

La evaluación de la participación cultural universitaria: desafíos metodológicos a partir de la experiencia del Observatori Cultural de la Universitat de València

Marcia Jadue Boeri

Raúl Abeledo Sanchis

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

DOI: 10.64890/7.12

La acción cultural en la Universitat de València

Más allá de la discusión sobre cuál es el término más adecuado para describir la relación entre cultura y universidad pública, lo cierto es que, en el plano institucional, la Universitat de València (UV) mantiene un vínculo profundo y estructural con la cultura. Esta conexión queda de manifiesto en los principios establecidos en sus estatutos y se concreta entre otras acciones e iniciativas a través de la actividad cultural que gestiona el Servei de Cultura Universitària, el brazo ejecutivo del Vicerrectorado de Cultura y Sociedad. Los objetivos culturales encomendados al Servei son tres: fomentar la participación cultural dentro de la comunidad universitaria; extender y difundir la cultura hacia la sociedad en general; y conservar y promover el patrimonio cultural (art. 10, letra e; art. 150, letra d de los estatutos).

La normativa universitaria reconoce expresamente el derecho de la comunidad universitaria a participar en la vida cultural (art. 10, letra e; art. 150, letra d) y, además, asume el deber de fomentar “iniciativas y planes para la mejora de la gestión y la calidad de las actividades y servicios que presta a la sociedad”, incluyendo de manera específica las “actividades culturales” (art. 7, n.º 4 de los estatutos). La constatación de aquel derecho y este deber en el ámbito institucional justifican plenamente la pertinencia de investigar la participación de la comunidad universitaria en la programación cultural.

Entendida desde el punto de vista de los derechos culturales contemporáneos, la participación cultural se concibe desde una perspectiva amplia que incluye “la libertad de participar en la vida cultural, de crear, acceder y compartir expresiones culturales, de preservar la identidad propia y de contribuir a la diversidad cultural” (Ministerio de Cultura y Deporte, 2025). Las formas de participación, por su parte, están determinadas por factores ya identificados como la edad, el género, la renta, el tiempo disponible, la educación o el acceso a la información (Barbieri, 2020; García Canclini, 2004; Brook, O’Brien y Taylor, 2020). Y, atendiendo a la heterogeneidad del entorno universitario, caracterizado por perfiles diversos según las distintas áreas de estudio y, además, por la heterogénea composición de los grupos que lo integran—estudiantes, docentes y personal técnico, de gestión y administración—, es natural esperar que las formas de participación cultural de cada colectivo también sean diferenciadas.

En este sentido, el aporte realizado por el Observatorio Atalaya en el contexto de las diez universidades públicas andaluzas durante la última década en relación con la reflexión sobre la dimensión cultural en estas

instituciones es, indudablemente, un referente para tener en cuenta. En sus estudios no solo confirman los retos recién planteados en términos de los desafíos tras la heterogeneidad del contexto, sino que advierten también que la dimensión cultural carece de reconocimiento en el propio entorno universitario: los *rankings* internacionales no tienen indicadores relacionados con esta gestión, no suele aparecer en los planes estratégicos —que, como se expondrá más adelante, no es el caso de la UV— y su presencia en los órganos de gobierno termina siendo más bien testimonial (González Rueda y Ariño Villarroya, 2020).

A estos desafíos comunes se suman las particularidades de la programación que la Universitat de València impulsa a través del Servei de Cultura. Dicha programación se vertebra principalmente en torno a iniciativas originadas en sus aulas culturales, organizadas por disciplinas artísticas —artes escénicas, artes visuales, cine, cómic, gastronomía, música, músicas urbanas, narrativas y poesía—, junto con el Observatori Cultural, que trata cuestiones transversales relacionadas con la gestión cultural, y aulas temáticas, como el caso de la de Historia y Memoria Democrática o la de la Escola Europea de Pensament Lluís Vives. Se añade a lo anterior el área de exposiciones, una de las principales líneas de actuación del vicerrectorado tanto por la inversión de recursos financieros que representa como por la infraestructura y el equipo organizativo que demanda.

En síntesis, afrontar un estudio sobre la participación en la oferta cultural universitaria implica superar la escasa visibilidad y peso institucional de la dimensión cultural, atender la compleja diversidad de perfiles que integran la comunidad universitaria y, en el caso particular de la Universitat de València, contemplar además el gran volumen, amplitud temática y diversidad de formatos de su programación cultural.

Marco institucional y funcional del Observatori Cultural

El Observatori Cultural de la Universitat de València fue creado a finales de 2019, apenas unos meses antes de la irrupción de la pandemia de COVID-19. Esto marcó un comienzo especialmente desafiante para su actividad (Liberia Vayá, 2022). Desde sus inicios, quedó configurado como un espacio participativo y experimental, orientado a la generación de conocimiento cultural desde una visión colectiva, abierta y atenta a los retos contemporáneos (Abeledo Sanchis, 2022). La flexibilidad y capacidad de adaptación demostradas en esos primeros años colaboraron en su consolidación como una herramienta estratégica para repensar, innovar y evaluar la misión cultural de la universidad pública (Abeledo Sanchis y Jadue Boeri, 2025).

El Observatori depende del Vicerrectorado de Cultura y Sociedad y es gestionado a través de la Fundació General de la UV. Su equipo está compuesto únicamente por dos personas: una en representación del ámbito académico, que compagina estas funciones con la docencia universitaria, y una técnica de gestión dedicada a tiempo completo. Como se expondrá más adelante, el reducido tamaño del equipo se configura como un reto extra que no solo impulsa, sino que hace imprescindible la colaboración con otras unidades de la UV para alcanzar sus objetivos.

El trabajo del Observatori se articula en torno a dos ejes principales. El primero es el seguimiento de las relaciones entre cultura y desarrollo desde el paradigma ecosocial, lo que implica mantener una permanente conexión con agentes y organizaciones culturales en distintos niveles territoriales, aproximándose al activismo cultural, pero siempre desde una perspectiva académica (Jadue Boeri, 2025). El segundo eje

se centra en el análisis de la programación cultural de la Universitat y la participación de los públicos en ella. El trabajo objeto de este documento se enmarca, precisamente, en este eje.

Entendiendo que un mayor conocimiento de los públicos podría mejorar tanto la oferta del Servei de Cultura como la implicación de la comunidad universitaria en ella, el Vicerrectorado de Cultura y Sociedad encarga al Observatori Cultural la realización de un nuevo análisis para examinar las dinámicas de participación en la programación cultural de la Universitat de València durante el curso académico 2023-2024. Decimos nuevo porque se trata del tercer trabajo de este tipo en la UV: los anteriores corresponden a la encuesta de usos, hábitos y demandas culturales del estudiantado, realizada en los cursos 2012-2013 y 2019-2020.

En adición a lo anterior, la pertinencia del encargo que hace el Vicerrectorado de Cultura y Sociedad al Observatori sobre las dinámicas de participación en la programación cultural adquiere mayor relevancia al alinearse con los objetivos específicos del Plan Estratégico de la UV para el período 2023-2026. En concreto, el estudio responde al primero de los tres objetivos que se le asignan al Vicerrectorado: “Mejorar la experiencia universitaria del estudiantado en clave de formación integral por medio de la cultura”. Este objetivo, a su vez, cuenta con tres líneas de actuación que también colaboran con la conveniencia de encargar un nuevo estudio sobre la participación cultural en la UV: “Promover una mayor participación de los campus, de los centros y de la comunidad universitaria, en general, en las actividades culturales de la Universitat de València”; “fomentar el desarrollo de actividades culturales por parte del estudiantado”; e “impulsar la innovación en los procesos de creación de oferta cultural y mejorar su proyección externa”.

Antecedentes y objetivos del estudio

Independientemente de las razones previamente expuestas, el punto de arranque de esta investigación responde a la percepción, por parte del Vicerrectorado de Cultura y Sociedad, de una baja participación de la comunidad universitaria en la programación promovida por el Servei de Cultura. Esta preocupación, sin embargo, no era nueva: ya se contaba con evidencia similar obtenida en cuatro investigaciones previas impulsadas por distintos órganos de la UV que constataban de manera estructural tanto a la baja participación como a otras cuestiones que también afectaban la gestión cultural universitaria.

El primero de estos informes data de 2011 y fue un encargo del entonces Vicerrectorado de Cultura, Planificación e Igualdad a la Unidad de Investigación en Economía de la Cultura y Turismo de la Universitat de València (Econcult). A través de un detallado cuestionario realizado a las personas responsables de la política cultural de los centros y escuelas de los diferentes campus, así como a los responsables de algunas de las unidades de producción cultural, se buscaba identificar las variables que definían la política cultural de la Universitat en ese momento, evaluarla y proponer medidas para mejorar su eficiencia. Entre otras recomendaciones, el informe subraya la importancia de reforzar la estructura organizativa y ampliar la red de alianzas externas, con el objetivo de optimizar tanto la gestión como el impacto de la oferta cultural universitaria (Köster, 2011).

Entre 2013 y 2020, por iniciativa del mismo Vicerrectorado⁴² y con el apoyo del Servicio de Análisis y Planificación de la UV, se implementó

42. A lo largo de los últimos años, el órgano responsable de la acción cultural en la Universitat de València ha recibido diferentes denominaciones, reflejando cambios organizativos y de competencias. Entre ellas destacan: Vicerrectorado de Cultura y Deportes; Vicerrectorado de Cultura, Igualdad y Planificación; Vicerrectorado de Cultura e Igualdad; y, desde finales de 2020, Vicerrectorado de Cultura y Sociedad.

de forma sistemática una encuesta de satisfacción sobre las actividades culturales de la Universitat. Aunque se recopilieron siete series de datos, una por cada curso académico entre 2013 y 2021, se detectaron algunas inconsistencias metodológicas en la forma de selección de los participantes en las muestras, lo que disminuye la fiabilidad de los resultados.

La tercera y cuarta iniciativas impulsadas por la UV en materia de participación cultural corresponden a la aplicación de un mismo instrumento en dos momentos distintos, esto es durante los cursos 2012-2013 y 2019-2020, tal y como se mencionaba en párrafos anteriores como antecedentes inmediatos a esta nueva iniciativa. Bajo el título “Encuesta de usos, hábitos y demandas culturales del estudiantado de la Universitat de València”, este estudio transversal se replica íntegramente en los períodos mencionados y, aun considerando la distancia temporal, las conclusiones de uno y otro conducen a conclusiones similares. Entre las y los estudiantes se observa una baja correspondencia entre su interés por la cultura fuera del ámbito universitario y su participación efectiva en las iniciativas culturales organizadas por la UV. Asimismo, se constata que la carga académica y las obligaciones laborales dificultan la compatibilidad con la oferta de actividades culturales que se desarrollan en la Universitat. Como se verá a continuación, aunque la nueva propuesta no es exactamente una tercera réplica de este instrumento, sí constituye el principal antecedente. Su valor técnico permite dar continuidad a algunas series de datos y el diseño metodológico consolidado aporta una base sólida y rigurosa para el análisis de la participación cultural universitaria.

Además de lo anterior, se identifican en torno a un centenar de fuentes

de datos secundarios generados por la propia Universitat, que también aportan antecedentes de utilidad para la investigación. Se trata de informes anuales sobre características de la programación cultural —tipo de actividades, formatos, número de participantes, sexo, etc.—; cuadernos con más de una década de registros de opiniones de asistentes a exposiciones; cartas con la descripción de servicios y buenas prácticas administrativas vinculadas a la programación cultural; auditorías de cuentas; informes de gestión internos; planes de actuación y memorias de distintas unidades u órganos de la UV.

La revisión bibliográfica general sobre contenidos como la extensión universitaria, la programación cultural en universidades, la participación de las comunidades universitarias, sus hábitos culturales y las estrategias de desarrollo de públicos, junto con el análisis de fuentes secundarias generadas por la propia Universitat, nos permitió construir un marco conceptual adecuado para reorientar la elaboración de un nuevo estudio sobre la participación cultural en la Universitat de València.

Con todos estos antecedentes en vista, se define como objetivo general de este proyecto, identificar y clasificar los factores que influyen en la participación de la comunidad universitaria en la programación cultural del Servei de Cultura. A partir de este marco, se opta por diseñar una nueva encuesta que, aunque recupera elementos de las realizadas en 2012-2013 y 2019-2020, se replantea los objetivos y por lo tanto hace que sea necesario ampliar tanto el público al que iba dirigida como el alcance y la formulación de algunas de las preguntas. En efecto, una de las decisiones fundamentales que termina por guiar la mayoría de los cambios de este nuevo instrumento fue considerar como universo

común al conjunto completo de la comunidad universitaria, lo que implica estudiantes, personal docente —compuesto por personal docente e investigador (PDI), personal investigador (PI), personal investigador en formación (PIF)— y el personal de administración y servicios (PAS).⁴³ Tres categorías de participantes con evidente interacción en el día a día de la actividad académica de la UV.

La encuesta se estructura en torno a veinticinco preguntas divididas en cuatro bloques, correspondiendo cada uno a un eje temático. El bloque A, “Datos sociodemográficos y académicos”, recoge variables sociodemográficas (año de nacimiento, sexo, nivel de estudios, código postal, movilidad durante el curso académico) y variables académicas (colectivo UV, área de estudio/trabajo). Esta información no solo sirve para caracterizar a los participantes de la encuesta y asegurar la representatividad de la muestra, sino también para construir un perfil de las personas que participan en la programación, cuando se cruza con la información del siguiente bloque.

Como su nombre lo indica, el bloque B, “Participación en la programación cultural del Servei de Cultura”, profundiza en la relación de la comunidad universitaria con la programación cultural de la UV, con especial énfasis en la identificación del tipo de barrera que condiciona la frecuencia o forma de participación. La hipótesis subyacente es la existencia de un desajuste entre la oferta y los intereses de la comunidad, debido a la amplitud temática, el alto volumen, la falta de segmentación

43 La sigla PAS (personal de administración y servicios) se mantiene en este estudio por coherencia temporal, ya que los trabajos iniciales precedieron a la Ley Orgánica 2/2023 del Sistema Universitario, del 22 de marzo. Esta ley introdujo la nueva denominación PTGAS (personal técnico, de gestión, de administración y servicios).

y la centralidad de los espacios de programación. De esta manera, la información que se recoge en este bloque apunta a describir cómo se involucra la comunidad UV en la programación del Servei. Las variables se organizan de forma secuencial y jerárquica, siguiendo una lógica de embudo con filtros progresivos. Se parte de los aspectos generales de la programación —como el grado de conocimiento o la frecuencia de asistencia— y se avanza hacia cuestiones más específicas, como las barreras a la participación, el grado de satisfacción, o el conocimiento y la valoración de algunos programas específicos impulsados por el Servei.

El bloque C explora variables similares a las del bloque anterior, pero enfocadas en la participación en la oferta cultural fuera de la Universitat de València. Esta aproximación permite comparar y profundizar en los hábitos culturales de los distintos colectivos universitarios, así como identificar con mayor precisión las barreras que limitan una participación más frecuente o una mayor implicación en la programación cultural de la UV. El último bloque, la letra D, ofrece un espacio de opinión abierto, destinado a confirmar categorías existentes o identificar otras emergentes.

Retos en la recogida de datos y estrategias para el análisis

El reducido tamaño del equipo técnico del Observatori exige una coordinación permanente con otros órganos y estructuras de la Universitat de València. Destaca en este sentido la estrecha participación en todo el proceso de Econcult, la Unidad de Investigación en Economía de la Cultura dirigida por el profesor Pau Rausell.

Al anterior reto, que impregna todo el proceso, se suman otros tres

específicos durante la recogida de datos: garantizar que el cuestionario pudiera completarse correctamente desde cualquier dispositivo, asegurar la representatividad de la muestra y eliminar los posibles sesgos de autoselección dado el carácter voluntario de la participación en el estudio (Keeble *et al.*, 2015).

El cuestionario se implementó a través de LimeSurvey, la herramienta de código abierto utilizada oficialmente por la Universitat de València para la realización de encuestas académicas y de investigación. Aunque LimeSurvey ofrece una mejor experiencia en la versión de escritorio, la confirmación de la Unidad de Web y Marketing de que al menos la mitad de la comunidad universitaria accede a las plataformas institucionales desde dispositivos móviles llevó a priorizar un diseño *responsive* que garantizara la accesibilidad desde cualquier dispositivo. Para optimizar la experiencia y fomentar la participación, se optó por un formato de encuesta breve, con alternativas de respuesta rápida, evitando matrices extensas y eliminando la obligatoriedad de respuesta en la mayoría de las preguntas. Estas decisiones buscaron incrementar el volumen de respuestas y, en consecuencia, la validez de los resultados. Durante esta fase, el Observatori contó con el acompañamiento técnico de la Unidad de Calidad, responsable de coordinar y supervisar los procesos de evaluación y mejora institucional en la UV.

Una vez diseñado, el cuestionario fue sometido a validaciones específicas: la Unidad de Igualdad revisó determinados componentes para asegurar la incorporación de la perspectiva de género; la Delegación de Protección de Datos supervisó el cumplimiento de los protocolos vigentes en materia de privacidad; y el Servei de Política Lingüística se encargó de revisar la traducción al valenciano, garantizando así el

uso adecuado de las lenguas oficiales de la Universitat de València. No obstante, tal y como señalábamos más arriba, el apoyo más significativo tanto por volumen de trabajo como por impacto en la calidad y fiabilidad del estudio fue el proporcionado por Econcult. Su colaboración estratégica en cada una de las etapas de desarrollo del estudio se convirtió en un elemento esencial para dotar del rigor académico necesario que la evaluación exigía.

El segundo reto de la recogida de datos fue garantizar la representatividad de la muestra, un desafío especialmente complejo en contextos universitarios caracterizados por su diversidad. La muestra debía reflejar proporcionalmente la presencia de cada colectivo —estudiantes; PDI, PI o PIF; y PAS—, así como la distribución por sexo y por las cinco grandes áreas de estudio o trabajo en cada uno de ellos.⁴⁴ Para abordarlo, fue necesario aplicar tres encuestas independientes utilizando distintos métodos de contacto que se detallan a continuación y, además, sumar técnicas de postestratificación para ajustar la muestra a la estructura real de la comunidad universitaria.

La extensión del trabajo de campo —del 22 de noviembre de 2023 al 16 de junio de 2024— refleja la complejidad que se enfrentó para alcanzar estos criterios de representatividad. En efecto, la base de datos final con la que se realizó el análisis se construyó a partir de datos recogidos en tres muestras: WEB, PIE.CAMPUS y PDI.PAS.

La encuesta WEB recibe ese nombre debido al método de contacto. En este caso, el cuestionario en LimeSurvey se incluye dentro de los contenidos que forman parte de los *newsletters* que envía el Rectorado

44 Artes y Humanidades; Enseñanzas Técnicas / Ingeniería y Arquitectura; Ciencias Experimentales / Ciencias; Ciencias de la Salud; Ciencias Sociales y Jurídicas.

a la comunidad universitaria a sus correos @uv.es; en el *newsletter* del Servei de Cultura (de suscripción voluntaria); y se pone a disposición pública en la web de la UV y en los microsítios de UV Cultura y Observatori Cultural UV. También se difunde en las redes sociales de la Fundació General de la UV. Para promover la participación, se ofrece a las personas participantes la posibilidad de concursar en el sorteo de una tableta.

Tras la primera oleada de encuestas, realizada entre el 22 de noviembre de 2023 y el 15 de febrero de 2024, fue posible identificar la presencia de un sesgo de autoselección en la muestra, explicado precisamente por la forma de contacto. Esta suponía un interés o motivación especial por parte de la persona contactada para:

Abrir el correo de la UV donde se incluye el *newsletter* que contiene, entre otras cosas, la invitación a participar en la encuesta.

1. Hacer clic sobre la noticia del *newsletter* que invita a participar en la encuesta “Participación en la programación del Servei de Cultura Universitària”.
2. Acceder a la aplicación donde está alojada la encuesta.
3. Responder la encuesta al menos hasta la pregunta número 22.

Además de este sesgo de autoselección, la muestra recogida en esta primera oleada de encuestas no representaba correctamente la composición del universo respecto de las variables: grupos UV; área de estudios/trabajo; y sexo en el grupo de estudiantes. Para corregir la representación por área de estudios y sexo en el colectivo de estudiantes, se aplicó la encuesta de forma presencial en determinados campus, seleccionando a los sujetos por conveniencia. La muestra obtenida con

esta encuesta fue denominada PIE.CAMPUS y se obtuvo con el apoyo de una empresa externa a la UV.

Paralelamente, con el objetivo de aumentar la proporción de los colectivos PAS y PDI, PI o PIF, se realizó una tercera encuesta llamada PAS. PDI. Esta se envió a una base de datos con correos electrónicos @uv.es de distintos departamentos de la Universitat, construida mediante técnicas de *scraping* gracias a la ayuda de dos estudiantes en prácticas adscritos a Econcult. En términos generales, se utilizó el mismo cuestionario que para los estudiantes, salvo que, aprovechando el contacto directo con los colectivos PAS y PDI, se añadió una pregunta para conocer su gasto en bienes y servicios culturales.

Tras las operaciones de postestratificación y la aplicación de técnicas de control orientadas a respetar las proporciones de las variables de composición de la comunidad universitaria, se obtuvieron tres muestras de datos válidas y representativas. Estos conjuntos de datos ofrecen información fiable sobre la comunidad universitaria en su conjunto, así como sobre los colectivos específicos de estudiantes, personal docente y personal de administración.

Para el procesamiento de los datos se empleó la plataforma de análisis de datos Tableau Public, una herramienta digital que permite integrar múltiples fuentes de información, favoreciendo la fluidez del proceso y facilitando la explotación paralela e integrada de las tres muestras del estudio. Al estar estructuradas en torno a un mismo conjunto de preguntas, se potencia la comparabilidad y la profundidad del análisis. De hecho, trabajar en un único entorno proporcionó una solución funcional y adaptada a las necesidades de un equipo técnico reducido.

El desarrollo de esta etapa del proyecto contó con el apoyo de una empresa externa a la UV especializada en diseño y visualización de datos. Esta colaboración fue clave tanto para la exportación de bases de datos normalizadas, adaptándolas a los requerimientos técnicos de Tableau Public, como para el posterior diseño de gráficos y visualizaciones.

De forma paralela, para el análisis de las respuestas abiertas del último bloque de la encuesta, se aplicó una estrategia de codificación cualitativa que permitió organizar los comentarios en ocho categorías temáticas. Estas categorías fueron: difusión, contenidos, desconocimiento, satisfacción, barreras, descentralización, sugerencias generales y experiencias singulares. Este enfoque facilitó agrupar las ideas y sugerencias de las personas que respondieron la encuesta, permitiendo una interpretación sistemática y estructurada de la información recopilada.

La confirmación de unos resultados esperados

Los resultados de la encuesta sobre la participación en la programación cultural del Servei de Cultura Universitària de la Universitat de València ponen de manifiesto varios aspectos fundamentales sobre el complejo vínculo entre la comunidad universitaria y la oferta cultural institucional.

Primero, se confirma que existe una desconexión entre la oferta cultural y el público al que está dirigida. Esta discrepancia se evidencia al comparar la frecuencia de participación declarada en las actividades organizadas por el Servei de Cultura con la de aquellas externas a la Universitat de València. La participación en eventos ajenos a la universidad es cinco veces mayor, lo que indica que las propuestas externas

resultan más atractivas o accesibles para el público que las ofrecidas por la propia institución. A pesar de la baja participación y el desinterés en la programación cultural que surge desde la UV, quienes sí asisten a las actividades muestran un alto grado de satisfacción y una notable disposición a recomendar la oferta cultural, con mejoras perceptibles respecto a años anteriores.

Entre las barreras identificadas, la dificultad de conciliación por falta de tiempo es la principal, seguida de la falta de información, especialmente entre el grupo de estudiantes. Aun siendo el *newsletter* institucional el principal canal de información, los resultados invitan a revisar la eficacia de los recursos y métodos invertidos en los procesos de comunicación presencial y virtual de la UV. La hipótesis de que la baja participación se debía a que las actividades eran organizadas por la propia universidad fue descartada dando paso a la desinformación.

En cuanto a la programación, la comunidad universitaria muestra preferencia por los talleres de carácter práctico o formativo, algo natural en un espacio académico como la Universitat. Por otra parte, aunque las exposiciones representan una parte significativa del presupuesto del Vicerrectorado, de los esfuerzos comunicativos y cantidad de recursos humanos destinados, no figuran entre las opciones preferidas del estudiantado. Además de los talleres prácticos o formativos, entre sus principales preferencias se encuentran los conciertos de música actual y el cine.

La ubicación de las actividades culturales también representa una barrera a su acceso: la mayoría del estudiantado prefiere actividades en su propio campus, pero la mayor parte de la programación se concentra en el Centre Cultural La Nau, el edificio histórico de la UV, localizado en el centro histórico de València, un tanto alejado de los cuatro

campus que son los espacios habituales de estudio o trabajo de gran parte de la comunidad universitaria. Además, el lugar de residencia durante el curso académico también contribuye a la dispersión geográfica del público objetivo: solo la mitad declara vivir siempre en València —sin trasladarse los fines de semana o en vacaciones a sus pueblos o ciudades de origen— y tan solo el 2,1% indica como código postal de residencia los tres más cercanos al Centro Cultural La Nau.⁴⁵

Un hallazgo inesperado fue que la participación en la programación cultural no resulta significativamente mayor entre quienes estudian o trabajan en áreas tradicionalmente vinculadas a la cultura, como Artes y Humanidades o Ciencias Sociales, en comparación con quienes pertenecen a campos menos afines, como Ciencias de la Salud o Ciencias Experimentales. Tampoco se hallaron diferencias significativas al filtrar los resultados por condición de sexo.

El desconocimiento de iniciativas creadas específicamente para promover la participación de la comunidad universitaria en la programación cultural es generalizado entre todos los grupos encuestados, pero resulta especialmente alto entre el de estudiantes. Aunque podría interpretarse como falta de interés, es discutible, ya que uno de cada cuatro estudiantes declara realizar prácticas culturales de forma activa, como tocar un instrumento, escribir, pintar o fotografiar.

En cuanto al gasto cultural general de las personas encuestadas, la compra de libros físicos predomina tanto entre el personal administrativo como entre el docente, aunque este último colectivo invierte

45 El Centre Cultural La Nau está ubicado en el código postal 46003 y la cifra indicada de 2,1% corresponde a la suma de los que declaran vivir en los códigos postales 46001, 46002 y 46003.

casi el doble que el primero en este concepto. Sin embargo, el personal administrativo destina una mayor proporción de su gasto a la asistencia a espectáculos en vivo.

En cuanto a los resultados obtenidos en las respuestas abiertas de sugerencias del último bloque, la categoría de “difusión de las actividades” (56,8%) fue la más mencionada, reflejando la preocupación por las dificultades para acceder a la información y la necesidad de mejorar la comunicación sobre la oferta cultural. La categoría “contenidos” (25,3%) ocupó el segundo lugar, con propuestas para diversificar formatos, disciplinas y horarios. Por su parte, “desconocimiento” (6,7%) agrupó comentarios sobre la falta de información respecto a iniciativas ya existentes; “satisfacción” (6,4%) recogió valoraciones positivas hacia la programación, mientras que las “barreras” (6,3%) y la “descentralización” (6,2%) pusieron de manifiesto obstáculos para la participación y la demanda de actividades en distintos campus. Finalmente, las “sugerencias generales” (2,5%) y las “experiencias singulares” (0,7%) aportaron matices adicionales sobre las expectativas y vivencias de la comunidad universitaria respecto a la gestión cultural institucional.

Por último, a partir de las respuestas de personas que declaran asistir a las actividades programadas por el Servei de Cultura “muy frecuentemente” o “frecuentemente” se construye un perfil tipo del participante. En general, se trata de personas informadas a través del *newsletter* o la web de la UV, satisfechas con la oferta y con alta probabilidad de recomendarla, aunque con preferencias diferenciadas en cuanto a formatos y espacios de participación. Estos resultados subrayan la necesidad de estrategias de diversificación y descentralización de las actividades culturales, repensar los canales de participación de los usuarios y

usuarias, reorientar las estrategias de comunicación, los formatos de actividad y la localización y espacios de la oferta cultural, con el objeto de potenciar la implicación de toda la comunidad universitaria y adaptar las formas de planificación y gestión cultural a los retos actuales y globales de este tipo de políticas.

Conclusiones

Dado que el eje central de este artículo son los desafíos metodológicos afrontados durante el proceso de diseño, aplicación y análisis del estudio, las conclusiones expuestas se centran en este aspecto y no en los resultados y conclusiones específicos del estudio que, en todo caso, se encuentran disponibles en la web del Observatori Cultural de la UV.

Como se ha señalado, entre las funciones principales del Observatori Cultural de la Universitat de València destacan tanto el análisis de la propia programación cultural como la evaluación de la participación de los públicos en ella. En este caso, la encuesta se centró en el segundo aspecto, pero su diseño y análisis están íntima, estrecha y profundamente articulados con el primero, ya que los datos sobre la programación sirven de referencia fundamental para interpretar los resultados sobre participación.

Esta integración termina siendo el hilo conductor para cada una de las etapas de desarrollo de este estudio. Ella permite contrastar las percepciones, hábitos y barreras identificadas en la comunidad universitaria con las características objetivas de la oferta cultural impulsada por el Servei. Así, el análisis de la encuesta aportó información detallada sobre la frecuencia de asistencia, el grado de conocimiento, las causas de la baja participación y las preferencias en formatos y espacios

a desarrollar. Estos resultados se cruzaron e integraron con las diversas estadísticas institucionales ya existentes, como el número total de actividades y asistentes anuales, y la distribución de actividades por campus.

El enfoque articulado confirmó los indicios que habían emergido en los estudios de 2011, 2012-2013 y 2019-2020. Esta desalineación entre las preferencias del público y la oferta real, tanto en formatos como en espacios, emerge ahora claramente gracias a la integración sistemática de ambos tipos de datos y constituye un punto esencial para la mejora de la gestión cultural universitaria.

Aunque este estudio se diseñó para recoger información que permitiera analizar diversos aspectos de la participación de la comunidad universitaria en la programación ofrecida por el Servei de Cultura UV, la naturaleza diversa de la programación en términos de disciplinas artísticas o formatos, y la heterogénea composición de los públicos a los que va dirigida, sugiere la necesidad de proyectos de mayor alcance para construir indicadores que capturen de forma profunda las dinámicas de participación en un contexto tan variado y diverso como el que define la vida universitaria.

Si bien las limitaciones metodológicas vinculadas a la representatividad y al sesgo de autoselección en las muestras debieron ser tenidas en cuenta al interpretar los resultados, la consistencia de varios hallazgos clave —el desconocimiento, la barrera de tiempo, el desajuste espacial/formato, la baja visibilidad de programas de fomento— a través de diferentes análisis y colectivos sugiere que reflejarían tendencias reales que impactan en la gestión cultural de la UV.

No obstante, es posible reconocer que las principales barreras a la participación cultural suelen estar asociadas a la falta de tiempo y al desinterés (Ministerio de Cultura y Deporte, 2022 y 2023). Este desinterés está estrechamente vinculado a las competencias culturales propuestas por la Comisión Europea, entendidas como el conjunto integrado de conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para una interacción significativa y crítica con la cultura (Morales Sánchez, 2011). En este sentido, la universidad puede jugar un papel fundamental en el desarrollo de estas competencias facilitando así una participación cultural más profunda y capaz de trascender a la mera promoción de actividades artísticas.

La ausencia de diferencias significativas en la participación cultural entre colectivos de distintas áreas de estudio o trabajo supone un desafío para nuestra universidad, reclamando diseñar estrategias de implicación y comunicación basadas en factores alternativos al del perfil académico (González Rueda y Ariño Villarroya, 2020). Este hallazgo obliga a repensar la segmentación de públicos y a buscar enfoques más transversales para fomentar de manera efectiva la mixtura participativa en la heterogénea comunidad universitaria.

Al ser la primera vez que se incluían en un estudio de este tipo datos desagregados para todos los colectivos de la UV, los hallazgos ofrecen una visión integral y panorámica evidentemente enriquecedora para la acción cultural de la Universitat. De igual forma, al sumar un formato de presentación virtual de resultados interactivo a los formatos típicos de presentación de resultados de este tipo de estudios, como el tradicional informe final o resumen ejecutivo, se maximiza su impacto potencial en términos de evaluación. En definitiva, el estudio establece

una base sólida para la toma de decisiones desde la perspectiva de la gestión cultural de la Universitat de València, y la metodología empleada facilita la comprensión de la compleja relación entre la oferta, las características del público, las barreras a la participación y los niveles de implicación detectados.

Bibliografía

- Abeledo Sanchis, R. (2010). *Nuevas políticas culturales. Estrategias para el desarrollo local*. Barcelona: Editorial UOC.
- Abeledo Sanchis, R. (2014) *Políticas culturales para el desarrollo local: debates y propuestas*. València: Universitat de València.
- Abeledo Sanchis, R. (2017). *Cultura, sostenibilidad y territorio*. València: Universitat de València.
- Abeledo Sanchis, R. (2020). *La cultura como factor de innovación social*. València: Universitat de València.
- Abeledo Sanchis, R. (Ed.) y Jadue Boeri, M. (Coord.) (2025). *Observatori Cultural de la Universitat de València: Reflexiones, experiencias y prácticas sobre la gestión cultural contemporánea*. València: Publicacions de la Universitat de València. DOI: <https://doi.org/10.7203/PUV-OA-747-8>
- Barbieri, N. (2020). Es la desigualdad, también en cultura. En espacio “Pensamiento” del programa Cultura y Ciudadanía. Ministerio de Cultura y Deporte de España. Disponible en: <https://www.cultura.gob.es/dam/jcr:3419299b-4183-4a2c-9eea-433393379d9e/nicolas-barbieri.pdf>
- Brook, O., O'Brien, D. y Taylor, M. (2020). *Culture Is Bad for You: Inequality in the Cultural and Creative Industries*. Manchester: Manchester University Press.
- García Canclini, N. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Gedisa.

- González Rueda, A. y Ariño Villarroya, A. (2020). La dimensión cultural de la universidad española. Estado de la cuestión. *Debats: Revista de Cultura, Poder y Sociedad*, 134(1), 217-232. DOI: <https://doi.org/10.28939/iam.debats.134-1.13>
- Jadue Boeri, M. (2020). Te estamos observando... En R. Abeledo Sanchis (Ed.) y M. Jadue Boeri (Coord.), *Observatori Cultural de la Universitat de València: Reflexiones, experiencias y prácticas sobre la gestión cultural contemporánea* (pp. 23-32). Publicacions de la Universitat de València. DOI: <https://doi.org/10.7203/PUV-OA-747-8>
- Keeble, C., Law, G., Barber, S. y Baxter, P. (2015). Choosing a Method to Reduce Selection Bias: A Tool for Researchers. *Open Journal of Epidemiology*, 5, 155-162. DOI: <http://dx.doi.org/10.4236/ojepi.2015.53020>
- Liberia Vayá, I. (2022). Observatori cultural de la Universitat de València: Notas sobre la primera etapa. En En R. Abeledo Sanchis (Ed.) y I. Liberia Vayá (Coord.), *Observatori Cultural de la Universitat de València: Alguns debats necessaris* (pp. 29-48). Publicacions de la Universitat de València.
- Ministerio de Cultura y Deporte de España (2022). *Estadística 2022. Anuario de estadísticas culturales 2021-2022. Síntesis de indicadores estadísticos culturales*. Madrid: División de Estadística y Estudios, Secretaría General Técnica.
- Ministerio de Cultura y Deporte de España (2023). *Síntesis de indicadores estadísticos culturales 2023*. Madrid.
- Ministerio de Cultura y Deporte de España (2025). Plan de Derechos Culturales. Madrid. Disponible en: <https://planderechosculturales.cultura.gob.es/consulta-el-plan/descarga-el-plan.html>
- Morales Sánchez, M. I. (Ed.) (2011). *Competencias culturales de los universitarios: dossier de trabajo*. Cádiz: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.
- Observatori Cultural de la Universitat de València (2020). Enquesta d'usos, hàbits i demandes culturals de l'estudiantat de la Universitat de València.

- València: Observatori Cultural de la Universitat de València. Disponible en: https://www.uv.es/observacult/NovaWeb/memorias_e_informes/InformEncuesta.pdf
- Rausell Köster, P., Arastey, V., Marzal Raga, R. y Sorribes, J. (2011). *La política cultural de la Universitat de València, València, Econcult para el Vicerectorat de Cultura, Igualtat i Planificació*. València: Universitat de València.
- Universitat de València (2013). Estatutos de la Universitat de València. Aprobados por Decreto 128/2004, de 30 de julio, del Consell de la Generalitat (DOGV, 3 de agosto de 2004) y modificados por Decreto 45/2013, de 28 de marzo (DOCV, 2 de abril de 2013).
- Universitat de València (2013). Encuesta de usos, hábitos y demandas culturales del estudiantado de la Universitat de València 2012-2013. València: Vicerrectorado de Cultura, Planificación e Igualdad. Disponible en: https://www.uv.es/observacult/NovaWeb/memorias_e_informes/InformEncuesta2013.pdf
- Universitat de València (2021). Encuesta de usos, hábitos y demandas culturales del estudiantado de la Universitat de València 2020-2021. València: Observatori Cultural de la Universitat de València para el Vicerrectorado de Cultura y Sociedad.
- Universitat de València. Plan Estratégico UV 2023-2026. Disponible en: <https://www.uv.es/plan-estrategico-uv/es/objetivos-lineas-actuacion/vicerrectorado-cultura-sociedad.html>
- Universitat de València. Servei de Cultura Universitària. Carta de servicios. Disponible en: <https://www.uv.es/uvweb/cultura/es/servicio-cultura-universitaria/carta-servicios-1285878609055.html>

María Cecilia Báez | Pablo Cardoso (Coords.)

OBSERVATORIOS CULTURALES EN AMEROIBÉRICA

¿QUÉ HACEN LOS OBSERVATORIOS CULTURALES?

TOMO 1



¿Qué hacen los observatorios culturales?

En las últimas décadas, los observatorios culturales se volvieron piezas estratégicas del ecosistema cultural ameroibérico: producen, sistematizan y difunden conocimiento allí donde los sistemas de información oficiales son frágiles, discontinuos o directamente están paralizados. Este primer tomo reúne once experiencias de Brasil, Uruguay, Ecuador, Chile, Argentina, Colombia, México, Perú y España, narradas por gestores de estas unidades de investigación.

Organizado en dos secciones —una dedicada a los posicionamientos teóricos, los abordajes metodológicos y los desafíos de la incidencia; otra a las nuevas metodologías e intersecciones disciplinares—, el volumen propone una tipología de observatorios (universitarios, gubernamentales y del tercer sector) y sigue el hilo de sus tensiones: financiamiento, autonomía crítica, acceso a bases de datos públicas, supervivencia frente a los vaivenes políticos.

De las experiencias de observatorios con décadas de trayectoria a los proyectos que hoy buscan hackear las cajas negras del big data cultural, el recorrido funciona también como ejercicio de memoria: la cartografía de un campo que, tras Mondiacult 2025, discute su lugar en tiempos de polarización y de retorno de prácticas autoritarias.

OBSERVATORIOS CULTURALES EN AMEROIBÉRICA ¿QUÉ HACEN LOS OBSERVATORIOS CULTURALES?

MARÍA CECILIA BÁEZ
PABLO CARDOSO
COORDINADORES

.UBAECONÓMICAS

 Observatorio
CULTURAL

 rgc

Báez, María Cecilia

Observatorios culturales en ameroibérica. ¿Qué hacen los observatorios culturales? / María Cecilia Báez ; Pablo Cardoso ; Compilación de María Cecilia Báez ; Pablo Cardoso. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : RGC Libros, 2026.

Libro digital, PDF - (Cuadernos de investigación ; 11)

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-631-6776-21-1

1. Estudios Culturales. I. Cardoso, Pablo II. Báez, María Cecilia, comp. III. Cardoso, Pablo, comp. IV. Título.

CDD 306

DOL: 10.64890/7

Equipo RGC:

Nicolás Sticotti,

Emiliano Fuentes Firmani y

Leandro Vovchuk

Diseño de interior y tapa: Ana Uranga B. | melasa diseño

Corrección: Sebastián Spano

1° edición, 2026

www.rgcediciones.com.ar

© 2026 RGC - Redes de Gestión Cultural

Todos los derechos libres de ser compartidos.



Índice

INTRODUCCIÓN.....	7
-------------------	---

María Cecilia Báez y Pablo Cardoso

POSICIONAMIENTOS TEÓRICOS, ABORDAJES METODOLÓGICOS Y DESAFÍOS PARA LA INCIDENCIA

OPCULT y los observatorios culturales en Brasil: entre políticas, instituciones y permanencia	41
--	-----------

Maria de Fátima Rodrigues Makiuchi y Daniela Favaro Garrossini

Observatorio Universitario de Políticas Culturales de Uruguay: un recorrido en más de dos décadas.....	64
---	-----------

Susana Dominzain y Luisina Castelli Rodríguez

El Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura de la Universidad de las Artes: producir conocimiento, tejer redes e incidir en las políticas culturales desde Ecuador hacia América Latina	95
--	-----------

Pablo Cardoso

Observatorio de la Fundación Itaú: una mirada estratégica a la transformación social.....	139
--	------------

Carla Chiamareli, Esmeralda Correa Macana,

Alan Pessoa Valadares y Bruno Truzzi

El Observatorio de Políticas Culturales de Chile: historia, informes anuales y aportes a las políticas culturales	171
--	------------

Felipe Villagrán Herrera, Bárbara Negrón Marambio y

Marcela Valdovinos Suazo

Observatorio Cultural de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires: mapeo y análisis de la gestión cultural en el ámbito universitario público de Argentina.....	191
María Cecilia Báez	

Nuevas metodologías, intersecciones disciplinares y abordajes de los observatorios culturales: observar, informar y producir

El Observatorio del Conocimiento Cultural de Bogotá: metodología, trayectoria y casos de incidencia.....	220
Andrea del Pilar García, Mauricio Ojeda Pepinosa, Gisela Castrillón Moreno y Diego Maldonado Castellanos	

Observatorio de Políticas Culturales de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México: de las tensiones a las movilizaciones.....	256
Laura Elena Román García	

¿Qué observamos cuando observamos cultura? Notas desde Nodos Culturales y la observación como práctica situada	283
Natalia Elías Pineda	

Economías populares para la vida. El caso del Observatorio de las Economías en las Culturas, las Artes y los Saberes.....	322
Laura Cifuentes, Thalía Mejía, Elisa Ardilla y María Catalina García	

La evaluación de la participación cultural universitaria: desafíos metodológicos a partir de la experiencia del Observatori Cultural de la Universitat de València.....	353
Marcia Jadue Boeri y Raúl Abeledo Sanchis	

Biografía de autores	377
-----------------------------------	------------

Observatorios que participaron de este proyecto	387
--	------------

OBSERVATORIOS CULTURALES EN AMEROIBÉRICA

Observar los fenómenos culturales y sus políticas en nuestros territorios no es un acto neutral. Sobre esa premisa se levanta el proyecto Observatorios culturales en Ameroibérica, una obra en dos tomos que reúne las voces de quienes producen conocimiento sobre la cultura en América Latina y España: directoras, investigadores y equipos de más de veinte observatorios universitarios, gubernamentales y de la sociedad civil.

De Bogotá a Valencia, de México a Buenos Aires, estas experiencias comparten un mismo problema y respuestas muy distintas: cómo generar información rigurosa e incidir sobre las políticas, los derechos, los trabajos y los consumos culturales en un campo marcado por la fragmentación de los datos, la discontinuidad institucional y la desigualdad estructural.

El primer tomo, "¿Qué hacen los observatorios culturales?" coordinado por María Cecilia Báez y Pablo Cardoso, reconstruye trayectorias, metodologías y capacidades de incidencia. El segundo tomo, "Miradas locales y regionales: patrimonios, ciudadanías y artes" coordinado por Laura Elena Román García y María de Lourdes Becerra Zavala, desciende a lo local y lo regional para discutir cómo se construyen los indicadores con los que se mide -y se distorsiona- la vida cultural.

Un proyecto que invita a revisar no sólo cómo observamos la cultura, sino también qué hacemos visible -y qué dejamos fuera- cuando la observamos.



www.rgcediciones.com.ar