visión personal a través de la reflexión a partir de la literatura. El taller tiene un alto nivel de exigencia, donde la buena voluntad de Marta Suárez es fundamental, ya que ella manda emails o llama directamente a cada participante para invitarlos al taller o realizar dos sesiones en un día para dar cabida a todos los interesados. Ella describe a su público como “fidelizado” y se considera privilegiada de poder contar con ellas/os, en tanto que son muy educados, respetuosos, agradecidos y responsables. Por lo demás, sabe que son adultos mayores muy activos que además de participar en la oferta cultural de GAM (tanto en talleres gratuitos como en espectáculos artísticos pagados), asisten a otros centros culturales o instancias especiales para el adulto mayor.

-*Taller Cartas de la Memoria*: fue impartido por un equipo de vecinas de la comuna que colaboran con la Unidad de Mediación desde el año 2011. Este taller busca “*producir una discusión y reflexión en torno a la memoria individual-colectiva y de qué manera ambas se articulan entre sí*” (GAM, 2014b). A través de la escritura de cartas a partir de las impresiones y recuerdos que produce la obra de arte contemporáneo “Casa de Cartas III” del artista Mario Navarro. Esta obra es una instalación que utiliza

275 datos, cifras, nombres, etc. relacionados con las historias del edificio del GAM que es utilizada como referencia para conversar sobre los recuerdos personales y la propia biografía. El taller logró fidelizar a un grupo importante de adultos mayores pero no se imparte en la actualidad.

-Laboratorios de artes escénicas: se han realizado en las áreas de teatro y danza, que culminaron con presentaciones en espacios abiertos y que fueron parte de la programación artística abierta a todo público que ofrece GAM, mostrándose la obra de danza “El baile” de Paulina Mellado y la obra de teatro “Testigo” dirigido por Pierre Sauré durante el 2012 y que fue considerado de las mejores obras del año. Estos laboratorios fueron resultado de los talleres que la Caja de compensación La Araucana hizo en el GAM con sus pensionados a través de un convenio con GAM. Estos talleres se discontinuaron durante un período (pues la Caja de Compensación no continuó financiando los talleres) pero actualmente se está impartiendo un Laboratorio de teatro por petición del Club Adulto Mayor GAM, financiándose a través del aporte voluntario de sus participantes.

-Otros talleres impartidos por la Unidad de Mediación: durante los últimos años se han impartido diversos talleres a través de mediadores artísticos, entre ellos encontramos: Taller de dibujo y arquitectura, Taller de Fotografía, Taller de Dibujo Arquitectónico, Taller Teatro y Memoria, Taller Teatro y Paisaje Sonoro, entre otros. Estos talleres suelen dictarse durante cuatro sesiones y no se tienen continuidad posterior (ver anexo 2).

1.7 Otros beneficios del Programa Adulto Mayor GAM

-Apoyo al Club del adulto mayor GAM: este club se creó a partir del Taller Cartas de la memoria y del éxito de los laboratorios de danza y teatro, buscando optar a instancias de financiamiento que permitan constituir un elenco estable y realizar nuevas creaciones de adultos mayores en conjunto. El Club posee personalidad jurídica desde abril del 2014 por parte de la Municipalidad de Santiago. Se reúnen los días lunes y organizaron sus propios talleres de danza o teatro. Hay casi 70 socios (se paga una cuota mensual) de distintas comunas de Santiago, tienen un objetivo artístico-cultural y algunos son parte de la Membresía y otros no. El vínculo con GAM es la utilización de sus salas, pero ellos organizan y coordinan sus propios talleres para socios del Club. A su vez, varios miembros del Club participan de otros talleres de GAM. Actualmente tienen clases de biodanza, implementados por una profesional GAM, para socios y externos

-Entradas de Cortesía: el Programa Adulto Mayor, a través de distintas personas claves (como Marcita Navarrete, encargada de Informaciones de la Membresía, Carla Orellana, encargada del Programa Adulto Mayor y Marta Suarez, bibliotecaria y profesora del Taller de Lectura) obtiene entradas de cortesía para algunas funciones y espectáculos de GAM y ellas se contactan directamente con los adultos mayores para sortear las entradas entre ellos, fomentando la participación en los espectáculos.

II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En función de la demanda, se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo son los beneficiarios del Programa Adulto Mayor GAM, quienes de ellos tienen mayor y menor participación en las actividades que dicha institución realiza, qué factores facilitan y dificultan la asistencia y cómo es su apreciación de estas?

2.1 Objetivo General

Caracterizar a los beneficiarios del Programa Adulto Mayor GAM, distinguir entre quienes participan más y menos en sus actividades culturales, conocer los factores que facilitan y que dificultan la asistencia y describir las apreciaciones que tienen de los beneficios.

2.2 Objetivos específicos

- a) Caracterizar socio demográficamente a los beneficiarios de la Membresía Adulto Mayor GAM.
- b) Conocer cómo se informan, a qué actividades asisten y la frecuencia con lo que lo hacen, qué beneficios de la Membresía Adulto Mayor GAM utilizan y la frecuencia con lo que lo hacen.
- c) Conocer la evaluación que hacen los adultos mayores fidelizados al GAM de los talleres y/o espectáculos ofrecidos especialmente para el adulto mayor, la importancia que le atribuyen a su participación de actividades culturales, en general, y sus intereses de consumo cultural para futuras actividades en el GAM.
- d) Indagar en los intereses culturales, en general, y en el GAM, en particular, de los participantes de los siguientes talleres e instancias del Programa del Adulto Mayor: Taller de Lectura BiblioGAM, Taller Cartas de la Memoria y Club Adulto Mayor GAM.
- e) Conocer las barreras de acceso a una mayor participación de los beneficiarios no fidelizados a los talleres ofrecidos por el GAM y conocer los factores que potenciarían una mayor participación en las actividades ofrecidas por el GAM.
- f) Dar lineamientos para una mejor orientación, planificación e implementación del Programa Adulto Mayor GAM.

III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

3.1 Consumo Cultural

En esta sección revisaremos las principales definiciones de consumo cultural, las asociaciones de este con otros conceptos -como clase social y educación-, los beneficios que conlleva el consumo cultural, la noción de cultura como un derecho y luego las características de este en América Latina y el mundo. En una segunda parte revisaremos las características que tienen el consumo cultural en Chile, los medios a través de los cuales se informan los chilenos del panorama cultural y las tipologías de consumidores que se han descrito.

Es relevante preguntarse por el consumo cultural hoy ya que este ha adquirido importancia como campo de estudio durante las últimas décadas dada las características que ha tomado la sociedad recientemente, específicamente por la masificación del consumo, la importancia de los mercados en la vida social, la idea de que la participación cultural es un derecho y el aumento y la mayor importancia que tienen el intercambio de símbolos en las redes globales (Güell y Peters, 2012). De este modo, los bienes culturales comienzan a ser considerados como impulsores de cambios sociales, formando parte de las identidades personales y dinamizando la economía.

El siglo XXI ha implicado un cambio desde el capitalismo de masas a la globalización de la información, lo que conlleva a que entendamos la cultura como un “sistema muy abstracto de reglas de combinación de bienes-signo relativamente descontextualizados de sus ambientes originales de producción y uso” (Güell y Peters, 2012: 3). Aun cuando los objetos culturales continúan siendo portadores de identidad, ha cambiado su modo de producción, organización y circulación.

Ante esto el Estado, el mercado y la sociedad civil han utilizado esta nueva dinámica de los objetos culturales y simbólicos para reproducirse a sí mismos, en el nuevo contexto de sociedades con integración cultural débil y una afirmación individual fuerte. El mercado hace de ellos objetos deseables con un determinado precio, el Estado hace de ellos medios de integración y de disciplinamiento y la sociedad civil los convierte en un lenguaje para la construcción de la opinión pública. Por lo tanto, durante las últimas décadas los objetos culturales han pasado por un triple proceso: a) objetivación y fragmentación, b) mercantilización y politización y c) ciudadanización de su producción y circulación e individualización de las significaciones y combinaciones (Güell y Peters, 2012: 14).

3.1.1 ¿Qué es el consumo cultural?

Existen diversas definiciones de consumo cultural, aquí revisaremos tres aproximaciones: una que pone énfasis en la reflexión sociológica (Escuela Culturalista Latinoamericana), otra con enfoque económico y una última definición operacional (utilizada en los estudios empíricos).

La primera definición de consumo cultural es la que nos otorga la Escuela Culturalista Latinoamericana, que se enfoca en la construcción y reconstrucción social de la cultura a partir de los procesos de desarrollo de identidad, alteridad, diferencia y diversidad (Bigott, 2007). Entendiendo la cultura como una construcción social y una conducta compartida, la Escuela Culturalista Latinoamericana se enfoca en cómo las clases y los grupos sociales elaboran y se apropian de los productos culturales y que factores externos ayudan a modificarla y legitimarla (Sunkelel, 1999 en Bigott, 2007). Para Castells, el consumo se puede entender como “el lugar en donde los conflictos entre clases originados por la desigual participación en la estructura producida se continúa a propósito de la distribución y apropiación de los bienes” (Castells, 1976 en Bigott, 2007:95). Para García Canclini el consumo es “el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” (García Canclini, en Güell, Peters y Morales, 2011:55). Para este autor, el consumo cultural es “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (Canclini, 1999 en Bigott, 2007: 92). Esta definición es una de las más citadas en los estudios de consumo cultural, donde Canclini sitúa el consumo cultural en seis modelos¹. Sin embargo, a esta definición se le critica la dificultad de su operacionalización.

Para esta escuela, el consumo cultural se entiende desde una lógica distinta al consumo de otros bienes, habiendo diferencias significativas en el acceso y consumo de cultura debido a factores estructurales (como educación e ingreso, que se revisara más adelante), además de que consumir cultura se asocia a otros aspectos sociales e individuales como identidad, sociabilidad y la apropiación de espacios públicos.

Una segunda perspectiva es la económica, que entiende el consumo cultural desde conceptos como oferta, demanda y utilidad. Al analizar económicamente al individuo se parte de la suposición de que las personas buscan maximizar su utilidad, que está restringida por la disponibilidad de recursos.

¹ A saber: el consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital, el consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social, el consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos, el consumo como sistema de integración y comunicación, el consumo como escenario de objetivación de deseos y el consumo como proceso ritual (Canclini, 1999 en Bigott, 2007: 93).

Para estudiarlo en el tiempo, se asume que los gustos de los individuos son estables y que no difieren mucho entre distintos individuos. De ese modo, es posible estudiar cómo las diferencias en la elección de los individuos vienen determinadas por las diferencias en las restricciones bajo las que tienen que tomar sus decisiones. En el caso del consumo de bienes culturales –que son bienes económicos especiales, en el sentido que tienen un contenido simbólico que el individuo debe descifrar para poder apreciarlo- es fundamental ver qué rol tiene el capital humano, ya que este es “un factor productivo individual necesario para que el consumo de bienes culturales produzca en el individuo una experiencia de apreciación cultural que le permita satisfacer sus necesidades de la forma más eficiente posible” (Ateca, 2009:89). Es decir, sin un mínimo de capital humano el individuo no experimentará una “apreciación cultural” al consumir bienes culturales y, por ende, no satisfará sus necesidades.

Una última aproximación es la definición operacional de consumo cultural. Esta se guía por los estándares internacionales respecto del consumo, asistencia y participación en ciertos bienes y eventos culturales. Parte de la premisa de que “el consumo cultural se refiere a los distintos tipos de apropiación de aquellos bienes cuyo principal valor percibido es el simbólico, que es producido en circuitos relativamente diferenciados y que requiere de ciertos conocimientos especializados para su apropiación y uso” (Güell, Peters y Morales, 2011:48).

Con esto en mente, sigue siendo difícil operacionalizar el consumo cultural pues el concepto “bien cultural” está aun inconcluso, habiendo una gran discontinuidad entre el concepto teórico y el dato, haciendo que las encuestas que investigan el consumo cultural no superen el nivel descriptivo.

German Rey describe cinco ejes de operacionalización del consumo cultural: asistencia a recintos culturales, perfil sociodemográfico del consumo, evaluación del equipamiento cultural, mediación de los sectores de las artes y la cultura, prácticas culturales y uso del tiempo libre (Rey, 2008 en Güell, Peters y Morales, 2011:49). Considerando estas dimensiones se ha creado una Canasta Básica de Consumo Cultural (CBCC) para América Latina, describiendo la situación de la región (ver anexo 3).

3.1.2 Consumo cultural, clase social y educación

Diversos estudios y teorías han mostrado una relación estructural entre consumo cultural y clase social y educación². Hay cuatro hipótesis que relacionan la estructura de la sociedad con las formas del consumo cultural, siendo las tres principales las siguientes:

² se considera como una misma categoría dado que clase social se encuentra íntimamente ligada a educación

1. *Hipótesis de la homología de Pierre Bourdieu*: habría una homología (es decir, una igualdad) entre el consumo cultural y la clase social, dado que la socialización se produce a través del *habitus*³, reproduciéndose las distinciones⁴ fundantes hacia los cuerpos, los gustos y opiniones.

2. *Hipótesis de la dependencia del consumo cultural a la estratificación de la sociedad*: esto no se daría por la estructura objetiva de la clase social, sino que por la subjetividad del prestigio social, basándose en las distinciones de Max Weber entre clases y estatus.

3. *Hipótesis del omnívoro de Peterson y Kern (1996)*: no sería ni la estructura social ni el prestigio el que determinaría el consumo cultural, pues la presión de ambas varía en los individuos. Así algunas personas tendrían más libertad para definir sus preferencias y adquirir bienes. Las clases altas tendrían un consumo “omnívoro”, seleccionando bienes culturales tanto de la “alta” como de la “cultura popular” mientras que las clases más bajas se limitarían a consumir solo “cultura popular”.

Como vemos, hay una fuerte relación entre clase social y consumo cultural, existiendo matices que la explican aun cuando el capital humano es el factor que mayor incidencia tiene en el consumo cultural (ver anexo 4).

3.1.3 Otras asociaciones del consumo cultural

El consumo cultural se puede entender en relación a otros conceptos, además de los clásicos ya revisados. Güell, Peters y Morales (2012) entienden el consumo cultural a partir de la individuación y la afinidad electiva, mientras que Campos (2012) lo comprende como una actividad situada.

Güell, Peters y Morales (2012) se apoyan en el proceso de individuación para entender el consumo cultural. El PNUD describe la individuación como un proceso en donde el individuo es el portador de su deseo, poseyendo cierta capacidad para autodeterminarse más allá de los valores, referentes y autoridades tradicionales de la sociedad. El individuo somete a reflexión, evaluación y elección individual los referentes tradicionales, considerándolo como orientaciones y no como

³ Entendido como el sistema de disposiciones durables y transportables que funcionan como la inclinación o propensión a actuar de un modo particular y a exhibir formas particulares de juicio. El *habitus* sería el producto de la socialización primaria de los individuos, la que tendría lugar en la familia y la escuela, en este orden. Como conjunto de orientaciones, este mecanismo se configura como un elemento central a la hora de dar explicación a las prácticas culturales de las personas. El *habitus* nos permite entender la transmisión cultural entre generaciones y sirve para dar coherencia a las múltiples actividades que los individuos realizan en los diferentes campos sociales asocia a distinción (Gayo et al, 2009 45).

⁴ La distinción “es un mecanismo social de acuerdo con el cual las personas, miembros de la clase dominante tratarían de diferenciarse de los otros miembros de la sociedad, a través del ejercicio de actividades o la demostración de habilidades, cuya producción tiene un alto costo relativo, lo que las hace necesariamente escasas o selectiva. En otros términos, las prácticas culturales no serían el producto de actividades individuales, autónomamente generadas, sino el resultado y la concreción de luchas simbólicas que están teniendo lugar en la sociedad de referencia” (Gayo et al, 2009 46).

obligaciones impuestas desde el exterior, es decir, desde el entorno (familia, trabajo, país, etc.) (PNUD, 2002, en Güell, Peters y Morales, 2012). Este es un proceso que puede observarse en casi todo el mundo durante las últimas décadas. Es decir, la individuación es la mayor capacidad que tienen las personas para tomar decisiones por sí mismas para dirigir su vida, más allá de lo que la tradición le impone.

Para los autores las contradicciones presentadas en las tres hipótesis anteriores de consumo cultural y clase social se superarían si entendemos el consumo cultural como una práctica social donde la individuación tiene un rol fundamental, habiendo una fuerza de estructuración múltiple que entra en determinación mutua con la individuación, delimitando las orientaciones y acciones de los individuos (Güell, Peters y Morales, 2012:27). Así, individuación y estructuración son dos hechos que se determinan mutuamente, siendo parte de una misma dinámica social. Esto es porque los bienes culturales y la participación en eventos culturales refuerza el proceso de individuación al otorgar elementos que permiten formar el carácter y son resultado de una libre elección individual.

En resumen, habría una interrelación entre la individuación, el consumo cultural y la estructura social, habiendo, a la vez, una “afinidad electiva” entre el individuo y lo que consume culturalmente. La afinidad electiva –descrita por Max Weber- refiere al vínculo que se produce entre dos dinámicas diferentes de la acción social y que tienen una similitud tanto de sus sentido subjetivo como de sus finalidad (Weber, 2003 en Güell, Peters y Morales, 2012: 37). Así individuación y consumo cultural se refuerzan, siendo una el soporte de la otra lo que, en ningún caso, implica causalidad. Aunque habría afinidad electiva entre la individuación y el consumo cultural, la individuación misma estaría estratificada, dada las desigualdades sociales que existen en las sociedades, pues las personas escogen entre las alternativas delimitadas que su condición social les permite. Por lo tanto, aunque hay afinidad electiva, el proceso de individuación mismo estaría socialmente estructurado, habiendo formas socialmente estructuradas de individuación.

Por su parte, Luis Campos (2012) comprende el consumo cultural como una actividad situada, es decir “una actividad que se realiza en un espacio y en un tiempo específicos, a partir de lo cual emerge parte importante de su significación, no solo personal o subjetiva, sino también institucional y económica” (Campos, 2012: 51). Esto es porque el consumo cultural se experimenta, se vivencia y se registra en nuestra existencia, adquiriendo un significado a partir de la interacción con *otros* que nos permite hacerla posible y pensable. Es decir, la recepción del consumo cultural se hace a través de un colectivo, siendo una experiencia no solo individual, pues es en lo colectivo que los individuos se producen a sí mismos, ya que en ella cultivan sus gustos y preferencias, estableciendo una relación consigo mismo y con la historia colectiva que encarnan (Campos, 2012:54).

Desde esta perspectiva es fundamental considerar el entorno y el colectivo, ya que el entorno de la práctica cultural determina las condiciones de posibilidad del desciframiento de las obras, de las formas de interacción con otros, y de la posibilidad de reconocerse como participantes de un grupo de intereses y motivaciones. Además, en esta concepción el consumo cultural se asocia al disfrute, en el sentido de que hay una disposición que implica la generación de ciertas condiciones que permiten el acceso y la llegada de eso que se quiere disfrutar: el consumo cultural tiene entre sus motivaciones el entretenimiento.

Dado que el consumo cultural se enmarca en una red de recepción, es necesario ver todo el proceso de asistencia a un espectáculo cultural.⁵

En resumen, entender el consumo cultural como una actividad situada nos permite describir una ecología social del consumo cultural, donde las prácticas, los lugares y los tiempos se encuentran correlacionados empíricamente, habiendo una relación posible de observar entre tipo de práctica, tipo de lugar y tipo de momento (Campos, 2012: 67).

Como vemos, ambas concepciones, si bien son diferentes, se complementan y nos permiten entender el consumo cultural dentro de una trama compleja en donde convergen distintos elementos.

3.1.4 Beneficios asociados al consumo cultural

En la década de 1990 se comenzó a reflexionar en Europa y Estados Unidos sobre la importancia y los beneficios que conlleva el consumo cultural en un sentido más amplio. Así se comenzó a explorar cómo los programas de arte y cultura tenían impacto en la vida comunitaria de las personas, y se vio cómo medir, en términos estandarizados y confiables, las iniciativas que se estaban desarrollando en este ámbito (lo que derivó en la creación de encuestas e índices).

El primer estudio relevante en el tema fue realizado por el Consejo Australiano para las Artes⁶, cuyo éxito llevó a que Deidre Williams escribiera el famoso libro *The Social Impact of Arts Programs: How the Arts Measure Up: Australian Research into Social Impact*, donde se ratificaría el vínculo entre la participación en actividades artístico-culturales y el desarrollo comunitario (Güell, Peters y Morales 2011:28). El libro establece cinco indicadores para detectar el impacto de los programas artístico-

⁵ Esto implica estudiar seis aspectos: 1) si la persona va acompañado o solaya que podemos ver sus niveles de sociabilidad; 2) las razones de no asistencia indican las constricciones situacionales que se deben abordar para aumentar el consumo cultural; 3) el lugar donde se ha consumido cultura; 4) la frecuencia de asistencia que nos habla de tipo de asistente; 5) el pago de entrada y 6) los medios utilizados para informarse (Campos, 2012:58).

⁶ Que estudió 89 proyectos culturales y artísticos con financiamiento público, concluyendo que existía una fuerte afinidad entre estos proyectos artísticos y la posibilidad de potenciar beneficios sociales, educacionales y económicos en la comunidad.

culturales: a) incremento de capital social, b) construcción y desarrollo comunitario, c) activación de cambio social, d) desarrollo de capital humano y e) fortalecimiento de la actividad económica (Güell, Peters y Morales 2011:29).

Los principales beneficios asociados al consumo cultural se presentan en la siguiente tabla:

Beneficios asociados al consumo cultural

A nivel individual	A nivel comunitario	En su conjunto
Mejoramiento de las habilidades cognitivas y comprensivas. Aumento del orgullo e identidad comunitaria Mejoramiento del comportamiento social Mejoramiento del estado de ánimo de los sujetos Estabilización de la salud Aumento de la autoestima de las personas Generación de experiencias únicas y creativas Potenciamiento de las habilidades sociales por medio de nuevas amistades	Reducción y prevención del crimen urbano Impacto en las normas de la comunidad y en el “clima de opinión” de ellas como el aumento de la tolerancia a la diversidad cultural o puede servir de catalizador en la creación de vínculos entre personas y organizaciones dispersas Inclusión de grupos marginados Promoción del contacto social Aumento de la cohesión social Genera un “ecosistema cultural” único y esencial para el desarrollo positivo de los barrios Mayor integración y participación	Facilita la discusión de proyectos comunitarios Ofrece la posibilidad de concretar decisiones que afectan a todos los individuos Promueve a las instituciones sociales y a los individuos a tomar riesgos en forma positiva Permite dar apoyo a para personas vulnerables La participación en programas culturales permite que fundaciones o agencias de apoyo desarrollaran de mejor forma su intervención en barrios vulnerables

Fuente: Elaboración propia a partir de los estudios del investigador inglés François Matarasso y de los investigadores estadounidenses Stern y Seifer descritos en Güell, Peters y Morales 2011.

Es decir, el acceso, la participación, la creación y el consumo de bienes y servicios culturales genera impactos positivos en los individuos, en las comunidades y en la organización de las mismas, pues contribuye a la construcción de actitudes cívicas que apoyan a la democracia. Así, se mejoran los vínculos interpersonales, lo que permiten construir un marco simbólico que le da sentido a la democracia, pues otorga la sensación de un “nosotros” (Güell, Peters y Morales 2011:38).

Dado estas asociaciones positivas el consumo cultural se considera como un asunto político de primer orden, siendo un *derecho* según se ha afirmado en diversos convenios internacionales. Estos establecen compromisos que los Estados deben adaptar para la participación, acceso y goce de los beneficios culturales y científicos y el fomento y la cooperación nacional e internacional. Los derechos culturales pretenden asegurar que las expectativas normativas de las personas y comunidades con respecto a los elementos simbólicos del mundo social sean efectivamente satisfechas (Güell, Peters, Morales, 2011: 28) (ver anexo 5).

3.1.5 Consumo Cultural en América Latina y el mundo

En América Latina el consumo cultural ha presentado como características relevantes una fuerte segregación social en el consumo de eventos de “alta cultura” y bajos niveles de asistencia a centros comunes de consumo cultural. Además, el consumo de “alta cultura” y de “cultura popular” está fuertemente determinado por la imagen que otorgan los medios de comunicación masiva (Sunkel, 1999 en Bigott, 2007). Las investigaciones empíricas han mostrado que los accesos y usos de bienes y servicios culturales están atravesados por las siguientes variables: ingreso, escolaridad, ocupación, nivel etéreo, espacio geográfico de habitabilidad (regional/nacional, urbano/rural), género, etc. Estas variables determinarían que los latinoamericanos consuman con más frecuencia la televisión, la música (radio) y los periódicos (diarios, revistas, etc.) en forma considerablemente mayor que otras ofertas culturales (Güell, Peters y Morales 2011:43).

A nivel mundial, se ha visto que la asistencia a espectáculos en vivo es bastante baja, siendo necesario preguntarse si existe equidad social para el acceso a estas instancias y estudiar qué factores constituyen barreras para este tipo de consumo cultural, pues en muchos países estas instancias están facilitadas por instituciones públicas que otorgan subsidios para asistir o brindan exención de impuestos (Ateca, 2009).

3.2 Consumo Cultural en Chile

Durante los últimos años los chilenos han percibido un aumento en el acceso al arte y la cultura. Esto lo sabemos gracias a que, desde el año 2005, el Consejo de la Cultura ha realizado la Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural (ENPCC), de la cual se tienen tres versiones: 2005, 2009 y 2012. Esta encuesta –realizada a personas mayores de 15 años de zonas urbanas de todas las regiones del país- busca dar un diagnóstico fiable respecto del consumo cultural en el país para distintos sectores de la población y para distintas manifestaciones culturales.

Para la ENCPP el consumo cultural se entiende como un tema de interés social, pues la participación y el acceso a bienes y servicios artístico-culturales no se vislumbran como prácticas individuales ya que se insertan en una serie de tramas económicas, políticas y culturales que requieren de un análisis local, nacional y global o transnacional. Son factores estructurales –como el nivel educativo y el nivel socioeconómico del individuo, variables muy relacionadas- los que determinan, en gran parte, el consumo cultural.

Según los resultados de la Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2009, el 67% de los chilenos considera que su acceso a la cultura y las artes es más fácil que hace cinco

años. De la misma forma, un 85% considera que su acceso a la cultura es mayor en comparación a la generación de sus padres. Por su parte, el Informe Anual de Cultura y Tiempo Libre de 2008 –realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas en conjunto con el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes– detectó un aumento considerable del público en la totalidad de las manifestaciones artísticas desarrolladas en el año 2007 con respecto a los años anteriores (Güell et al, 2011). Por lo tanto, la oferta cultural chilena se ha masificado y diversificado, generándose nuevas formas de apropiación y acceso a las manifestaciones artísticas y culturales ofrecidas.

Si se compara la asistencia por años a espectáculos culturales, los datos de la Tercera ENCPCP revelan variación según tipo de espectáculo, lo que muestra uno de los problemas con que se enfrentan las instituciones y centros culturales (como GAM): hay una gran y diversa oferta de espectáculos culturales, pero, sin embargo, no mucha gente asiste a ellos; aun cuando ha ido aumentando, de forma lenta y progresiva, la asistencia de los chilenos a este tipo de espectáculos. Según esta encuesta, un 17,8% de la población urbana chilena asistió a una obra de teatro, un 22,9% asistió a un espectáculo de danza y un 25,8% asistió a un concierto (durante los últimos 12 meses) (ENCPCP, 2013). Como vemos, la asistencia a espectáculos artísticos son muy bajos en el país., tal como lo revela la Segunda ENCPCP.⁷

En la Segunda versión de la ENPCC se aprecia tanto una fuerte variación a la asistencia de espectáculos según nivel socioeconómico, lo que comprueba que las personas realizan actividades culturales con base a los capitales económicos y educativos que poseen (Gayo, 2011).

Según Güell, Peters y Morales (2012) la edad estaría relacionada de modo negativo con el consumo cultural: los jóvenes consumen más bienes de la canasta cultural que los mayores. La educación tiene una relación positiva y significativa, muy notoria para aquellas personas con educación superior. Se hizo una estimación de consumo cultural y nivel de individuación y se probó que, controlando por nivel socioeconómico (NSE), el nivel de individuación denota mayor consumo cultural, aun cuando la relación es menor que no controlando por NSE, lo que demuestra que mayor NSE implica mayor individuación. El consumo cultural manifiesta una afinidad electiva con las posibilidades de individuación de las personas, donde hay regularidades: entre aquellas personas con mayor individuación se correlaciona con la intensidad del consumo cultural tomando la canasta básica de consumo cultural. Pero individuación y consumo cultural se ve mediado por distintas variables de

⁷ Se realizó un índice sumativo de acceso de consumo cultural que determinó tres grupos de acceso. El acceso cultural bajo incluye a quienes acceden entre 0 y 5 bienes y corresponde al 41,6% de los encuestados. El acceso cultural medio comprendió 6 y 10 bienes y corresponde al 45,2%. El acceso cultural alto de 11 a 15 bienes y corresponde solo 13,1% de la muestra, lo que demuestra un bajo consumo cultural en nuestro país.

estratificación como por edad, educación, NSE y sexo. Es decir, hay una relación autónoma entre individuación y consumo cultural pero está siempre se da en las marco de posibilidades y oportunidades de las posiciones del individuo que la estratificación permite (Güell, Peters y Morales, 2012).

Desde la perspectiva de la homología de Pierre Bourdieu, vemos que en Chile hay una gran dispersión de las actividades culturales, lo que demuestra fuertes desigualdades en el gusto y en la práctica entre las distintas personas. Esta se rige por patrones estructurales, es decir, se aprecia en Chile la hipótesis de la homología: la gente ocupa ciertas posiciones en el espacio social de los estilos de vida de acuerdo al capital cultural acumulado. Analizando la segunda ENPCC, Gayo (2009) concluye que: a) hay una clara división entre participantes en el consumo cultural y los que no participan; b) está emergiendo un estilo de vida que incorpora actividades de la “alta cultura”; c) hay una diferenciación, dentro de los consumidores culturales, entre los que realizan una actividad cultural y los que sólo observan actividades culturales; d) quienes no consumen cultura están muy concentradas en el espacio, lo que podría indicar que se da una gran similitud entre sus estilos de vida (Gayo et al, 2009:55). Es decir, se mantienen niveles de desigualdad económica y de capital cultural, donde la desigualdad tiene perfiles asimétricos: no siempre se da con la misma intensidad y varía su dirección. Curiosamente, la practica más discriminante (por clase social) es el cine, donde asisten mayoritariamente gente ABC1 aun cuando ir al cine se asocia a un consumo cultural no distintivo, mientras que otras prácticas (como la danza⁸) asiste gente de estratos socioeconómicos más bajos, además de los altos. Es decir, la participación en actividades culturales tiene mucho que ver con la naturaleza de cada una de ellas y no solo con la disponibilidad de recursos (Gayo, 2011: 5). Una conclusión similar presenta una investigación de consumo cultural es Estados Unidos, en donde se vio que la variable ingreso familiar tiene un efecto mucho menor en la asistencia a espectáculos culturales que el capital humano (Ateca, 2009) (ver anexo 4).

En el caso de los asistentes del GAM, vemos una situación similar según los estudios de caracterización de público que suben en su página web. Así la gran mayoría **son jóvenes** (el 65,1% tiene menos de 30 años según la encuesta 2013, muy similar a los otros años), viven en el sector oriente de Santiago (36,3% el año 2013) o en la zona centro de Santiago (24,6% el 2013), tienen altos niveles de educación (el 57% tiene estudios universitarios completos y el 20% cuenta con estudios de posgrado en el 2013) y se informan a través de internet de la cartelera cultural de GAM (65,1% el año 2013).

⁸ Sin embargo, el autor no especifica el tipo de danza, siendo entonces más fácil que la gente asista más a danza, ya que esta podría incluir la danza callejera o popular que son de fácil acceso.

Respecto a nivel **socioeconómico** el año 2013, por primera vez, el segmento C2 fue el que más accedió a GAM (41% el 2013, 34,9% el 2012 y 28,3% el 2011), seguido por el estrato ABC1 (39,6% el 2013, 45,3% 2012, 62,8% el 2011) que antes era el segmento que más asistía. Por lo tanto, a lo largo de los años el público se ha diversificado, aun cuando se concentra en los estratos altos de la población y donde los segmentos más bajos prácticamente no asisten (el segmento E asiste en un 1,1% el 2013, siendo este el porcentaje más alto de los tres años medidos).

Destaca la gran cantidad de estudiantes universitarios (30,3% el 2013), donde la mayoría proviene de carreras artísticas (36,6% el 2013) o humanistas o de las ciencias sociales (22%). Sin embargo, los trabajadores son quienes más asisten (50,3% para el 2013) y **los jubilados** participan muy poco (3,2% el 2013, 3,9% el 2012 y 4,2% el 2011). No se encontraron diferencias significativas de asistencia por sexo, aunque asisten, en promedio, más mujeres que hombres (ellas corresponden al 52,4% de los visitantes, versus el 47,6% que son hombres para el año 2013) (GAM, 2013).

Respecto a las políticas en cultura en el país, desde el retorno a la democracia estas se han focalizado en la *democratización de la cultura* con la creación de nuevas audiencias y con la ampliación del consumo cultural de los chilenos. Esto se vio determinado por dos dimensiones: eliminar los residuos de la política cultural de la Dictadura Militar y responder a la naturaleza de un proceso de democratización política en el campo de la cultura (Antoine, 2009: 4). Esto ha derivado en tres ejes: a) el financiamiento de la cultura, b) el apoyo a la actividad cultural y el fomento de la creación y las artes y las industrias culturales y c) la democratización de la cultura, a través de la masificación del acceso a los bienes culturales (Antoine, 2009:6).

3.2.1 Beneficios del consumo cultural en Chile

En Chile podemos ver los beneficios que genera la participación y el consumo cultural gracias al *Informe de desarrollo humano 'Nosotros los chilenos'* (2002) del PNUD. En este se vio que “entre quienes efectúan algún consumo cultural, un 40% siente que esas actividades le ayudan a desarrollarse como persona; un 27% a ampliar sus temas de conversación; y un 29%, a conocer otras maneras de vivir y pensar” (PNUD, 2002; Peters, 2012). En cambio, los que consumen menos bienes culturales son, al mismo tiempo, personas que poseen una actitud privativa, pesimista y desconfiada. Es importante recalcar que estas relaciones no determinan causalidad, sino que es más bien una serie de hechos relacionados los que permiten explicar estas asociaciones. Para Tomas Peters (2012) estas asociaciones derivarían de una *afinidad electiva* con las percepciones socioculturales de los individuos, habiendo

distintas opiniones respecto a cuestiones cívicas entre aquellos que tienen un consumo cultural alto y aquellos que tienen un consumo cultural bajo (Peters, 2012: 160). En su investigación Peters mostró que es justamente en los segmentos más pobres de la población chilena (estrato E) en donde hay mayor diferencia. Así, si un 37,4% de ellos valoran la democracia por encima de todo, en aquellos que realizan un alto consumo cultural aumentan a un 89,7%. En cambio, entre los que consumen menos cultura y son más pobres, tienden a considerar que da lo mismo un gobierno democrático que uno autoritario (un 30% de las personas consideran esta opción). También hay una relación entre mayor consumo cultural y una orientación mayor a la autodeterminación de los sujetos, como también a una mayor reflexividad sobre su proyecto vital y a la búsqueda de su realización, y tener más amigos y salir más con ellos. Por el contrario, entre los que menos consumen cultura se observa una tendencia a percibir que el rumbo de sus vidas se ha debido a circunstancias ajenas a su voluntad, tienen una actitud menos activa frente a su vida y espacio social, menor valoración democrática y tienen menos amigos y salen menos con ellos, teniendo menor sociabilidad (Peters, 2012:173).

3.2.2 Las formas de información al consumo cultural en Chile

A partir de la Segunda ENPCC Güell y Peters (2010) investigaron las formas en que los chilenos se informan de la oferta cultural. La investigación consideró cinco bienes y servicios culturales⁹ y para todas ellas se preguntó por los medios de información utilizado¹⁰. El estudio mostró que el medio de comunicación más utilizado por los chilenos es la televisión (29%), la radio (10,6%) y, en menor medida, la información proveniente del consejo de amigos y/o familiares. Lo notable es que un 25% de los encuestados reconoce que no se informan para ninguno de los bienes. Aquellos que asisten a más espectáculos culturales (mayor *intensidad* del consumo cultural) utilizan más medios para informarse.

No se encontraron diferencias significativas ni entre hombres y mujeres ni por edad respecto del tipo de medios de información que usan para informarse de las diversas manifestaciones artísticas. Sin embargo, la edad acentúa ciertas tendencias: los jóvenes privilegian los nuevos medios de información (como Internet y sus redes de amigos o familiares), mientras que las personas con mayor edad prefieren

⁹ Asistencia a exposiciones de artes visuales, asistencia a obras de teatro, asistencia a presentaciones de danza, asistencia a conciertos y/o recitales y asistencia al cine.

¹⁰ a saber: radio, televisión, prensa escrita, Internet, afiches en espacios públicos, amigos y/o familiares, volantes, otros y “no se informa”

los medios más “tradicionales” (como la radio y la prensa escrita). También se vio que, a mayor edad, menor es el hábito de informarse de las actividades artísticas realizadas¹¹

Si bien los medios de información utilizados por los chilenos se diversifican y diferencian en la medida en que su intensidad del consumo cultural aumenta, esta asociación se debe a la relación que hay entre consumo cultural y educación e ingreso (Güell y Peters, 2010:52).

3.2.3 Tipologías de consumidores culturales chilenos

En Chile se han realizado dos tipos de tipologías de consumidores culturales a partir de la Segunda y Tercera ENCPP. Revisaremos las tipologías que corresponden, en cada estudio, al adulto mayor (para una descripción de todas las tipologías ver anexo 6).

En el artículo *Tipología de prácticas de consumo cultural en Chile a inicios del siglo XXI*, Güell et al (2011) definieron las siguientes cinco tipologías y su nivel de representación a nivel nacional: “Consumo alto general” (16%), “Consumo alto vía soporte tecnológico” (28%), “Consumo medio” (19%), “Consumo medio-bajo” (14%) y “Consumo bajo” (23%) (Güell et al, 2011:6). Las tipologías dan evidencia de las asociaciones clásicas entre nivel socioeconómico y edad con el consumo cultural, siendo la variable fundamental de consumo cultural en Chile el nivel socioeconómico (asociado a ingreso y educación). Esto da cuenta de que la distinción esencial entre las tipologías está en el acceso o no acceso al consumo cultural, habiendo mayor variedad de consumo cultural entre aquellos que acceden al consumo cultural.

Los adultos mayores se encuentran, principalmente, dentro de la tipología de menor consumo cultural denominada “Consumo cultural bajo”. Estos consumidores no acceden por “falta de gusto e interés” y por “falta de dinero” y pertenecen a los estratos socioeconómicos bajos (cerca del 40% corresponde al segmento D y un 22% al segmento E). Más del 70% tiene 46 años o más y se concentran, principalmente, en el grupo etario de 65 años y más. Un 54% son mujeres. En términos del nivel educativo, son los que menor nivel educacional tienen: un 41% sólo dispone de educación básica o primaria y un 26% educación media (Güell et al, 2011:8). Según los investigadores, si los integrantes de esta tipología “pudieran hablar” dirían lo siguiente:

No tengo recursos ni me interesa acceder a la cultura. La cultura no es parte de mi vida cotidiana y sólo es para la gente que sabe (Güell et al, 2011:18).

¹¹ Esto queda reflejado en que los adultos mayores y los adultos no se informan en un 31,2% y un 24,7% respectivamente. Por su parte, sólo un 22,4% de los jóvenes manifiesta no informarse de las actividades artísticas que se realizan en su ciudad.

El principal motivo de porqué las personas con bajo consumo cultural no accede al consumo cultural es porque, para ellos, acceder a los bienes y servicios culturales resulta complejo y alejado de sus necesidades más inmediatas. Estas personas no tienen el capital humano necesario para poder apreciar el consumo cultural, evidenciando una débil educación. A esto se añaden las limitaciones económicas, territoriales (que los centros culturales estén ubicados lejos de sus zonas de residencia) y de infraestructura (presencia de bienes que faciliten el consumo cultural en el hogar, como una radio, televisión, etc.).

Los autores plantean que los consumidores de esta tipología, al ser de estrato socioeconómico bajo y mayores en edad, es más bien temeroso a los cambios, lo que se puede asociar a un mayor resquemor a asistir a espectáculos culturales novedosos o a abrirse a aprender “de cultura”, haciendo que la cultura “simplemente está fuera de su horizonte de posibilidades” (Güell et al, 2011:18).

Una de las principales barreras para el consumo cultural de la población, en general, es la falta de tiempo. Esto es interesante ya que los adultos mayores suelen disponer de mucho tiempo libre (dado que la mayoría están jubilados), por lo que su bajo consumo cultural se asociaría a otros factores, como podría ser la falta de educación, falta de dinero y dificultades para acceder a la oferta cultural.

Por otra parte, la ENPCC del 2012 elaboró cinco índices agregados¹² con los cuales se crearon cuatro tipologías de consumidores culturales. De los cinco índices creados sólo en uno –el índice de compra de productos culturales- los adultos mayores no están dentro de los grupos encuestados con más bajo puntaje, revelando el bajo consumo cultural de este grupo de la población chilena.

A partir de estos índices, se crearon cuatro grupos de consumidores culturales: “*Participación cultural alta*” (38%), “*Compradores culturales*” (19,8%), “*Sin participación*” (25,8%), “*Participación intermedia*” (16,4%).

Los adultos mayores tendrían mayor presencia en el grupo “*Sin participación*”. Este se caracteriza por “no asistir a espectáculos culturales, y por no tener hábitos de consumo ni de formación y práctica cultural, o bien estas conductas se observan en niveles bajos. Asimismo, se distinguen de los demás grupos por tener un bajo nivel de compra de productos culturales y bajo equipamiento cultural” (ENPCC, 2013:156). Además de asociarse a la tercera edad (el 53,7% de las personas que componen esta tipología tendrían 60 o más años), en este grupo se encontrarían el grupo de jubilados y personas del segmento socioeconómico E.

¹² A saber: índice de asistencia a espectáculos culturales, índice de hábitos de consumo cultural, índice de compra de productos culturales, índice de formación y práctica cultural, índice de equipamiento cultural.

Como vemos, en ambas tipologías los adultos mayores son uno de los grupos con menor participación, acceso y consumo cultural. En el caso de los adultos mayores y jubilados de estratos socioeconómicos altos no queda claro en que tipología se encuentran pero, lo más probable, dado sus ingresos y altos niveles de educación (ya que ambas variables están relacionadas en Chile), se deben encontrar en las tipologías de mayor participación y consumo cultural en ambas investigaciones.

3.3 Consumo cultural y los adultos mayores

Los diversos estudios de consumo cultural muestran que los adultos mayores participan y consumen mucho menos cultura que otros grupos culturales, lo que se debe a diversos factores, como menor educación e ingreso, entre otros.

A nivel general, se ha visto que hay heterogeneidad del consumo cultural por nivel socioeconómico y que dentro de cada nivel socioeconómico hay exclusión de los adultos mayores, es decir, se perpetúa la brecha generacional. En general, el promotor y consumidor cultural es el segmento juvenil y los mayores de 60 años son los consumidores culturales marginales (Santibáñez et al, 2012: 110). Un enfoque por edades del consumo cultural realizado a partir de la ENPCC del 2009 muestra las siguientes tendencias respecto a la edad: a) hay una disminución de la velocidad en el proceso de ampliación del acceso a los bienes de cultura, b) hay una reproducción y osificación de un patrón de consumo diversificado y estratificado, que responde a una estructura de mercado que segmenta, asimétricamente, las condiciones y posibilidades de acceso y participación en el consumo cultural, c) esto se traduce en la normalización de un área delimitada de consumo masivo y popular que posibilita el consumo en todas las edades pero, a su vez, d) restringe las posibilidades de acceso a determinados espacios y bienes a los adultos y envejecidos, debido principalmente a la estructura de la oferta y las barreras de acceso (que operan como mecanismos de selección sobre el público consumidor) (Santibáñez et al, 2012:111). Es decir, si bien la oferta cultural se diversifica y amplía, esta diversificación y ampliación no llega a todos los grupos etarios. Para los investigadores esto se debe a que el mercado sabe que hay un uso y apropiación diferencial de los bienes de la cultura y entretenimiento, creando nichos de gustos y preferencias, estructurando una oferta especializada y flexible que no pone énfasis en los adultos mayores (Santibáñez et al, 2012 117). Esto hace que aumentar el consumo cultural de los adultos mayores sea un gran desafío, pues no constituyen el segmento de edad prioritario de consumo cultural, como sí lo son los jóvenes, ya que estos aseguran un nivel de demanda sostenible (permanente en el tiempo).

Respecto al consumo cultural realizado por este grupo etario, se ha visto que los adultos mayores van más solos a las actividades culturales que el promedio nacional para todas las categorías (cine, conciertos, teatro, espectáculos de danza, exposiciones de arte visuales), excepto para conciertos (van en un 4% solos versus el 5,6% promedio según la segunda ENPCC). Por lo tanto, a mayor edad, más se va solo a los espectáculos culturales. Es necesario estudiar si esta tendencia se debe a los cambios en los patrones generacionales de sociabilidad, si es por un cambio de prácticas debido al ciclo de vida de las personas o si se debe a las variaciones en la disponibilidad de tiempo (Santibáñez et al, 2012 118).

Modesto Gayo et al (2009) vio que la edad, la clase y la educación están fuertemente relacionadas, lo que hace que a mayor edad, más bajo sea el estrato socioeconómico e inferior la educación. Esto puede explicarse de dos formas: a) la trayectoria histórica de Chile, como un país en el que las oportunidades educativas y económicas han mejorado en las últimas décadas b) se debe a otros mecanismos, como pensiones muy bajas en la vejez. Es importante reconocer la relevancia de la edad como algo que se enmarca en la historia de las sociedades y a los cambios generacionales (Gayo et al, 2009: 6).

Por último, la ENPCC del 2012 mostró una relación entre edad y actividad creativa¹³ : a menor edad, mayor desarrollo de estas actividades. Esto es interesante pues el Programa Adulto Mayor GAM ofrece diversos talleres, donde algunos se relacionan con la actividad creativa, volviéndose un desafío incentivar a las personas de mayor edad a realizar este tipo de actividades. La ENPCC 2012 revelo también una asociación entre educación y nivel socioeconómico con actividad creativa: a mayor educación y mayor nivel socioeconómico hay mayor realización de actividades creativas (ENPCC, 2013: 64).¹⁴

3.4 Envejecimiento en Chile y el mundo

3.4.1 Aspectos conceptuales y perspectiva sociológica

Cuando se habla de envejecimiento, es necesario hacer la distinción entre dos conceptos (SENAMA, 2009:9): por una parte, se encuentra el envejecimiento individual, que refiere a un proceso biológico de los individuos que ocurre a lo largo de toda la vida. La última etapa de este envejecimiento

¹³ Realizar dibujos, esculturas y grabado.

¹⁴ las personas con educación secundaria científico-humanista incompleta (12,4%), técnico-profesional incompleta (16,7%), técnico superior incompleta (15,8%) y universitaria incompleta (20,9%), presentaron frecuencias ascendentes de prácticas creativas en dibujo, pintura, escultura y grabado, proporciones que se elevaron más aún entre los estudiantes (25,5%). Al revisar según grupos socioeconómicos, es el segmento ABC1 el que presentó la mayor frecuencia de creación visual (16,5%). En este mismo tipo de creación, el segmento C2 presentó un porcentaje de 15,1% y el grupo más pobre (E) solo un 4,5%.

se acelera y compromete las facultades físicas y mentales de las personas: esta etapa es la llamada vejez (Chackiel, 2000). Dentro de la vejez, Laslett (1996, en Chackiel, 2000) distingue entre dos etapas: la “tercera edad”, referida a una etapa más activa de retiro, y la “cuarta edad”, que es una fase de mayor dependencia y de deterioro más acelerado. Tout (1989, en Chackiel, 2000) plantea que la primera de estas etapas abarca aproximadamente desde los 60 a los 75 años, mientras que la segunda es desde los 75 años en adelante.

Por otra parte, se encuentra el envejecimiento poblacional, uno de los grandes cambios que han ocurrido en la modernidad. La población va progresivamente envejeciendo, lo que se asocia tanto a una disminución en las tasas de natalidad y fecundidad, como a un aumento de la esperanza de vida. Este aumento se considera como un triunfo de la sociedad moderna, que ha logrado, mediante el avance de la medicina y la implementación de políticas públicas, alargar la vida de los individuos.

En el caso chileno, la población viene experimentando un proceso de envejecimiento demográfico sin precedentes, similar al de muchos países desarrollados y en vías de desarrollo. Si para el año 1970 las personas mayores de 60 años (edad a partir de la cual, según la definición de las Naciones Unidas, se es adulto mayor) representaban un 8% de la población, para el 2006 ya eran un 13%, y se proyecta que representen un 20% de la población chilena para el año 2025 (SENAMA, 2009:6).

El envejecimiento no es sólo un dato demográfico: un cambio de este tipo en la población implica cambios sociales y culturales muy importantes. Del mismo modo, a nivel de experiencia individual, la vejez no se experimenta sólo como un cambio biológico, sino como una edad y una condición a la cual le son atribuidos ciertos significados y dinámicas sociales. La misma definición de la vejez como una etapa que comienza a partir de una determinada edad habla de la existencia de una construcción social que es arbitraria, ya que no existe un cambio homogéneo a nivel biológico o psicológico que determine que la vida cambia a partir de los 60 años. Asimismo, la valoración que se hace de la vejez ha tomado formas muy diversas en distintas épocas, y si en las sociedades tradicionales y más rurales (por supuesto, mirado de forma generalizada) los ancianos eran respetados y representaban la experiencia y el conocimiento, en la sociedad moderna y capitalista “lo juvenil” y lo productivo se ha vuelto lo más valorado, mientras que la vejez se asocia a poca productividad y obsolescencia. El “ethos” occidental entiende como valor central la productividad, y en este sentido el trabajo se vuelve una forma fundamental de integración: la vida de los individuos apunta desde la infancia a la construcción de una carrera, una trayectoria ocupacional, y entonces la etapa de la vejez, ligada estrechamente a un retirarse del mundo del trabajo, se ve desvalorada, y los adultos mayores quedan marginados (Rodríguez, 1979). La jubilación conlleva muchas veces un debilitamiento de las redes sociales, así como

“la emergencia de discursos sociales negativos asociados a la inactividad y la dependencia, los que impactan directamente en la valoración de la etapa por parte del sujeto y la sociedad” (SENAMA, 2009:10).

Además de esto, este grupo etario se vuelve objeto de muchos mitos que lo vuelven aparentemente apromblemático, lo que Gubrium (1973, en Rodríguez, 1979) llama el “mito de los años dorados”, donde el imaginario social piensa a los adultos mayores como personas insertas en un entorno estable y falto de problemas, que poseen menos necesidades y deseos y son “naturalmente” altruistas y austeros, entre otras cosas. Sin embargo, como ha sido ampliamente estudiado, estos mitos no son tales, y los adultos mayores, como todo individuo, poseen necesidades, deseos e intereses, así como también problemas acuciantes, que muchas veces han sido obviados por una sociedad más concentrada en los jóvenes o adultos, los grupos productivamente más vigentes.

Distintas teorías han conceptualizado sociológicamente la vejez o bien como un pérdida o disminución de las relaciones sociales, o bien como una pérdida de rol, entre otras perspectivas (Rodríguez, 1979). Es decir, estos planteamientos describen la tercera edad como una etapa en la cual la persona se distancia de la sociedad, y pierde el rol o los roles que ocupaba en el sistema social, por lo cual casi no participa activamente en éste. Sin embargo, Rodríguez discutirá críticamente que esta marginación de los adultos mayores no corresponde tanto a una característica “natural” de la vejez, como un efecto de la cultural capitalista occidental, que debe ser observado críticamente: los adultos mayores son un grupo que es muchas veces segregado culturalmente, pero esto no es sólo un hecho, sino una problemática a trabajar y que debe ser solventada mediante políticas.

Reconociendo la existencia de este tema como problemático, las Naciones Unidas han planteado los Principios de las Naciones Unidas en favor de las Personas de Edad (ver anexo 6). En ellos, la preocupación no se centra tan solo en el imperativo de cubrir las necesidades básicas de la tercera edad, sino también en trabajar por una mejor calidad de vida, por una autorrealización, participación y dignidad de los adultos mayores, como puede observarse en principios como los siguientes:

7. Las personas de edad deberán permanecer integradas en la sociedad, participar activamente en la formulación y la aplicación de las políticas que afecten directamente a su bienestar y poder compartir sus conocimientos y habilidades con las generaciones más jóvenes.

8. Las personas de edad deberán poder buscar y aprovechar oportunidades de prestar servicio a la comunidad y de trabajar como voluntarios en puestos apropiados a sus intereses y capacidades.

9. Las personas de edad deberán poder formar movimientos o asociaciones de personas de edad avanzada

15. Las personas de edad deberán poder aprovechar las oportunidades para desarrollar plenamente su potencial.

16. Las personas de edad deberán tener acceso a los recursos educativos, culturales, espirituales y recreativos de la sociedad.

(Naciones Unidas, 1991)

A partir de estos principios, la Organización Mundial de la Salud (OMS) desarrolló la noción de “envejecimiento activo” a fines de la década del 90, concepto que se encuentra tras la mayoría de las políticas para la tercera edad que se gestionan, incluyendo también al caso chileno.

Se trata de un enfoque más amplio del envejecimiento saludable que contempla la salud, la participación activa y la inclusión de los ciudadanos de mayor edad en la familia, en la comunidad y en la vida nacional. El término activo se refiere a la participación continua de los adultos mayores de manera individual y colectiva, en los aspectos sociales, económicos, culturales, espirituales y cívicos, y no solamente la capacidad para estar físicamente activo o participar en la mano de obra. Este concepto, en el plano operativo, se refiere al empoderamiento de los adultos mayores en los aspectos biológicos, psicológicos y sociales en los que están inmersos. (Mendoza-Núñez y Martínez-Maldonado, 2013, en Montes de Oca, 2013:455-456)

3.4.2 Los adultos mayores como un grupo social en la sociedad de consumo

Cabe observar en estos principios y conceptos asociados a la vejez, que se comprende a los adultos mayores como un grupo social particular, al cual se dirigen principios, políticas y programas especiales. Pero cabe preguntarse, dando un paso anterior a esto: ¿son los adultos mayores un grupo social? ¿Tienen una identidad particular y distinta de otros grupos? ¿Poseen una conciencia de grupo? Rodríguez (1979) plantea que, por una parte, podría afirmarse que no, pues son un grupo muy heterogéneo, estratificado internamente según estatus, nivel educacional, género, raza, etc. Al fin y al cabo, todos los individuos pertenecerán a este grupo etario si viven lo suficiente. Por tanto, cada individuo pertenecería a su propio grupo y el ser anciano sería solo una característica más: un “viejo pobre” o un “viejo rico”, un “viejo negro” o un “viejo judío”, donde su identidad de grupo no estaría en la edad sino en sus otras características adscritas o adquiridas. Sin embargo, el mismo Rodríguez rebate estos argumentos y plantea que, si bien los adultos mayores no son un grupo homogéneo, si poseen un rasgo común entre todos, que es su situación de segregación cultural, la sistemática marginación que hace la sociedad de toda aquella persona que no se encuentra en la edad más productiva.

Es posible entonces comprender a los adultos mayores como un grupo con una situación social común, asociada a las características biológicas que conlleva la edad, y a la posición social semi excluida en la cual la cultura los sitúa; y a la vez como un grupo internamente estratificado por otras

características. Así, si bien es una tendencia general aquella que relaciona un menor consumo cultural con una mayor edad, esta tendencia está además moderada por el nivel económico y educacional de las personas, ya que el grupo etario no es homogéneo, pero sí posee características comunes.

En tanto grupo etario con necesidades particulares, se vuelve pertinente observar su comportamiento en la sociedad de consumo. Existe otro mito entre los muchos que hay en torno a la tercera edad, que plantea que los adultos mayores se encuentran fuera de las dinámicas culturales de consumo, o que asume que estas dinámicas juegan un rol mínimo en su vida cotidiana. El libro *Ageing in a Consumer Society* (Jones et al, 2008) desmiente esto, y afirma que justamente la cohorte que vio nacer a la sociedad de consumo, es aquella que ahora compone el grupo llamado “tercera edad”. Es decir, quizás las generaciones previas de adultos mayores se hallaban fuera de las dinámicas del consumo y de la cultura asociada a este, pero actualmente no es así, y si las personas mayores tienen un menor consumo en distintas áreas (el mencionado libro refiere al consumo de bienes como la televisión o el microondas, pero también cabe referir aquí al consumo cultural) no se debe a que no se interesen en dichas dinámicas, sino más bien a una segregación cultural y una desigualdad económica que se encuentra relacionada con la vejez. El adulto mayor de hoy no es otro que el individuo que ha participado, consumido, opinado durante toda su vida juvenil y adulta, y que ve impedida o dificultada su intención de seguir haciéndolo por temas económicos o bien simbólicos y culturales (además, por supuesto, de los motivos como pueden serlo los problemas de dependencia y enfermedad).

3.4.3 Políticas y programas para el envejecimiento: enfoque de derechos y dimensiones de calidad de vida del adulto mayor

A partir de esta perspectiva del envejecimiento, las políticas públicas y también los programas de iniciativa privada que apuntan a la tercera edad tienen como imperativo el cambio desde un paradigma paternalista, que tiene detrás esta visión estereotipada de los “años dorados” a los que hacía referencia Gubrium (1973, en Rodríguez, 1979), a otro que tenga en consideración la centralidad de “mantener la autonomía, la independencia y la calidad de vida de los ancianos, sin olvidar las diferencias existentes desde el punto de vista de funcionalidad, fragilidad, postración y estado terminal” (Casas, 2000).

Es así como comienza a tener cabida la preocupación por la participación en organizaciones, la generación de vínculos y las actividades de ocio y recreación dentro de las políticas sociales para la tercera edad, todos elementos que pueden enmarcarse dentro de la idea del envejecimiento activo. Kornfeld et al (2013) señalan que en el caso chileno “los gobiernos han dado curso a una serie de iniciativas de protección social que apuntan a mejorar la calidad de vida de las personas mayores desde

un *enfoque de derechos*. Por lo tanto, han sido concebidas con un carácter integral, que no sólo implica la entrega de prestaciones básicas, sino también la generación de programas que valoran la recreación y el ocio por cuanto contribuyen a mejorar la calidad de vida de la población” (Kornfeld et al, 2013: 647). Surgen así programas gestionados por el Servicio Nacional del Adulto Mayor (SENAMA) como el de Turismo Social.

En consonancia con este enfoque de políticas públicas, en el último tiempo se ha desarrollado en Chile una amplia línea de investigación asociada al tema de la calidad de vida en la vejez, que ha buscado tanto medirla, como investigar qué factores la afectan. Por “calidad de vida” se hace referencia a un concepto multidimensional e integral: la Segunda Encuesta Nacional Calidad de Vida en la Vejez, realizada en conjunto por el SENAMA y la Pontificia Universidad Católica de Chile (2010), indaga sobre el bienestar general y subjetivo, la situación laboral y económica, las condiciones de salud, las relaciones familiares y sociales, entre otros temas; y cada uno de estos temas engloba muchas otras áreas de la vida de las personas. En base a los datos recabados con dicha encuesta, se ha indagado sobre cuáles son los predictores de un buen envejecer. Dentro de los hallazgos que se presentan en *Chile y sus mayores*, que analiza los resultados de la encuesta, se encuentra que el bienestar se ve afectado tanto por necesidades económicas y de salud, como por otras –muchas veces menos priorizadas- como el afecto o la recreación, es decir, el “realizar actividades significativas y relacionarse con otras personas” (Pontificia Universidad Católica de Chile – SENAMA – Caja Los Andes, 2010:93) Así, entre otros hallazgos aparece como significativa la influencia de salir de la casa, leer diarios, libros o revistas y asistir a cursos o talleres, sobre el bienestar.

Otra investigación asociada a la calidad de vida en la vejez es el estudio cualitativo de Osorio, Torrejón y Anigstein (2011), quienes conceptualizan la calidad de vida desde la propia definición que hacen los adultos mayores. En dicho trabajo emergen cinco dimensiones principales de la calidad de vida: salud, dimensión material, dimensión individual, entorno físico y entorno social. Esta última aparece como central en los discursos de los entrevistados, ya que “puede articular y concentrar recursos tales como la contención emocional, apoyo, recursos económicos, materiales, incentivar la actividad, articular la rutina diaria, facilitar la actualización de cambios sociales y relaciones generacionales, y ayudar al desenvolvimiento de los adultos mayores en el entorno físico en el que viven” (Osorio et al, 2011:73).

El consumo cultural de los adultos mayores se inserta en esta discusión desde dos ámbitos de la preocupación por la calidad de vida de dicho grupo: por una parte, el consumo de cultura en sí mismo responde a los principios de las Naciones Unidas sobre el acceso a los recursos culturales, educativos y

recreativos para una mayor satisfacción con la vida, así como también corresponde con las actividades significativas que inciden en el bienestar según el análisis de los resultados de la Segunda Encuesta de Calidad en la Vejez. Pero además, muchas de estas formas de consumo y de participación cultural conllevan también un espacio de encuentro con otro y de generación de vínculos, del mismo modo que lo permiten las organizaciones y clubes; y este fortalecimiento del entorno social, como ya se mencionó, es también fundamental en la calidad de vida, el bienestar y la satisfacción de los adultos mayores.

IV. CONCEPTUALIZACIÓN

A partir de la revisión bibliográfica se desprenden los siguientes conceptos centrales que se entenderán, en lo que continúa de la investigación, del siguiente modo:

Bienes culturales: bienes cuyo principal valor percibido es el simbólico, que son producidos y consumidos en circuitos relativamente diferenciados (centros especializados) y que requieren ciertos conocimientos para su apropiación y uso, asociados al capital cultural.

Consumo cultural: práctica social e individual en la que se realiza una apropiación, vivencia y uso de bienes y servicios culturales disponibles en la sociedad, lo que genera un dinamismo en los esquemas simbólicos y de percepción de los sujetos, al renovar horizontes de expectativas sociales y abrir nuevos planos de desarrollo (social, económico y humano). Podemos distinguir las siguientes dimensiones:

1. Asistencia a espectáculos culturales (cine, teatro, danza, conciertos)
2. Participación en talleres de formación cultural o práctica de actividades artísticas: taller de danza o canto o teatro o de escritura o la persona baila, canta, hace teatro, escribe.
3. Medios de información de la programación cultural: TV, diario, radio, internet, afiches, boletines de la institución.
4. Perfil sociodemográfico del consumidor: nivel educativo e ingreso o disposición a pagar por un espectáculo o taller.
5. Beneficios percibidos y asociados al consumo cultural a nivel individual, a nivel comunitario y en su conjunto.

Capital cultural: refiere al conjunto de instrumentos o herramientas con que cuenta un individuo para aproximarse, acceder, valorar, aprehender y apropiarse simbólicamente de un bien cultural. El capital cultural deriva del medio familiar, el sistema educativo y/o la comunidad de origen y facilita un mayor consumo cultural ya que ayuda en la apropiación y uso del valor simbólico de estos bienes.

Adulto mayor: siguiendo la definición que hacen las Naciones Unidas, se considerará adulto mayor a cualquier persona mayor de 60 años, es decir, tanto personas de “tercera edad” como de “cuarta edad”.

Envejecimiento activo: refiere a una noción orientadora de políticas para el adulto mayor, que contempla no solo la preocupación por la satisfacción de necesidades básicas, sino que posee un

enfoque amplio que apuntan a un envejecimiento con participación activa en los aspectos sociales, económicos, culturales, espirituales y cívicos.

Beneficiarios del Programa Adulto Mayor GAM: corresponde a aquellas personas mayores de 60 años que han asistido o participado al menos una vez en GAM, asistiendo y/o participando de la programación artística y cultural dirigidas al adulto mayor. Entre ellos distinguimos dos tipos de beneficiarios: los adultos mayores fidelizados (aquellos que tienen una alta participación en los talleres para el adulto mayor del GAM) y los adultos mayores no fidelizados (personas inscritas en la Membresía Adulto Mayor GAM que presentan una baja o nula asistencia a los talleres para el adulto mayor del GAM).

V. METODOLOGÍA

Para responder a la pregunta de investigación y a la demanda que le da origen, se realizó un estudio exploratorio y de metodología mixta: por una parte se utilizó una aproximación cuantitativa para caracterizar sociodemográficamente a los beneficiarios del Programa Adulto Mayor GAM y para conocer los usos que hace de este, las barreras de acceso, la oferta a la que se asisten, su frecuencia, entre otros. Por otra parte hubo una aproximación más profunda y cualitativa a algunos de estos beneficiarios para indagar en su apreciación de los talleres y otros beneficios ofrecidos por el Programa.

Previo a esto, se realizaron cuatro entrevistas a informantes claves del Programa Adulto Mayor GAM, a saber: Marta Suárez, bibliotecaria de BiblioGAM encargada de realizar los talleres de lectura; Carla Orellana, encargada del Programa Adulto Mayor; Érika Araya, jefa de BiblioGAM, quien ha gestionado diversos talleres para el adulto mayor, y Marcita Navarrete, profesora del Taller Cartas de la Memoria y encargada de la inscripción de la Membresía Adulto Mayor y de la entrega de las tarjetas. El objetivo de estas entrevistas fue obtener información sobre los talleres y la membresía y tener una percepción preliminar de los programas desde los encargados y profesores, para luego poder aproximarnos de una manera más pertinente a los beneficiarios del Programa Adulto Mayor. En base a lo conversado con estas cuatro mujeres fue posible conocer y presentar de manera más clara la información sobre las actividades dirigidas a los adultos mayores, así como también elaborar una encuesta y pautas de entrevistas pertinentes al público estudiado y a las actividades que se han realizado y se realizan en el GAM. Posterior a esto se realizaron tres observaciones para tener una impresión previa del funcionamiento de los talleres, el Club Adulto Mayor GAM y de los espectáculos ofrecidos mediante entradas de cortesía, especialmente para el adulto mayor (ver anexo 10).

5.1 Aproximación cuantitativa

La aproximación cuantitativa consistió en una breve encuesta telefónica de 100 casos, donde se preguntaron datos sociodemográficos, de conocimiento y uso de los beneficios de la membresía, si posee o no la tarjeta de miembro, viendo si la obtuvo porque él o ella lo solicitaron o porque se lo ofrecieron (ver anexo 7). En este proceso se aprovechó de actualizar parcialmente la base de datos de la Membresía (fechas de nacimientos, emails, entre otros). Estos casos se seleccionaron a partir de la base de datos de la Membresía Adulto Mayor GAM, con la excepción de algunos casos, cuyo método de selección se explicita más adelante.

La base de datos de la membresía se encuentra en formato Excel, y es actualizada cada viernes por Marcita Navarrete, quien agrega los nuevos beneficiarios de la membresía al terminar cada semana.

Según lo que ella cuenta, cada semana se inscriben aproximadamente diez nuevos adultos mayores a la membresía. La base de datos registra nombre, apellido, fecha de nacimiento, rut, género, teléfono fijo y móvil, correo electrónico, dirección, comuna, y fecha de inscripción, solicitud y retiro de la tarjeta. Estos últimos datos, sin embargo, se encuentran ausentes en gran cantidad de los casos. La actualización con la que contamos corresponde a la base actualizada al 14 de agosto, y posee 701 inscritos.

La selección de los casos a encuestar se realizó utilizando como fuente otro archivo facilitado por GAM, las listas de asistencia a los distintos talleres y laboratorios, que se encuentran también en Excel. La contraparte solicitó que la muestra tuviera igual cantidad de beneficiarios fidelizados que no fidelizados, por tanto se diseñó una estrategia de selección de casos distinta para cada grupo. Para seleccionar adultos mayores fidelizados, se trabajó en conjunto con todas las listas de asistencia a las actividades, y se realizó una lista con todos aquellos que hubiesen asistido a 3 o más actividades distintas, y que de ser dicha actividad un ciclo, hubiesen tenido asistencia completa o casi completa. Con ello, se logró una muestra de 76 personas, de la cual se buscaba encuestar máximo a 50 beneficiarios fidelizados. A este grupo nos aproximamos tanto mediante la aplicación de la encuesta vía telefónica, como también aplicándola luego de las entrevistas grupales (descritas más adelante) con algunos grupos de alta participación en el GAM. De las 76 personas consideradas fidelizadas por su alta participación en el GAM, 19 no se encontraban en la base de datos de la membresía, y se les contactó a través de los talleres.

Posteriormente se excluyó a todos los adultos mayores fidelizados (seleccionados usando como criterio las listas de asistencia a talleres) de la base de datos de la membresía, y se realizó una selección de casos a encuestar como adultos no fidelizados aleatorio dentro de los beneficiarios restantes, seleccionando también 80 casos para encuestar a 50.

Finalmente, una vez aplicada la encuesta, se obtuvo una muestra de 100 casos, 50 fidelizados y 50 no fidelizados, de los cuales 11 no se encontraban en la base de datos de la membresía (todos ellos fidelizados), mientras que los 89 restantes sí lo estaban.

5.2 Aproximación cualitativa

La aproximación cualitativa consistió en la realización de cuatro entrevistas grupales con adultos mayores que fueron contactados al finalizar las observaciones y las entrevistas a los informantes claves (ver anexo 10). Estas entrevistas grupales buscaron profundizar en las percepciones que tenían los adultos mayores “fidelizados” (beneficiarios con alta participación en talleres) y “no fidelizados” (beneficiarios con baja o nula participación en talleres) sobre las actividades para el adulto mayor

ofrecidas por el GAM, las posibles mejoras a la programación cultural ofrecida a ellos, las barreras de acceso, críticas a la institución en general y a la Membresía Adulto Mayor en particular y su percepción de las actividades culturales en general (ver anexo 9). En general las entrevistas fluyeron con facilidad, se expusieron distintos puntos de vistas y fueron realizadas en la sala de reuniones de BiblioGAM o de Administración.

Fue necesario realizar entrevistas grupales con los adultos mayores fidelizados pues la contraparte quería ver si existían diferencias sociodemográficas en los beneficiarios del Programa Adulto Mayor GAM según el taller en el que participan. Por lo demás, en estas entrevistas fue posible ver que hay beneficiarios fidelizados que no están inscritos en la Membresía Adulto Mayor GAM. Fue necesario realizar una entrevista grupal con los no fidelizados para poder profundizar, cualitativamente, en las barreras de acceso para una mayor participación en el Programa Adulto Mayor GAM. Por lo demás, se vio que algunos participantes de esta entrevista grupal si habían participado, en el pasado, en algunos de los talleres ofrecidos.

Tres de estas entrevistas grupales fueron realizados a grupos de adultos mayores fidelizados: Entrevista grupal del Taller de Lectura (realizado el lunes 13 entre 17:15 y 18:30, asistieron 8 personas, un solo hombre), Entrevista grupal con ex participantes del Taller Cartas de la Memoria (realizado el miércoles 15 de Octubre entre 14:30 y 15:30 horas, participaron siete mujeres, quienes fueron contactadas por la encargada de la inscripción de la Membresía Adulto Mayor GAM y ex profesora del Taller Cartas de la Mejoría, Marcita Navarrete¹⁵), Entrevista grupal con Miembros del Club del Adulto Mayor GAM (lunes 13 de octubre entre 11:30 y 13 horas, asistieron 8 mujeres).

La entrevista grupal con los adultos mayores no fidelizados (realizado el miércoles 22 de octubre entre 11:30 y 13 horas) participaron 8 personas (un hombre) quienes fueron contactadas al momento de realizarse la encuesta telefónica. La conversación fluyó con naturalidad y la impresión general fue que los no fidelizados no difieren en sus intereses culturales y uso del tiempo libre de los fidelizados.

5.3 Plan de análisis

Una vez obtenidos los datos de la encuesta telefónica se realizó un análisis descriptivo mediante SPSS, que apunto tanto a caracterizar a los beneficiarios socioeconómicamente, observando la distribución de variables como el nivel educacional o la comuna, así como también su distribución etaria (para observar si pertenecen a la “tercera” o la “cuarta” edad). Además, presentaremos mediante este análisis descriptivo cada una de las preguntas de la encuesta, que apuntan a conocer la participación de

¹⁵ En esta entrevista grupal había tres personas que ya habían participado en el entrevista grupal del Club del Adulto mayor y una que había participado en el entrevista grupal del Taller de Lectura.

las actividades del GAM, las barreras para esta, el conocimiento y uso de los beneficios de la membresía, la posesión de la tarjeta, y las formas de información. Finalmente, se observó si estas variables tienen alguna asociación a características socioeconómicas, de género y etarias de los beneficiarios, mediante tablas de contingencia.

Esta información se complementó con los datos que se levantaron de las entrevistas grupales mediante la técnica de codificación (Saldaña, 2009) considerando que en la investigación cualitativa una palabra o frase corta captura una porción de información importante que puede ser objeto de análisis. Así, a través de una actitud analítica se segregaron, agruparon y relacionaron códigos (como datos cualitativos), consolidando significados y desarrollando interpretaciones. Es decir, se realizó un análisis integrado de la información obtenida cualitativa y cuantitativamente.

5.4 Limitaciones del estudio

El presente estudio tiene las siguientes limitaciones: a) limitación temporal por la corta duración del estudio, b) limitación temporal dado el carácter etario del grupo a estudiar c) falta de estudios previos sobre el consumo cultural del público adulto mayor, e) limitación de los datos agregados, d) sesgo en la selección de casos de adultos mayores fidelizados y no fidelizados.

La primera limitación, la limitación temporal por la corta duración del estudio (un semestre), no nos permite por un lado, actualizar toda la base de datos de la Membresía adulto Mayor GAM, limita el número de encuestas telefónicas a realizar (un máximo de 100), limita la cantidad de entrevistas grupales a realizar (cuatro) y la posibilidad de hacer entrevistas individuales posteriores, en caso de que se quisiera profundizar en algunos hallazgos de la investigación.

La segunda limitación, limitación temporal dada el carácter etario del grupo a estudiar, más que una limitación es una realidad ya que es posible que varios de los adultos mayores que han participado en los talleres del Programa pueden haber fallecido y/o algunos datos pueden estar desactualizados, lo que limita el estudio, además que otros entrevistados pueden tener sus habilidades cognitivas limitadas.

La tercera limitación, falta de estudios previos sobre consumo cultural de los adultos mayores tanto en el mundo como en Chile, evidencia el carácter exploratorio de este estudio pero a la vez permite que esta investigación sea un aporte real en el área y para la institución.

La limitación de los datos agregados es tal vez la limitación más evidente, pues todos los estudios revisados sobre consumo cultural en Chile han sido realizados desde una metodología cuantitativa, a través de encuestas a la población, en donde la riqueza del caso individual se diluye y hace que, en todas las tipologías de consumidores culturales chilenos, el adulto mayor quede en las clasificaciones de menor consumo. Es decir, el adulto mayor “rico y educado” desaparece en los

resultados, aun cuando hay evidencia –y desde las entrevistas con informantes claves ya se ha visto que en muchos de los talleres participan adultos mayores de buen nivel educativo- de que estos “si existen”. Sin embargo esto hace que esta investigación pueda ser un aporte real al área, trabajar con adultos mayores fidelizados, es decir, adultos mayores con alta participación tanto en talleres ofrecidos para el adulto mayor como espectáculos artísticos para todo público.

Por último, la limitación en la selección de casos de adultos mayores fidelizados y adultos mayores no fidelizados está en que estas fueron realizadas a partir de las listas de asistencia entregadas por la institución. EL 75% de estas listas correspondía los Talleres de Lectura de BiblioGAM, que era el taller que tenía la mejor sistematización de su asistencia, además de un registro continuo. Por lo tanto, los adultos mayores seleccionados como “fidelizados” son, en su mayoría, asistentes al Taller de Lectura BiblioGAM y no a otros talleres, sesgando la muestra.

VI. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

6.1 Caracterización de los beneficiarios del Programa Adulto Mayor GAM

Los encargados del programa identifican una gran cantidad de beneficiarios del Programa Adulto Mayor en donde habría un grupo que se encuentra más “fidelizado” que otro (“no fidelizados”), siendo esta fidelización asociada a una mayor participación en los talleres dirigidos al adulto mayor que coordina tanto BiblioGAM como la Unidad de Mediación. A continuación se describirán las características sociodemográficas en general y de ambos grupos (fidelizados y no fidelizados) en particular, describiendo las diferencias. Luego se caracteriza el consumo cultural de estos beneficiarios según la información proveniente de la encuesta telefónica, que comprende una muestra de 100 casos, de los cuales 50 son fidelizados y 50 no fidelizados, y de las entrevistas grupales.

6.1.1 Caracterización Sociodemográfica

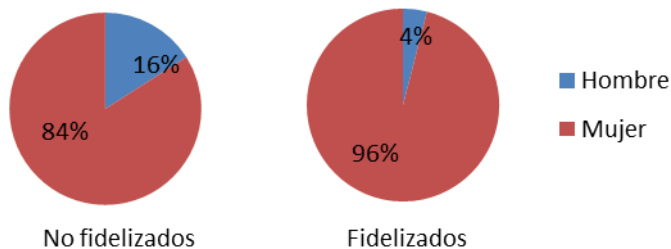
Respecto al **sexo**, se observa una evidente mayoría de público femenino, siendo muy pocos los hombres, tanto en la base de datos de la membresía en general, como en la muestra de la presente encuesta que incluye tanto a personas inscritas en la membresía como no inscritas. En

total, un 90% de los encuestados fueron mujeres, mientras que solo 10% eran hombres (es decir, 90 de las encuestadas son mujeres, y sólo 10 son hombres), cifra que disminuye a un 4% entre los fidelizados (frente a un 16% de los no fidelizados), lo que sugiere un menor compromiso de parte del público masculino.

Como muestra la información obtenida, hay una muy baja presencia de hombres inscritos en la membresía y que participan en los talleres ofrecidos: van muchas más mujeres que hombres: *“los hombres de 70 años brillan por su ausencia...a toda hora”* Mujer, No Fidelizada.

Este tema se discutió en las entrevistas grupales y tanto mujeres como los pocos hombres que asistieron (dos en total) mencionaron varios motivos. Según ellos, la baja presencia de hombres se debe

Gráfico 1: Distribución de los encuestados según sexo, según no fidelizados y fidelizados



Fuente: Elaboración propia.
N: 100 casos

a dos factores: las características propias del hombre (que lo diferencian de la mujer) y un alejamiento de la vida social al terminar el período productivo.

Los hombres tendrían, a diferencia de las mujeres, una mayor timidez, menor sociabilidad y son menos proclives a contar sobre su vida personal, mientras que las mujeres son lo contrario: más extrovertidas, buscan espacios de sociabilidad y amistad y disfrutan al compartir su vida personal. Las mujeres se consideran más fuertes y menos frágiles que los hombres, tomándose la edad con mayor humor, mientras que los hombres no se asumen como parte de la tercera edad. Por ejemplo, en baile los hombres se descoordinan y se cohíben mientras que las mujeres se ríen. A los hombres les costaría admitir que son de la tercera edad, ya que *“Miran y ven “puros viejos” y no se reconocen ellos como parte de ese grupo”* Mujer, No Fidelizada. Por lo demás, ellas creen tener mayor voluntad que los hombres para salir adelante y levantarse en las mañanas para hacer sus actividades.

Estas características hacen que, según uno de los participantes de la entrevista grupal de no fidelizados, que los hombres prefieran asistir a espectáculos que participar en talleres. Esto también puede deberse a que los talleres implica constancia y sociabilidad y *“no me he preocupado de eso [revisar talleres que le podrían interesar], es que los hombres somos pocos constantes parece”* Hombre, No Fidelizado.

El alejamiento de la vida social al jubilar se asocia al fin del rol proveedor que el hombre tuvo durante toda su vida: *“Antes el hombre era el proveedor, no era el intelectual y cuando se termina se queda de brazos cruzados en la casa y no quiere participar de las actividades culturales y artísticas...no le interesan esas cosas...ya no produce y se queda en la casa leyendo el diario y viendo televisión”* Mujer, Fidelizada, Taller de Lectura. Es decir, esto se asocia al fin del rol que tenía en la sociedad, lo que produce una introversión de los adultos mayores hombres.

Los adultos mayores discutieron también, en la entrevista grupal del Taller de Lectura, de cómo en algunos aun persistía un trauma a participar en la vida pública por los efectos de la dictadura y la poca actividad cultural y participación pública que hubo durante esos años. Por lo tanto, es un tema de su generación y de la sociedad, en el sentido de que el trauma de la dictadura militar aún persiste, evidenciándose como un miedo a participar en la vida pública: *“Muchos se desilusionaron, se marchitaron de una vida activa. Hay que convencerlos de que ahí hay algo más de experiencia y de aprendizaje...y por eso estoy acá”* Hombre, Fidelizado, Taller de Lectura. Habría un tema histórico de que el país que no es capaz de sanar sus traumas y que afecta aun a las generaciones mayores.

Es decir, al menos en la generación que es hoy adulto mayor, hay una inversión en la vida pública entre hombres y mujeres: el hombre anciano pierde poder al jubilar y se margina de lo público, mientras que las mujeres de jóvenes se limitan, pero jubiladas se liberan.

Tanto hombres como mujeres quieren que haya una mayor integración de los sexos en las actividades culturales. Una mujer fidelizada del Taller de Lectura, que además también participa de los talleres de una caja de compensación, menciona como los hombres, una vez que se han entusiasmado en un taller “brillan”, siendo esta una forma de reintegrarlo en espacios sociales, además de que a todas las mujeres les “encantaría” que hubiera más hombres participando.

Respecto a la **edad** de los encuestados, ésta posee un rango que va desde los 59 a los 92 años, con un promedio de edad de 72 años. Los beneficiarios del Programa Adulto Mayor GAM son bastante

Tabla 1: Edad en tramos según audiencia fidelizada y no fidelizada

		No fidelizados	Fidelizados	Total
Edad	65 y menos	22,4%	14,3%	18,4%
	66-70	28,6%	18,4%	23,5%
	71-75	24,5%	24,5%	24,5%
	76-79	16,3%	16,3%	16,3%
	80 y más	8,2%	26,5%	17,3%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%

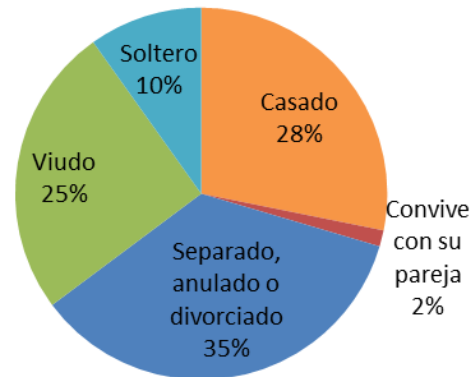
Fuente: Elaboración propia
N: 98 casos

heterogéneos en cuanto a la edad, siendo los más numerosos los que tienen entre 66 y 75 años (48%), mientras que cerca de un tercio tienen 76 años o más. Un 17% de los adultos mayores encuestados tiene 80 años o más, es decir, pertenece a la llamada “cuarta edad”.

Es interesante observar que la distribución etaria varía si observamos el grupo no fidelizado frente al fidelizado: si la distribución general muestra que un 18% posee 65 años o menos, este porcentaje aumenta a un 22% para los no fidelizados. En el sentido contrario, si bien un 17% de los encuestados es de la “cuarta edad”, estos aumentan a un 27% en el grupo fidelizado. Es decir, el grupo no fidelizado tiende a ser más joven que el fidelizado, lo que es consistente con lo hallado en las entrevistas grupales realizadas: muchos adultos mayores del tramo etario más joven siguen trabajando o tienen otras actividades, por lo que no tienen tanto tiempo disponible para participar tan activamente en el GAM.

En tercer lugar, es posible observar una tendencia interesante en el **estado civil** de los beneficiarios del Programa Adulto Mayor GAM encuestados: como puede observarse en el gráfico 2, casi tres cuartos son personas sin pareja (sumando a los solteros, viudos y separados, anulados o divorciados), y solo un 28% declara estar casado y un 2% convive con su pareja. Esta distribución difiere notablemente de la situación general de la población chilena de adultos mayores: según la Segunda Encuesta Nacional de Calidad de

Gráfico 2: Estado civil

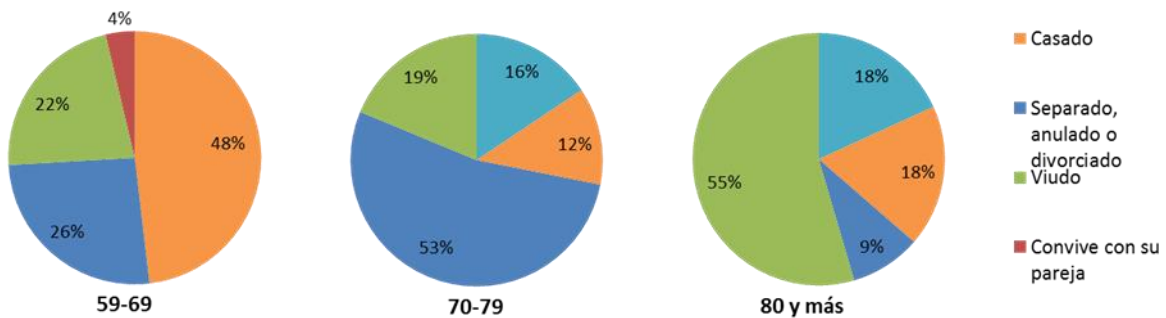


Fuente: Elaboración propia.
N: 71 casos

Vida en la Vejez, un 48% de los adultos mayores está casado, 4% convive, 10% está separado, 10% soltero, y 28% viudo (Pontificia Universidad Católica de Chile – SENAMA – Caja Los Andes, 2010:78). Por tanto, los beneficiarios del programa Adulto Mayor del GAM tiene como característica particular el estar compuesta mayoritariamente por personas sin pareja, situación que no es tan mayoritaria a nivel nacional para dicho grupo etario.

Es decir, se observa el fenómeno de las **mujeres solas**: la mayoría de las participantes de las entrevistas grupales vivían solas, estaban viudas o separadas y no tenían pareja. Para ellas, la vejez es el momento para reivindicar sus derechos y ejercer su autonomía: *“hemos estado siempre dedicadas a los hijos y llega ahora el momento en que jubilamos, recobramos el tiempo que nos corresponde...ahora nos corresponde a nosotras”* Mujer, No Fidelizada. También sucede que al enviudar -ya que los hombres tienen menor esperanza de vida que las mujeres, a lo que se suma que las mujeres se casan con hombres algo mayores que ellas- las mujeres necesitan salir del hogar para tener con quienes

Gráfico 3: Estado civil según grupos de edad

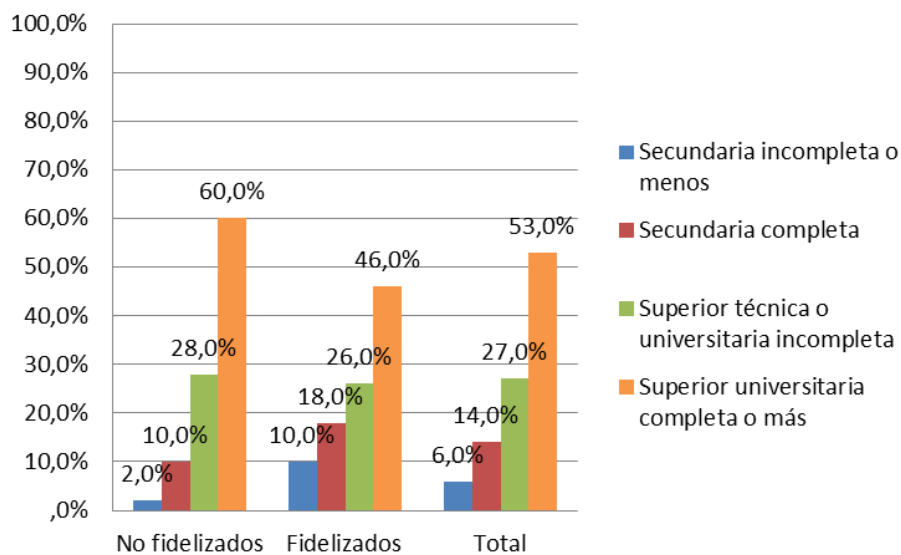


Fuente: Elaboración propia.
N: 71 casos

compartir: “yo soy una agradecida de este lugar porque no necesité duelo ni nada, porque aquí fue una enorme ayuda para mi” Mujer, Fidelizada, Club Adulto Mayor, ella enviudó y estuvo en la obra “Edipo”.

No se observa diferencia en el estado civil entre los grupos fidelizados y no fidelizados. Donde sí se observa diferencia es al analizar el estado civil según la edad de los encuestados: tal como muestra el gráfico 3, en el grupo más joven, de entre 59 y 69 años, más de la mitad de los encuestados tiene pareja (48% están casados y 4% convive con su pareja), mientras que en los otros dos grupos quienes tienen pareja son sólo un 12% entre quienes tienen entre 70 y 79, y un 18% para los mayores de 80 años. Esta tendencia a no tener pareja, mucho más evidente a partir de los 70 años, se debe más a la viudez para el caso de las personas mayores de 80 años (un 55% está viudo) y a la separación o divorcio para quienes tienen entre 70 y 79 años.

Gráfico 4: Nivel educacional según audiencia fidelizada y no fidelizada



Fuente: Elaboración propia.

N: 100 casos

Respecto al **nivel educacional** de los encuestados, es posible observar que los beneficiarios tienen altos niveles de educación: más de la mitad (53%) posee formación universitaria completa o más, mientras que solo un 6% tiene secundaria incompleta o menos. Mirando a más grandes rasgos, si se agrupan todos los niveles educacionales posteriores a la educación secundaria, se obtiene que un 80% tiene estudios más allá de la educación secundaria, lo cual es altísimo comparando con los niveles de educación de la población de adultos mayores nacional: la caracterización realizada por el estudio del

SENAMA (2009) plantean que 56,1% de los adultos mayores no terminó la educación básica, 33,6% tiene educación básica completa como último nivel educativo alcanzado, y sólo 12,3% tiene algún año de enseñanza media cursado. Es decir, el porcentaje de personas mayores con educación superior ni siquiera es informado, y debe ser un porcentaje muy pequeño, una fracción de aquel 12,3% que cursó enseñanza secundaria (SENAMA, 2009:35-36).

Si bien no se preguntó en la encuesta por profesión, en las entrevistas grupales fue posible ver que muchas personas, especialmente miembros del Club del Adulto mayor, eran profesores de escuela. La gran mayoría ya está jubilada y en muy pocos casos se encuentran trabajando.

Al diferenciar por fidelizados y no fidelizados, se observa que en el gráfico 4 que, si bien ambos grupos tienen un muy alto nivel educativo, este es mayor entre los no fidelizados que entre los fidelizados: un 10% de los fidelizados tiene secundaria incompleta o menos, frente a un 2% de los no fidelizados, y paralelamente, quienes tienen estudios posteriores a la educación secundaria son un 72% en el grupo de los fidelizados, frente a un 88% de los no fidelizados. Esto puede estar asociado al hecho de que en el grupo de los fidelizados hay más personas mayores de 80 años, ya que, como se plantea luego, existe una relación entre nivel educacional y edad.

No se observan diferencias en el nivel educativo alcanzado por quienes tienen o no pareja, pero sí existe diferencia según sexo (90% de los hombres tiene estudios más allá de la educación secundaria, frente a un 78% de las mujeres) y según edad: mientras que para quienes tienen hasta 69 años, un 85%

estudió después de la enseñanza secundaria, este porcentaje disminuye a un 65% para los mayores de 80 años, pasando por un 80% para quienes tienen entre 70 y 79 años. Esto puede explicarse debido al progresivo aumento de la cobertura educacional que debe haber afectado a las distintas generaciones que ahora componen el grupo etario de los adultos mayores.

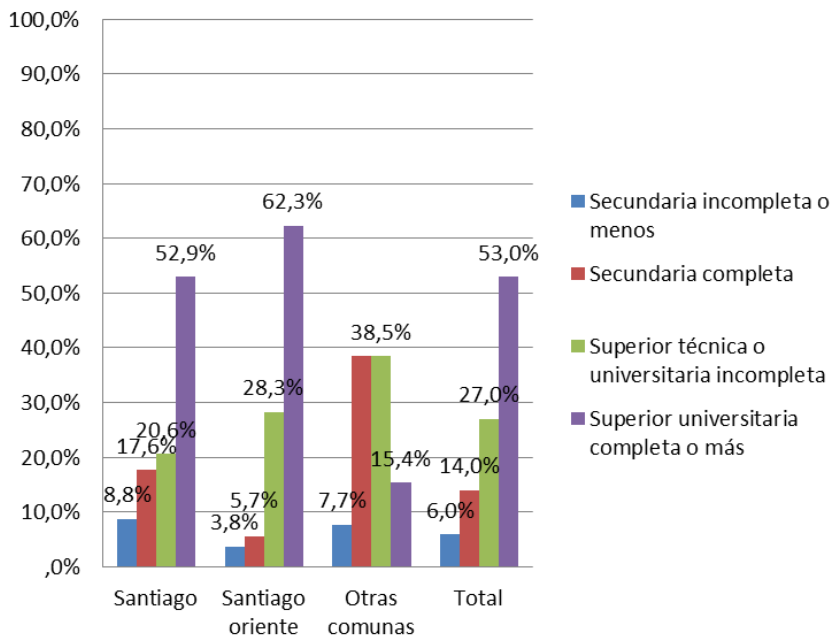
Tabla 2: Frecuencia comunas de residencia de los encuestados

Santiago	34
Ñuñoa	17
La Florida	10
Las Condes	9
Providencia	9
La Reina	5
Maipú	5
La Cisterna	2
Peñalolén	2
Lo Prado	1
Pedro Aguirre Cerda	1
Puente Alto	1
Recoleta	1
San Bernardo	1
San Ramón	1
Vitacura	1

En la tabla 2 se muestran las **comunas de residencia** de las 100 personas encuestadas de los beneficiarios del Programa Adulto Mayor GAM. Un tercio de ellas reside en la misma comuna en la que se encuentra el centro cultural, Santiago Centro, mientras que la mayoría de los individuos restantes vive en comunas del sector oriente de la capital, como lo son Ñuñoa, Las Condes, Providencia y La Reina, lo cual es consistente con el alto nivel educacional al que

ya se hizo referencia: tanto la comuna de residencia como el nivel educacional hablan probablemente de un público de un nivel socioeconómico mayoritariamente medio alto y alto. Sin embargo, también hay varios que residen en otras comunas, lo que muestra una cierta heterogeneidad residencial en la audiencia estudiada, como Maipú, La Florida y La Cisterna.

Existe una relación significativa entre la comuna de residencia y el nivel educativo de los encuestados, tal como puede observarse en la gráfico 5: hay un marcado mayor porcentaje de personas con educación superior universitaria completa entre quienes viven en el sector oriente de Santiago (62,3%), lo que contrasta con el 15,4% de quienes viven en comunas distintas a Santiago centro o el sector oriente. En este grupo,



Fuente: Elaboración propia.
N: 100 casos

la tendencia es más bien a tener educación secundaria completa o superior técnica completa o incompleta.

Respecto a la relación entre la comuna de residencia y el encontrarse más o menos fidelizado al GAM, no se observan a nivel general diferencias muy significativas: ambos grupos residen mayoritariamente en el sector oriente o en Santiago Centro. Sin embargo, si se observa una mayor tendencia entre quienes viven en otras comunas a ser menos fidelizados, probablemente debido a la distancia con el centro cultural. Así, si para quienes viven en Santiago Centro o en las comunas del sector oriente, prácticamente la mitad es fidelizada y la otra mitad no (evidenciando que no hay efecto de la comuna sobre si participan más o no), para el caso de quienes residen en otras comunas un 69% es no fidelizado, frente a un 31% que sí lo es.

6.1.2 Tipología de los beneficiarios del Programa Adulto Mayor GAM

En base a la descripción anterior, es posible esbozar una tipología del adulto mayor fidelizado al GAM, así como también del no fidelizado. En primer lugar, quienes participan y asisten más asiduamente al GAM son, en promedio, mujeres mayores de 70, e incluso mayores de 80 años, con un elevado nivel educacional, sin pareja, y residentes en Santiago centro o en comunas del sector oriente. Por otra parte, el adulto mayor no fidelizado es en general mujer, sin pareja, más joven (entre 60 y 70 años), con un nivel educacional aún más alto que los fidelizados, y reside también en Santiago Centro o las comunas de la zona oriente. Sin embargo, a diferencia del grupo fidelizado, dentro de los no fidelizados hay, en primer lugar, un grupo más numeroso de hombres, también de entre 60 y 70 años y con estudios universitarios completos; y en segundo lugar, un grupo de varias personas que no residen en el sector oriente ni en el centro, sino en comunas más alejadas del GAM, con un nivel educacional menor al promedio de los beneficiarios del Programa.

6.1.3 Consumo cultural de los beneficiarios del Programa Adulto Mayor GAM

Los beneficiarios del Programa Adulto Mayor GAM se caracterizan por ser muy activos en su participación cultural, ya que fidelizados y no fidelizados dedican gran parte de su tiempo libre a la asistencia y la participación en espectáculos y actividades culturales. Estos adultos mayores asisten no solo al Centro Gabriela Mistral, sino que van también a los Programas para el Adulto Mayor que ofrece el Centro de Extensión de la Universidad Católica, participan en los talleres que ofrecen las municipalidades en las que residen (mencionan La Reina, Providencia, Santiago, Vitacura y Las Condes) y en los talleres de las cajas de compensación a las que están afiliados, principalmente Los Andes y La Araucana, de las cuales destacan los talleres de manualidades, gimnasia y baile. Es decir, pertenecen a ese grupo de adultos mayores -que ellos reconocen minoritario- que realiza muchas actividades, a diferencia de la mayoría de adultos mayores que no sale de su casa: *“tengo toda la semana copada de cosas”* Mujer, No fidelizada, sobre su participación en variados talleres culturales en GAM y otros lugares.

Reconocen también que esta alta participación es posible para ellos por dos motivos: no tienen enfermedades invalidantes y no son las esclavas o “nanas” de sus nietos, como sucede con muchos adultos mayores. Es decir, aun cuando la mayoría de las actividades para el adulto mayor son gratuitas o de muy bajo costo, hay un “colador” previo de poder disponer de tiempo libre para asistir a actividades culturales y no tener que estar ayudando a la familia y de no tener enfermedades invalidantes.

Varios adultos mayores mostraron su preocupación por la falta de integración que hay de los adultos mayores enfermos o que están en sillas de ruedas y que necesitan que alguien los traiga: *“Hay*

que preocuparse por los adultos mayores que no pueden venir solo (discapacitados)...o que están solos...” Mujer, No Fidelizada.

Los adultos mayores entrevistados reconocen que participan en actividades culturales porque *“nos gusta la cultura, el teatro...no nos quedamos sentadas”* Mujer, Fidelizada, Club Adulto Mayor GAM, porque lo cultural es un espacio de sociabilidad que las saca del encierro (ya que muchas son “mujeres solas”):*“esto nos da la vida...y nos permite salir de la soledad”* Mujer, Fidelizada, Entrevista grupal Club Adulto Mayor GAM- y porque les permiten mantenerse vigentes y continuar aprendiendo.

En muchos casos estas personas han estado toda su vida participando en este tipo de actividades y en otros casos son personas que ahora asisten más ya que disponen del tiempo libre para ello, ya que jubilaron o los hijos se fueron de la casa. Es una importante instancia de desarrollo personal e integración social para los adultos mayores. Estas apreciaciones fueron transversales en todas las entrevistas grupales realizados con fidelizados (es decir, del taller de lectura, taller cartas de la memoria y club del adulto mayor GAM).

6.2 Valoración, participación, barreras de acceso y evaluación de las actividades para el Adulto Mayor que realiza GAM

Los beneficiarios del Programa Adulto Mayor GAM valoran muchísimo el aporte que GAM realiza a la vida cultural en Santiago. Para muchas personas el centro cultural se ha convertido, especialmente en la audiencia fidelizada, en un eje central de sus vidas. Valoran la variedad y calidad de la programación artística, el buen trato del personal al público, la buena infraestructura del edificio, lo central de su ubicación, la cercanía al metro, la preocupación por el adulto mayor y por otras personas con necesidades especiales, como el programa para no videntes (HAPTO). Para ellos, el GAM se ha convertido en un nicho de las artes escénicas que no existía antes *“para mi es otro cuento, yo aprovecho al máximo todo lo que hacen acá, todo lo que se produce en el GAM es una regalo para mi vida, para esta época de mi vida”* Mujer, Fidelizada, Club Adulto Mayor.

Consideran que el GAM se enmarca en el florecimiento cultural que está viviendo la capital, donde una mujer que ha vivido años afuera en Francia destaca la variedad de la oferta cultural de la capital *“me faltan días y horas para hacer todo”* Mujer, Fidelizada, Taller de lectura. También reconocen que hoy se le da más importancia al adulto mayor en general y lo agradecen.

6.2.1 Participación en el GAM de los beneficiarios del Programa adulto mayor

La primera pregunta de la encuesta solicitaba a las personas que dijeran a qué actividades del GAM habían asistido, alguna vez y en el último año. En base a esta información, pueden hacerse dos

preguntas: ¿a qué actividad asisten más personas, y quienes son los que participan? Y por otra parte, ¿en qué participan los distintos grupos que pueden diferenciarse dentro de los beneficiarios del programa adulto mayor GAM?

La tabla 3 muestra cuántos de los 100 encuestados afirman haber participado alguna vez de diversas actividades ofrecidas por el GAM, tanto específicas para el adulto mayor, como también para público general. Se presentan en la tabla solo aquellas actividades en las que más de una persona afirmó asistir.

Tabla 3: Personas que han participado alguna vez en las distintas actividades del GAM, según fidelizados y no fidelizados

	No fidelizados	Fidelizados
Taller de lectura	5	43
Taller cartas de la memoria	6	12
Taller de manualidades japonesas	0	11
Taller de apreciación de danza	0	2
Taller de apreciación de artes escénicas	0	4
Taller de biodanza	0	4
Laboratorio de teatro	1	6
Laboratorio de danza	2	3
Espectáculo de teatro	30	38
Espectáculo de danza	4	14
Espectáculo de música	13	27
Charlas	1	19

Fuente: Elaboración propia

N: 100 casos

Se muestra la cantidad de personas que respondió haber participado este año o alguna vez de las actividades de la lista.

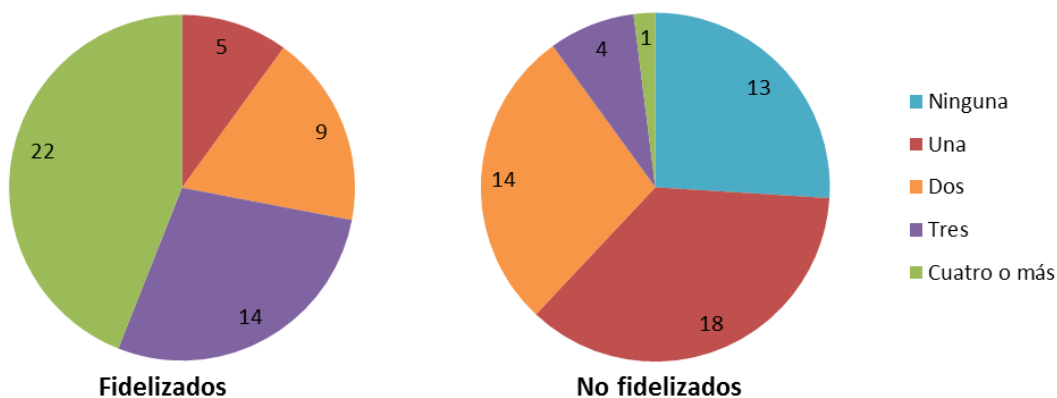
Como puede observarse

la actividad a la que más personas han asistido son los espectáculos de teatro: 68 personas (es decir, un 68% de los encuestados) han ido alguna vez a uno en el GAM. Dentro de estos, además, un 59% afirma haber utilizado el beneficio de la membresía consistente en descuento para dichos espectáculos (los hallazgos respecto a dicha membresía se presentan más adelante). En segundo lugar se encuentra el taller de lectura ofrecido por BiblioGAM para el adulto mayor, al cual han asistido 48 de los encuestados. La diferencia entre ambas actividades es que a las obras teatrales han asistido personas fidelizadas y no fidelizadas indiferenciadamente, mientras que el taller de lectura es un espacio al que han asistido casi todos los individuos fidelizados encuestados (43 de 50), y muy pocos de los no fidelizados. Puede afirmarse que esto último es una obviedad, ya que los fidelizados para esta encuesta se seleccionaron en parte a partir de las listas de asistencia del mismo taller, por tanto esta cifra es esperable. Sin embargo, varios encuestados no fueron contactados a través del taller de lectura sino por medio de otras instancias para los adultos mayores del GAM, como el Club del Adulto Mayor y el taller Cartas de la Memoria, y lo que se observó muchas veces es que quienes participaban de estas dos instancias, también lo hacían del taller de lectura.

Esto lleva a la segunda pregunta: ¿quiénes son los que participan de los diversos talleres? ¿Son las mismas, o distintas personas en cada actividad? Tal como puede observarse en el gráfico 6, en el

grupo no fidelizado lo más común es haber participado en una o dos actividades del GAM; y existen además 13 personas (es decir, un 26% de los no fidelizados) que no han participado en ninguna actividad del GAM. Esto incluye no solo talleres y actividades para los adultos mayores, sino también espectáculos de teatro, música y danza. Estas personas son un grupo interesante, pues si bien se encuentran inscritas en la Membresía Adulto Mayor GAM, no han asistido nunca a algún espectáculo, charla o taller en este centro cultural. Al realizar la encuesta, algunos mencionaron que no pudieron

Gráfico 6: Cantidad de actividades a las que han asistido o participado alguna vez



Fuente: Elaboración propia.
N: 100 casos: 50 fidelizados, 50 no fidelizados

participar pues ya sea porque los inscribieron personas externas (como encargados de algún club para el adulto mayor), o porque después de inscribirse no tuvieron tiempo para ir o se enfermaron o tuvieron otros problemas personales que impidieron que participaran de los beneficios del Programa.

Por otra parte, dentro de los adultos mayores fidelizados no existe –como es lógico- nadie que no haya asistido a ninguna actividad, y lo más común es haber participado de tres, cuatro o más cosas en el GAM.

Al observar más detenidamente (ver tabla 4), encontramos que, en general, quienes han asistido a una actividad lo han hecho en una de las dos más mencionadas: o bien un espectáculo teatral, o bien el taller de lectura. Los primeros son los no fidelizados, que solo van al GAM a ver teatro y tal vez exposiciones, mientras que los segundos son personas que, si bien solo asisten al taller de lectura, son sumamente fieles a este, y por tanto aparecen en todas las listas de asistencia y son considerados por ende como fidelizados. Quienes han ido a dos actividades también generalmente combinan el haber asistido a un espectáculo con la participación en el taller de lectura, o bien en el de cartas de la memoria. Quienes han participado de tres o más instancias son los que, además, asisten a los talleres

menos mencionados de la lista en la encuesta, como lo son los talleres de apreciación, de manualidades japonesas, de biodanza, y también los laboratorios de danza y teatro.

Tabla 4: Asistencia a actividades según cantidad de actividades a las que se ha asistido

	Una	Dos	Tres	Cuatro o más
Taller de lectura	6	10	14	18
Taller cartas de la memoria	1	4	3	10
Taller de manualidades japonesas	0	0	2	9
Taller de apreciación de danza	0	0	0	2
Taller de biodanza	0	1	0	3
Taller de apreciación de artes escénicas	0	0	0	4
Laboratorio de teatro	0	0	1	6
Laboratorio de danza	0	2	1	2
Espectáculo de teatro	13	18	15	22
Espectáculo de danza	0	3	1	14
Espectáculo de música	3	6	10	21
Charlas	0	2	6	12

Fuente: Elaboración propia

N: 87 casos (se omite la categoría "Ninguna" de la variable "Cantidad de actividades")

Tomando todo lo anterior, podemos caracterizar al grupo no fidelizado y fidelizado respecto a su participación de las actividades del GAM. Por una parte, el grupo no fidelizado está compuesto de un porcentaje no menor de personas que, a pesar de estar inscritos en la Membresía Adulto Mayor GAM, no han participado de ningún evento o taller del GAM (26%), y otro que sólo ha asistido a uno, generalmente un espectáculo. Además, hay aquí personas que participaron alguna vez de los laboratorios de danza y teatro y del taller cartas de la memoria (ver tabla 3), aunque por lo general la mayoría de las personas que fueron partícipes de estas instancias participan de más actividades y pertenecen al grupo fidelizado. Por otra parte, el grupo más fidelizado se compone de personas que participan por lo general de múltiples actividades del GAM, desde talleres hasta charlas y espectáculos. Casi todos han participado del taller de lectura, y un 24% formó parte del taller cartas de la memoria. Sin embargo – y esto es un dato interesante- no todos poseen la Membresía Adulto Mayor GAM: 11 personas de las 50 fidelizadas encuestadas no la poseen, lo que podría deberse a una percepción de poca utilidad de la tarjeta, descrita en el apartado 6.2.5 Evaluación de la Membresía. Todos son participantes asiduos del taller de lectura, y además asisten a espectáculos del GAM –ya sea pagando por su entrada o a través de entradas de cortesía- pero no participan de otras actividades.

6.2.2 Evaluación de los Talleres y actividades para el adulto mayor

En general, los talleres reciben una muy buena evaluación, ya que los adultos mayores los consideran de calidad, afirman que les permiten sociabilizar, y agradecen que sean gratis. Se realizara

una breve descripción de la evaluación de los dos talleres realizada por los beneficiarios que participaron en las entrevistas grupales y de las críticas que tienen para los talleres en general.

El **Taller Cartas de la Memoria** es considerado “novedoso” ya que, a diferencia de otros talleres ofrecidos en el GAM, era más íntimo, muchas veces lloraban, creándose lazos de amistad dado que el taller se basaba en compartir experiencia del pasado: “*éramos compinches...los otros talleres no son lo mismo*” Mujer, Fidelizada, Taller Cartas de la Memoria.

Sin embargo, para otras personas –beneficiarios que participaron de la entrevista grupal de personas no fidelizadas y del taller de lectura- esta modalidad -focalizada en el pasado y de recuerdos- no les pareció adecuada, ya que pensaba que era un taller de ejercicios cognitivos para la memoria, y otras critican que los adultos mayores se focalizan solo en su pasado y no en su presente y futuro. Para algunas participantes las profesoras no estaban lo suficientemente capacitadas para su labor.

Aquellas personas que disfrutaron del taller dicen que les “hace falta” un taller que sea de esta modalidad, criticando la falta de continuidad de este. Sin embargo, que el taller no se siga dictando no implica necesariamente que sus participantes se hayan quedado sin un nicho en GAM: un grupo importante asiste hoy al taller de lectura o está en el Club del Adulto Mayor. Esto se corroboró al analizar la encuesta, en donde se vio que las participantes de dicho taller (18% de los encuestados) han tenido un destino diverso luego de su finalización: tal como puede observarse en la tabla 3, algunas pertenecen a un grupo menos fidelizado, pero otro grupo sigue participando (12 de las fidelizadas estuvieron en el taller). Casi todas han asistido a algún espectáculo (17 de las 18), y la mitad participa o ha participado del taller de lectura. Algunas de estas mismas han participado también de los talleres de apreciación de teatro y danza y del laboratorio de teatro. Es decir, varias de las antiguas participantes del taller cartas de la memoria no se fueron, sino que de hecho forman parte del núcleo más participativo de los adultos mayores del GAM. Sin embargo, es importante recalcar que las 6 ex participantes del taller que se encuentran en el grupo no fidelizado no son una cifra representativa: probablemente, como la muestra de no fidelizados era mucho mayor que la de fidelizados, en realidad la mayoría de quienes asistían al taller cartas de la memoria pertenecen a este grupo que posee menor fidelización al GAM. Esta intuición fue confirmada por las participantes del entrevista grupal de dicho taller, las cuales, si bien en su mayoría participaban activamente de los otros talleres del centro cultural (y justamente por ello fue que quizás pudieron ser contactadas para el entrevista grupal con más facilidad) reconocieron que muchas de sus compañeras quedaron sin una actividad que las motivara a participar más del GAM.

Esto puede explicarse por la composición del grupo que participaba de este taller: dentro de los encuestados, son estas personas las que aparecen como aquellas más “clase media”: si un 80% de la totalidad de los individuos encuestados tiene estudios posteriores a la educación secundaria, esta cifra disminuye a un 60% para las que han participado del taller cartas de la memoria, y de estas la mayoría tiene universitaria incompleta o bien educación superior técnica. Además, estas mujeres no residen tanto en el sector oriente de la capital, sino generalmente en el centro: 8 de las 18 viven en Santiago Centro, sólo 4 en el sector oriente, y las restantes en otras comunas. Si bien, como ya se dijo, algunas personas de este grupo encontraron un espacio donde seguir participando en el GAM, muchas otras perdieron su nexa para asistir, y no lo han encontrado en los otros talleres y actividades ofrecidas.

Por su parte, el **Taller de Lectura** es uno de los talleres que recibe mejor evaluación y se debe a dos motivos principales: lo “encantadora” y “fantástica” que es la profesora Marta Suarez -*“ella nos encanta”* Mujer, Fidelizada, Taller de lectura, y la continuidad del taller, ya que es el único taller ofrecido para el adulto mayor que se ha dictado con continuidad desde sus inicios. Esta continuidad fue solicitada por los asistentes al primer taller y la profesora y el GAM decidieron mantenerlo.

Los participantes destacan la heterogeneidad cultural de sus asistentes -*“Lo interesante es que se reúnen distintas culturas y todas las podemos apreciar, todas somos llevadas a participar...no es la que sabe más la que habla...”* Mujer, Fidelizada, Taller de lectura. Es decir, aun cuando el público de GAM es, en general, muy culto, también hay personas de menor educación que participan sin problemas. También se agradece el rescate de los autores nacional que ocurre en el taller, ya que muchas veces estos son desvalorizados.

Las críticas al taller se remiten a la gran cantidad de personas que asisten (unas 50 por sesión) que dificulta el poder participar en la discusión *“es tanta la gente que viene que no me motivo...uno no puede hablar. Solo dure la primera vez, la primera clase...es muy interesante por los temas. Me hubiese gustado comentar lo que leo...me hubiese gustado participar permanentemente pero en un grupo reducido de unas 12 personas...uno vive sola y necesitamos...poder comentar los libros con alguien”* Mujer, No Fidelizada.

A pesar de que los talleres y actividades para el adulto mayor son bien evaluados en general, la principal crítica es la **poca continuidad** que se les da. Así, se dicta una vez un taller de danza -por ejemplo los laboratorios de teatro y danza ofrecidos por la Unidad de Mediación, como los laboratorios de teatro y danza y otros talleres de artes escénicas- y luego no se realiza más. Sin embargo, este problema no es solo de GAM, sino que de la mayoría de los programas para el adulto mayor ofrecidas

por las municipalidades y otros centros, lo que se apreció transversalmente en las entrevistas grupales realizadas con beneficiarios fidelizados (a excepción del taller de lectura) y no fidelizados.

En contadas ocasiones los adultos mayores se han sentido **infantilizados** por algunos encargados de talleres. Por ejemplo, en un Laboratorio de danza una asistente del profesor detuvo la clase porque “tal vez quieren ir al baño”, lo que se consideró una falta de respeto pues ellas pueden ir solas y cuando lo deseen. Este infantilismo lo asocian a un prejuicio de la juventud hacia los mayores pero *“los viejos ya no somos los viejitos de antes...si fuimos jóvenes rebeldes, debemos ser viejos rebeldes”* Mujer, No Fidelizada. Por lo tanto, se vuelve necesario que el trato que den profesores, asistentes y encargados de los talleres y actividades hacia este grupo sea como el que se da a cualquier otro grupo de personas, respetando su dignidad, su auto valencia y su capacidad de autodeterminación. Por otro lado, surgió en dos entrevistas grupales –No fidelizado y Taller de Lectura- la idea de que una forma de evitar la infantilización hacia el adulto mayor es que hayan más espacios de encuentros entre jóvenes y adultos mayores, ya que este contacto permite desmitificar los prejuicios que se dan entre ambas generaciones.

Muchas personas desearían que se realizarán **nuevos talleres** como por ejemplo talleres de salud mental, de desarrollo cognitivo (para la memoria), de manualidades, de computación, de filosofía, grupos de conversación para practicar idiomas (inglés, francés, italiano) y que hubiera algún taller más centrado en el cuerpo, para mejorar la salud física. Si bien el GAM es un instituto cultural, por lo que la instalación de un gimnasio esta fuera de lugar, se podrían dictar clases de activadas físicas ligadas a la cultura como danza, baile, tai chi, yoga.

También les gustaría que en los talleres se diera más espacio para **conversar y compartir** entre los participantes, pues a veces les falta el “conversatorio posterior”, especialmente surgió esta inquietud con los beneficiarios del taller de lectura.

Por último, beneficiarios que participaron en la entrevista grupal del Taller Cartas de la Memoria y en la Entrevista grupal del Club del Adulto Mayor que también participaron en obras de teatro del GAM –gracias a los casting abiertos y a los laboratorios de teatro- criticaban que aún no se haya consolidado un grupo estable de teatro GAM, pues si lo hubiera podrían organizarse mejor y presentar más obras.

6.2.3 Evaluación de otros beneficios

Si bien el Club del Adulto Mayor GAM no es un “beneficio” del Programa del Adulto Mayor, GAM le brinda apoyo ofreciendo un espacio físico para desarrollar actividades relacionadas con las artes

escénicas, apoyando la postulación de proyectos, etc. Es decir, el Club a pesar de llamarse Club del Adulto Mayor GAM, no depende de este en su toma de decisiones, siendo independiente.

El Club del Adulto Mayor GAM se reconoce como un club distinto a los otros clubes del adulto mayor, ya que se enfocan en la cultura, lo que también limita las actividades que puedan realizar: *“Este club llega a ser un poco elitista...los otros clubes hacen muchas cosas, más manualidades...acá no”*. Mujer, Entrevista grupal Club Adulto Mayor. Así, que sea del GAM los “encasilla” y limita”, pero saben que es algo que no pueden cambiar pues deben continuar con la línea de la institución que son las artes escénicas. Por lo demás, muchos participan en otros clubes del adulto mayor, ya que es posible estar en más de uno mientras no se sea parte de la directiva del club. Así, saben que ciertas actividades que son comunes en otros club –como una convivencia- “no corresponde” en GAM pues en el salón que les prestan no está permitido comer.

Entre sus debilidades, reconocen una desorganización, algunas rencillas con la directiva (que de todos modos fue elegida democráticamente), y una dificultad de ganarse los fondos concursables de la municipalidad de Santiago (donde están inscritos) por una “falta de preparación” de la directiva para ello, por lo que en este momento algunos miembros están asistiendo a capacitaciones.

El Club utiliza el GAM como sede para sus reuniones, siendo esta la principal relación y les parece bien *“no se le puede pedir más de lo que nos ofrece”* Mujer, Fidelizada, Club Adulto Mayor. Además se mantienen informados de la programación, dado que la encargada del programa del adulto mayor asiste a las reuniones del Club. Las críticas que tiene el club al GAM son el cambio constante de las salas para las reuniones, o que algunas salas facilitadas para sus actividades no son adecuadas (por ejemplo, la sala de teatro es muy pequeña).

Respecto al mantenerse informados de entradas de cortesía y talleres gratuitos esto opera solo para los fidelizados y no para todas las personas de la membresía. Los “fidelizados”, al estar en constante contacto con el GAM, saben de las actividades ofrecidas ya que sus profesores les avisan. En cambio, las personas que están inscritas en la Membresía pero no son “fidelizados” no reciben este tipo de información y, al preguntarles en la encuesta telefónica, la mayoría deseaba recibir más información, obtener entradas de cortesía, etc. La información sobre entradas de cortesía es efectiva solo en la medida que la persona este fidelizada, pues la información se recibe de manera efectiva a través del taller de lectura, el club adulto mayor o por tener una relación con la encargada de la Membresía adulto mayor GAM. Es decir, es a través del contacto personal que se obtiene esta información, no por el hecho de estar inscrito en la Membresía. Por lo tanto, sería necesario utilizar más el correo electrónico y

difundir las actividades, talleres y funciones gratuitos para el adulto mayor, para que todos los inscritos tengan la posibilidad de participar (siempre que haya capacidad suficiente)

6.2.4 Barreras de acceso a GAM

Tabla 5: Barreras para asistir o participar más de las actividades del GAM

	Mucho	Un poco	Nada
Falta de tiempo	12,0%	34,0%	54,0%
Falta de dinero	11,0%	33,0%	56,0%
Tiene alguna enfermedad o problema de salud	10,0%	20,0%	70,0%
No tiene quien le acompañe a las actividades	3,0%	10,0%	87,0%
No recibe información sobre las actividades	24,0%	8,0%	68,0%
Los horarios en que se realizan las actividades no son convenientes	8,0%	39,0%	53,0%
Dificultad para llegar o falta de lugar donde estacionarse	6,0%	10,0%	84,0%

Fuente: Elaboración propia

N: 100 casos

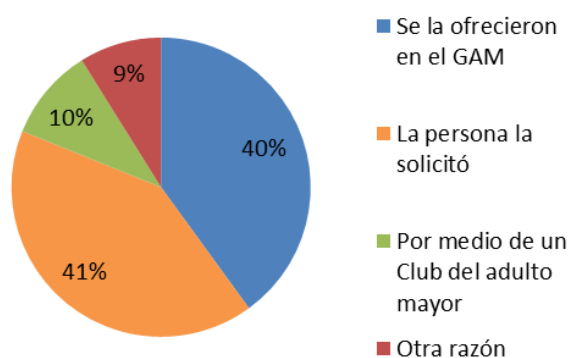
En general, los encuestados tendieron a responder, respecto de las barreras para participar más en las actividades ofrecidas por el GAM, que no habían tantas barreras, lo que se evidencia en los muchas veces altos porcentajes de respuesta “nada” a la pregunta por cuánto afectaban distintos factores a su participación. Sin embargo, algunas barreras fueron más mencionadas que otras: en primer lugar, el tema de la información y difusión apareció fuertemente: 24% dice que afecta mucho su menor participación. En las entrevistas grupales, los participantes recalcaron que es necesario que las actividades se visibilicen más tanto los talleres especiales para el adulto mayor como algunas actividades especiales y/o gratuitas para todo público. Además, si se suma a quienes respondieron “mucho” con “un poco”, se observa que los factores que emergen como más problemáticos son los horarios de las actividades (47%), la falta de tiempo (46%) y la falta de dinero (44%). El horario es un problema ya que (principalmente el teatro) se considera muy tarde para el adulto mayor. Muchas obras parten a las 8 o 9 de la noche, terminando muy tarde para que el adulto mayor se devuelva, la mayoría de las veces, solo a su casa. A muchos no les gusta andar de noche por el centro por temas de seguridad. La “falta de tiempo” se asocia a que el tiempo es limitado especialmente cuando aún trabajan, cuando deben cuidar de familiares y, principalmente, al hecho de que estos adultos mayores, como se describió anteriormente, están copados de actividades recreativas, asistiendo no solo a GAM sino que también a otros lugares donde se les ofrecen actividades.

Apareció en algunos casos también como muy importante el tema de la salud, de enfermedades que impiden salir de la casa o similares (30% afirma que le afecta mucho o un poco). En cambio, los temas de transportarse al GAM y de la compañía para asistir no aparecen como demasiado problemáticos, pues la mayoría llega fácilmente por el metro o a pie, aunque se mencionó en las encuestas como un problema el hecho de que no hubiera ascensor en la estación Metro Universidad Católica, lo que dificultaba el acceso al GAM y que, evidentemente, no es un problema que esté en manos de la institución.

En las entrevistas grupales fue posible detectar como otra barrera el **prejuicio**: algunos adultos mayores reconocieron que ellos mismos eran “prejuiciados” con ir a actividades especiales para el

adulto mayor porque creían que iban de ser mala calidad o compuestas por personas aburridas. Solo asistir a las actividades permite sacarse el prejuicio.

Gráfico 7: Forma en que la persona obtuvo la membresía adulto mayor GAM



Fuente: Elaboración propia.
N: 89 casos.

6.2.5 Evaluación de la Membresía Adulto Mayor GAM

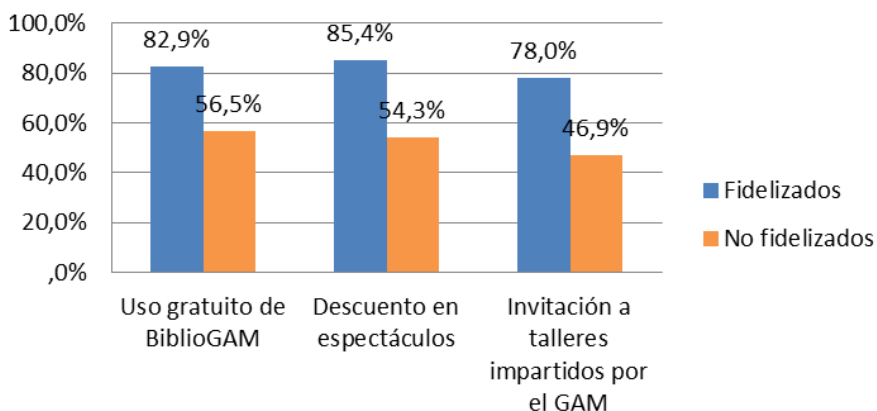
Como se mencionó anteriormente, no todos los beneficiarios del Programa adulto mayor GAM se encuentran inscritos en la membresía: 11 personas de las 100 encuestadas no poseen la membresía, y todos pertenecen al grupo de los fidelizados (ya que los no fidelizados fueron contactados a través de la base de datos de la membresía, mientras que los fidelizados fueron contactados mediante los talleres

del GAM). Los motivos más mencionados para no estar inscrito fueron afirmar que no sabían que existía una membresía (4 respondieron esto) y el tener problemas con los horarios para inscribirse y para retirar la tarjeta: Marcita atiende en el mesón de martes a viernes en la tarde, y mientras a algunos les complica el ir al GAM en la tarde, otros tienen problemas porque solo asisten los lunes por el taller de lectura.

Dentro de las personas que sí están inscritas en la membresía, en general la obtuvieron o bien porque se la ofrecieron en el GAM, ya sea en el mesón o en alguna actividad (40%) o bien porque la solicitaron por iniciativa propia (41%). Dentro de quienes respondieron “otra razón”, se mencionó principalmente que la obtuvieron por haber participado en el taller cartas de la memoria, o bien mediante las gestiones de una amiga o amigo.

Respecto a la tarjeta de la membresía, 73 personas de los 89 adultos mayores inscritos retiraron su tarjeta, mientras que los restantes dicen no haberla retirado o no saber si la retiraron o no. Entre los motivos mencionados para no haber retirado la tarjeta luego de haberse inscrito el más común tiene que ver con los problemas con los horarios del GAM, de manera similar a los problemas que aparecen entre quienes no se han inscrito (que no se pueda retirar los lunes ni en las mañanas). El otro motivo más típico es el desconocimiento: algunos dicen que no les avisaron que fueran a retirarla, otros que no saben cuándo o dónde puede retirarse; una persona afirma que no sabía que la membresía tenía una tarjeta.

Gráfico 8: Porcentaje de personas que conocen los beneficios de la membresía



Fuente: Elaboración propia.

N: 89 casos.

En general, la mayoría de los encuestados dicen conocer los beneficios de la membresía¹⁶, aunque son muchos más los que lo hacen dentro de los fidelizados que de los no fidelizados, donde casi la mitad no los conoce, pese a encontrarse inscritos. Sin embargo, son menos las personas que utilizan dichos beneficios. La encuesta preguntaba si es que la persona había utilizado los beneficios de la inscripción gratuita a BiblioGAM y del descuento para los espectáculos, sin embargo la primera de estas preguntas llevó a un equívoco, ya que algunos individuos comprendieron el usar BiblioGAM como asistir (lo cual hacen todas las semanas que van al taller de lectura) y otros como usar la biblioteca para llevarse libros prestados (que era a lo que buscaba referirse). Por ello, los resultados de esta pregunta no son informativos. Sin embargo, en las entrevistas grupales se vio que muy pocos se llevaban libros a su casa de BiblioGAM, dada que la colección es tan especializada que, en muchos casos, no constituyen lecturas de su interés.

Por otra parte, sí es interesante el porcentaje de personas que utiliza el beneficio del descuento en espectáculos: 45 de los 89 encuestados inscritos en la membresía afirman utilizarlo, es decir, sólo un 50,6%. La mitad de los beneficiarios de la Membresía adulto mayor GAM no han utilizado nunca el descuento en espectáculos. El uso de este beneficio es más alto en la audiencia más fidelizada (78% de

¹⁶ A saber 3: suscripción gratuita a BiblioGAM, 2 entradas por 5 mil pesos para obras de teatro y danza nacional.

ellos ha usado el descuento) que en la no fidelizada (sólo 26%). En las entrevistas grupales se vio que no diferencian entre el descuento para la tercer edad en general¹⁷ y como esto se diferencia de 2x1. Por lo demás, critican que este 2x1 sea para solo dos obras al mes que son seleccionadas por el GAM; desearían que no hubiera restricción ni de la obra (nacional e internacional) ni del número de veces al mes en que se puede ejercer el beneficio (algunas querían asistir más de dos veces al mes). En las entrevistas grupales algunos beneficiarios mencionaron que utilizaban el 2x1 pero no tenían con quien ir (generalmente por falta de tiempo de sus familiares o amigos), por lo que en varias ocasiones, regalaban la entrada a cualquier persona que estuviera en el GAM al momento de la función. Por lo tanto, tal vez es necesario replantear la forma en que se otorga el beneficio, considerando que la mayoría de los adultos mayores asiste solo a GAM y a los espectáculos pagados, donde el sistema 2x1 podría no ser el más adecuado.

Por otro lado, muchos fidelizados jamás han pagado una entrada de teatro, ya que asisten solo cuando les dan entradas de cortesía.

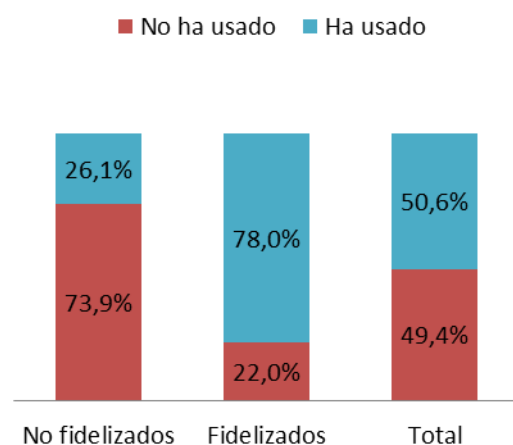
Dentro de quienes han utilizado el descuento, un 50% dice utilizarlo entre dos o tres veces al año, un 25% dice utilizarlo una vez al año o menos, y el otro 25% lo utiliza una vez al mes o más.

De algún modo, la tarjeta presenta poca utilidad: la gente no se lleva los libros y el 2x1 es utilizado ocasionalmente: 41% de las personas que declararon asistir a algún espectáculo teatral en GAM (68% de los encuestados) nunca lo han utilizado.

Además, algunas de las primeras personas en obtener la tarjeta critican que ya no existan dos beneficios que existían al principio: descuento en restorán Gabriela (ubicado dentro del GAM) y descuento en la librería del GAM. En muchas ocasiones se pidió que hubiera descuento en el restorán Gabriela para los adultos mayores.

Otras personas pensaban que la Membresía otorgaba descuento en restoranes de la zona, que es un beneficio de otra tarjeta, la tarjeta Amigos del Barrio Lastarria-GAM.

Gráfico 9: Porcentaje de personas que han usado el descuento en espectáculos



Fuente: Elaboración propia.
N: 89 casos.

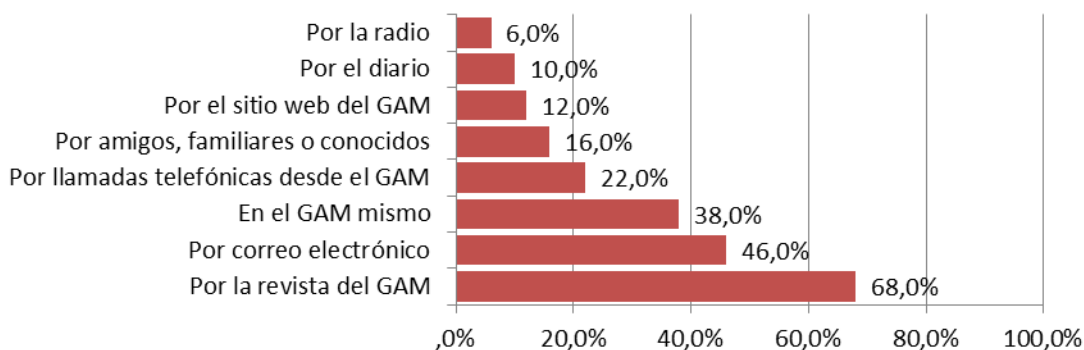
¹⁷ Que es la misma rebaja que tienen las entradas de estudiante, cuyo precio varía según la obra de teatro, pero por lo general está entre los 3 mil y 4 mil pesos.

Por otro lado, se vio que muchas personas no sabían que la tarjeta duraba “toda la vida” y creían que debían renovarla anualmente. A muchas personas les habían robado o habían perdido la tarjeta y tampoco sabían que debían hacer.

Propuesta para mejorar el funcionamiento de la tarjeta: es necesario reevaluar los beneficios y tener algún mecanismo de información sobre los beneficios y durabilidad de la tarjeta y de qué hacer en caso de pérdida o robo. Respecto a los beneficios, el 2x1 podría incluir la opción de comprar una sola entrada a un precio menor (que el descuento que ya se tiene por ser adulto mayor), que no se limite a dos obras mensuales, fomentar el préstamo de libros de biblioteca. Una estrategia simple de difusión podría ser entregar un breve folleto con los beneficios y duración de la tarjeta al momento de retirarla, evitando dudas respecto de sus beneficios y durabilidad. También sería recomendable que la cuota de inscripción a la Membresía (mil pesos) se cobrara al momento de solicitar la tarjeta y no al momento del retiro, ya que este “pago anticipado” podría evitar que las personas se inscriban y luego no vayan a retirar su tarjeta.

6.2.6 Evaluación de la Difusión e información

Gráfico 10: Forma en que se informan los encuestados sobre las actividades del GAM



Fuente: Elaboración propia.

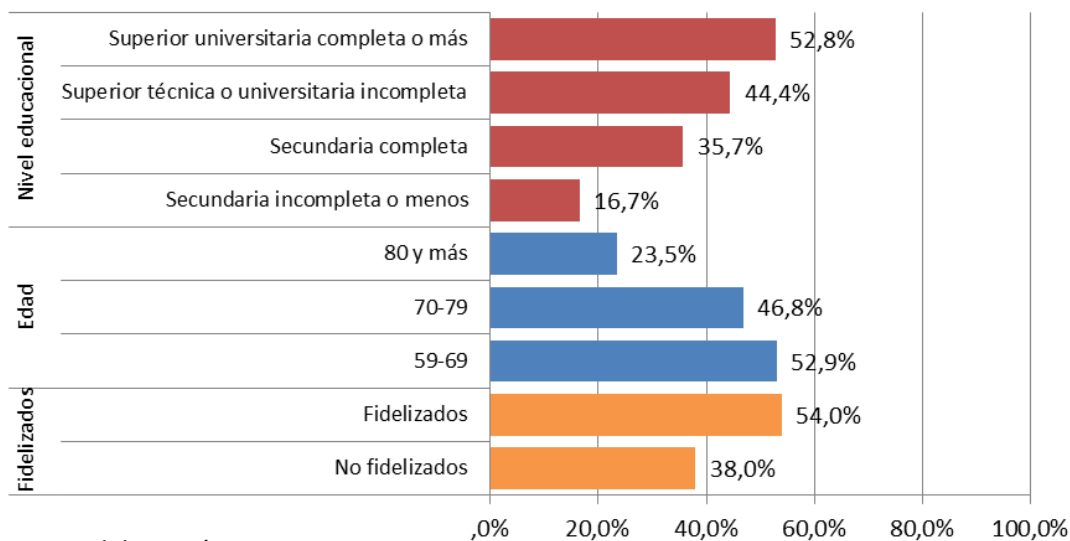
N: 100 casos.

Como puede observarse en el gráfico 10, la forma más utilizada para informarse sobre las actividades del GAM es la revista (68%), seguida por el correo electrónico (46%) y la obtención de información en el GAM mismo (38%). Algunos fidelizados se informan gracias a que las llaman personalmente por teléfono desde el GAM, mientras que otras se informan a través de sus amigos, conocidos o familiares que asisten regularmente a GAM. El sitio web no es muy utilizado, pero al parecer

esto no se debe tanto al poco uso de las tecnologías de la información por parte de los adultos mayores, ya que, paralelamente, casi la mitad de los encuestados afirma informarse por correo electrónico. Los medios de información menos mencionados fueron los medios tradicionales de comunicación, como la radio y el periódico.

El uso del correo electrónico varía según edad, nivel educacional y si el beneficiario está fidelizado o no, tal como se aprecia en el gráfico 11. Así, aquellas personas con educación superior universitaria completa o más lo utilizan un 52,8% versus el 16,7% que lo utiliza las personas con educación secundaria incompleta o menos. Por otro lado, las personas que tienen 80 o más años lo usan un 23,5% mientras que las personas entre 59-69 años lo usan en un 52,9%. Por último, los fidelizados utilizan el correo electrónico en un 54 % mientras que los no fidelizados solo lo hacen un 38%.

Gráfico 11: Porcentaje de personas que utilizan el correo electrónico para informarse, según nivel educacional, edad y fidelización al GAM



Fuente: Elaboración propia.

N: 98 casos.

En las entrevistas grupales, la mayoría de los adultos mayores consideraba que podría haber más y mejor difusión. La principal crítica que realizaban a la revista es que la letra es muy pequeña y la información está dispersa. Lo ideal sería que hubiera un espacio exclusivo en el boletín mensual del GAM para el Programa Adulto mayor, en donde se mencionara la Membresía Adulto Mayor, los beneficios de esta y se presentara un calendario con las charlas, talleres y actividades especiales para el adulto mayor del mes. Actualmente los beneficios de la Membresía están visibles en el mesón central de BiblioGAM, en el mesón de informaciones del edificio B en un formato pequeño y en la página web, pero

desactualizada. Ellos quieren algo simple, claro e informativo. Este boletín mensual del Programa del Adulto Mayor también se podría enviar por correo electrónico, facilitando la organización de las actividades durante el mes.

Por lo demás, afirman que hay mucha oferta cultural que se pierde por falta de difusión: *“Yo he llegado a espectáculos fantásticos de pura casualidad...el año pasado uno de flamenco fantástico y otro de música de Vietnam, súper exótico”* Mujer, No Fidelizada. Otra crítica es que la gran cantidad de carteles que hay en el GAM confunden, ya que muchos anuncian actividades que ya se realizaron. Tal vez podría haber una pizarra en donde se anotaran las actividades del día, para que la gente que está de paso sepa a qué puede asistir. También que algunas jóvenes de informaciones “no pescan” cuando es un adulto mayor, ya que están con la cabeza gacha en el computador cuando deberían estar más atentos. Por último, recomiendan poner fotografías de los talleres en la revista, para incentivar la participación.

Otros **medios de difusión** propuestos por los adultos mayores son que se pongan avisos en las cajas de compensación, en los vagones del metro y que se anuncien por televisión.

6.2.7 Relación con el edificio

Todos los adultos mayores reconocieron un vínculo emocional con el edificio, dado que vieron cuando fue creado por el ex presidente Salvador Allende, cuando fue sede de la UNCTAD, como fue tomado por los militares y como se reabrió hace cuatro años atrás. Muchas personas habían trabajado en el edificio o habían entrado en el edificio antes de que fuera GAM, por lo que tienen “muchos recuerdos” con el edificio. Las personas que asistieron a los comedores populares en la década de 1970 criticaron la “replica” de esta instancia en septiembre de este año pues lo consideraron una “mala copia”, muy cara y poco popular.

Recuerdan como durante la época militar no podían tener una relación con el edificio y evalúan positivamente el uso de este como centro cultural, que este haya quedado en “manos de la comunidad” y no en manos militares. Encuentran genial que los jóvenes les den un uso permanente, utilizando los vidrios del edificio como espejos para ensayar coreografías de baile. Algunas personas no habían entrado nunca al edificio hasta que se convirtió en GAM y creen que hay personas que nunca ha entrado por el traumático uso que tuvo como sede del gobierno militar *“el significado histórico del gobierno militar...aunque fue una transición nomás la gente quedo traumada”* Mujer, Fidelizada, Taller Cartas de la Memoria. A pesar de esto, creen que es necesario no intimidarse por el pasado histórico y mirar hacia el futuro *“uno no puede llevar su vida volviendo al pasado, hay que saber reinventarnos”* Mujer, Fidelizada, Club Adulto Mayor.

Varias recuerdan que el edificio fue creado con el objetivo de hacer accesible la cultura para mujeres y jóvenes por el ex presidente Salvador Allende. Ya que el edificio es hoy un centro cultural creen que se ha “pagado la deuda” por los distintos usos que se les dio. Sin embargo, igual se discutió si el edificio cumple hoy con el rol por el cual fue creado ya que algunas creen que *“Allende estaría escandalizado con lo que se está haciendo en el GAM...es un centro cultural elitista”* Mujer, Fidelizada, Club Adulto Mayor. Esta crítica surge por el alto costo que tiene arrendar las salas del edificio, pero otras personas creen que está bien el precio pues es el modo de financiar el centro.

Esta necesidad de financiamiento es la que surge al discutir el precio de las entradas de teatro. Mientras algunas lo consideran un poco caro, otras dicen que está bien que sea así *“uno paga con gusto porque es de buena calidad...y si así paga por los descuentos anteriores...deben cobrar para mantenerlo”* Mujer, Fidelizada, Club Adulto Mayor. Además, agradecen que siempre haya en cartelera una obra de teatro “del período etario nuestro” ya que esto permite sintonizar mejor con la programación.

En resumen, asocian la historia del edificio con la trayectoria del desarrollo cultural que ha habido en el país: una cultura de elite, un apagón cultural por la dictadura y luego una apertura o florecimiento cultural desde la década de 1990, donde GAM se incluye. Reconocen que la sociedad chilena ha cambiado y que el desarrollo cultural es lento, por lo que sus efectos se verían en años a venir. También critican la cultura de masas y la “falta de cultura” de la juventud, ligado a la televisión e internet. Creen que GAM ha entregado cultura de calidad y que la gente ha sabido recibirlo y respetarlo. Sin embargo, creen que para que haya mayor difusión cultural faltan más políticas culturales.

6.3 Otros temas y sugerencias de los beneficiarios del Programa Adulto Mayor para GAM

Si bien los adultos mayores reciben mucha atención y programación especial para ellos en GAM, igual ellos sienten que “no nos pescan mucho”. Puede faltar un dialogo más profundo entre la institución y las personas, que busca atender a sus necesidades más profundas que son la necesidad de sociabilizar, de ser reconocidos y de integrarse a la sociedad.

Un gran problema detectado por los adultos mayores es la **brecha y falta de comunicación y encuentro que existe entre las generaciones jóvenes y las viejas**. Este distanciamiento genera un aumento de prejuicios: *“hemos sido segregado los viejos...no puede ser, tenemos que integrarnos más con los jóvenes...nuestra experiencia imagínate, todo nuestro conocimiento y experiencia le sirve a los jóvenes...hoy día los jóvenes no nos toman en cuenta, ni para cedernos el asiento, hay una falta de respeto tremendo no hay integración con la gente adulta, la experiencia y sabiduría no la aprovechan...”* Mujer, No Fidelizada. El GAM es una institución privilegiada para contribuir a solucionar este problema

ya que es un lugar a donde asisten personas de todas las edades, por lo que podrían facilitarse espacios de encuentro entre las generaciones.

Además, los entrevistados plantean que el GAM puede contribuir a un mejor desarrollo de la cultura si potencia y difunden más las actividades que realizan. Un relacionador público podría tomar esta labor. También se puede potenciar este espacio como un lugar de encuentro y reunión, donde todos tienen acceso pero donde aún falta mayor difusión y expansión, construyendo una cultura más rica para el futuro: *“Falta conocimiento de las cosas. La globalización se asocia a la deshumanización. Entender la modernidad como la herencia de la cultura que estaría en las bibliotecas.”* Hombre, Fidelizado, Taller de lectura.

VII. CONCLUSIONES

El Programa Adulto Mayor GAM es apreciado por sus beneficiarios como un programa que responde a sus inquietudes -tanto intelectuales como artísticas-, que los entretiene, que les permite forjar nuevos lazos de amistad y apropiarse del edificio a través de la participación en talleres, actividades culturales y espectáculos artísticos de primera calidad. Este programa ha logrado fidelizar a un grupo importante de adultos mayores -de tercera y cuarta edad con altos niveles de educación- que encuentran en este edificio un “segundo hogar” en donde pasan gran parte de su tiempo libre. Por otro lado, aquellas personas que no están fidelizadas -personas de tercera edad con altos niveles de educación- no lo están por motivos de tiempo -y no por falta de interés-, pues la mayoría manifestó entusiasmo por participar más en el programa cuando el tiempo se lo permitiera.

Los beneficiarios fidelizados discutieron de la evaluación positiva que tenían del GAM en general y del Programa y sus beneficios en particular, dentro de las cuales se desprende la presencia de algunos de los beneficios que conlleva el consumo cultural que ha sido descrito en la literatura, influyendo en aspectos sociales e individuales como identidad (al explorar en las inquietudes intelectuales y artísticas, al mejorar el estado de ánimo de los sujetos, generando experiencias únicas y creativas), sociabilidad (potenciando las habilidades sociales por medio de nuevas amistades, generando mayor integración y participación, y permitiendo que se conozcan nuevas realidades) y la apropiación de espacios públicos (el GAM pasa a ser un lugar de visita recurrente, convirtiéndose en un “ecosistema cultural” único y esencial para el desarrollo positivo de los barrios) (Güell, Peters y Morales 2011). La Membresía Adulto Mayor se considera como un intento positivo por sistematizar el Programa Adulto Mayor, y tanto fidelizados como no fidelizados la tenían, aunque el uso de esta variaba, siendo necesario reconsiderar algunos de sus beneficios para que haya un mayor uso. Más allá de este detalle, GAM se ha convertido en un ícono de la ciudad, cuya historia genera un vínculo emocional con los beneficiarios que han sido testigos de los distintos momentos por los que este ha pasado y que, siguiendo a Campos (2012), genera una ecología social del consumo cultural particular, pues GAM no es como cualquier otro centro cultural, no solo por su central ubicación y excelente infraestructura, sino que también por la historia del edificio y su nuevo rol como centro de las artes, la cultura y las personas.

Por otro lado, si bien esta investigación no consideró el nivel de individuación -respecto del cual los estudios nacionales demuestran una relación con un mayor consumo cultural (Güell, Peters y Morales, 2012)- es posible afirmar que entre los beneficiarios fidelizados, especialmente entre las mujeres, hay cierto grado de individuación, dado que en ellas se apreció un empoderamiento, de ir y

hacer las cosas que desean porque les hace bien, más allá de las nociones tradicionales, por lo que podría afirmarse que este es un grupo que es capaz de auto determinarse.

Sin embargo, el grupo que percibe todos los beneficios asociados a la participación cultural en el Programa Adulto Mayor GAM es una elite dentro de su grupo etario: tal como se expuso anteriormente, son un grupo con un nivel educacional extremadamente alto, residente en comunas de nivel socioeconómico alto y medio-alto, que acceden a la cultura tanto en GAM como en otros espacios culturales. Es decir, los beneficiarios del programa no son aquellos en los que los objetivos de la institución han buscado poner el énfasis, los grupos históricamente excluidos del consumo cultural. Quienes participan más en este centro cultural, es decir, el grupo comprendido por este estudio como fidelizado, nunca han estado excluidos de la cultura. Los conceptualizados en esta investigación como “no fidelizados” tampoco son el público objetivo buscado por el GAM: estos individuos son tan educados como los fidelizados, e incluso más, y sus razones principales para no participar más en los talleres y actividades ofrecidas por el programa son asociadas a la falta de tiempo para ello, justamente porque participan de muchas otras instancias culturales en otros lugares.

Los adultos mayores que son marginados del consumo cultural son aquellos que no fueron captados por la encuesta o las entrevistas grupales, porque no participan de GAM ni están afiliados a la membresía (con, tal vez, la excepción de algunos pocos). Son aquel grupo que corresponde a la tipología de Güell et al. (2011) de “consumo cultural bajo”, que posee un bajo nivel educacional —como es lo más común en dicho grupo etario, que creció muchos años antes de que la educación secundaria se hiciese obligatoria— y pocos recursos económicos; aquellos que, según Güell, dirían que la cultura “es para la gente que sabe” (Güell et al., 2011:18). Son aquellos que poseen poco capital cultural, aquella suma de recursos que permiten descifrar los símbolos culturales y apreciarlos (Ateca, 2009). Este grupo es el adulto mayor promedio, la tercera edad que queda marginada de los espacios de consumo cultural. El espacio que más se ha aproximado a dicho público fue el Taller Cartas de la Memoria, en tanto no demandaba un capital cultural especializado para participar en ellas, y porque la convocatoria se hizo invitando a través de instancias como los clubes de adulto mayor y las municipalidades.

Siguiendo la estrategia de este taller, y en base a los hallazgos de la presente investigación, es posible proponer tres estrategias que permitan focalizar el Programa Adulto Mayor GAM de modo de incluir más en el consumo cultural al grupo menos educado de adultos mayores. En primer lugar, del mismo modo que la convocatoria al Taller Cartas de la Memoria, es importante que la invitación utilice canales y medios que lleguen a este público. Una buena estrategia es difundir a través de clubes de adulto mayor, o municipalidades de diversas comunas, y no sólo considerándolos como medio de

difusión, sino también quizás generando convenios con dichas instituciones, de manera de incentivar mejor la participación de los adultos mayores asociados a ellos.

En segundo lugar, el taller o actividad al que se convoque, si se quiere atraer un público heterogéneo y que no consume cultura comúnmente, debe ser un taller que no demande conocimiento previo de cultura; y que además motive a participar: una de las riquezas que se reconoce en el Taller Cartas de la Memoria, y también en varios de los talleres de la Unidad de Mediación es el foco en la participación activa, en la experiencia y el hacer, más que solo en el apreciar. En este sentido, también sería interesante evaluar la Membresía como algo atrayente para este grupo, que responda a sus necesidades e intereses, ya que actualmente dos de los principales beneficios apuntan a un público más culto (la inscripción en BiblioGAM y el descuento para espectáculos), y que es más espectador que participante. Los laboratorios de danza y teatro cumplen con esta característica de fomentar la participación activa, ya que lo que solicitan de la persona no es conocer, sino disposición a aprender, a actuar, a bailar.

Sin embargo, algo que surgió respecto a estos laboratorios es que el mismo nombre aparece como intimidante, como algo “muy elevado”, que puede disuadir de participar en ellos. Este es el tercer punto en cuestión: si se busca incorporar al consumo cultural a un grupo que nunca o casi nunca ha participado de él, es necesario disminuir las barreras simbólicas que existen para hacerlo: los nombres de los talleres, pero también los espacios. Muchos entrevistados reconocen que el edificio en el que funciona GAM posee una enorme carga simbólica, debido a su historia. Asimismo, la estética del espacio habla de juventud, de modernidad, de cultura en un sentido que, para la generación que hoy es tercera y cuarta edad, puede aparecer como un elemento ajeno, e incluso disuasivo. En este sentido, la propuesta de hacer convenios o acuerdos con municipios o clubes podría ayudar a atenuar este tema, fomentando la asistencia al GAM en grupo, y facilitando la participación de personas que se podrían sentir inhibidas al asistir solas.

No obstante, que el consumo cultural de los adultos mayores se centre en un pequeño grupo o elite con alto nivel educacional no es un problema específico de GAM –al contrario, el centro cultural es fundamental para acercar la cultura a la gente, trae muchos beneficios y ha facilitado una oferta cultural de calidad para muchísimas personas de todo el país- sino que este es un problema a nivel nacional. Como país, Chile requiere, principalmente, mejorar la educación que es la variable más asociada a capital cultural y que permite, como se hizo referencia en el marco teórico, otorgar las herramientas para descifrar el contenido simbólico a los espectáculos artísticos y poder así, apreciarlos. Por lo tanto,

las principales barreras para el consumo cultural son problemas estructurales y transversales en Chile y que definen una minoría nacional que accede y consume cultura –una elite- y una gran mayoría que no consume cultura, tal como lo menciona Güell et al (2011). Esta misma distinción fue realizada por los beneficiarios que participaron en las entrevistas grupales, reconociendo que si bien ellos son muy activos, saben que la mayoría de las personas de su generación no les interesa ni participan en estas instancias.

En conclusión, el Programa Adulto Mayor GAM está realizando fructíferamente su labor: pero para poder llegar, finalmente, a ese público marginado del consumo cultural, es necesario que focalice sus esfuerzos en favor de este grupo, contribuyendo a disminuir las barreras estructurales del país, para que, finalmente, hacer que el consumo cultural sea para todos. Ya se están dando los primeros pasos.

BIBLIOGRAFÍA

- Ateca, Victoria María (2009). *El capital humano como determinante del consumo cultural*. Estudios de Economía Aplicada, Vol. 27-1: 87-110.
- Antoine, Cristian (2009). Audiencia y consumo cultural en Chile ¿tópico o justificación de un modelo de democratización de la cultura: 1990-2005? Ponencia en Encuentro de Estudios Multidisciplinarios en Cultura, Faculdade de Comunicação/UFBa, Salvador-Bahia-Brasil.
- Bigott Suzzarini, Belkis V. (2007). Consumo cultural y educación. *Revista de Investigaciones*, 61.
- Casas, Graciela (2000). Políticas sociales en América Latina. En *Políticas sociales para las personas mayores en el próximo siglo*, Manuel Enrique Medina Tornero y M° Jesús Ruiz Luna (edit.). Murcia: Universidad de Murcia, Servicio de Publicaciones.
- Chackiel, Juan (2000) *El envejecimiento de la población latinoamericana: ¿hacia una relación de dependencia favorable?* Santiago de Chile: CEPAL
- Campos, Luis. (2012). El consumo cultural: una actividad situada. En P. Güell, & T. Peters (eds.) *La trama social de las prácticas culturales*. (págs. 51-80). Santiago, Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
- Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural (2011). Recuperado el 20 agosto de 2014 desde <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2012/03/Segunda-Encuesta-Nacional-de-Participaci%C3%B3n-y-Consumo-Cultural.pdf>
- Tercera Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural (2013). Recuperado el 20 agosto de 2014 desde http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2013/11/ENPCC_2012.pdf.
- GAM (2013) Encuesta de caracterización de público 2013. Disponible en <http://gam.cl/docs/default-source/default-document-library/Estudios/encuesta-caracterizaci%C3%B3n-p%C3%ABlico-gam-2013.pdf?sfvrsn=2> Obtenido el 23 agosto de 2014.
- (2014a) Quienes somos. Disponible en www.gam.cl. Obtenido el 23 agosto de 2014.
- (2014b) Taller Cartas de la Memoria Disponible en <http://audiencias.gam.cl/cartas/>). Obtenido el 23 agosto de 2014.
- (2014c) Audiencia GAM Disponible en <http://audiencias.gam.cl/http://audiencias.gam.cl/cartas/>). Obtenido el 23 agosto de 2014.
- (2014d) Membresía Adulto Mayor Disponible en <http://audiencias.gam.cl/extension/membresia-adulto-mayor/>. Obtenido el 23 agosto de 2014.

- Gayo, Modesto, Berta Teitelboim y María Luisa Méndez (2009). Patrones culturales de uso del tiempo libre en Chile. Una aproximación desde la teoría Bourdieuana. Universidad de Talca. Revista UNIVERSUM. Nº 24. Vol. 2, 42-72.
- Gayo, Modesto (2011) "La influencia del nivel socioeconómico en el nivel de consumo cultural en Chile" Observatorio Cultural, Nº2, Valparaíso, CNCA
- Güell, Pedro y Tomás Peters (2010). *Las Mediaciones de la Cultura: ¿Qué Medios de Información Utilizan los Chilenos para Informarse de la Oferta de Bienes y Servicios Culturales?* Revista RE – Presentaciones, Escuela de Periodismo Universidad de Santiago, Año 3, Número: 6: 43- 60.
- Güell, Pedro et al. (2011). Tipología de prácticas de consumo cultural en Chile a inicios del siglo XXI. *Universum: Revista de humanidades y ciencias sociales*; Vol. 2, pp. 121-141.
- Güell, Pedro y Tomás Peters (2012). Introducción. En P. Güell, &T. Peters (eds.) *La trama social de las prácticas culturales*. (págs. 11-20). Santiago, Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
- Güell, Pedro, Tomás Peters y Rommy Morales (2011). *Una canasta básica de consumo cultural para América Latina*. Santiago, Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
- (2012). Individuación y consumo cultural: las afinidades electivas. En P. Güell, &T. Peters (eds.) *La trama social de las prácticas culturales*. (págs. 21-50). Santiago, Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
- Ibacache, Javier. (2013). GUÍA DE DESARROLLO Y FORMACIÓN DE AUDIENCIAS. Documento interno de Centro Gabriela Mistral.
- Jones, Ian Rees et al. (2008) *Ageing in a consumer society: From passive to active consumption in Britain*. Bristol, UK: Policy Press.
- Kornfeld, Rosa et al. (2013) Envejecimiento en Chile. Institucionalización y políticas para las personas mayores. En *Envejecimiento en América Latina y el Caribe*, Verónica Montes de Oca (coord.) México: UNAM.
- Mendoza-Núñez, Víctor Manuel y María de la Luz Martínez-Maldonado (2013). Modelo de redes sociales y comunitarias para mantener la salud en la vejez. En *Envejecimiento en América Latina y el Caribe*, Verónica Montes de Oca (coord.) México: UNAM.
- Naciones Unidas (1992) Principios de las Naciones Unidas en favor de las personas de edad. Disponible en <http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/RES/46/91>. Obtenido el 24 de agosto de 2014.
- Osorio, Paulina et al (2011) Calidad de vida en personas mayores en Chile. *Revista Mad Universidad de Chile*, Nº24, Mayo de 2011, pp. 61-75

- Peters, Tomás (2012). La afinidad electiva entre consumo cultural y percepción sociocultural: el caso de Chile. En P. Güell, & T. Peters (eds.) *La trama social de las prácticas culturales*. (págs. 149-178). Santiago, Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
- Pontificia Universidad Católica de Chile, SENAMA, Caja Los Andes (2010). *Chile y sus Mayores: Resultados Segunda Encuesta Nacional de Calidad de Vida en la Vejez*.
- Rodríguez, José Enrique (1979) Perspectiva sociológica de la vejez. *Reis: Revista española de investigaciones sociológicas*; N° 7 (Jul. - Sep., 1979), pp. 77-97.
- Santibáñez, Dimas, Tamara Hernández y Manuel Mendoza (2012). Edades y consumos culturales: industrias culturales, oferta y diversificación de mercados. En P. Güell, & T. Peters (eds.) *La trama social de las prácticas culturales*. (págs. 109-146). Santiago, Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
- SENAMA (2009) *Las personas mayores en Chile: situación, avances y desafíos del envejecimiento y la vejez*. Santiago de Chile: SENAMA.
- Vergara, Paula (2014). *Descripción Programa Adulto mayor GAM*. Documento sin publicar, facilitado para la elaboración de esta investigación.

ANEXOS

Anexo 1: Historia de la Formación del Programa Adulto Mayor GAM

Antes de la inauguración de GAM el 2010, se buscó integrar a los vecinos de Santiago Centro con el centro cultural. Para ello se realizó la difusión de GAM entre distintas organizaciones comunitarias aledañas y se abrieron cupos para que los interesados participaran como parte del equipo del Área de Audiencias realizando funciones remuneradas como guías y en el mesón de informaciones en coordinación de la Unidad de Mediación de GAM (Área de Audiencias). Ocho vecinas de la tercera edad se inscribieron.

El 2011 siguieron seis de las ocho vecinas. Ese mismo año la Unidad de Mediación comenzó a desarrollar una línea de trabajo con el adulto mayor, dado la evidencia empírica acerca de la baja participación de la tercera edad en instancias culturales. Para ello se comenzó a dictar el taller Cartas de la Memoria. Este taller era dictado por las vecinas, por lo que dejaron de realizar las funciones de informaciones y visitas guiadas a público general y se focalizan en los adultos mayores, captando inscripciones entre el público que visitaba el edificio y entre sus redes de contacto personales

A mediados del 2011 se decidió generar la Membresía del Adulto Mayor a través de la entrega de la tarjeta de beneficios, que se dio de forma gratuita a los participantes del Taller cartas de la memoria, para luego cobrar \$1.000 por ella para los nuevos inscritos.

El 2012 se buscaron nuevos beneficiarios a través de Clubes del adulto mayor de distintas comunas. A la vez que se mantiene el Taller Cartas de la memoria se comienza a impartir, en BiblioGAM, el taller Arte y Literatura I, al cual se inscriben espontáneamente muchos adultos mayores. Por el éxito del taller, luego se generan los talleres de Lecturas de Gabriela Mistral y Arte y Literatura II. Esta oferta logra fidelizar otro grupo de adultos mayores, entre los cuales algunos son participantes del Taller Cartas de la Memoria. En paralelo, se realiza un convenio con la caja de compensación La Araucana para la realización del Taller de Narración Oral para sus beneficiarios de la tercera edad. En estos talleres se busca fomentar la inscripción en la Membresía Adulto Mayor, sin embargo, no necesariamente todos los interesados en los talleres de BiblioGAM se inscriben en la membresía.

En paralelo, se generan dos laboratorios de artes escénicas para adultos mayores a cargo de reconocidos creadores nacionales. El laboratorio de danza, da lugar a la obra “El Baile” y el laboratorio de teatro a la obra “Testigo”. Ambas son presentadas a público general como parte de la programación artística de GAM. Tampoco los participantes de los laboratorios pasan a estar inscritos necesariamente en la Membresía del Adulto Mayor.

El 2013 se deja de dictar el Taller Cartas de la Memoria, pero la Unidad de Mediación generó talleres de teatro y danza que son difundidos a través de la Membresía. Continúa la oferta de talleres para la tercera edad ofrecidos por BiblioGAM, pero sólo en ocasiones puntuales se utiliza la Membresía para difundirlos, ya que poseen un público cautivo y cupos limitados. Por otra parte, quienes participaron en los laboratorios de artes escénicas se organizan y deciden formar una organización funcional pidiendo para esto apoyo a GAM. Se crea así el Club del Adulto Mayor, quienes aspiran a establecerse como elenco estable de teatro y postular a fondos para sus proyectos., utilizando GAM como su sede. En general, se trata de un grupo de beneficiarios que tuvo vínculos con las artes escénicas en su periodo laboral o como afición desde temprana edad.

En junio del 2013 Carla Orellana, mediadora artística, se integra como encargada del Programa Adulto Mayor.

El 2014 continúa la oferta de talleres para la tercera edad ofrecidos por BiblioGAM. Sólo en ocasiones puntuales se utiliza la Membresía para difundirlos, ya que poseen un público cautivo y cupos limitados. Además, la Unidad de Mediación genera talleres de biodanza en coordinación con el Club del Adulto Mayor.

Anexos 3: Listado de talleres del Programa Adulto Mayor GAM

Actividad	Descripción	Responsable GAM	Fecha	N° de Sesiones
Laboratorio de danza con Paulina Mellado	<p>Pertenece a la línea de laboratorios de artes escénicas con creadores destacados, y se focaliza en el trabajo con adultos mayores como seres creativos. El taller fue impartido por la coreógrafa Paulina Mellado. El resultado fue la creación de la pieza “El Baile”, la cual fue parte de la programación artística GAM 2011 (1 función) y 2012 (4 funciones).</p> <p>El taller fue auspiciado por Caja de Compensación La Araucana, con convocatoria para sus beneficiarios del Club Tiempo Pleno.</p> <p>Más información: https://www.youtube.com/watch?v=tKVVI_Xtgjvo https://www.youtube.com/watch?v=d5SeSkS_c6Q</p>	Érika Araya	Jun a Oct	42
Taller de animación lectora	<p>El objetivo de este ciclo de talleres es capacitar a adultos mayores en estrategias y técnicas de narración oral, lectura oral y comprensión lectora. La actividad busca desarrollar la sensibilidad frente a la palabra como medio de transmisión de sentimientos y emociones, confiando en que los participantes puedan luego organizar “horas del cuento” u otro tipo de encuentros en torno a la lectura, sea con sus nietos o en otras instancias de reunión con niños.</p> <p>El taller contó con 4 sesiones independientes (o sin continuidad) a cargo del grupo LISA¹⁸.</p>	Érika Araya	Ago a Nov	4

¹⁸ LISA (Leer, imaginar, soñar y aprender) es una agrupación de bibliotecarias jubiladas que desarrollan proyectos de animación lectora desde el año 2007.

Taller de apreciación de la danza	<p>A través de la exhibición de obras de ballet y danza contemporánea, en formato video, se estimula en el espectador tanto el goce estético como el desarrollo de una visión crítica respecto a estas manifestaciones artísticas.</p> <p>El taller fue auspiciado por Caja de Compensación La Araucana, con convocatoria para sus beneficiarios del Club Tiempo Pleno.</p>	Érika Araya	Ago	3
Taller Cartas de la Memoria	<p>Actividad especialmente diseñada para visitantes de la tercera edad, que busca, a través de un elemento práctico (escritura y montaje de cartas), producir una discusión y reflexión en torno a la memoria individual y colectiva, y la manera en que ambas se articulan. El encuentro sirve, además, como preámbulo para un acercamiento a la obra de arte contemporáneo “Casa de Cartas III”, del artista Mario Navarro.</p> <p>El taller fue impartido por tres de las Vecinas que formaban parte del equipo de Mediación de GAM. Cada una impartía el taller a un grupo distinto de adultos mayores.</p>	Marcita Navarrete	Sep a dic	14
Taller de animación lectora con cuentos de Navidad	A través de lecturas y conversación se establecen algunas pautas para seleccionar y leer textos en voz alta a pequeños auditorios (nietos, familiares) con motivo de la Navidad.	Marta Suárez	Nov	1
Actividad	Descripción	Responsable GAM	Fecha	N° de Sesiones
Taller Cartas de la Memoria	Continuación del taller ya descrito.	Marcita Navarrete	Ene, mar, sep, nov y dic	80
Taller Literatura y Arte I	Ciclo de cuatro sesiones de lectura, que a través de la reflexión y la conversación permiten a los participantes acercarse a diversas manifestaciones artísticas (cine, artes visuales y artes escénicas) a través de un hilo conductor temático que es el recorrido por la vida.	Marta Suárez	Mar	4

Taller de Lecturas de Gabriela Mistral	Ciclo de cuatro sesiones de lectura, conversación y reflexión de diversos escritos de la poetisa y su aplicación a la práctica pedagógica.	Marta Suárez	abr	4
Laboratorio de teatro con Pierre Sauré	Pertenece a la línea de laboratorios de artes escénicas con creadores destacados, y se focaliza en el trabajo con adultos mayores como seres creativos. El taller fue dictado por el director Pierre Sauré. El resultado del taller fue la pieza "Testigo", la cual fue parte de la programación artística GAM 2012 (12 funciones) y 2013 (8 funciones). El taller fue auspiciado por Caja de Compensación La Araucana, con convocatoria para sus beneficiarios del Club Tiempo Pleno. Más información: https://www.youtube.com/watch?v=ciymhXjUs64	Érika Araya	May a oct	50
Laboratorio de danza con Valentina Pavez	Pertenece a la línea de laboratorios de artes escénicas con creadores destacados, y se focaliza en el trabajo con adultos mayores como seres creativos. El taller fue impartido por la coreógrafa Valentina Pavez. El resultado fue la creación de la pieza "Mi Tiempo", la cual tuvo una presentación. El taller fue auspiciado por Caja de Compensación La Araucana, con convocatoria para sus beneficiarios del Club Tiempo Pleno.	Érika Araya	May y oct	52
Taller de Alfabetización Digital	Descripción comprometida para el 29 de septiembre. Considerar que se realizó en el contexto de la visita de SEPADE Recoleta, organización evangélica, cuyos destinatarios en este caso fueron dirigentes comunitarios de la comuna de Recoleta, y que pertenecían a la tercera edad.	Marta Suárez	Jul	1
Taller de Narración Oral	En una sesión se entregan nociones básicas y sugerencias prácticas para llevar la narración oral a distintas actividades de la vida familiar y social.	Érika Araya	Jul	1

	El taller fue implementado por la agrupación LISA y auspiciado por La Araucana, con convocatoria para sus beneficiarios del Club Tiempo Pleno.			
Taller de dibujo y arquitectura	Taller de dos sesiones de introducción de los adultos mayores en técnicas para aprender a mirar la arquitectura a través de la práctica del dibujo. El taller fue impartido por Maximiano Atria.	Carmen Menares	Ago y sep	2
Taller Literatura y Arte II	Continuación del Taller de Literatura y Arte I.	Marta Suárez	Ago a oct	8
Taller de fotografía	El participante aprenderá a conocer su cámara y funciones, nociones básicas de técnica fotográfica, composición e iluminación en base a clases teórico-prácticas en grupo. El taller fue dictado por Cristián Ureta y auspiciado por La Araucana para sus beneficiarios del Club Tiempo Pleno.	Érika Araya	Sep y nov	10
Taller Literatura y Arte I para beneficiarios de La Araucana	Ciclo de cuatro sesiones de lectura, que a través de la reflexión y la conversación permiten a los participantes acercarse a diversas manifestaciones artísticas (cine, artes visuales y artes escénicas) a través de un hilo conductor temático que es el recorrido por la vida. El taller se vuelve a dictar auspiciado por La Araucana, con convocatoria especial para sus beneficiarios del Club Tiempo Pleno. No obstante lo anterior, también incluye beneficiarios inscritos directamente a través de GAM, específicamente, quienes habían participado en el Taller Literatura y Arte II pero no en la primera versión del Taller Literatura y Arte I.	Marta Suárez	Nov	4
Actividad	Descripción	Responsable GAM	Fecha	N° de Sesiones

Taller de Dibujo Arquitectónico	Iniciación y práctica en principios del dibujo arquitectónico para adultos mayores. Los contenidos se dividen en: 1) Introducción y técnicas de perspectiva; 2) Técnicas de dibujo discriminatorio a mano alzada; 3) Sesión guiada en terreno. Impartido por arquitectos especializados.	Carmen Menares	Ene	3
Escuela de Lectores: El viaje y las vacaciones, un recorrido personal.	Taller realizado en el contexto de la Escuela de Verano 2013 ¹⁹ . El ciclo de cuatro sesiones se focaliza en la revisión de los temas del viaje y las vacaciones en distintos géneros literarios y expresiones artísticas; vinculación con vivencia personal de los participantes.	Marta Suárez	Ene	4
Taller Teatro y Memoria	Taller que explora las percepciones corporales y emocionales a través de diferentes técnicas y ejercicios teatrales, para reflexionar sobre la memoria personal y colectiva. Se finaliza el taller con una puesta en escena.	Roberto Toro	Ene a mar	12
Taller Teatro y Paisaje Sonoro	Taller que explora la disciplina del paisaje sonoro a través de ejercicios y textos teatrales. A partir de ambos, el taller buscar elaborar una puesta en escena que reflexione sobre la identidad tanto personal como colectiva	Roberto Toro	Abr a jul	16
Escuela de Lectores: Textos de Sandor Márai e Irene Nemirovsky.	Ciclo de siete sesiones focalizado en creaciones de los escritores Sandor Márai e Irene Nemirovsky. Revisa contexto histórico, temas de las novelas de cada uno, hitos de sus biografías, paralelos entre ambos autores y musicalidad de su escritura.	Marta Suárez	May a jun	7
Taller De la memoria individual a la	En honor a la restitución temporal de la obra de Gracia Barros en el edificio GAM (parte de la colección original de arte	Daniela Aravena	Sep	4

¹⁹ La Escuela de Verano es un conjunto de actividades desarrollada por el Área de Audiencias de GAM cada enero y febrero. A diferencia de las actividades que desarrolla el área durante el resto del año, aprovecha la mayor disponibilidad de tiempo libre de los destinatarios – dada la época – para ofrecer en un período acotado una mayor cantidad y frecuencia de talleres. En la mayoría de los talleres se privilegia la inscripción individual de particulares, a diferencia del resto del año en que la estrategia de convocatoria se enfoca en el trabajo con instituciones que cumplen una labor social.

memoria colectiva	<p>donada para la UNCTAD III, perdida tras el golpe militar), se realiza esta invitación a conversar íntima e intergeneracionalmente, para crear memoria colectiva a través de vivencias personales. El taller contempla cuatro sesiones donde por medio de objetos y experiencias, se elaborará un mapa conceptual participativo que re-construirá las circunstancias en que se experimentó el 11 de septiembre de 1973 y sus días posteriores.</p> <p>Su realización se enmarca del Ciclo Sobrevivencias: Diálogos con Memoria, fruto de la alianza entre GAM, Corporación Parque por la Paz Villa Grimaldi, Museo de la Solidaridad Salvador Allende y Museo de la Memoria y los Derechos Humanos para conmemorar los 40 años del golpe militar. En cada uno de estos espacios se realizó un taller de características similares.</p>			
Escuela de Lectores: Ciclo dedicado a José Donoso	<p>Taller realizado en el contexto del montaje de la obra Coronación en GAM. Este ciclo de siete sesiones se orienta a la lectura de cuentos y fragmentos de novelas de José Donoso, especialmente Coronación. La tercera sesión estuvo dedicada a conversar con la actriz Bélgica Castro y con el dramaturgo José Pineda.</p> <p>A partir de la tercera sesión se dividió al grupo en dos debido al alto número de asistentes.</p>	Marta Suárez	Oct a nov	7
Taller Literario del Club del Adulto Mayor	Implementado por el club del adulto mayor	Carla	Oct a nov	3
Taller de Danza Creativa	Descripción comprometida para el 29 de septiembre. Dio lugar a la creación de la coreografía "Libertad".	Carla	oct a dic	16
Actividad	Descripción	Responsable GAM	Fecha	Nº de Sesiones
Escuela de Lectores: La ciudad y las diferentes formas de	Taller realizado en el contexto de la Escuela de Verano 2014. El ciclo de cuatro sesiones explora en diversos tipos de textos las características de la ciudad y la experiencia de vivir en ella	Marta Suárez	Ene 2014	4

habitar				
Taller de Danza Creativa	Ensayos de la coreografía "Libertad" creada en el taller de 2013 para ser presentada en el Día de la Danza.	Carla Orellana	mar - abr	5
Taller de Lecturas de Gabriela Mistral	Ciclo de cuatro sesiones de lectura y conversación para conocer un poco más de la prosa de Gabriela Mistral.	Marta Suárez	Abr	4
Taller de Apreciación de Artes Escénicas	Taller basado en el análisis de la obra "La contadora de películas" a través de la revisión de contenidos generales de artes escénicas. El taller contó con una conversación con el director y su elenco, una jornada de análisis y la elaboración de un relato escrito de apreciación que entrecruza vivencias personales con el contenido de la obra	Carla Orellana	abr	3
Escuela de Lectores: Preparando los 100 años de Nicanor Parra	Ciclo de ocho sesiones de lectura y conversación en torno a la obra de Nicanor Parra con motivo de su cumpleaños número 100 y en concordancia con la muestra <i>Parra 100</i> . El ciclo se realizó en dos horarios (mañana y tarde) con una sesión final en conjunto	Marta Suárez	May y jun	15
Taller de Biodanza del Club del Adulto Mayor	Taller autogestionado por las socias del Club Adulto Mayor GAM a raíz de una votación en asamblea por los intereses de desarrollo en 2014. La Biodanza es un sistema de "auto-desarrollo", creado por Rolando Toro Araneda, que utiliza los sentimientos provocados por la música y el movimiento para profundizar en la conciencia de uno mismo. Su objetivo es promover la integración de uno mismo con sus emociones y expresarlas. La biodanza también reclama permitir establecer y profundizar lazos afectivos con la naturaleza y entre las personas, y poder expresar sentimientos acogedores. Los contenidos de este taller vienen a cubrir parte importante de las líneas de desarrollo que los Adultos Mayores	Carla	Mayo a jul	10

	requieren en el ámbito de las destrezas sico-motriz recomendada especialmente por los profesionales de la Salud.			
Taller de caligrafía japonesa	<p>Ciclo de cuatro sesiones que busca entregar nociones básicas de caligrafía japonesa y realizar trazos hasta escribir una frase.</p> <p>El taller fue implementado en alianza con el Instituto Cultural Chileno, e impartido por una de sus maestras.</p>	Érika Araya	Jul	4

Información facilitada por Paula Vergara, Coordinadora de Estudios de GAM.

Anexos 3: Canasta de Consumo Cultural para América Latina

El año 2011, la Universidad Alberto Hurtado, de Santiago de Chile, a solicitud del Convenio Andrés Bello con sede en Colombia, publicó un libro en donde se mostraban los resultados de la creación de un diseño teórico y metodológico de una Canasta Básica de Consumo Cultural (CBCC) para América Latina. El objetivo era crear un indicador para la reducción de las inequidades en el acceso a los bienes y servicios culturales generados en la región.

El concepto se operacionalizó en tres dimensiones: una principal y dos complementarias. La dimensión principal corresponde al “acceso y frecuencia de participación en la apropiación de un bien y servicio” y las dos dimensiones complementarias que corresponden al *equipamiento* (que permite la reproducción de ciertos bienes culturales) y al *stock* (que permite disponibilidad permanente para nuevas apropiaciones de los bienes culturales). La operacionalización de la canasta nos permite comprender el consumo cultural desde el *acceso y apropiación* de bienes culturales, así como por la *frecuencia* de este acto por parte de individuos.

Esta canasta fue creada para : a) fomentar el acceso equitativo al consumo cultural; b) contribuir a la reducción de las inequidades en cultura; c) facilitar la evaluación de los resultados de las políticas culturales; d) generar la definición y organización de estándares culturales para la región; e) ser un modelo analítico de procesos y patrones de consumo cultural; f) posibilitar la promoción de la diversidad cultural; y g) ser una herramienta de fácil apropiación y difusión social (Güell, Peters y Morales, 2011:135-136). Como vemos, en toda la región se ha vuelto importante valorizar más y democratizar el acceso a la cultura.

Anexo 4: Capital humano y consumo cultural: evidencia empírica en Estados Unidos

En una investigación cuantitativa de los hábitos de consumo cultural de los estadounidenses, Victoria Ateca (2009) investigó que componentes del capital de consumo (ingreso) y del capital humano tienen mayor impacto en la asistencia a espectáculos culturales a partir de la *Survey of Public Participation in the Arts* del año 2002. La autora entendía el capital humano como un recurso personal necesario para transformar los bienes culturales en apreciación cultural de forma más eficiente, creando un stock persona que permite al individuo disfrutar del consumo de los bienes culturales, pues posee las claves para comprender su valor histórico, simbólico o estético (Becker, 1979 en Ateca, 2009).

Como capital humano, consideró la educación formal recibida por el individuo, la educación formal de su padre y de su madre y la educación específica en el ámbito artístico, distinguiendo si esta última se recibió antes o después de los 18 años-. De este modo el *stock* de capital cultural es una función de la dotación inicial (es decir, de la educación recibida durante la infancia y a través de la educación de los padres) y del vector de consumos pasados de bienes culturales. Así, el capital cultural acumulado resulta de una función determinada por variables de capital humano general que determinan la capacidad del individuo de apreciar los bienes culturales. (Ateca, 2009).

Los resultados dan evidencia de que el capital humano disponible es el factor que determina más la probabilidad de participar en la actividad cultural. Así, las variables de formación propia - educación formal en general y artística en particular- reduce la probabilidad de pertenecer al grupo de la población que nunca asiste a cada una de estas actividades culturales. Por lo demás, la educación artística tendría un impacto en la participación, especialmente si es recibida después de los 18 años Este tipo de educación tendría un efecto estadísticamente significativo sobre la posibilidad de asistir y sobre la frecuencia de asistencia, aunque esta variables pueden esconder el interés del individuo por la actividad artística (más que el hecho de recibir este tipo de educación, es el interés de recibirla la que predice la asistencia). La variable ingreso familiar tiene un efecto mucho menor en la asistencia a espectáculos culturales que el capital humano, habiendo evidencia de que el capital cultural tienen más influencia en la participación en las artes que las variables de ingreso. Por lo tanto, es la educación (especialmente el nivel educativo propio) el que opera como barrera a la participación de espectáculos culturales: a menor educación, menor asistencia

Anexo 5: Los derechos culturales

Durante las décadas de 1960 y 1970 se realizaron en Gran Bretaña las primeras reflexiones teóricas para analizar y considerar los beneficios sociales del arte en el desarrollo individual y comunitario, sin mayores conclusiones. En la década de 1980 las investigaciones británicas vieron el impacto económico de la cultura y las artes, analizando los efectos en los volúmenes de venta, empleo y producción, demostrando los primeros beneficios sociales derivados del ejercicio de las actividades artísticas y culturales. Posteriormente, se enfocaron en el análisis del impacto de la cultura y las artes en el PIB de los países como en las posibilidades de desarrollo laboral y económico de los agentes involucrados, para fomentar la inversión pública en el sector a partir de su impacto y beneficios en la economía nacional (Güell, Peters y Morales 2011:33).

En las últimas décadas se ha dado mayor importancia a la subjetividad y la cultura como factores que contribuyen al desarrollo económico y social. Esta importancia ha vuelto al consumo cultural como un asunto político de primer orden, considerándose como un derecho. Esto ha quedado constatado en diversos convenios internacionales (Güell, Peters, Morales, 2011:18). El primero en constatar esto fue la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 en sus artículos 22 y 27:

22. Toda persona, como miembro de la sociedad, tiene derecho a la seguridad social, y a obtener, mediante el esfuerzo nacional y la cooperación internacional, habida cuenta de la organización y los recursos de cada Estado, la satisfacción de los derechos económicos, sociales y culturales, indispensables a su dignidad y al libre desarrollo de su personalidad.

27. Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad y a gozar de las artes. La [Declaración universal de los derechos humanos], y el Pacto Internacional de Derechos Económicos Sociales y Culturales reconocen que todas y todos los seres humanos tenemos derecho a participar en la vida cultural. (Güell, Peters, Morales, 2011:20)

Esto se realizó en la década de 1960 con los derechos humanos de segunda categoría, pues se considera que en ella los derechos culturales se hicieron evidentes.

Por último, en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de 1976 se realza la importancia de esto en sus artículos 3 y 15:

3. Los estados partes en el presente pacto se comprometen a asegurar a los hombres y a las mujeres igual título a gozar de todos los derechos económicos, sociales y culturales enunciados en el presente pacto.

15. 1. Los estados partes en el presente pacto reconocen el derecho de toda persona a: a) Participar en la vida cultural; b) Gozar de los beneficios del progreso científico y de sus aplicaciones; c) Beneficiarse de la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora.

2. Entre las medidas que los estados partes en el presente pacto deberán adoptar para asegurar el pleno ejercicio de este derecho figurarán las necesarias para la conservación, el desarrollo y la difusión de la ciencia y de la cultura.

3. Los estados partes en el presente pacto se comprometen a respetar la indispensable libertad para la investigación científica y para la actividad creadora.

4. Los estados partes en el presente pacto reconocen los beneficios que derivan del fomento y desarrollo de la cooperación y de las relaciones internacionales en cuestiones científicas y culturales. (Güell, Peters, Morales, 2011: 30).

Anexo 6: Tipologías de consumidores culturales en Chile

En el artículo *Tipología de prácticas de consumo cultural en Chile a inicios del siglo XXI*, Güell et al (2011) realizaron una investigación respecto a las nuevas tipologías de consumidores culturales en Chile a partir de la Segunda Versión de la ENPCC. La hipótesis general de la investigación es que “se han configurado en Chile nuevos modos de apropiación y acceso a los bienes y servicios culturales disponibles a partir de las propias dinámicas de ese consumo, y que esos mismos factores producen también dificultades y obstáculos para el acceso a esos bienes en algunos grupos de la población nacional” (Güell et al, 2011:2). El consumo cultural da cuenta de otros factores además del nivel socioeconómico, pues los cambios que ha habido en nuestra sociedad durante los últimos años han expandido y facilitado el consumo en general y el consumo cultural en particular.

Analizando más allá de los factores socioeconómicos y estructurales, como género y la distinción teórica entre “baja” y “alta cultura”, pues ninguna de estas dos variables creaba grupos homogéneos de consumidores, Güell et al hicieron distinciones dentro de grupos de consumidores con coherencia interna. Para ello recurrieron a un análisis factorial de correspondencias múltiples y un posterior análisis multivariante al que aplicaron variables de frecuencia de consumo, generando mayor distinción entre los conglomerados. Así, las cinco tipologías se construyeron mediante el procedimiento *TwoStepCluster* a partir de las variables de a) acceso a los bienes y servicios, b) frecuencia del acceso y c) razones de no acceso de los siguientes bienes y servicios culturales: artes visuales, teatro, danza, conciertos, cine, películas de video, música, libros, bibliotecas, museos, diarios e internet a partir de la Segunda Versión de la ENPCC.

Las cinco tipologías se distribuyen a nivel nacional de distintas modos, así un “Consumo alto general” tiene una representación nacional de un 16%; el “Consumo alto vía soporte tecnológico” representa al 28% de la población; un “Consumo medio” con un 19%; un “Consumo medio-bajo” con un 14% y un “Consumo bajo” con un 23% (Güell et al, 2011:6).

Las variaciones de estas tipologías a nivel nacional según sexo, nivel socioeconómico y edad, dan evidencia de la asociaciones clásicas entre nivel socioeconómico y edad con el consumo cultural (mayor NSE, mayor consumo; mayor edad, menor consumo).

Características sociodemográficas de los tipos o grupos de la tipología (en porcentajes)

		Consumo Cultural Bajo	Consumo Cultural Medio-Bajo	Consumo Cultural Medio	Consumo Cultural Alto vía soporte Tecnológico	Consumo Cultural Alto General
NSE	Alto	2	3	5	22	45
	Medio	38	51	50	61	48
	Bajo	60	46	45	17	7
Sexo	Hombre	46	53	37	55	50
	Mujer	54	47	63	45	50
Edad	16 - 24	7	4	17	40	42
	26 - 34	9	11	15	22	22
	36 - 44	13	26	24	19	16
	46 - 54	19	34	19	13	8
	56 - 64	22	14	14	5	7
	65 y +	29	12	12	1	4

Fuente: Güell et alt, 2011.

Sin embargo, al no ser una correlación perfectamente lineal, señala que existen otros factores de estructuración. Es decir, la variable fundamental de consumo cultural en Chile es nivel socioeconómico (asociado a ingreso y educación), y otros factores de menor incidencia (por ejemplo, el uso de tecnologías y de las redes sociales, entre otros) se agregan a esta variable creando diversidad entre los consumidores culturales chilenos. Por lo tanto, si nos atenemos solo a la variable de estratificación social para describir a los consumidores culturales chilenos habrá información de estos que se nos escapara. Las tipologías creadas en la investigación de Güell buscaban que esto no sucediera, sin embargo, la distinción esencial entre las tipologías está en el acceso o no acceso al consumo cultural, habiendo mayor variedad de consumo cultural entre aquellos que acceden al consumo cultural

Las razones del no acceso a bienes y servicios culturales se dividieron en dos categorías: una son las razones de orden estructural (condicionantes estructurales) y la otra son justificaciones subjetivas. Las primeras responden a limitaciones al consumo que son propias a las condiciones de vida estructurales de los individuos y corresponden a las categorías de respuesta “falta de dinero”, “falta de tiempo”, “falta de equipamiento” y “ausencia de lugares cercanos”. Es decir, pueden deberse su nivel socioeconómico, su ocupación, los bienes que tienen disponibles en el hogar y localización geográfica, entre otros.

La segunda categoría responde a condicionantes personales que responden a las preferencias y gustos, y corresponden a las categorías de respuesta “falta de gusto e interés”, o la búsqueda de los bienes o servicios por vías alternativas a las planteadas en el cuestionario de la ENPCC.

Por otra parte, la ENPCC del 2012 elaboró cinco índices agregados²⁰ con los cuales se crearon cuatro tipologías de consumidores culturales. De los cinco índices creados sólo en uno –el índice de compra de productos culturales- los adultos mayores no están dentro de los grupos encuestados con más bajo puntaje, revelando el bajo consumo cultural de este grupo de la población chilena.

A partir de estos índices, se crearon cuatro grupos de consumidores culturales: “*Participación cultural alta*” (que corresponde al 38% de la población encuestada y que asiste, consume, compra, tiene un buen nivel de educación y posee bienes que faciliten al consumo cultural, “*Compradores culturales*” (que representa un 19,8% y que presentan una baja asistencia, un consumo medio bajo; aunque presentan un nivel de compra y bienes que facilitan el consumo cultural), “*Sin participación*” (asociado a un 25,8%, y que presentan una Baja o nula asistencia, bajo consumo, baja compra, baja formación y baja presencia de bienes que faciliten el consumo cultural), y “*Participación intermedia*” (que corresponde a un 16,4% que presenta una asistencia media, un consumo bajo, una compra media- alta y una baja o nula formación y presencia de bienes que facilitan el consume cultural).

²⁰ A saber: índice de asistencia a espectáculos culturales, índice de hábitos de consumo cultural, índice de compra de productos culturales, índice de formación y práctica cultural, índice de equipamiento cultural.

Anexo 7: Principios de las Naciones Unidas en favor de las personas de edad

Independencia

1. Las personas de edad deberán tener acceso a alimentación, agua, vivienda, vestimenta y atención de salud adecuados, mediante ingresos, apoyo de sus familias y de la comunidad y su propia autosuficiencia.
2. Las personas de edad deberán tener la oportunidad de trabajar o de tener acceso a otras posibilidades de obtener ingresos.
3. Las personas de edad deberán poder participar en la determinación de cuándo y en qué medida dejarán de desempeñar actividades laborales.
4. Las personas de edad deberán tener acceso a programas educativos y de formación adecuados.
5. Las personas de edad deberán tener la posibilidad de vivir en entornos seguros y adaptables a sus preferencias personales y a sus capacidades en continuo cambio.
6. Las personas de edad deberán poder residir en su propio domicilio por tanto tiempo como sea posible.

Participación

7. Las personas de edad deberán permanecer integradas en la sociedad, participar activamente en la formulación y la aplicación de las políticas que afecten directamente a su bienestar y poder compartir sus conocimientos y habilidades con las generaciones más jóvenes.
8. Las personas de edad deberán poder buscar y aprovechar oportunidades de prestar servicio a la comunidad y de trabajar como voluntarios en puestos apropiados a sus intereses y capacidades.
9. Las personas de edad deberán poder formar movimientos o asociaciones de personas de edad avanzada.

Cuidados

10. Las personas de edad deberán poder disfrutar de los cuidados y la protección de la familia y la comunidad de conformidad con el sistema de valores culturales de cada sociedad.
11. Las personas de edad deberán tener acceso a servicios de atención de salud que les ayuden a mantener o recuperar un nivel óptimo de bienestar físico, mental y emocional, así como a prevenir o retrasar la aparición de la enfermedad.
12. Las personas de edad deberán tener acceso a servicios sociales y jurídicos que les aseguren mayores niveles de autonomía, protección y cuidado.
13. Las personas de edad deberán tener acceso a medios apropiados de atención institucional que les proporcionen protección, rehabilitación y estímulo social y mental en un entorno humano y seguro.
14. Las personas de edad deberán poder disfrutar de sus derechos humanos y libertades fundamentales cuando residan en hogares o instituciones donde se les brinden cuidados o tratamiento, con pleno

respeto de su dignidad, creencias, necesidades e intimidad, así como de su derecho a adoptar decisiones sobre su cuidado y sobre la calidad de su vida.

Autorrealización

15. Las personas de edad deberán poder aprovechar las oportunidades para desarrollar plenamente su potencial.

16. Las personas de edad deberán tener acceso a los recursos educativos, culturales, espirituales y recreativos de la sociedad.

Dignidad

17. Las personas de edad deberán poder vivir con dignidad y seguridad y verse libres de explotaciones y de malos tratos físicos o mentales.

18. Las personas de edad deberán recibir un trato digno, independientemente de la edad, sexo, raza o procedencia étnica, discapacidad u otras condiciones, y han de ser valoradas independientemente de su contribución económica.

Anexo 8: Encuesta telefónica Membresía Adulto Mayor GAM

¿Buenos días/tardes, se encontrará _____?

Hola, soy Sofía, llamo del Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM). Soy estudiante en práctica de la carrera de Sociología de la Universidad Católica de Chile. En este momento, junto al GAM, estamos realizando un estudio sobre las actividades especiales para el adulto mayor de este centro cultural. El GAM tiene interés en que los adultos mayores puedan asistir y participar en las actividades que se ofrecen, y por ello nos gustaría conocer los intereses que usted tiene, así como las condiciones que favorecerían una mayor participación.

¿Podría contestarnos unas preguntas al respecto? No le tomará más que unos minutos, y sería de gran ayuda para nuestra práctica profesional.

1. ¿Durante el presente año, ha asistido a alguna actividad, taller, curso o espectáculo ofrecido por el GAM? ¿Cuál o cuáles? ¿Y considerando no sólo este año, sino también años anteriores: ha asistido alguna vez a alguna actividad, taller, curso o espectáculo? ¿Cuál o cuáles? (Respuesta espontánea y múltiple, el encuestador marca las que corresponda primero. Si el encuestado solicita que le recuerden qué actividades se han realizado, se le lee la lista)

	1. Este año	2. Alguna vez
1a. Taller de literatura o lectura		
1b. Taller cartas de la memoria		
1c. Talleres de manualidades japonesas (origami, caligrafía, chigiri, etc)		
1d. Taller de apreciación de danza		
1e. Taller de alfabetización digital		
1f. Taller de narración oral		
1g. Taller de fotografía		
1h. Taller de dibujo y arquitectura		
1i. Taller de biodanza		
1j. Taller de apreciación de artes escénicas		
1k. Laboratorio de teatro		
1l. Laboratorio de danza		
1m. Espectáculo de teatro		
1n. Espectáculo de danza		
1o. Espectáculo de música		
1p. Charlas		
1q. Otro: _____		

2. ¿Cuánto influyen los siguientes factores en que usted no asista, o no asista con mayor frecuencia, al GAM?

	Mucho	Un poco	Nada
2a. Falta de tiempo	1	2	3
2b. Falta de dinero	1	2	3
2c. Tiene alguna enfermedad o problema de salud	1	2	3
2d. No tiene quien le acompañe a las actividades	1	2	3

2e. No recibe información sobre las actividades	1	2	3
2f. Las actividades que se realizan en GAM no le interesan	1	2	3
2h. Los horarios en que se realizan las actividades no son convenientes	1	2	3
2i. Dificultad para llegar, o falta de lugar donde estacionarse	1	2	3
2j. Otro: _____			

3. ¿Se ha inscrito usted en la Membresía de adulto mayor del GAM? (*respuesta espontánea*)

1. Sí (*pasa a pregunta 4*)
2. No (*Fidelizados: pasa a pregunta 3.a y luego salta hasta pregunta 8*)
3. No (*pero si está inscrito y tenemos sus datos como No fidelizados pasar a pregunta 5 y luego a la 8*).
4. No sabe (*pero si lo está, pues tenemos sus datos en no fidelizados, pasar a pregunta 5 y luego a la 8*).

[*Si responde "no" o "no sabe" y si se encuentra inscrito en la membresía, se le comunica que se encuentra inscrito, que puede ir a retirar su tarjeta al GAM y se explican brevemente los beneficios. Luego se pasa a pregunta 8*]

3.a ¿Por qué no?

1. No me la han ofrecido
2. No me interesan los beneficios que ofrece la membresía
3. No sabía que existía una membresía
4. Otra razón, ¿cuál?(P3a_1): _____

(*pasa a pregunta 8*)

4. Obtuvo la membresía porque:

1. Se la ofrecieron en el GAM
2. Porque usted la solicitó
3. Porque algún Club del adulto (GAM o no) mayor le informó y lo inscribió.
4. Otra razón, ¿cuál?(P4_1): _____

5. ¿Retiró la tarjeta de la membresía?

1. Sí → *pasa a pregunta 6*
2. No → *pasa a 5.a y luego salta hasta pregunta 8*.
3. No sabe/no recuerda. → *pasa a pregunta 6*

5.a ¿Por qué no la ha retirado?

1. Porque no le interesa la tarjeta o los beneficios que ésta ofrece
2. Por falta de tiempo
3. Por problemas con el horario del GAM
4. Porque no ha podido ir al GAM por problemas personales o de salud
5. No sabía que existía una tarjeta
6. Otra razón, ¿cuál? (P5a_1) _____

(*pasa a pregunta 8*)

6. ¿Conoce algunos de los siguientes beneficios que otorga la membresía?

- a. Uso gratuito de BiblioGAM

- b. Descuento en espectáculos
- c. Invitación a participar en talleres impartidos por el GAM
- d. Otro, ¿cuál? _____

7. ¿Ha usado usted los siguientes beneficios de la Membresía? ¿Con qué frecuencia?

	7a. Ha usado		7b. Frecuencia con que lo ha usado				
	No	Sí	Todas las semanas	Una vez al mes	Dos o tres veces al año	Una vez al año o menos	
1. BiblioGAM	0	1	1	2	3	4	
2. Descuento en espectáculos	0	1	1	2	3	4	

8. ¿Cómo se informa usted sobre las actividades que se realizan en el GAM?

- a. Por la revista del GAM
- b. Por el diario
- c. Por la radio
- d. Por correo electrónico
- e. En el GAM mismo
- f. Por el sitio web de GAM
- g. Por llamadas telefónicas desde el GAM
- h. Por amigos, familiares o conocidos
- i. No se informa sobre las actividades del GAM
- j. Otra manera, ¿cuál? _____

9.. ¿Cuál es su nivel educacional alcanzado?

- 1. Sin estudios
- 2. Básica incompleta
- 3. Básica completa
- 4. Secundaria incompleta
- 5. Secundaria completa
- 6. Superior técnica incompleta
- 7. Superior técnica completa
- 8. Superior universitaria incompleta
- 9. Superior universitaria completa
- 10. Posgrado (magister, doctorado)

10. ¿Cuál es su estado civil?

- 1. Soltero.
- 2. Casado
- 3. Anulado, separado o divorciado
- 4. Viudo.
- 5. Convive con su pareja.

Para finalizar, me gustaría hacerle unas últimas preguntas con la función de poder actualizar sus datos de la membresía.

. ¿Cuál es su nombre completo? _____

Fecha de nacimiento: _____

. ¿En qué comuna vive? _____

Eso es todo, ¡muchas gracias por su tiempo!

Anexo 9: Pauta Entrevistas Grupales

i. Pauta entrevista grupal Club del Adulto Mayor

1. Introducción: Nos presentamos y se presentan los integrantes del grupo, y se explica que estamos realizando un estudio en conjunto con el GAM sobre las actividades especiales para el adulto mayor que este centro cultural realiza, y que su participación y opinión nos serán de gran ayuda.

2. Club del Adulto Mayor

¿En qué consiste el Club del Adulto Mayor? ¿Cómo nace?

¿Qué actividades realizan? ¿Con qué frecuencia?

¿Quién puede formar parte de él?

¿Cómo evalúan ustedes la experiencia de pertenecer a este club?

3. Consumo cultural

¿A qué tipo de actividades culturales asisten o participan? ¿Dónde? (En GAM, en otros centros culturales...)

¿Por qué asisten a ellas?

¿Creen ustedes que la participación y asistencia a actividades culturales posee un efecto en sus vidas, o a nivel general, un efecto para los adultos mayores? ¿Cuáles serían estos efectos?

4. GAM (ahora vamos a hacerles algunas preguntas sobre el GAM...)

El GAM es un centro cultural ubicado en un edificio con mucha historia; ¿cuál es su relación con este edificio?

¿Qué les parece la oferta cultural que tiene GAM? ¿Coincide con sus intereses culturales?

¿Cuáles son estos intereses? ¿Qué tipo de actividades culturales (talleres, charlas, espectáculos) les interesan, o les interesaría que existieran?

¿Qué relación posee el club con el GAM? ¿Y con la Membresía Adulto Mayor GAM?

¿Están inscritos en la membresía Adulto Mayor GAM? ¿Retiraron la tarjeta? ¿Por qué sí? ¿Por qué no?

¿Conocen los beneficios que ésta posee? ¿Les interesan?

¿Tiene GAM alguna particularidad que lo distingue de otros centros culturales?

¿Qué cosas podría incorporar o cambiar?

5. Barreras

¿Por qué no asisten o participan de las actividades culturales más frecuentemente?

¿Por qué creen ustedes que otros adultos mayores no participan?

¿Qué habría que hacer para que más personas de la tercera edad participen de estas actividades?

6. Información y difusión

¿Cómo se informan de las actividades que se realizan en el GAM?

¿Les parece una buena forma de difusión? ¿Cuál sería la mejor forma para informar e invitar a los adultos mayores a las actividades dirigidas a ellos que posee el GAM?

ii. Pauta entrevista grupal Taller de Lectura

1. Introducción: Nos presentamos y se presentan los integrantes del grupo, y se explica que estamos realizando un estudio en conjunto con el GAM sobre las actividades especiales para el adulto mayor que este centro cultural realiza, y que su participación y opinión nos serán de gran ayuda.

2. Sobre el taller de lectura

¿En qué consisten los talleres de lectura?

¿Con qué frecuencia se realizan? ¿Con qué frecuencia asisten ustedes?

¿Por qué participan de este taller?

¿Cómo lo evalúan?

¿Qué especificidades tiene este taller que lo hace tener tanto éxito?

3. Consumo cultural

¿Asisten a otras actividades culturales aparte del taller de lectura? ¿Cuáles, de qué tipo? ¿Dónde? (En GAM, en otros centros culturales...)

¿Por qué asisten a ellas?

¿Creen ustedes que la participación y asistencia a actividades culturales (tanto a este taller como a otro tipo de actividades culturales) posee un efecto en sus vidas, o a nivel general, un efecto para los adultos mayores? ¿Cuáles serían estos efectos?

4. GAM (ahora vamos a hacerles algunas preguntas sobre el GAM...)

El GAM es un centro cultural ubicado en un edificio con mucha historia; ¿cuál es su relación con este edificio?

¿Qué les parece la oferta cultural que tiene GAM? ¿Coincide con sus intereses culturales?

¿Cuáles son estos intereses? ¿Qué tipo de actividades culturales (talleres, charlas, espectáculos) les interesan, o les interesaría que existieran?

¿Están inscritos en la membresía Adulto Mayor GAM? ¿Retiraron la tarjeta? ¿Por qué sí? ¿Por qué no?

¿Conocen los beneficios que ésta posee? ¿Les interesan?

¿Tiene GAM alguna particularidad que lo distingue de otros centros culturales?

¿Qué cosas podría incorporar o cambiar?

5. Barreras

¿Por qué no asisten o participan de las actividades culturales más frecuentemente?

¿Por qué creen ustedes que otros adultos mayores no participan?

¿Qué habría que hacer para que más personas de la tercera edad participen de estas actividades?

6. Información y difusión

¿Cómo se informan de las actividades que se realizan en el GAM?

¿Les parece una buena forma de difusión? ¿Cuál sería la mejor forma para informar e invitar a los adultos mayores a las actividades dirigidas a ellos que posee el GAM?

iii. Pauta entrevista grupal Taller Cartas de la Memoria

1. Introducción: Nos presentamos y se presentan los integrantes del grupo, y se explica que estamos realizando un estudio en conjunto con el GAM sobre las actividades especiales para el adulto mayor que este centro cultural realiza, y que su participación y opinión nos serán de gran ayuda.

2. Sobre el taller cartas de la memoria

¿En qué consistían los talleres de cartas de la memoria?

¿Cuándo se realizaban?

¿Por qué asistían al taller?

¿Qué era lo mejor del taller?

Si se pudiera dictar nuevamente el taller, ¿asistirían?

¿Asisten a los talleres que se imparten hoy en GAM? Si no, ¿por qué? ¿En qué se diferencian estos talleres del taller Cartas de la Memoria?

3. GAM (ahora vamos a hacerles algunas preguntas sobre el GAM...)

El GAM es un centro cultural ubicado en un edificio con mucha historia; ¿cuál es su relación con este edificio?

¿Qué les parece la oferta cultural que tiene GAM? ¿Coincide con sus intereses culturales?

¿Cuáles son estos intereses? ¿Qué tipo de actividades culturales (talleres, charlas, espectáculos) les interesan, o les interesaría que existieran?

¿Están inscritos en la membresía Adulto Mayor GAM? ¿Retiraron la tarjeta? ¿Por qué sí? ¿Por qué no?

¿Conocen los beneficios que ésta posee? ¿Les interesan?

¿Tiene GAM alguna particularidad que lo distingue de otros centros culturales?

¿Qué cosas podría incorporar o cambiar?

4. Consumo cultural

¿Asisten o participan de alguna actividad cultural actualmente? ¿Cuáles, de qué tipo? ¿Dónde? (En GAM, en otros centros culturales...)

¿Por qué asisten a ellas?

¿Creen ustedes que la participación y asistencia a actividades culturales posee un efecto en sus vidas, o a nivel general, un efecto para los adultos mayores? ¿Cuáles serían estos efectos?

5. Barreras

¿Por qué no asisten o participan de las actividades culturales más frecuentemente?

¿Por qué creen ustedes que otros adultos mayores no participan?

¿Qué habría que hacer para que más personas de la tercera edad participen de estas actividades?

6. Información y difusión

¿Cómo se informan de las actividades que se realizan en el GAM?

¿Les parece una buena forma de difusión? ¿Cuál sería la mejor forma para informar e invitar a los adultos mayores a las actividades dirigidas a ellos que posee el GAM?

iv. Pauta entrevista grupal adultos mayores no fidelizados

1. Introducción: Nos presentamos y se presentan los integrantes del grupo, y se explica que estamos realizando un estudio en conjunto con el GAM sobre las actividades especiales para el adulto mayor que este centro cultural realiza, y que su participación y opinión nos serán de gran ayuda.

2. Consumo cultural en general

¿Asisten o participan de alguna actividad cultural actualmente? ¿Cuáles, de qué tipo? ¿Dónde? (En GAM, en otros centros culturales...)

(si asisten a alguna) ¿Por qué asisten a ellas?

(si no) ¿Por qué no?

4. GAM *(ahora vamos a hacerles algunas preguntas sobre el GAM...)*

El GAM es un centro cultural ubicado en un edificio con mucha historia; ¿cuál es su relación con este edificio?

¿Conocen la oferta cultural que tiene el GAM? ¿Y la dirigida al adulto mayor en particular?

¿Asisten a actividades culturales especiales para los adultos mayores del GAM? ¿Por qué sí? ¿Por qué no?

¿Qué les parece la oferta cultural que tiene GAM? ¿Coincide con sus intereses culturales?

¿Cuáles son estos intereses? ¿Qué tipo de actividades culturales (talleres, charlas, espectáculos) les interesan, o les interesaría que existieran?

¿Están inscritos en la membresía Adulto Mayor GAM? ¿Retiraron la tarjeta? ¿Por qué sí? ¿Por qué no?

¿Conocen los beneficios que ésta posee? ¿Les interesan?

4. Barreras

¿Por qué no asisten o participan de las actividades culturales más frecuentemente?

¿Por qué creen ustedes que otros adultos mayores no participan?

¿Qué habría que hacer para que más personas de la tercera edad participen de estas actividades?

6. Información y difusión

¿Se informan de las actividades que se realizan en el GAM? ¿Cómo? O ¿por qué no?

¿Cuál sería la mejor forma para informar e invitar a los adultos mayores a las actividades dirigidas a ellos que posee el GAM?

Anexo 10: Descripción de las observaciones realizadas en GAM

Se realizaron tres observaciones de los talleres y/o actividades del GAM para el adulto mayor antes de realizar las entrevistas grupales. Estas observaciones tuvieron por objetivo tener una aproximación previa a las actividades que el GAM ofrece al adulto mayor y así poder enfrentarse a las entrevistas grupales conociendo un poco más sobre lo que la institución ofrece al adulto mayor. Además, al finalizar dos de estas observaciones se aprovechó de invitar a personas interesadas para participar de las entrevistas grupales lo que fue un éxito ya que se acercaron las personas necesarias para cada entrevista grupal.

Observación del Taller de lectura

El lunes 6 de Octubre entre las 15 y 17 horas observamos el famoso taller de lectura dictado por Marta Suarez en BiblioGAM. El tema de este ciclo del taller (cada ciclo con 4 sesiones de 2 horas) era “Mujeres invisibles” y asistimos a la primera sesión del taller. Partió a la hora, todas las mesas de biblioteca estaban con todos las sillas ocupadas por un grupos de adultos mayores, en su mayoría mujeres. Antes de comenzar muchos ya estaban conversando entre sí, pues varios ya que conocen al haber participado en versiones anteriores del taller. Al iniciar Marta pasa una hoja con la lista de inscritos para que firmen, comenta de que se trata el taller –en este caso sobre grandes mujeres que han sido invisibilizadas por el hecho de ser mujeres- , repartió material de lectura: selecciones de “Un cuarto propio” de Virginia Woolf, ejemplificándola como una gran mujer. El tema del taller esta en sintonía con la obra “El diccionario” que muestra la enorme labor de María Moliner, una bibliotecaria española que escribió su propio diccionario sin obtener nunca el reconocimiento que merecía. Los participantes se turnaban para leer fragmentos del texto entregado y cada cierto tiempo había momentos para comentar y discutir el texto. Surgieron conversaciones interesantes, como por ejemplo la libertad de la mujer, las limitaciones que esta tenía por la época en que vivía Virginia Woolf, una posible depresión que ella sufría, etc. Mas menos una hora después hubo un coffee break –café, té, galletas- gestionado por funcionarias de la biblioteca, momento en que los adultos mayores aprovechaban de conversar. Después se continuó con la lectura y los comentarios y se finalizó con un breve video que narraba sobre la vida de María Moliner. Al finalizar esto Martita anuncia el entrevista grupal grupu y llamo a los interesados a inscribirse con nosotras, cosa que así fue. Los participantes se fueron contentos, muchos se acercaron al final de la sesión para seguir discutiendo con Martita o se retiraban en grupo de la biblioteca. La buena voluntad, buen traro y simpatía de Martita es algo notable que todos agradecen y es por lo mismo que asisten unos 50 personas a cada sesión.

Observación de una reunión del Club del adulto mayor

El lunes 6 de Octubre entre las 11:30 y 13 horas observamos una de las reuniones bimensuales que se realiza el club del adulto mayor GAM en la institución. Había aproximadamente 50 personas sentadas en sillas en círculo y una mesa en donde estaba la directiva. La sesión partió con unos minutos de retratado y la presidenta del club dio inicio a la sesión saludando, se mencionaron los temas a discutir y la presencia de dos personas del SENAMA. Primero se habló de una ley que favorece al adulto mayor que esta en el congreso, luego las personas del SENAMA contaron de los programas y los servicios que ofrecen para que el club se les acerque y así ellos puedan venir a hacerles charlas y otras actividades. Luego se discutió sobre la posibilidad de arrendar sala en el gam ya que siempre los llevan de una sala a otra, hablaron de la dificultad de ganar los proyectos concursables pues no saben cómo postular y de la necesidad de que todos los adultos mayores se conviertan en un grupo que sea capaz de ejercer presión (como los estudiantes) para que sus demandas sean escuchadas y satisfechas por el gobierno. La discusión se da con cierto desorden, pero ellos mismos se hacen callar si es necesario también se anota a las peroras ausentes y quienes saben porque alguien faltó lo justifica. Luego hablaron de las distintas

comisiones que tiene creadas dentro del club (como cultura y teatro, bienestar, turismo y recreación, etc.) proponiendo actividades por hacer. Se discutió sobre un paseo a Valparaíso. Las nuevas personas que se unieron al club (todos amigos/as de alguien que ya estaba en el club) se presentan y todos le dan la bienvenida. Finalmente Carla Orellana (mediadora adulto mayor, quien estuvo presente casi toda la reunión), entrega el boletín mensual del adulto mayor e inscribe a personas interesadas para la función gratuita de “El diccionario” para el adulto mayor.

Observación de la obra “El diccionario” en función especial para el adulto mayor

El miércoles 15 de octubre a las 12 horas se realiza una función gratuita y especial para el adulto mayor de la obra nacional que se estaba presentando en la sala de teatro principal de GAM. A este evento participaron asistentes al taller de lectura, del club adulto mayor, del taller de apreciación de teatro y de la membresía. Nosotras fuimos invitadas por Carla Orellana. Todos los asistentes recibieron entradas de cortesía y la capacidad de la sala estaba casi al tope, habiendo unos 30 asientos libres. La obra partió puntualmente (los adultos mayores suelen ser muy puntuales), se desarrolló sin inconvenientes y al final todos salieron conversando pues la obra trataba temas especialmente sensibles para el adulto mayor (ya que la mujer principal comienza a sufrir de pérdida de la memoria dada su edad).