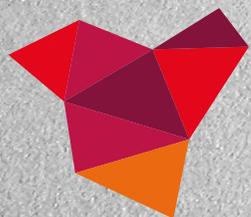




El valor público de la cultura



Kulturaren
Euskal Behatokia
Observatorio Vasco
de la Cultura



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

KULTURA ETA HIZKUNTZA
POLITIKA SAILA
DEPARTAMENTO DE CULTURA
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA

El valor público de la cultura _

Introducción _3

1_Marco teórico _5

- 1.1. Valor intrínseco _7
- 1.2. Valor instrumental _8
- 1.3. Valor institucional _9

2_Un modelo multidimensional de evaluación _10

- 2.1. Un modelo amplio e inclusivo _10
- 2.2. Factores de creación del valor público cultural _11
- 2.3. Vínculo con valores permanentes _12

3_Estructura del modelo: ejes y dimensiones _14

- 3.1. Eje 1. La cultura como herramienta de experiencias _14
- 3.2. Eje 2. Externalidades de la cultura _17
- 3.3. Eje 3. Valor público institucional _18

4_Hacia una propuesta de indicadores _20

- 4.1. Evaluación de las experiencias culturales _22
- 4.2. Evaluación de las externalidades _23
- 4.3. Evaluación del valor público institucional _23

5_Síntesis final _25

Referencias bibliográficas _26

Introducción

En la última década, la cultura ha vivido el efecto de una doble crisis, la de carácter económico y la de legitimación por parte de la sociedad. El contexto socioeconómico ha removido los cimientos de principios que parecían sólidos desde la perspectiva pública: la necesidad de invertir en cultura por su contribución al desarrollo individual y colectivo. Así, se hace necesaria una reflexión sobre el valor público de la cultura.

Por una parte, se requieren argumentos que muestren sus beneficios, que contribuyan a justificar su utilidad, a convencer a quienes tienen responsabilidades políticas sobre la conveniencia de seguir apostando por la cultura. Ponen el foco en la tensión entre la retórica pública y la práctica institucional. Es un planteamiento instrumental, en cierto modo defensivo. Por otra parte, la sensación de cierta falta de legitimación de la cultura en la sociedad, de un déficit de percepción social de la cultura, ha generado desencanto en el sector, volviendo a plantear las cuestiones elementales. Puede ser que el desinterés por la cultura que percibimos sea en realidad una desinstitucionalización de la cultura, como señala Marina Garcés. Reflexionamos en torno a su sentido, a su razón de ser, a su capacidad emancipadora, sobre la importancia que tiene por sí misma. Sobre su valor intrínseco.

La primera de las aproximaciones se dirige principalmente a dar razones al estrato político y a quienes se dedican a la gestión cultural; la segunda busca el vínculo con la ciudadanía a partir de su vivencia personal. Ambas conviven, aunque en los últimos años la parte instrumental haya tenido mayor presencia y repercusión. Han proliferado los estudios e investigaciones sobre impacto económico y social. Y el eco que tiene la cultura en los medios de comunicación suele estar asociada a este tipo de efectos.

Por su parte, a pesar de que la investigación sobre el valor intrínseco ha concitado menor atención, el debate en torno a la cultura como bien común está redirigiendo el foco hacia la importancia de nuestro papel en relación a la cultura. Dice Garcés que no es indemne, deja su rastro y huella, lo que hagamos, expresemos, consumamos y compartamos a nivel cultural nos hace ser quien somos y nos hace articular unos mundos u otros.

A este punto de vista se suma el interés por estudiar la experiencia individual que genera la cultura desde una aproximación fenomenológica. Hay una línea de investigaciones interesantes que plantean cuestiones como la medición del juicio sobre la excelencia o la calidad; la relación entre el valor estético (forma) y el cognitivo (contenido); el valor en relación al placer, etc.

Quizá el ejemplo más notorio del interés y la actualidad del estudio del valor de la cultura es *Cultural Value Project*, desarrollado a lo largo de tres años (2013-2015), cuyo informe final se publicó en 2016. Promovido por el *Arts and Humanities Research Council* del Reino Unido, es una de las investigaciones más ambiciosas para comprender el valor de las artes y de la cultura y sus efectos tanto en las personas como en la sociedad. Su objetivo es reflexionar en torno a la importancia de la cultura y a cómo captamos los efectos que produce. Es una investigación rigurosa y profunda que pretende entender y medir un concepto tan esquivo como el valor cultural.



Su objetivo coincide con el planteamiento del estudio que presentamos. Apuesta por romper la división entre los campos intrínseco e instrumental, superando el debate sobre si la cultura debe valorarse “por sí misma”, o entenderse únicamente según los beneficios económicos o materiales que genera. El eje del proyecto se sitúa en la experiencia de las personas como núcleo del valor cultural, argumentando que sólo a partir de esta experiencia se puede ampliar el radio de acción hacia el exterior y analizar los beneficios de la cultura. Desde el punto de vista metodológico, este planteamiento desde la persona plantea retos para evaluar el valor de la cultura de forma significativa.

Pero el proyecto británico no es el único que ha puesto el foco en el valor de la cultura, más allá de las mediciones de impacto. Otro ejemplo son las jornadas celebradas en el CCCB en 2013 sobre el sentido de la cultura, donde tomaron parte personalidades de la filosofía, la creación, la universidad o los medios de comunicación. En un contexto global de competición por la captación de financiación para necesidades sociales, volvió a centrar la reflexión en las cuestiones elementales. Aquellas que explican su aportación a la experiencia humana y a la idea de la cultura como bien común.

Son dos ejemplos de la necesidad de refrescar los argumentos que subyacen a la idea de valor y a su relación con la cultura. Una vuelta a plantear las preguntas esenciales: ¿Por qué es necesaria la cultura? ¿Qué nos aporta? ¿Qué valor tiene? ¿Para qué sirve? Partimos de una concepción de la cultura como valor público, como bien común, que capacita para entender, interpretar y transformar la realidad y que contribuye a que la ciudadanía sea más libre y más crítica. La cultura nos concierne; nos afecta; nos interpela. Como defiende Garcés, es un bien de primer orden y de primera necesidad. Abre los límites entre lo que somos y lo que debería ser. Es resistencia y es emancipación.

El Observatorio Vasco de la Cultura-*Kulturaren Euskal Behatokia*, aborda así un estudio que pretende situar la cuestión del valor público de la cultura en el centro de la reflexión. Se trata de plantear el problema de fondo sin dar nada por hecho y de buscar razones que contribuyan a plantear un argumentario en favor de las políticas públicas culturales.

1 Marco teórico

Uno de los de los expertos en políticas culturales que más ha analizado el valor público de la cultura es John Holden. Sus trabajos publicados en Demos para el *Heritage Lottery Fund*, continúan siendo una referencia teórica en el estudio del valor cultural (*Cultural Value*). Sin negar la importancia de recoger datos cuantitativos que midan el impacto de la cultura, apuesta por establecer mecanismos de valoración de la cultura por sí misma, alejándose de una necesaria vinculación a otros ámbitos de las políticas públicas o de la realidad económica y social. Así, defiende la necesidad de identificar y analizar los elementos afectivos, intangibles y de la experiencia asociados a la cultura y rechaza el uso meramente instrumental de la misma. Su análisis tiene en cuenta cuestiones como las siguientes:

- Además de los datos económicos y aspectos cuantificables, reconoce los elementos afectivos de la experiencia, la práctica y la identidad cultural. Por lo tanto, sitúa parte del valor de la cultura en la experiencia subjetiva.
- Explora un modelo para evaluar el valor público en sentido amplio (o la pérdida de valor).
- Escoge bienes públicos invariables como la equidad y la justicia, el fomento de la confianza en el ámbito público, la salud y la prosperidad como objetivos a largo plazo.
- Promueve una cultura fuerte, segura de su propio valor, en lugar de una cultura “débil” orientada a producir beneficios secundarios.
- Desafía a los responsables públicos, entidades culturales y artistas a establecer un nuevo marco de relación entre políticos y financiadores, profesionales y públicos.
- Integra la cultura con el resto de la política pública, así, en vez de ser considerada un complemento que existe en su propio espacio, la cultura es vista como parte integral y esencial de la sociedad civil.

Desde este planteamiento diseña un modelo conceptual triangular que pone en diálogo los tres tipos de valor: el valor intrínseco, el valor instrumental y el valor institucional. Responde a la necesidad de conciliar diferentes intereses y expectativas desde una relación dinámica entre los tres vértices del valor.

Figura 1. Triángulo del Valor de Holden.





El **valor intrínseco** remite al conjunto de valores vinculados a la experiencia subjetiva de la cultura desde el punto de vista intelectual, emocional y espiritual. Se basa en criterios personales, por lo que es difícil de articular en términos generales. Si la política cultural concierne al conjunto de la población, la cultura es a menudo una cuestión personal y privada. El valor intrínseco radica en la capacidad y el potencial de la cultura para afectarnos. Se sitúa en el encuentro o la interacción entre individuos (que tienen todo tipo de actitudes, creencias y niveles de conocimiento preexistentes) por un lado, y un objeto o experiencia por el otro. Thorsby propuso un modelo según el cual el valor histórico, social, simbólico, estético y espiritual son los elementos constitutivos del valor cultural, lo que supone una manera de categorizar un concepto difuso y complejo.

El **valor instrumental** se relaciona con los efectos auxiliares o derivados de la cultura. Desde esta perspectiva, es un medio para lograr objetivos económicos, sociales o medioambientales. A menudo, aunque no siempre, se expresan en datos. Este tipo de valor tiende a ser captado en los estudios de impacto económico o de retorno social que documentan la importancia de invertir en cultura. Es importante tener en cuenta que, desde el punto de vista instrumental, la cultura es más un potencial que una relación causa-efecto claramente predecible.

El **valor institucional** tiene que ver con los procesos, métodos y estructuras de trabajo que las organizaciones implantan para crear valor. Se crea (o se destruye) por la forma en que se relacionan con la ciudadanía; depende de sus prácticas y actitudes de trabajo, y está arraigada en el ethos del servicio público. Una institución puede lograr bienes públicos como generar confianza y respeto mutuo entre los ciudadanos, mejorar el ámbito público y proporcionar un contexto para la sociabilidad y el disfrute de experiencias compartidas. El valor institucional considera el papel de las organizaciones culturales no simplemente como mediadores entre los políticos y el público, sino como agentes activos en la creación o destrucción de valores compartidos.

El modelo de Holden analiza también las relaciones entre las tres partes involucradas en el sistema cultural: el público, los políticos y responsables de las políticas públicas y los profesionales. Siguiendo el esquema del triángulo del valor, al público le concierne más el valor intrínseco y, en cierto modo, el valor institucional, sin que el valor instrumental le importe demasiado. Los profesionales necesitan la satisfacción y autenticidad que los valores intrínsecos proporcionan, pero también una retribución justa y reconocimiento profesional. En ese sentido, valoran un conjunto amplio de objetivos, que sólo se obtienen de un nuevo marco de relación entre ellos, los políticos y el público. Respecto a los responsables políticos, valoran la cultura por los beneficios que obtienen en términos económicos y sociales. Aunque se advierte cierto reconocimiento de que los valores instrumentales no deberían ser el único fin, siguen dominando su discurso.

En definitiva, este planteamiento considera el valor cultural como una estrategia más que un resultado. Una vez presentado el modelo, desarrollamos cada uno de estos vértices del valor.

1.1 Valor intrínseco

La ciencia y la filosofía contemporáneas ponen la cuestión de la experiencia en el centro de la reflexión. Frente a la cultura pasiva y el privilegio de la teoría sobre la praxis de la herencia griega y medieval, a partir de la modernidad será Kant quien plantee la síntesis entre imaginación e intelecto y hable de la imaginación creadora como facultad del alma humana presente igualmente en la sensibilidad y el entendimiento.

Desde el punto de vista de la creación, es a partir del renacimiento cuando aparece la conciencia del artista profesional, aunque aún atado a un concepto de arte normativo y heterónimo. Con el romanticismo el artista empieza a liberarse del canon objetivo, hasta llegar a las vanguardias del siglo XX, cuando el arte responde únicamente a la necesidad interior, con un predominio del yo creador. Así, el arte contemporáneo se caracteriza por el subjetivismo.

Desde el punto de vista de la recepción de la obra, siguiendo el planteamiento de Umberto Eco, toda obra de arte es una “obra abierta”; una estructura en la que entra en juego un nivel material, un nivel de sentido y un nivel de recepción. Reclama un espectador que al disfrutarla la complementa y la rehace. Así, el receptor re-crea la obra. En este sentido, es importante destacar que, tras la vivencia estética, hay un acervo de conocimientos y experiencias, aunque no sean explícitamente conscientes. No es posible trazar una línea divisoria entre la experiencia estética concreta y la vivencia histórico-cultural de la obra que tiene lugar en un determinado contexto. Por lo tanto, nuestra percepción va más allá de lo puramente sensible y la obra no solo es denotativa (factor sensorial) sino también connotativa (factor asociativo). Esto pone de relieve la importancia del papel educativo del receptor.

La experiencia cultural se caracteriza por ser desinteresada, no utilitaria. Es desde esta premisa desde la que hablamos del valor intrínseco de la cultura. Es importante prestar atención a la disposición del espectador, a su actitud. A cómo las personas vivimos las actividades culturales, más que a la propia actividad. En este sentido, la

investigación en torno a la experiencia cultural se realiza principalmente desde la fenomenología. Este es el planteamiento del proyecto *Cultural Value* en torno a este concepto. No obstante, aunque matizan que ni es la única vía de estudio posible para analizar el valor cultural, ni es suficiente para captar el efecto de la cultura en todas sus dimensiones, sí ponen el énfasis en situar la prioridad en lo fenomenológico para tratar de corregir el desequilibrio existente frente a otro tipo de metodologías, lo que ha generado una pérdida de conocimiento en este terreno.

Por último, es necesario remarcar la necesidad de tener en cuenta la experiencia que la actividad y la práctica cultural propicia en las personas cuando se evalúa un proyecto cultural. Una experiencia satisfactoria en sus diferentes variantes (intelectual, social, participativa, emotiva o creativa), así como el conocimiento que genera, son básicos para considerar si un proyecto es beneficioso para las personas y la sociedad.

Frente a una visión simplificadora de la experiencia humana, reducida a lo individual y subjetivo, se trata de entenderla como un fondo común de conocimiento que nos vincula y que es el resultado del conjunto de experiencias concretas a través de las cuales se puede elaborar su sentido, su valor y su capacidad transformadora.

1.2 Valor instrumental

Tratamos en este punto una serie de cuestiones que, con frecuencia, tienden a acaparar los argumentos en favor de la cultura. Responden a la pregunta sobre para qué sirve. Son las denominadas externalidades o capacidades instrumentales. En este marco, los análisis que se han llevado a cabo han puesto el acento en el valor de las políticas culturales como elementos de desarrollo para las sociedades, enfatizando su capacidad para contribuir al desarrollo de los objetivos de otras políticas públicas sectoriales. Estas aproximaciones suponen una mirada instrumental de la acción y la política cultural y, en su mayoría, buscan legitimar su existencia poniendo en valor la importancia del papel de la cultura para la consecución de objetivos que se muestran más prioritarios. Así, la cultura se utiliza como un medio para un fin externo a ella misma: para atraer turismo, inversiones, para regenerar una zona urbana, etc. Implícitamente están asumiendo la escasa relevancia de la acción cultural por sí misma.

Este tipo de beneficios se basan en la transversalidad intrínseca de las políticas culturales, dado que tienen capacidad para contribuir a lograr con éxito los objetivos de otras políticas públicas como las educativas, las sanitarias o las medioambientales.

El hecho de poner el foco en los beneficios e impactos instrumentales conlleva riesgos asociados. Por una parte, la búsqueda de resultados y beneficios auxiliares minusvalora los objetivos propiamente culturales. En esta misma línea, la orientación a la búsqueda de recursos mediante externalidades trae consigo el apoyo a proyectos que no supongan riesgos descuidando actividades más experimentales e innovadoras. Puede generar también mayor intervencionismo en los proyectos por parte de las entidades financiadoras.

Por otra parte, el lenguaje de los resultados conlleva una dificultad añadida: el tejido creativo y las instituciones culturales no se ven reflejados con el concepto de resultados. La experiencia cultural surge de la interacción entre una persona y una actividad o producto, y esa interacción es impredecible y debe ser abierta.

Por último, la propia medición tiende a producir burocratización. Para ser útiles, los datos deben ser consistentes en el tiempo. Se necesitan sistemas de información que suelen ser rígidos, mientras que la cultura es fluida. Además, muchos de estos estudios de impacto o beneficio se realizan con el objetivo de pedir recursos. Holden señala que, desde un punto de vista sistémico, debe cuestionarse la objetividad de la información que se produce fruto de un encargo.

Hay, pues, problemas con el argumento instrumental para la cultura, tanto porque la debilidad de las evidencias como por los efectos sistémicos que la concentración del foco en los resultados y los impactos está generando. Con un conjunto de pruebas cada vez mayor parece que hemos perdido de vista dos cuestiones: que los datos no son el conocimiento; y que ni los mejores datos objetivos explican completamente el valor de la cultura. Éste no puede expresarse adecuadamente en términos únicamente estadísticos. Es el cúmulo de una serie de factores, muchos de ellos, difícilmente trasladables a indicadores de índole económica. Las formas actuales de medición del impacto son necesarias, y necesitan ser mejoradas para no caer en simplificaciones de la realidad, sino para que aporten un punto de apoyo para conocerla con ciertas garantías. No obstante, nunca pueden ser suficientes.

1.3 Valor institucional

El concepto de “valor público” fue acuñado por Moore en 1995. Básicamente argumentó que la administración pública podría mejorar si los gestores tuvieran como meta el aumento del valor público mediante una toma de decisiones más flexible y autónoma, guiada por una actitud de servicio público.

Se entiende por “valor público” el beneficio que obtienen los ciudadanos a través de las prestaciones de las organizaciones públicas. De manera simple, la diferencia entre lo que dan y lo que reciben de los organismos públicos. Sólo se genera valor público si existe un reconocimiento de que la prestación recibida supone una respuesta adecuada a una necesidad, una apertura de nuevas oportunidades vitales actuales o futuras, o un aporte sustancial a la construcción de comunidad, ciudadanía, equidad o capital social. El valor público es subjetivo, asociado a la percepción y reconocimiento por parte de la persona destinataria.

Moore identifica tres pasos en el proceso de adopción de valor. El primero es el establecimiento de lo que denomina el triángulo estratégico de la gestión pública:

— Declarando la misión y el propósito generales de la organización en términos de valores públicos, como la promoción de la equidad y la confianza.

— Articulando los recursos, alianzas, apoyo y legitimidad que sustentan el compromiso de la sociedad con la organización. Se trata de persuadir sobre la necesidad de llevar a cabo el proyecto, definir el marco de colaboración de los diversos agentes participantes y negociar para obtener recursos para llevarlo a cabo.

— Explicando cómo la organización tendrá que estructurarse y funcionar para alcanzar sus objetivos; su capacidad organizativa, la cultura de la organización, los procesos de trabajo y el liderazgo son cruciales para crear valor.

Por su parte, Harrison establece que el valor público de una política puede reconocerse según sus resultados en seis dimensiones: financiera (ingresos, costos, riesgos, activos, pasivos o cualquier otro aspecto relacionado con la riqueza dentro de la comunidad); política (la capacidad de incidencia en la generación y asignación de prestaciones dentro de la comunidad); social (la calidad de vida, la movilidad social, el estatus o la identidad de la comunidad); estratégica (la capacidad de concertación de objetivos, recursos y acciones entre diversos actores de la comunidad); ética-ideológica (las creencias, los valores o los compromisos éticos de actores involucrados, en relación a las preferencias sociales de la comunidad; legitimidad y credibilidad (el prestigio y la confianza de actores o grupos involucrados dentro de la comunidad).

Reconocemos el valor cuando estamos dispuestos no ya a dar algo a cambio de algo, sino cuando supone una renuncia. Por ejemplo, al realizar contribuciones financieras directas (cuando compramos entradas), o estamos dispuestos a que los ingresos fiscales se dediquen al sector. En el caso de la cultura, el compromiso de tiempo y energía por parte del público es muy significativo. Las horas dedicadas a visitar, utilizar, disfrutar de las actividades culturales demuestran que el público las valora. La práctica amateur y el asociacionismo, especialmente importantes en el ámbito cultural, muestra un nivel de compromiso aún mayor. El valor público del asociacionismo no se asocia a un resultado o beneficio, sino que se crea a través del desarrollo de relaciones sociales y apegos afectivos a la cultura.

2 Un modelo multidimensional de evaluación

Este capítulo se dedica a situar la posición desde la que se plantea un modelo de evaluación del valor público de la cultura. Una vez presentado el marco teórico, es el momento de sentar las bases desde donde se construye: la amplitud de la perspectiva, los factores que inciden en la creación del valor público de la cultura y, por último, su relación con los valores permanentes.

2.1 Un modelo amplio e inclusivo

La cultura, o mejor, lo cultural (Barbieri, 2014), es un espacio de confluencia: es vivencia, emoción y aprendizaje; es experimentación, riesgo y negocio; es sector, gestión y política; es vínculo y desarrollo social. Es confrontar, participar, compartir e imaginar.

De la necesidad de conciliar distintos objetivos, intereses y expectativas se deriva la propuesta de un modelo inclusivo y dinámico en el que los tres ejes del valor se conecten e interrelacionen. Se requiere un planteamiento holístico basado en un concepto de cultura fuerte, que considere todas las dimensiones que coexisten en lo cultural.

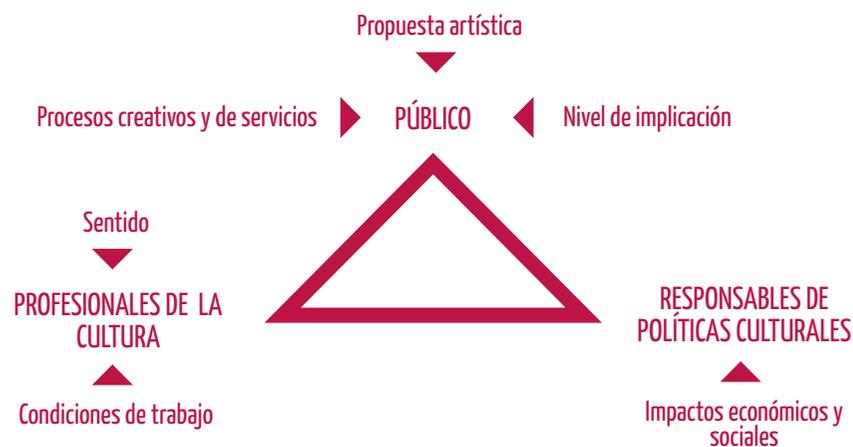
En consecuencia, este planteamiento supone la ampliación y extensión de los aspectos que habitualmente se tienen en cuenta. Es un modelo que pretende evaluar, no solo medir, que requiere incorporar metodologías cualitativas y elementos subjetivos. Cabe destacar la incorporación de conceptos y metodologías que provienen de ámbitos como la antropología, la psicología o el marketing, para tratar de evaluar el valor intrínseco de la cultura; del ámbito medioambiental, con conceptos como la sostenibilidad y la diversidad; o de aspectos como la valoración de intangibles y el valor público, en este caso, aplicados a lo cultural.

En este sentido, es un modelo democrático, que incorpora argumentos que refuerzan la legitimidad de la cultura.

2.2 Factores de creación de valor público cultural

Al plantear un modelo de evaluación del valor público cultural se requiere tener en cuenta las distintas necesidades y percepciones que manifiestan las personas concernidas en el hecho cultural. Nos referimos al público, a las personas profesionales de la cultura y a los responsables que dictan las políticas culturales.

Figura 2. Esquema de necesidades para la creación del valor



El **público** valora su experiencia cultural a través de tres factores:

— La obra o propuesta artística. La capacidad del “artefacto” cultural de trascender y generar emociones que conforman su identidad y su posición en el mundo. Pueden ser estimulantes, placenteras, edificantes, perturbadoras, espirituales, desafiantes, aburridas, etc.

— Los procesos asociados a la propuesta. Pueden ser creativos o de prestación de servicio, y tienen que ver con la información sobre lo que está disfrutando, la calidad de la atención que se le presta, la comodidad, la honestidad, la transparencia, la coherencia, etc.

— La capacidad de implicación que proporciona la cultura. Remite al sentimiento de pertenencia y anclaje en un lugar físico o a una comunidad de intereses. En este sentido, existen modelos de gradación del valor según el grado de participación en actividades culturales, desde ser espectador hasta la práctica amateur.

Por su parte, las **personas que se dedican profesionalmente** a la cultura valoran principalmente dos cuestiones:

— La satisfacción y el sentido que los valores intrínsecos de la cultura proporcionan a su trabajo, siendo éste es un ámbito muy vocacional, no solo en su parte creativa. Influyen también los valores instrumentales en la percepción de utilidad de su trabajo.

— Unas condiciones de trabajo dignas y justas, relacionadas con los valores asociados con el vértice institucional.

No faltan, sin embargo, interesantes reflexiones y estudios sobre la relación entre el entusiasmo y la pasión creadora propios del trabajo en el sistema cultural y la precariedad (Zafra, 2017); o a la falta de equidad existente en el trabajo cultural en cuanto a género, etnia o clase (Gubbins, 2016).

Por último, los **estamentos políticos** valoran principalmente los réditos asociados a los valores instrumentales de la cultura, no necesariamente económicos, sino también sociales. Son más fáciles de medir, su utilidad es más evidente y los mensajes asociados a ellos son más contundentes para la opinión pública.

2.3 El vínculo con los valores permanentes

Las políticas culturales están asociadas a la promoción de determinados valores y principios. Tras las estrategias y recomendaciones de las instituciones y organismos culturales a todos los niveles, desde la Unesco hasta el ámbito local, se sitúan valores como la igualdad de oportunidades, la libertad artística, la sostenibilidad cultural, la diversidad y vitalidad, la equidad, además de otros que han empapado el conjunto de las políticas públicas, como la participación y la transparencia.

La evolución de las políticas culturales refleja el cambio en los valores predominantes a lo largo de las últimas décadas. Evolución no significa que unos valores sustituyan a otros, puesto que en la realidad se da una convivencia de unas y otras políticas, pero sí da muestra del acento que van adquiriendo los nuevos valores en los discursos y debates.

En una primera etapa predominaron las políticas de preservación y de democratización de la cultura asentadas en valores como la identidad y la accesibilidad. Era el momento de reivindicar la centralidad de la cultura, de recuperar un patrimonio común y de que esa cultura llegase a toda la población.

En una segunda etapa, las transformaciones sociales, económicas y políticas generadas por la globalización y la irrupción digital en el cambio de siglo, ponen el acento en valores como la diversidad, la vitalidad y la expresividad, abriendo también la necesidad de buscar nuevas maneras de construcción colectiva basadas en la gobernanza.

Figura 3. Evolución de los valores predominantes en las políticas culturales

Etapas	Políticas culturales predominantes	Valores asociados
Etapa incipiente	Preservación y democratización de la cultura	Diversidad, vitalidad, expresividad y gobernanza
Cambio de siglo	Democracia cultural	Diversidad, vitalidad, expresividad y gobernanza
Crisis económica global	Externalidades	Beneficio, retorno, impacto Eficacia, eficiencia, transparencia, rendición de cuentas
Últimos años	Innovación e ICC Responsabilidad social y ambiental Valor público y bien común	Creatividad, novedad, cambio Sostenibilidad y equidad Corresponsabilidad, colaboración, interdependencia

Posteriormente, la crisis económica tiene un fuerte impacto en lo cultural, poniendo en tela de juicio no solo un modelo de políticas culturales, sino cuestionando su propia necesidad. En consecuencia, predominan los valores utilitarios de beneficio, retorno, impacto, muy asociados a la economía y a lo social, así como la eficacia, la eficiencia, la transparencia y la rendición de cuentas, valores prioritarios para una gestión con garantías.

En los últimos años nuevos valores están emergiendo en la esfera de lo cultural. Cabe decir que no son exclusivos de lo cultural, son valores que afectan al conjunto de las políticas y a la propia sociedad, pero están ocupando un lugar central en los debates culturales. Destacan, por una parte, la innovación y la creatividad, poniendo de manifiesto el valor asociado a la acción creativa, la novedad y el cambio. Por otra parte, los valores de la sostenibilidad y la equidad señalan la necesidad de responder con responsabilidad, también desde lo cultural, a los retos de una sociedad cada vez más desigual y con unos recursos limitados. Y, por último, destacan los valores asociados a la idea de valor público y de bien común, o mejor, de lo común, basados en formas colectivas de gestionar los recursos culturales, que ponen el foco en valores como la corresponsabilidad, la colaboración y la interdependencia.

Tras este breve repaso a los valores subyacentes a las políticas culturales, es el momento de intentar trasladar la reflexión a los tres vértices del valor que venimos analizando. A priori, llama la atención que los valores predominantes se decantan hacia dos de los ejes: el instrumental y el institucional. Aunque algunos de ellos estén intrínsecamente ligados a la cultura, adoptan un matiz instrumental. Es el reflejo de unas políticas centradas en la utilidad de lo cultural administrada, o al menos, fuertemente intervenida por la administración. Y es la consecuencia de dejar en un segundo plano el vértice del valor de la cultura por sí misma.

A pesar de la interrelación entre las tres perspectivas y de los valores asociados a ellas, trataremos de asignar los valores permanentes predominantes en cada uno de ellas. En primer lugar, cabe reflexionar sobre los factores que intervienen en cada uno de los vértices:

Figura 4. Relación entre valores culturales y permanentes

Vértices del valor	Valores permanentes
Valor intrínseco	Placer, felicidad, belleza, calidad, excelencia, conocimiento, juicio crítico, identidad, diferencia, pertenencia, trascendencia
Valor instrumental	Diversidad, vitalidad, prosperidad, beneficio, sostenibilidad
Valor institucional	Equidad, transparencia, confianza, prestigio, dignidad, honestidad

Valor intrínseco: tras él se encuentran las ideas y emociones que suscita la experiencia cultural. Es el terreno de la libertad, de la creatividad, de la imaginación... Se asocia a valores hedonistas como el placer y la felicidad; estéticos, como la belleza, la calidad y la excelencia; cognitivos, como el conocimiento, la sabiduría o el juicio crítico; simbólicos como la identidad y la diferencia; sociales, como el sentido de pertenencia; y espirituales, como la trascendencia.

Valor instrumental: se rige por la búsqueda de una finalidad que responda a una necesidad externa de carácter económico, social, medioambiental, educativo, etc. Así, valores como la sostenibilidad, la diversidad, la vitalidad, la prosperidad o el beneficio tienen vínculo con este tipo de valor.

Valor institucional: responde a una voluntad explícita de acuerdo a una responsabilidad y el compromiso con la ciudadanía. Los valores asociados son, por ejemplo, la equidad, la transparencia, la confianza, el prestigio, la dignidad y la honestidad.



3 Estructura del modelo: ejes y dimensiones

En este capítulo se desarrolla el modelo de evaluación del valor público de la cultura. Sigue el planteamiento en tres ejes que se propone a lo largo del estudio basado en la idea del triángulo del valor, pero se desarrollan especialmente los ejes 1, correspondiente a la idea de la cultura como generadora de experiencias y 3, centrado en el valor público institucional.

La razón es que el Observatorio ha realizado estudios previos sobre el eje 2, dirigido a las externalidades de la cultura.

Antes de pasar a detallar sus especificidades, es preciso insistir en el hecho de que los tres ejes están conectados entre sí.

3.1 Eje 1: La cultura como herramienta de experiencias

El núcleo y desencadenante de todo lo demás es la experiencia. Una experiencia que además de ser impactante o memorable tenga sentido en la vida de las personas. No se trata de poner énfasis en su importancia, sino en investigar de qué manera afecta a la creación de valor cultural. Así, la clave está en analizar el significado de esta experiencia cuyo valor radica en el encuentro entre una persona (o varias) y un objeto cultural, sea éste tangible o intangible.

En torno a las experiencias culturales destaca la investigación que se está realizando en Reino Unido en torno al *Cultural Value Project* en el que colaboran las universidades (Warwick, Exeter, Londonborough...) y responsables de ciudades como Manchester. Cuentan con el apoyo del *Arts and Humanities Research Council* y del *Arts Council*. Su lema es reflejo de la centralidad que ocupa el tema en sus políticas: “Defendemos, desarrollamos e invertimos en experiencias artísticas y culturales que enriquecen la vida de las personas”.¹ En el ámbito académico destacan los estudios de Eleonora Belfiore.

¹ De hecho, la información de este apartado está extraída en buena parte del documento *Understanding the value and impacts of cultural experiences*. Arts Council England.

Aun así, el estudio de las experiencias culturales es, en relación a otros temas vinculados al valor cultural, incipiente. Entre otras razones, la escasez de investigación se debe a las dificultades que entraña su medición. Son impredecibles, abiertas y subjetivas, lo que supone gran complejidad al intentar parametrizarlas.

Por otra parte, la experiencia se aplica a una gama amplia de prácticas culturales que generan vivencias distintas. Si se añade el hecho de que las investigaciones se realizan sobre personas individuales, es complicado inferir el valor cultural que una comunidad o una sociedad otorga a las experiencias culturales a partir de la simple suma de los resultados de las personas.

Metodologías aplicadas. Los métodos de investigación provienen de áreas como la etnografía (el significado de la experiencia), la psicología (cómo afecta a las personas) o el marketing (cómo el consumidor le atribuye valor). También los estudios culturales (cultural studies) analizan las experiencias culturales desde la perspectiva de la participación y las prácticas culturales.

Una manera de aplicar la investigación a las experiencias culturales es adecuarla al tipo de impacto que generan dependiendo del momento en el que se produce, de acuerdo al siguiente esquema:

Figura 5. Tipologías de impactos de las experiencias culturales

Impactos concurrentes	Impactos de experiencia	Impactos extendidos y acumulativos
Durante la experiencia	Horas o días más tarde	Recuerdos prolongados y compromiso vital
<p>Respuestas y estados inconscientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fisiológicas: ritmo cardíaco, piel erizada - Pre-cognitivas: excitación - Atracción: abandono, evasión, concentración, dejarse llevar... - Energía y tensión 	<p>Estos impactos pueden producirse antes, durante y tras la experiencia, pero suelen medirse después.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Afecto y significado emocional - Elevación espiritual - Aprendizaje y reflexión crítica - Conectividad social - Enriquecimiento estético y activación creativa 	<p>Son impactos a posteriori y que suelen darse al repetir experiencias culturales a lo largo del tiempo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recuerdo de la actividad - Sentido de pertenencia - Incremento de la capacidad cultural - Incremento de la capacidad de empatía - Visión del mundo amplia - Beneficios en la salud - Bienestar subjetivo

Hay una serie de efectos inmediatos, respuestas físicas y psicológicas inconscientes, que se producen justo en el encuentro entre el objeto y la persona. Para conocerlas se aplican investigaciones biométricas de los aspectos sensoriales y somáticos de cómo se vive. Aunque proporcionan mediciones objetivas sobre los efectos de la experiencia estética, al menos en un futuro próximo, es improbable que puedan proporcionar información significativa sobre el valor de las experiencias culturales.

Sin embargo, las investigaciones que se realizan tras el evento cultural (a corto plazo) sí que están proporcionando información significativa. Tienen también limitaciones como el hecho de que solo midan respuestas conscientes, la dificultad de la comparación entre resultados (porque los eventos y las personas cambian), y que no reflejan el efecto a largo plazo. Aunque con diferencias entre las distintas investigaciones y lejos aún de llegar a un consenso, se advierten confluencias entre las dimensiones a medir, con indicadores sobre la implicación personal, aspectos emocionales, estéticos, cognitivos y sociales.

Respecto a los estudios cualitativos que se realizan tras las actividades culturales, necesarios para contextualizar las investigaciones cuantitativas y que permiten extraer conclusiones de manera inductiva, dan la posibilidad de profundizar en aquellos aspectos significativos para las personas. La principal limitación es que solo capturan aquello que las personas consideran importante y que son capaces de articular.

En relación a los impactos extendidos, los estudios retrospectivos y longitudinales permiten analizar el impacto de las experiencias culturales a largo plazo y, además, realizar un seguimiento sobre cómo cambian a lo largo del ciclo vital de las personas. Este tipo de investigaciones pueden contribuir a entender cuestiones sobre el impacto de las experiencias culturales en la autoconciencia, el bienestar personal o la autoexpresión.

Para cerrar este apartado metodológico, cabe recordar que el Observatorio tiene en marcha un panel longitudinal sobre hábitos y prácticas culturales con el que se está recabando información sobre las experiencias culturales. Incluye preguntas sobre las actitudes, los valores hacia la cultura y el impacto personal y social de la participación cultural. Son temas de interés por su capacidad explicativa de la participación en cultura. Porque cuanto mejor entendamos qué significan, cómo se viven y valoran las experiencias culturales, cómo cambian según las circunstancias personales y a lo largo de la vida, estaremos en mejores condiciones para concebir programas y proyectos culturales, para plantear nuevos modos de relación con los públicos y políticas públicas innovadoras.



Dimensiones de las experiencias culturales. Las experiencias culturales generan impactos de muy diverso tipo. Como el rango de matices puede ser ciertamente amplio, se propone un modelo concebido a partir del común denominador de los estudios realizados en torno a su valor intrínseco.

Dimensión emocional. La más inmediata. La experiencia cultural supone una conmoción afectiva, una impresión directa. Remueve, toca, llega al espectador. Tiene que ver con el placer. Es la parte nuclear de la experiencia individual. Está vinculada a dos aspectos:

Los sentimientos y afectos. Su impacto en el estado de ánimo. Algunos autores la vinculan también a elementos espirituales, en cuanto a la sensación de elevación que genera.

La empatía. La conexión con un personaje, la vibración del público de la que suelen hablar los intérpretes en vivo.

Dimensión apelativa. Relacionada con la capacidad de atracción y de seducción de las experiencias culturales. Tienen un poder cautivador. Nos sentimos seducidos y envueltos por la experiencia. Nos absorbe. Pierdes el sentido del tiempo. Genera tensión, concentración, energía. Puede entenderse en dos sentidos:

Captar la atención. Sobre la atracción que sentimos ante la obra, el hecho de que nos cautive, el estado de flujo al que nos induce, existen dos posiciones: Csikszentmihalyi, creador del concepto de “flow” argumenta que éste es un impacto de las experiencias culturales; otras voces lo conciben como una condición previa para que ocurran los impactos.

Incitación a la acción. Relacionada con los comportamientos que motiva. Por ejemplo, a pensar sobre lo que has disfrutado, a comunicarte y comentar, a buscar información adicional sobre la obra, etc.

Dimensión cognitiva. Se refiere al crecimiento intelectual que generan las experiencias culturales. Son un estímulo de conocimiento. Las investigaciones apuntan a que hay una gradación, desde la estimulación cognitiva que supone la invitación a pensar de una obra, hasta un nivel de reflexión crítica que se refleja en una visión abierta a nuevas ideas, un cuestionamiento de las opiniones propias. Así pues, pueden observarse dos niveles:

Aprendizaje: Supone un crecimiento, genera conocimiento y desarrolla la curiosidad.

Reflexión crítica: provoca un replanteamiento de nuestras posiciones o ideas. Amplía la visión del mundo.

Dimensión estética. Se refiere a la educación artística, a la creación y consolidación del gusto, a tener criterio propio. Esto supone conocer las formas de arte, apreciarlas, adquirir habilidades y técnicas para usarlas, desarrollar capacidad interpretativa para saber leer y decodificar las obras, y ser capaz de emitir juicios estéticos. En todo caso, aunque la experiencia estética se estudia desde hace siglos desde el punto de vista teórico, el conocimiento sobre su impacto continúa siendo esquivo a la medición. Pueden distinguirse dos tipos de valor:

Desarrollo de la creatividad. Relacionada con la adquisición de conocimientos y habilidades. Algunos autores los vinculan a la innovación, la imaginación, la exploración de nuevas formas de arte.

Construcción del gusto. Dicho de forma elocuente, a educar el ojo o el oído. Tiene relación con la belleza, la calidad y la excelencia de la obra.

Dimensión social. Las experiencias culturales tienen una parte importante de vivencia en comunidad, de emoción común. Suelen tener lugar en entornos compartidos con otras personas. Las sensaciones e ideas que producen se comentan con otras personas, se escuchan otras opiniones, lo que supone ya en sí un impacto social. Hay una transmisión de conceptos, de ideas, de significados y de símbolos. Genera un doble efecto:

Pertenencia a una comunidad. Un vínculo social con la propia identidad o comunidad. Suele acompañarse con la identificación y orgullo de lo propio. Es una manera de distinguirse, tanto en positivo, generando cohesión social, como en negativo, favoreciendo la exclusión.

Creación de puentes sociales. Mediante el conocimiento de otras personas y comunidades distintas, lo que supone una apertura a nuevas relaciones.

Figura 6. Dimensiones, tipo de valor e impacto de las experiencias culturales

Dimensión	Tipo de valor	Impacto						
		Sensación	Percepción	Conexión	Innovación	Visión	Bienestar	Transmisión
Emocional	Sentimientos y afectos	—					—	
	Empatía		—	—			—	
Apelativa	Captar la atención		—	—				
	Incitar a la acción					—		—
Cognitiva	Aprendizaje		—		—			
	Reflexión crítica					—		
Estética	Creatividad				—			
	Gusto	—	—					
Social	Pertenencia						—	—
	Puentes			—		—		

3.2 Eje 2: Externalidades de la cultura

No nos extenderemos en este apartado dado que ha sido objeto de dos estudios por parte del Observatorio, tanto en su parte teórica como metodológica: “Análisis de los estudios de impacto” y “Evaluación del retorno social de las ayudas públicas”. Aunque normalmente las externalidades se miden en términos de beneficios, cabe hacer otra lectura. Es el caso del informe “Aproximación a la relación entre la cultura y la pobreza”, donde se analiza el nexo entre desigualdad social y participación cultural.

Así pues, se resumen a continuación las dimensiones que se derivan de la cultura concebida como instrumento para objetivos extrínsecos, sin entrar en el detalle de la descripción del tipo de valor que generan para no reiterar cuestiones ya tratadas por el Observatorio en estudios precedentes.

Dimensión económica. hay que diferenciar los Estudios de Impacto Económico (EIE) de los Análisis de Coste-Beneficio (ACB), ya que los primeros parten del objetivo de estimar la actividad económica generada por una manifestación cultural, y los segundos buscan determinar el efecto sobre el bienestar, se genere o no actividad económica. Los primeros se dedican a estimar la producción, la renta y la ocupación que genera la actividad o entidad. Los segundos Los ACB pretenden determinar si un proyecto mejora o no el bienestar social neto, evaluando los costes y beneficios sociales realizando una valoración económica, monetaria.

Dimensión social. Evaluar el retorno social es una tarea complicada a nivel metodológico, la medición del impacto y los elementos intangibles de la actividad o la experiencia cultural habitualmente no van ligados. Se trata de medir los beneficios que la manifestación cultural aporta al conjunto de la ciudadanía. Subirats et al. (2008) identifican diferentes ejes en los que las políticas culturales generan repercusiones y beneficios sociales:

- Identidad y moral colectiva
- Capital social: cohesión social
- Capital social: participación ciudadana y acción colectiva
- Reconocimiento y gestión del conflicto
- Revalorización de las “clases no productivas”
- Desarrollo autónomo y promoción de la creatividad de las personas
- Transformación del espacio urbano
- Nuevas centralidades
- Reinterpretación del paisaje

3.3 Eje 3: El valor público institucional

La cultura es un espacio donde conviven la lógica pública, la privada y la comunitaria, un escenario sin fronteras claras entre ellas, fragmentado desde el punto de vista institucional, donde se necesitan nuevos modos de hacer, nuevas maneras de colaborar. El tercero de los ejes se refiere al marco de relación entre las instituciones culturales y la ciudadanía, entendiéndolas como agentes activos en la creación de valores compartidos. Afecta a lo procesual, pero va más allá de su papel como prestadoras de servicios culturales. Ese más allá tiene que ver con la confianza que generan y con la legitimidad que son capaces de alcanzar.

Así, concierne al público, que espera transparencia, apertura, y poder participar en las organizaciones culturales; a los profesionales de la cultura, en relación a la motivación y el sentido de su trabajo. Pero también a las condiciones en que realizan su trabajo, con calidad y dignidad. Por último, los responsables de las políticas son quienes han de asumir el concepto del valor público como principio rector de sus actuaciones.

Pero hagamos un breve repaso del contexto en el que surge el concepto del valor público y sus implicaciones. En los años 80 cobra fuerza el concepto de la Nueva Gestión Pública (NGP) que promueve la implantación de mecanismos de gestión más eficientes y eficaces, el desarrollo de servicios de mayor calidad y el aumento de la capacidad de elección de los usuarios. Otro de sus rasgos es la búsqueda de la transparencia tanto en los procesos como en los resultados, a través de la implementación de sistemas de control y evaluación. Bajo este concepto cabe distinguir dos posiciones: una pone el acento en criterios empresariales, como la eficacia, la eficiencia y los resultados económicos, y la otra trata de adaptarlos a las especificidades, principios y valores de lo público.

Otro de los conceptos que tiene relación con el valor público es el de procomún. Se refiere a la manera en que se protegen y gestionan bienes y recursos que son de todos. En el caso de la cultura, el vínculo es directo: la cultura no es de nadie y es de

todos y, como tal, debe protegerse respetando su carácter universal. Los principios sobre los que se asienta este modelo de raíz humanista, son la transparencia, la equidad, lo comunitario y la confianza.

Pero vayamos al concepto de valor público y sus implicaciones. Como se ha señalado, surge a mediados de los años noventa de la mano de Moore, con la intención de proporcionar orientación práctica a los gestores públicos. Su idea es que se deben usar los recursos públicos para crear valor, entendiendo éste como los beneficios sociales, no sólo económicos, que la ciudadanía percibe en la prestación de servicios públicos. Contempla diversos matices, pero es importante la idea de que es el público quien ha de otorgar ese valor. Se trata de buscar fórmulas para que, con los bienes y recursos disponibles, las políticas públicas obtengan el mejor resultado posible para la sociedad. Esto significa que debe tener un objetivo de servicio público, ser llevado a cabo de acuerdo en condiciones de calidad y excelencia, ser evaluado y rendir cuentas a la ciudadanía para mantener su confianza y legitimidad

Dimensiones del valor público institucional

El valor público institucional, adaptado a las organizaciones culturales, guarda relación con las siguientes dimensiones:

Dimensión político-estratégica. se refiere a la capacidad de incidencia en la generación y asignación de prestaciones dentro de la comunidad y de concertación de objetivos, recursos y acciones entre diversos actores de la comunidad. Las instituciones públicas no pueden responder solas a las transformaciones sociales. Se necesita promover unas políticas públicas que respondan a las necesidades de la sociedad basadas en la implicación y la colaboración entre las administraciones y la ciudadanía. Supone una transformación de lo público en una responsabilidad compartida basada en la gobernanza. Contempla dos tipos de valor:

Políticas de servicio público. Diseño de políticas que garanticen los derechos culturales de las personas en condiciones de equidad.

Capacidad de concertación. Implica el desarrollo de espacios de concertación que faciliten la corresponsabilidad.



Dimensión operativa: Se trata de proporcionar unos servicios públicos de calidad. Exige instituciones competentes con capacidad legal, financiera, material y humana para poder llevar a cabo servicios excelentes. Se orienta a aumentar el bienestar y la calidad de vida de las personas a través de procesos de mejora de los servicios públicos incorporando la visión de la ciudadanía en el propio diseño de los servicios. Se basa en conceptos como la transparencia y la rendición de cuentas innovando la gestión con la incorporación de nuevas herramientas y procesos. Supone dos aspectos:

Gestión eficiente de los recursos. Se trata de garantizar los recursos necesarios para el desarrollo de las políticas y obtener el mejor resultado posible con ellos.

Innovar y mejorar los procesos de gestión. Agilidad en la toma de decisiones, adaptarse al contexto, incorporar nuevos instrumentos, siempre basándose en la evaluación de los programas.

Dimensión ética: Se refiere a las creencias, los valores o los compromisos éticos de actores involucrados, en relación a las preferencias sociales de la comunidad. Es la vía para lograr legitimidad, credibilidad y confianza. Sin ellas no existe el valor público, aunque se presten buenos servicios. El elemento central dentro de esta dimensión es la:

Coherencia. Entre lo que se dice y lo que se hace, entre la misión de la institución y el desarrollo de los programas. La ética lo impregna todo. Se percibe a través del prestigio y la confianza que se logra dentro de la comunidad.

Dimensión creativa. El valor público institucional aplicado a las organizaciones culturales ha de contemplar la habilidad para concebir y llevar a cabo programas excelentes que involucren a las personas en experiencias con impacto y valor cultural. Tiene que ver con la capacidad para asumir riesgos, para llevar a cabo programas innovadores que sean relevantes para la comunidad y para tejer redes en torno a los programas. Está vinculada a los siguientes aspectos:

Relevancia de los programas. Basándose en la detección de las necesidades, intereses y aspiraciones de la comunidad.

Claridad en el diseño y asunción de riesgos. La capacidad para definir los objetivos y resultados esperados; la asunción de riesgos en el diseño de los programas.

Excelencia. Se refiere a la capacidad técnica y artística de la institución para desarrollar programas con imaginación.

Implicación en la comunidad. La capacidad de la organización para generar contexto y establecer mecanismos de feedback en el desarrollo de programas que sean significativos para la comunidad.

4_Hacia una propuesta de indicadores

La evaluación del valor público de la cultura precisa un modelo de indicadores que refleje las tres perspectivas sobre las que se construye y el conjunto de dimensiones que de ellas se derivan. Se trata de buscar la manera de hacer operativa su medición. Su complejidad se acrecienta si se pretende aplicar el mismo modelo a distintos programas y proyectos, diversos tipos de agentes y sectores de la cultura, y diversas escalas territoriales. El riesgo de que resulte excesivamente genérico y descontextualizado es alto.

Desde el punto de vista metodológico, se añaden dos cuestiones: la necesidad de plantear herramientas diacrónicas, puesto que se evalúan dimensiones cuyo alcance temporal es diverso (inmediato, tras la experiencia y a largo plazo); y la inclusión de métodos que tengan en cuenta a los diversos tipos de impacto (personal o comunitario), lo que hace necesaria la participación de los diferentes agentes implicados.

A ello se suman las características de los indicadores que se necesitan y la dificultad de su medición. Los datos disponibles son limitados. Se ciñen a la cuantificación de la asistencia y participación, al impacto económico y en menor medida, al impacto social. Los resultados de la evaluación de los programas forman parte del conocimiento interno de las organizaciones y, los que trascienden, se orientan al cumplimiento de los objetivos y del presupuesto.

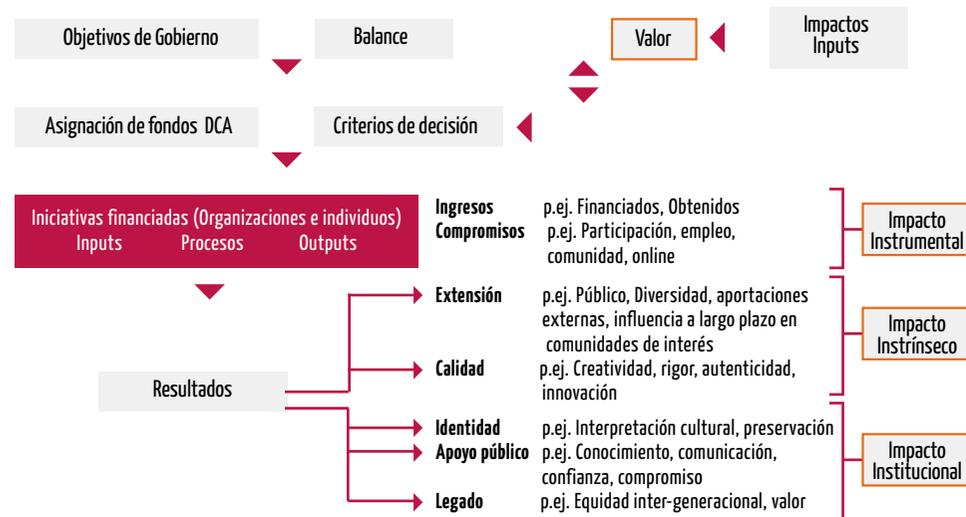
Sin embargo, esto no significa que no se evalúe. De hecho, existen protocolos no escritos como la duración de los aplausos, los bises o las salidas a saludar en el teatro. El público comenta lo que le ha parecido una propuesta, las dificultades de acceso o las ventajas de un programa; la crítica especializada valora la calidad artística y el comportamiento del público (en los conciertos, por ejemplo); los profesionales y programadores comparten impresiones y juzgan la calidad artística, las condiciones y los recursos con los que cuentan; la ciudadanía y los colectivos valoran y transmiten sus opiniones, aunque no sea a través de canales específicamente dispuestos para ello; los medios de comunicación se hacen eco y la información que transmiten tiene gran impacto. Y a los responsables políticos les llega información para valorar sus políticas. Pero se echa en falta que esas evaluaciones sean sistemáticas, completas, rigurosas, y que tengan en cuenta la diversidad de perspectivas.

De los tres ejes del valor, la perspectiva instrumental es, por su propio sentido de cuantificación y medición de impactos, la más desarrollada en cuanto a indicadores de evaluación. Y dentro de ella, destacan los orientados a la evaluación de impactos económicos, con metodologías asentadas y numerosos ejemplos de aplicación. Los impactos sociales son aún incipientes, aunque existen también métodos para su desarrollo y modelos teóricos más amplios. Como se ha señalado en el apartado anterior, el Observatorio ha dedicado dos estudios específicos al estudio de este eje.

El menos tratado de los ejes desde el punto de vista de su evaluación es el vinculado al valor intrínseco de las experiencias culturales. Ya se han señalado las dificultades metodológicas que supone medir experiencias subjetivas. En cuanto al valor público institucional, en los últimos años se está tomando conciencia de su importancia en el conjunto de las políticas públicas, aunque los intentos por integrarlo con sistematicidad en los modelos de evaluación de las políticas culturales son incipientes.

La apuesta más clara por implementar un modelo de medición y evaluación del valor público de las políticas culturales es el Departamento de Cultura y Artes (DCA) del Gobierno del oeste de Australia. En 2010 impulsaron la iniciativa *Creating Value*, marco de referencia para las políticas del sector de la cultura y las artes. Tras una consulta con el sector en 2011, desarrollaron el proyecto *Public Value Measurement Framework* (PVMF) con el objetivo de entender mejor y medir el valor público que crea a través de sus inversiones en arte y cultura, y su papel como agencia de desarrollo para el sector. El proyecto destaca por su planteamiento holístico y por incorporar diferentes visiones en las evaluaciones (autoevaluación, evaluación por pares y evaluación pública). La lógica del modelo queda plasmada en el siguiente esquema.

Figura 7. Esquema del modelo del valor público del DCA del Gobierno de Western Australia



Fuente: Public Value Measurement Framework. Measuring the Quality of the Arts, 2014.

El modelo australiano ha servido de ejemplo del *Quality Metrics National Test* (QMNT), un sistema nacional de evaluación de la calidad artística impulsado por el Arts Council England. Uno de sus aciertos es que la iniciativa está liderada por las organizaciones culturales y basada en un proyecto piloto previo, realizado por un consorcio de organizaciones culturales de Manchester (2012). Es una batería de doce indicadores que se miden combinando tres técnicas, igual que el modelo australiano: la autoevaluación (artistas, comisariado, productores de la propuesta artística), la evaluación entre pares (co-evaluación por parte de expertos artísticos o de organizaciones similares) y la evaluación pública (asistentes, visitantes).

Cuentan con una aplicación digital para que las organizaciones puedan recabar opiniones (el grado de acuerdo o desacuerdo) sobre doce dimensiones de la calidad artística (concepto, presentación, distinción, capacidad de cautivar, cambio, entusiasmo, impacto local, relevancia, rigor, riesgo, originalidad y excelencia). Han testado el modelo en una amplia gama de organizaciones culturales de distintos sectores, características organizativas y localización, a las que proponen unos requisitos mínimos para participar en el proyecto. Entre otros, comprometerse a aplicarlo en tres eventos, exposiciones o espectáculos; realizar para cada uno de ellos una auto-evaluación de la organización, cinco evaluaciones entre pares y 30 respuestas del público participante; disponibilidad a compartir sus resultados, etc.

4.1 Evaluación de las experiencias culturales

El atractivo que tienen las artes y la cultura es su capacidad para emocionar a las personas, para ensanchar su mirada, su poder para transformarlas. Lo paradójico es que esos impactos tanto personales como comunitarios son difíciles de cuantificar.

Al evaluar las experiencias culturales es preciso tener en cuenta el hecho de que generan impactos inmediatos, y otros que se van acumulando a medio y largo plazo. Así, la combinación de herramientas sencillas de medición del impacto tras la experiencia, especialmente cuando se trata de actividades en vivo o de visitas a exposiciones, con otras técnicas cuantitativas o cualitativas de medición del impacto personal y comunitario del poso que esas vivencias van generando puede ser una vía de evaluación de interés.

Respecto a los aspectos a evaluar inmediatamente tras la experiencia, priman los impactos emocionales, apelativos y los ligados a la calidad de la propuesta, en la línea del proyecto inglés.

Entre aquellos impactos a largo plazo, destacan los aspectos cognitivos, estéticos y sociales que requieren procesos de aprendizaje, de asimilación y de construcción de criterio y gusto.

Otro aspecto importante a tener en cuenta en la evaluación es que, tratándose de opiniones y aspectos subjetivos, es necesario incorporar métodos que capten la intersubjetividad: las opiniones expertas, las impresiones de la propia organización y del público. Del contraste de estas fuentes de información se puede obtener evaluaciones significativas. Este es uno de los elementos a destacar en las experiencias australiana e inglesa.

Desde el punto de vista metodológico, los indicadores cualitativos como las percepciones, las opiniones o la satisfacción son los más indicados para evaluar el valor intrínseco porque son más directos. Para su medición se utilizan escalas de graduación del nivel de acuerdo con determinadas afirmaciones, de graduación de 0 a 10 del nivel de satisfacción, etc.

Entre los indicadores a recoger tras la experiencia cabe proponer los siguientes ejemplos:

- Valoración de la intensidad emocional de la actividad
- Valoración del grado de conexión del público
- Capacidad de atraer la atención de la propuesta
- Capacidad de incitar a buscar información adicional
- Capacidad de generar conversación (comentarios sobre la propuesta)
- Intención de recomendarla
- Nivel de originalidad de la propuesta
- Nivel de satisfacción con la propuesta
- Porcentaje de personas que estarían dispuestas a repetir la experiencia
- Porcentaje de personas que consideran que es importante que se realice en ese territorio/lugar

La evaluación a largo plazo puede plantearse tanto desde el punto de vista del impacto que tiene en las personas como en la comunidad a la que pertenecen. De hecho, debería incluirse esa doble dimensión en indicadores como los siguientes:

- La contribución al conocimiento, a la ampliación del saber
- La contribución a la comprensión, explicación y transformación del contexto
- La contribución al desarrollo de la capacidad creativa
- La contribución a la educación estética
- La capacidad de generar sentimientos de pertenencia
- La participación y contacto de públicos diversos
- Impacto en el bienestar personal

4.2 Evaluación de las externalidades

Como se ha venido señalando a lo largo del estudio, es la evaluación de las externalidades la que copa la atención en las mediciones del valor de la cultura, primando los indicadores de medición de impactos económicos frente a los sociales o medioambientales. En todo caso, se percibe un interés creciente en incorporar esta visión social y medioambiental en las evaluaciones de los beneficios instrumentales de la cultura. Véase al respecto el Análisis sobre estudios de impacto realizado por el Observatorio.

Desde el punto de vista de los efectos derivados de las actividades y servicios culturales, cabe identificar repercusiones de tipo:

Económico: pueden generar efectos sobre el desarrollo económico local y regional a corto (directos, indirectos e inducidos), y largo plazo (modificaciones de la estructura productiva del territorio). Así, los indicadores se orientan a medir:

- Impacto sobre el PIB
- Impacto en la generación de impuestos
- Impacto sobre las ocupaciones

Turístico: pueden influir en la imagen y en la capacidad de atracción de un destino, en la repetición de una visita o como un elemento que mejore la satisfacción de los visitantes. Los efectos en el turismo se traducen en impactos económicos.

Social: pueden contribuir al desarrollo social tanto desde una perspectiva general como desde una perspectiva personal. Generan beneficios sociales, bienestar de la ciudadanía, cohesión social... Entre los indicadores, cabe identificar los dirigidos a medir:

- Inclusión de colectivos en riesgo de exclusión social
- Accesibilidad para personas con limitaciones físicas, psíquicas o sensoriales
- Generación de sentimientos de pertenencia
- Diversidad social

Físico y medioambiental: las actividades y proyectos culturales pueden favorecer la transformación urbana y del territorio mejorando la conexión entre las personas y el entorno físico. Entre los indicadores destinados a medir este aspecto cabe señalar:

- Impacto en la regeneración urbana
- Desarrollo de nuevas centralidades
- Incremento del conocimiento, preservación y puesta en valor del entorno natural
- Concienciación sobre los valores medioambientales
- Impacto en la reducción de residuos

4.3 Indicadores de evaluación del valor público institucional

En este último apartado se pone el acento en la perspectiva institucional. Está relacionada con la idea de servicio público, con los derechos culturales, con la gobernanza y corresponsabilidad en el desarrollo de los proyectos culturales y vinculada a la prestación de servicios de calidad, tanto desde el punto de vista de la gestión operativa, como a la excelencia cultural.

Se trata de evaluar si los programas están bien concebidos y bien ejecutados desde el punto de vista del valor público. Es importante tener en cuenta que el reconocimiento del valor público lo otorgan la ciudadanía, por lo que la evaluación de



esta dimensión debe incluir evaluaciones tanto por parte de la organización como, sobre todo, por la comunidad.

La evaluación del valor público institucional de las actividades y proyectos culturales ha de tener en cuenta los siguientes aspectos:

Político-estratégico. Se trata de evaluar si los programas culturales tienen vocación pública y si sirven a las necesidades de la comunidad. Para ello, los indicadores deberán medir:

- La coherencia entre el programa y la estrategia de la institución.
- El equilibrio entre los intereses individuales y colectivos.
- La capacidad para detectar e incluir los intereses colectivos en el diseño del programa.
- La capacidad de concertación entre distintos agentes y colectivos.

Operativo. Se debe evaluar la capacidad de la organización para llevar a cabo servicios excelentes. Se traduce en indicadores que midan:

- El grado de cumplimiento de presupuesto.
- La capacidad de innovación y mejora de los procesos de gestión.
- Las condiciones laborales del personal.
- Los criterios de contratación de proveedores.

Cultural. Se refiere a la capacidad de concebir y llevar a cabo programas que tengan relevancia cultural. Los indicadores se orientarán a medir aspectos como.

- La incidencia en la comunidad.
- La capacidad para involucrar a las personas.
- La claridad en el diseño.
- La capacidad técnica y artística.



5 Síntesis final

La mirada sobre el valor público de la cultura da lugar a un modelo inclusivo en el que los tres ejes del valor se interrelacionan. Se requiere un planteamiento holístico basado en un concepto de cultura fuerte, que considere todas las dimensiones que coexisten en lo cultural.

El eje prioritario, por ser el detonante de los demás y el menos investigado, es el valor intrínseco de las experiencias culturales. Es posible que su carácter de vivencia subjetiva y sus componentes psicológicos lo alejen del foco de interés de las políticas culturales. No obstante, comprender mejor cómo inciden y afectan las experiencias culturales a las personas contribuiría a diseñar mejores programas.

En la práctica encontramos pocas apuestas integrales. Se pone el acento en los aspectos instrumentales de la cultura, en su capacidad de incidencia en otras políticas. Es necesario equilibrar esa mirada considerando la importancia del valor intrínseco y del valor institucional.

Los modelos de evaluación han de combinar visiones distintas: la perspectiva del impacto en las personas y en la comunidad; el efecto a corto y a largo plazo. Las experiencias que incorporan distintas perspectivas permiten superar la subjetividad inherente al valor de las experiencias culturales. Así, suman la visión de la organización, a través de la autoevaluación de los agentes que han concebido y desarrollado la propuesta o el programa; la evaluación entre pares o co-evaluación por parte de expertos artísticos o de organizaciones similares; y la evaluación pública.

Referencias bibliográficas

BARBIERI, N. (2014). “Cultura, políticas públicas y bienes comunes: hacia unas políticas de lo cultural”, Revista *Kult-ur*, vol. 1, pp. 101-119.

BELFIORE, E. Culture Value Project Blog. Disponible en:

<https://culturalvalueproject.wordpress.com/2014/07/18/dr-eleonora-belfiore-the-politics-of-cultural-value-towards-an-emancipatory-framework/>

CROSSICK, G. Y KASZYNSKA, P. (2016). “Understanding the value of arts and culture”. *Arts and Humanities Research Council*. Disponible en:

<http://www.ahrc.ac.uk/research/fundedthemesandprogrammes/culturalvalueproject/>

DEPARTMENT OF CULTURE AND THE ARTS WESTERN AUSTRALIA (2014) “Measuring the Quality of the Arts”. Disponible en:

http://www.dca.wa.gov.au/Documents/New%20Research%20Hub/Research%20Documents/Public%20Value/PVMF_Measuring_Quality_Arts_Research_Hub_08_14.pdf

GARCÉS, M (2016). Crónica de la Conferencia pronunciada en el Aula oberta del Institut d’Humanitats. Disponible en:

<http://aulaobertaihb.cccb.org/es/humanitats-en-transicio-conferencia-de-marina-garces-aula-oberta-ihb/>

GUBBINS, M (2016). “Building Bridges. Diversity in European Film”. Cine-Regio. Disponible en:

https://issuu.com/filmvast/docs/buildingbridges_michael_gubbins

HOLDEN, J. (2004). “Capturing Cultural Value: How Culture Has Become a Tool of Government Policy”. Demos. Disponible en:

<https://www.demos.co.uk/files/CapturingCulturalValue.pdf>

HOLDEN, J. (2006). “Cultural Value and the Crisis of Legitimacy Why culture needs a democratic mandate”. Demos. Disponible en:

<https://www.demos.co.uk/files/Culturalvaluweb.pdf>

KNELL, J Y WHITAKER, A (2016). “Quality Metrics Final Report” Culture Counts Quality Metrics National Test. *Arts Council England*. Disponible en:

http://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/download-file/QualityMetricsNationalTest_Report_Knell_Whitaker_2016_0.pdf

MOORE, M. (1997). "Creating Public Value: Strategic Management in Government". Harvard University Press.

OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA (2012). "La evaluación del retorno social de las ayudas públicas". Disponible en:
http://www.kultura.ejgv.euskadi.eus/r46-19803/es/contenidos/informacion/keb_publicaciones_gizarte_itzu/es_def/index.shtml

OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA (2015). "Aproximación a la relación entre la cultura y la pobreza". Disponible en:
http://www.kultura.ejgv.euskadi.eus/r46-19803/es/contenidos/informacion/keb_argit_kultur_pobrezia_2016/es_def/index.shtml

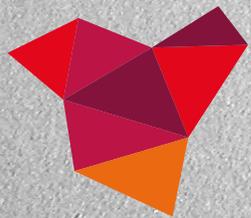
OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA (2017). "Análisis de estudios de impacto". Disponible en:
http://www.kultura.ejgv.euskadi.eus/r46-19803/es/contenidos/informacion/keb_argit_eragin_azterke_2017/es_def/index.shtml

SUBIRATS, J Y FINA, X. (2008). "El retorn social de les polítiques culturals". *Cultura*. Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació. Disponible en:
http://dadesculturals.gencat.cat/web/content/sscc/gt/arxiu_gt/estudi_11_c.pdf

ZAFRA, R. (2017). "El Entusiasmo. Precariedad y trabajo creativo en la era digital". Anagrama.



El valor público de la cultura



**Kulturaren
Euskal Behatokia**
Observatorio Vasco
de la Cultura.



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

KULTURA ETA HIZKUNTZA
POLITIKA SAILA
DEPARTAMENTO DE CULTURA
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA