
Participación y diversidad funcional en el contexto de los centros culturales

Participation and Functional Diversity in the Context of Cultural Centers

Este artículo estudia la participación cultural de personas con discapacidad en centros culturales, un área poco explorada en la literatura. La revisión teórica realizada identifica tres enfoques clave: barreras y facilitadores, factores determinantes y la experiencia de consumo cultural. Las barreras actitudinales y físicas emergen como los principales obstáculos, mientras que el modelo social de discapacidad impulsa estrategias inclusivas. En este contexto, se desarrolla una investigación empírica, basada en encuesta electrónica a asistentes de un centro cultural, para examinar hábitos, motivos, experiencia y satisfacción de la visita, diferenciando entre personas con y sin discapacidad. Tras aplicar técnicas de análisis univariantes y multivariantes, los resultados revelan que el aprendizaje, el sentimiento de unicidad y la activación sensorial son aspectos centrales de la experiencia, con variaciones según el tipo de discapacidad. Además, se identificaron perfiles de asistentes que sugieren la necesidad de estrategias específicas para mejorar la inclusión.

Artikulu honek desgaitasuna duten pertsonen kultur etxeetan duten parte-hartze kulturala aztertzen du, literaturan gutxi aztertu den arloa. Egindako berrikuspen teorikoak funtsezko hiru ikuspegi identifikatzen ditu: oztopoak eta bideratzaileak, faktore erabakigarriak eta kultura-kontsumoaren esperientzia. Jarrerazko oztopoak eta oztopo fisikoak dira oztopo nagusiak; desgaitasunaren gizarte-ereduak, berriz, estrategia inklusiboak bultzatzen ditu. Testuinguru horretan, ikerketa enpiriko bat garatzen da, kultura-zentro bateko parte-hartzaileei egindako inkesta elektronikoa oinarritua, bisitaren ohiturak, arrazoiak, esperientzia eta gogobetetzea aztertzeko, desgaitasunen bat duten eta ez duten pertsonak bereizita. Aldagai bakarreko eta aldagai anitzeko analisi-teknikak aplikatu ondoren, emaitzek adierazten dute ikaskuntza, bakartasun-sentimendua eta zentzumenen aktibazioa esperientziaren alderdi nagusiak direla, eta aldaketak daudela desgaitasun motaren arabera. Gainera, inklusioa hobetzeko estrategia espezifikoen beharra iradokitzen duten parte-hartzaileen profilak identifikatu ziren.

This article examines the cultural participation of people with disabilities in cultural centers, addressing a rarely explored area in the literature. The theoretical review identifies three key approaches: barriers and facilitators, determining factors, and the experience of cultural consumption. Attitudinal and physical barriers emerge as the main obstacles, while the social model of disability drives inclusive strategies. In this context, an empirical investigation was conducted, based on an electronic survey of attendees at a cultural center, to analyze habits, motivations, experiences, and visit satisfaction, differentiating between individuals with and without disabilities. After applying univariate and multivariate techniques, results reveal that learning, a sense of uniqueness, and sensory activation are central aspects of the experience, with variations depending on the type of disability. Additionally, different attendee profiles were identified, suggesting the need for specific strategies to enhance inclusion.

Manuel Cuadrado-García

Universitat de València

María Luisa Palma-Martos

Universidad de Sevilla

Juan D. Montoro-Pons

Universitat de València

Índice

1. Introducción
2. Participación cultural y discapacidad
3. Investigación empírica
4. Resultados
5. Conclusiones

Referencias bibliográficas

Palabras clave: participación cultural, consumo, experiencia, discapacidad, centros culturales

Keywords: cultural participation, consumption, experience, disability, cultural centers.

Nº de clasificación JEL: L82, M31, Z11

DOI: <https://doi.org/10.69810/ekz.1503>

Fecha de entrada: 02/12/2024

Fecha de aceptación: 13/02/2025

1. INTRODUCCIÓN

El estudio de la participación cultural de personas con discapacidad resulta relativamente reciente ya que hasta los años 90 se ignoró la relevancia de la inclusión de este colectivo. Hasta ese momento, predominaba el desarrollo de políticas de discapacidad dirigidas al bienestar y el empleo (Hästbacka *et al.*, 2016; Leahy y Ferry, 2022a). Sin embargo, años más tarde la cultura comienza a considerarse esencial para evitar la marginalización de las personas con diversidad funcional y facilitar su

Agradecimientos: Este trabajo es fruto de un proyecto de investigación realizado a partir de la colaboración entre la Universitat de València y el Centre del Carme Cultura Contemporània (CCCC) de Valencia, bajo la dirección de José Luis Pérez Pont (contrato de colaboración Ref: OTR2023-23558SERVI). Un agitador cultural, este último, que disfruta haciendo accesible el arte y la diversidad. Como disfrutaba nuestra compañera Vicky Ateca, como investigadora y consumidora, antes de marcharse de manera repentina. En nuestra última conversación hablamos sobre la importancia de la música para vivir... así como de los boquerones al limón. Te seguimos echando de menos.

participación en la vida social (Tatic, 2015; Council of Europe, 2017). Esto supone un cambio de paradigma en el enfoque sobre discapacidad, pasando de estar centrado en la persona y sus características de enfermedad (Kanter, 2015), a contemplarla como una experiencia construida socialmente (Broderick, 2015; Broderic y Ferri, 2019).

A partir de aquí, empieza a desarrollarse la investigación sobre participación cultural de personas con discapacidad (física, mental o intelectual). Sin embargo, esta, aunque creciente, es todavía escasa (Mesquita y Carneiro, 2016). Una de las principales razones es la falta de datos (Leahy y Ferri, 2022b; European Parliament, 2018) ante la escasa existencia de informes hasta hace una década (Byrne *et al.*, 2014). En los publicados posteriormente a nivel europeo (Department for Culture, Media and Sports, 2016, ISTAT, 2019; National Education Centre Slovak Republic, 2020, entre otros) se refleja una menor tasa de participación tanto por la audiencia como por la creación, siendo una de las principales causas la presencia de barreras.

En este contexto, la *Encuesta de discapacidad, autonomía personal y situación de dependencia dirigida a hogares* (INE, 2020) refleja, con datos actualizados al año 2022, la existencia de 4.383.900 personas con alguna discapacidad o limitación entre la población española, lo que supone un 8,95% de la misma. Una circunstancia algo superior para las mujeres (58,63%) que para los hombres (41,36%). En concreto, el estudio refleja que las relaciones de ocio y tiempo libre de este grupo social son reducidas. Si bien ver televisión lo realizan 3.087.500 personas, un 70,42% del total de las personas discapacitadas y de nuevo más mujeres que hombres, otras actividades vinculadas con el ocio y la cultura son mucho más minoritarias. Así, escuchar música es una actividad que efectúa un 20,52%, mientras que asistir a eventos tanto culturales como deportivos solo alcanza un 1,54%, es decir, 6.780 personas. Además, un 2,6 % de las personas con discapacidad señalan no hacer nada en relación a actividades de ocio y tiempo libre por esta causa. Situación que podría venir tanto por una condición limitante como por una autopercepción excluyente ante la existencia de numerosas barreras, tanto personales como físicas, que dificultan el consumo de actividades de naturaleza cultural y creativa por parte de este colectivo. Estudiar la experiencia de consumo en el contexto de las artes y la cultura por parte de quienes sí las realizan, a pesar de tener mermados algunos de sus sentidos, resulta relevante, y más ante la inexistencia de investigaciones al respecto.

Así, y con el objetivo de cubrir dicho hueco en la literatura, llevamos a cabo este estudio para analizar la experiencia de consumo de personas con discapacidad en el contexto cultural. Para ello, y tras la pertinente revisión de la literatura, se ha llevado a cabo una investigación empírica de naturaleza cuantitativa entre los asistentes a un centro cultural. El análisis estadístico desarrollado con la información recabada presenta diferencias entre las personas con y sin discapacidad para diferentes variables.

2. PARTICIPACIÓN CULTURAL Y DISCAPACIDAD

Los estudios que abordan la participación o consumo cultural de personas con discapacidad pueden agruparse en tres líneas de trabajo. La primera de ellas se centra en analizar tanto las barreras como los facilitadores de la participación cultural en personas con discapacidad, es decir, en los factores que impiden o favorecen su inclusión social (Leahy y Ferry, 2022b). En concreto, se persigue conocer los motivos de la no participación mediante el análisis de las principales barreras en diferentes actividades o sectores culturales, normalmente comunes a todos ellos (Rix *et al.*, 2010), como son las barreras legales, de financiación, accesibilidad (Leahy y Ferri, 2022a, 2023; Cerdán-Chiscano y Jiménez-Zarco, 2021) o actitudinales (Ludwig, 2012). Entre las de accesibilidad, destacan las barreras físicas (Argyroupulos y Kanari, 2015) y la dificultad de acceso a contenidos (Leahy y Ferri, 2022b, Constantinou *et al.*, 2016), proponiéndose medidas para su eliminación, entre las que sobresale la tecnología (Weisen, 2012), a través de un enfoque integral (Cho y Jolley, 2016, Eardley *et al.*, 2016). Las barreras de naturaleza actitudinal son consideradas las más relevantes, pues conlleva que este colectivo se perciba como un grupo estigmatizado o segregado dificultando la asistencia (Renel, 2019), si bien la situación ha ido mejorando en algunos contextos (Leahy y Ferri, 2023). La propuesta de erradicación de tales barreras se basa principalmente en el modelo de discapacidad social (Beudaert *et al.*, 2024), si bien el mismo presenta ciertas críticas por su radicalidad y por negar la experiencia subjetiva de la discapacidad, por lo que estos autores abogan por nuevas perspectivas en la conceptualización y representación de la discapacidad en la investigación del consumidor.

Un segundo enfoque se centra en analizar los factores determinantes de la participación cultural de personas con discapacidad, si bien ha sido escasamente desarrollado frente a otros estudios que analizan otras cuestiones vinculadas a la diversidad como la raza (e.g. Borgonovi, 2004) o la orientación sexual (Lewis y Seaman, 2004; Cuadrado-García y Montoro-Pons, 2022; Palma-Martos *et al.*, 2023). En este contexto, Heredia-Carroza *et al.*, (2024) abordan los factores determinantes de la asistencia a museos de personas con discapacidad, concluyendo que el acceso a la cultura no afecta por igual a todas, al ser menor en personas con discapacidad intelectual. Con todo, los autores señalan que los factores que favorecen o limitan la participación en cultura, tal y como recoge la literatura, son compartidos por quienes presentan discapacidad y por quienes no. En el caso de personas con discapacidad el estatus socioeconómico es un factor que condiciona más la participación ante el mayor coste de vida al que se enfrentan estas personas (Akyurek y Bumin, 2017) y el capital social tenga un mayor peso para ellas, al participar en grupo o en asociaciones (Evans *et al.*, 2017; Yoon *et al.*, 2021).

Un tercer grupo de estudios sobre participación cultural y discapacidad gira en torno a la figura del consumidor. Al respecto, algún trabajo ha abordado el perfil o la percepción de las personas con discapacidad, pudiendo constituir un consumidor

pasivo (visto en términos de sus necesidades), frente a uno activo (mostrando sus competencias), tal y como señala Dubost (2018). Otro tema de análisis lo constituye la experiencia del consumidor, en la que el marketing experiencial ha desempeñado un papel prominente (Colbert, 2023). En el caso del consumidor con discapacidad, la mayor parte de la literatura sobre experiencia se ha centrado en el campo del turismo y el transporte (Darcy *et al.*, 2010; Darcy y Dickson, 2009; Devile y Kastenholtz, 2018; Darcy *et al.*, 2020; Poria *et al.*, 2010). En el caso concreto del turismo cultural, han sido los museos los pioneros en considerar a las personas con discapacidad mediante un enfoque inclusivo que busca identificar las barreras que impiden ofrecer experiencias satisfactorias. En este sentido, el enfoque centrado en el consumidor va más allá de ofrecer un producto que satisfaga sus deseos, sino en tener una experiencia única y memorable (Cerdán-Chiscano y Jiménez Zarco, 2021). Sin embargo, el desarrollo y medición del valor experiencial ha sido menor en el contexto artístico que en el ámbito del turismo (Gallarza *et al.*, 2023). En el caso de personas con discapacidad, Cuadrado-García *et al.* (2023) han analizado la experiencia de consumo multisensorial en el contexto de la música en vivo entre personas con y sin diversidad funcional, mostrando que quienes presentaban diversidad auditiva y/o visual disfrutaron de la experiencia de consumo en mayor medida.

3. INVESTIGACIÓN EMPÍRICA

3.1. Objetivos

Partiendo de la necesidad de profundizar en el estudio de la experiencia de consumo en el contexto cultural, y en concreto en el de los centros culturales, para personas con discapacidad, y, además, conocer su diferencia con quienes no la presentan, se llevó a cabo una investigación empírica de naturaleza cuantitativa y descriptiva. De manera concreta, se plantearon las siguientes necesidades de investigación en forma de cuestiones a investigar:

CI1: ¿Cuáles fueron los principales hábitos de asistencia del público visitante (actividades realizadas y frecuencia de asistencia)?

CI2: ¿Cuáles fueron los principales motivos de asistencia?

CI3: ¿Cómo valoraron la visita (experiencia)?

CI4: ¿Cuál fue el grado de satisfacción tras la visita?

CI5: ¿Existe algún segmento de asistentes con mayor número de personas con discapacidad?

3.2. Metodología

El estudio se desarrolló mediante encuesta autoadministrada, distribuida de forma electrónica, a la que se accedía por medio de un código QR. El cuestionario de

tipo estructurado contenía una batería de preguntas para responder a las cuestiones a investigar planteadas. Las preguntas de valoración como la experiencia, la satisfacción y la lealtad se plantearon con escalas estandarizadas adaptadas al contexto de estudio y con cinco categorías de respuesta (acuerdo-desacuerdo).

La muestra de participantes en el estudio se seleccionó a través de un método no probabilístico por cuotas (sexo y edad). El trabajo de campo, es decir, la recogida de información, realizada en dos oleadas, se llevó a cabo durante los meses de noviembre de 2022 y abril de 2023 en el *Centre del Carme Cultura Contemporània* (CCCC) de la ciudad de Valencia. Las personas participantes eran interceptadas a la salida de su visita al centro cultural, invitándolas a participar con el incentivo de ayudar a mejorar el centro y poder obtener un obsequio (totebag o libreta). Los cuestionarios válidos recogidos fueron 1.410, conformando este número el tamaño de la muestra. Estos se volcaron a una base de datos para el consiguiente análisis de la información. El mismo se realizó de manera univariante (frecuencias y medias) y multivariante (chi-cuadrado, ANOVA, análisis factorial, análisis cluster) utilizando el programa estadístico SPSS 28.0.

En cuanto al perfil sociodemográfico de la muestra (Tabla 1), del total de participantes en el estudio, el 55,5% fueron mujeres, el 40,8% hombres y el 1,8% se identificaron de género no binario. La media de edad fue de 36,06 años, siendo 18 la mínima y 81 la máxima. Por intervalos de edad: el grupo entre 18 y 30 años fue el mayoritario al suponer un 49,1% de la muestra; seguido por quienes se encuentran entre 46 y 65 años con un 24,6%; y cerca por quienes están en el intervalo entre 31 y 45 años al alcanzar un 21,7%. Por último, las personas mayores de 65 solo representaron un 4,5% del total.

Respecto a la orientación sexual, el 70,5% se declararon heterosexuales, un 7,7% homosexuales y un 10,1% bisexuales. Además, un 57,9% del total de participantes señalaron tener pareja, cifra que resulta diferente entre quienes tienen o no personas a su cargo, 37,3% y 20,6% respectivamente. Con todo, la mayor proporción en relación a la situación personal corresponde a quienes no tienen ni pareja ni personas a su cargo (38,6%).

En cuanto al nivel de estudios, la gran mayoría, un 70,4%, de la muestra, señalaron tener formación universitaria, alcanzando un 25,5% los estudios de bachiller o ciclos formativos. De igual modo, la ocupación mayoritaria fue el trabajo por cuenta ajena, un 30,5% de la muestra, seguida por quienes estudian (24,3%) y quienes señalaron trabajar y estudiar al mismo tiempo (14,8%). Cabe resaltar que las personas desempleadas y quienes desempeñan tareas domésticas supusieron un porcentaje menor, siendo respectivamente de un 8,2% y 4,8%.

Finalmente, un 7,1% de quienes participaron en el estudio manifestaron tener una discapacidad. En concreto, un 3,6% presentaban discapacidad visual, un 1,8%

discapacidad auditiva, y un 1,6% señalaron tener problemas de movilidad por discapacidad física.

Tabla 1. CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA DEL ESTUDIO

Género	%	Edad	Media
Mujer	55,5		36,06
Hombre	40,8	Edad	%
No binario	1,8	18-30	49,1
Prefiero no decirlo	2,0	31-45	21,7
Ocupación	%	46-65	24,6
Estudio	24,3	>65	4,5
Trabajo por cuenta propia	17,4		
Trabajo por cuenta ajena	30,5	Nivel de estudios	%
Trabajo y estudio	14,8	Primaria	1,4
Estoy en desempleo	8,2	Secundaria	3,7
Realizo tareas domésticas	4,8	Bachiller	15,2
Orientación sexual	%	Ciclos formativos	10,3
Heterosexual	70,5	Grado	34,5
Homosexual	7,7	Posgrado	34,9
Bisexual	10,9	Situación personal	%
Prefiero no decirlo	8,5	Sin pareja/Sin hijos	38,6
Otros	2,4	Sin pareja/Con hijos	3,5
Discapacidad	%	Con pareja/Sin hijos	37,3
Sí	7,1	Con pareja/Con hijos	20,6
No	92,9		
Número de observaciones 1.410			

Fuente: elaboración propia.

4. RESULTADOS

A continuación, se presentan los principales resultados alcanzados, los cuales hacen referencia y responden a todas y cada una de las cuestiones a investigar señaladas anteriormente.

4.1. Principales hábitos de asistencia (actividades realizadas y frecuencia de asistencia)

En relación al tipo de actividad artística que había realizado el público asistente en su visita al centro cultural, la opción mayoritaria fue visitar exposiciones, un 76,7% del total. En concreto, un 53,3% señaló haber visitado varias, y un 23,4% tan solo una exhibición. Asimismo, un 16,8% del público asistente combinó varias de las actividades ofertadas. El resto de opciones fueron más residuales, en relación con su menor oferta en la programación de la entidad (Tabla 2).

Tabla 2. ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA VISITA

	Total		Discapacidad		No discapacidad	
	N	%	n	%	n	%
Visita a una exposición	319	23,4	19	6,0	299	94,0
Visita a varias exposiciones	726	53,3	49	6,7	677	93,3
Asistencia a una charla	28	2,1	3	10,7	25	89,3
Asistencia a una obra de teatro	20	1,5	3	15,8	16	84,2
Asistencia a un concierto	19	1,4	3	16,7	15	83,3
Participación en un taller	6	0,4	0	0,0	6	100,0
Visita guiada	15	1,1	0	0,0	15	100,0
Varias de las anteriores	228	16,8	18	7,9	209	92,1
Total	1.361	96,5	95	7,0	1262	93,0

Chi-cuadrado Pearson (Sig.= 0,342)

Fuente: elaboración propia.

Analizada la muestra en su conjunto, y con la idea de identificar si las actividades realizadas estaban condicionadas o influidas por tener una discapacidad, se procedió a realizar los correspondientes análisis cruzados (chi-cuadrado). De esta forma, se comprobó que la variable discapacidad no influyó en las actividades realizadas durante la visita como señaló el estadístico (Sig.= 0,342).

En cuanto a la frecuencia de asistencia (Tabla 3), algo más de un tercio de la muestra (35,0%) señaló haber acudido por primera vez. Además, con similar proporción se situaban quienes acudían 2-3 veces al año (17,1%) a dicho espacio cultural, quienes lo hacían menos de una vez al año (17,2%), y las personas que asistían con una regularidad superior a cuatro veces al año (17,7%). Finalmente, señalar que la frecuencia de asistencia no está influida por la discapacidad, tal y como mostraron los correspondientes análisis de asociación (Sig.= 0,317).

Tabla 3. FRECUENCIA DE ASISTENCIA

		Total	Discapacidad		No discapacidad	
	N	%	n	%	n	%
Menos de una vez al año	242	17,2	12	5,0	230	95,0
Una vez al año	185	13,1	18	9,8	166	90,2
2-3 veces al año	241	17,1	18	7,5	222	92,5
4-6 veces al año	131	9,3	13	10,0	117	90,0
Más de seis veces al año	118	8,4	8	6,8	110	93,2
Es mi primera vez	493	35,0	31	6,3	461	93,7
Total	1.410	100,0	100	7,1	1306	92,9

Chi-cuadrado Pearson (Sig.= 0,317)

Fuente: elaboración propia.

4.2. Motivos de asistencia

Los principales motivos de asistencia fueron «Para disfrutar de obras de arte» (4,19 sobre 5 puntos), «Por enriquecimiento personal» (4,13), «Para compartir una experiencia» (4,00) y «Para relajarme» (3,92). Por el contrario, ir para «Relacionarse con otras personas» (3,17), «Ver a artistas determinados» (3,30) o «Reivindicar una causa social» (3,34) son los motivos que menos peso tuvieron a la hora de acudir a este espacio, si bien se situaron por encima del punto medio de la escala. El resto de motivos se encuentran entre ambas valoraciones, si bien aquellos relativos a conocer otras culturas, sentir emociones, saber más de un tema o ver una exposición recomendada recibieron valoraciones cercanas al cuatro (Tabla 4).

Tabla 4. MOTIVOS DE ASISTENCIA

	Discapa- cidad	N	Media	Mínimo	Máximo	Sig.
Para disfrutar de obras de arte	Sí	100	4,09	2	5	0,213
	No	1306	4,2	1	5	
	Total	1406	4,19	1	5	
Por enriquecimiento personal	Sí	100	4,00	1	5	0,127
	No	1306	4,14	1	5	
	Total	1406	4,13	1	5	
Para compartir una experiencia	Sí	100	3,92	1	5	0,313
	No	1306	4,01	1	5	
	Total	1406	4,00	1	5	

	Discapa- cidad	N	Media	Mínimo	Máximo	Sig.
Para relajarme	Sí	100	3,88	1	5	0,686
	No	1306	3,92	1	5	
	Total	1406	3,92	1	5	
Para descubrir otras culturas	Sí	100	3,82	1	5	0,831
	No	1306	3,84	1	5	
	Total	1406	3,84	1	5	
Para sentir emociones	Sí	100	3,52	1	5	0,02
	No	1306	3,82	1	5	
	Total	1406	3,80	1	5	
Para ver una exposición recomendada	Sí	100	3,69	1	5	0,373
	No	1306	3,78	1	5	
	Total	1406	3,78	1	5	
Para saber más de un tema	Sí	100	3,77	1	5	0,935
	No	1306	3,78	1	5	
	Total	1406	3,78	1	5	
Para ver una determinada exposición	Sí	100	3,76	1	5	0,528
	No	1306	3,69	1	5	
	Total	1406	3,69	1	5	
Para ver obras conocidas	Sí	100	3,43	1	5	0,688
	No	1306	3,47	1	5	
	Total	1406	3,47	1	5	
Para combatir el aburrimiento	Sí	100	3,43	1	5	0,947
	No	1306	3,44	1	5	
	Total	1406	3,44	1	5	
Para reivindicar una causa social	Sí	100	3,35	1	5	0,909
	No	1306	3,34	1	5	
	Total	1406	3,34	1	5	
Para ver a mis artistas preferidos	Sí	100	3,3	1	5	0,966
	No	1306	3,3	1	5	
	Total	1406	3,3	1	5	
Para relacionarme con amigos-as, familiares, pareja.	Sí	100	3,09	1	5	0,509
	No	1306	3,18	1	5	
	Total	1406	3,17	1	5	

Fuente: elaboración propia.

Cabe añadir que el motivo sentir emociones fue el único que obtuvo valoraciones diferentes en función de tener o no una discapacidad. Así, y mediante el análisis

ANOVA, se mostró que para quienes no padecían ninguna disfunción esta razón de asistencia tuvo un ligero mayor peso como razón de asistencia que para quienes sí contaban con alguna discapacidad (Sig.= 0,002).

4.3. Valoración de la experiencia de la visita

Todos y cada uno de los ítems de la escala de medida de la experiencia de la visita por parte del público obtuvieron un valor medio por encima del punto medio, tal

Tabla 5. VALORACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE LA VISITA

	N	Mínimo	Máximo	Media	Factor	Discapacidad	Media	Sig.
Me emocionó	1410	1	5	3,82	F1 Activación sensorial	Visual	3,54	0,020
Me hizo estar activo	1410	1	5	3,81		Auditiva	3,40	
Me recargó emocionalmente	1410	1	5	3,69				
Me hizo sentirme acompañado-a	1410	1	5	3,58		Física	3,69	
Me hizo ser cons ciente de mis propios valores	1410	1	5	3,54				
Me hizo participar	1410	1	5	3,54		No	3,59	
Me sentí parte de una comunidad	1410	1	5	3,52				
Tuve cierta sensación de aventura	1410	1	5	3,40				
Me resultó íntima	1410	1	5	3,33				
Me permitió aprender	1410	1	5	4,03	F2 Aprendiza- je	Visual	3,77	0,066
Adquirí nuevos conocimientos	1410	1	5	3,97		Auditiva	3,80	
Me hizo pensar	1410	1	5	3,87		Física	3,81	
Me hizo razonar	1410	1	5	3,74		No	3,919	
Fue única	1410	1	5	3,80	F3 Unicidad	Visual	3,65	0,024
Estaba fuera de mi vida diaria	1410	1	5	3,74		Auditiva	3,85	
Fue diferente a otras experiencias	1410	1	5	3,73		Física	4,00	
						No	3,75	
Me llevó a querer revivirlo más tarde	1410	1	5	3,78	-	-	-	-
Desarrolló mi creatividad	1410	1	5	3,69	-	-	-	-

Fuente: elaboración propia.

y como se muestra en la Tabla 5. En concreto, los ítems que mayor puntuación alcanzaron fueron: (La visita) «Me permitió aprender» (4,03), «Me permitió adquirir nuevos conocimientos» (3,97), «Me hizo pensar» (3,87), «Me emocionó» (3,82) y «Me hizo estar activo» (3,81). El resto de ítems se situaron a continuación siendo los de valores más bajos: «Tuve una sensación de cierta aventura» (3,40) y «Me resultó íntima» (3,33).

Los anteriores enunciados de la valoración de la experiencia de visita del público se resumieron mediante el correspondiente Análisis Factorial Exploratorio, presentado en la Tabla 6. Una vez comprobada la idoneidad de su uso (KMO= 0,936; Test de esfericidad de Bartlett, Sig.= 0,000), se generaron tres factores con varianza explicada del 52,496 por ciento (Tabla 6). Estos factores se definen a partir de las variables que superaron la carga factorial de 0,5, tal y como a continuación se describe:

Tabla 6. ANÁLISIS FACTORIAL DE LA EXPERIENCIA DE LA VISITA

Factor		Variable	Cargas Factoriales	Eigenvalor	Varianza Explicada
1 Activación sensorial		Me emocionó	0,501	6,933	21,643%
		Me hizo estar activo	0,510		
		Me recargó emocionalmente	0,550		
		Me hizo sentirme acompañado-a	0,547		
		Me hizo ser consciente de mis propios valores	0,629		
		Me hizo participar	0,565		
		Me sentí parte de una comunidad	0,621		
		Tuve cierta sensación de aventura	0,696		
		Me resultó íntima	0,724		
2 Aprendizaje		Me permitió aprender	0,586	1,509	16,747%
		Adquirí nuevos conocimientos	0,592		
		Me hizo pensar	0,516		
		Me hizo razonar	0,594		
3 Unicidad		Fue única	0,629	1,008	14,106%
		Estaba fuera de mi vida diaria	0,754		
		Fue diferente a otras experiencias	0,661		
Varianza Total Explicada					52,496%
KMO			0,936		
Esfericidad Bartlett			9226,467 (Sig.=0,000)		

Fuente: elaboración propia.

- Factor 1. Activación sensorial: me hizo estar activo, me emocionó, me recargó emocionalmente, fue una experiencia íntima, tuve sensación de aventura, me hizo ser consciente de mis valores, me llevó a participar activamente, me sentí acompañado-a, y parte de una comunidad.
- Factor 2. Aprendizaje: me hizo pensar, me hizo razonar, me permitió aprender, y adquirí nuevos conocimientos.
- Factor 3. Sentimiento de unicidad: fue diferente a otros eventos, fue única, y estaba fuera de mi vida diaria.

Dos de estas tres dimensiones presentaron además pesos estadísticamente distintos dependiendo del tipo de discapacidad (Tabla 5), tal y como mostraron las pruebas ANOVA (Sig.= 0,020; Sig.= 0,024). Así, la activación sensorial (3,69) y la percepción de unicidad (4,00) fueron ligeramente superiores para las personas con discapacidad física, quienes además consideraron fácil encontrar las exposiciones, se emocionaron más con la visita, se quedaron sin aliento en mayor medida, y también detectaron las distracciones molestas y ruidos durante la visita en mayor medida. Unos resultados, estos últimos, provenientes de calcular diferencias de medias para la valoración del espacio cultural y su programación en función de la situación de discapacidad presentada por el público asistente y participante en la investigación.

4.4. Satisfacción

La satisfacción global con la experiencia de la visita se midió con dos ítems: «En general la visita me satisfizo» y «La visita cubrió mis expectativas». Ambos obtuvieron una nota media de 4,06 y 3,97 respectivamente. Ello significó un amplio y positivo agrado y disfrute de la experiencia (Tabla 7).

Tabla 7. SATISFACCIÓN DE LA VISITA

	Discapacidad	N	Media	Mínimo	Máximo	Sig.
En general, la visita me satisfizo	Sí	100	3,92	1	5	0,053
	No	1306	4,07	1	5	
	Total	1406	4,06	1	5	
La visita cubrió mis expectativas	Sí	100	3,91	2	5	0,474
	No	1306	3,97	1	5	
	Total	1406	3,97	1	5	

Fuente: elaboración propia.

De nuevo, y con el propósito de encontrar diferencias en la valoración de la satisfacción en función de la característica demográfica de la discapacidad, se realizaron los correspondientes análisis ANOVA, no encontrando ninguna diferencia sig-

nificativa (Sig.= 0,053; Sig.= 0,474). Las personas con o sin discapacidad no se diferenciaban en cuanto a la satisfacción experimentada.

4.5. Segmentación del público

Realizado el análisis previo para contestar a las cuatro primeras cuestiones a investigar, se procedió a realizar un estudio de segmentación. La finalidad, tal y como recoge la cuestión a investigar última, fue detectar la existencia de diferentes perfiles de visitantes para conocer si en alguno la participación de personas con discapacidad presentaba mayor proporción. Este análisis comenzó con los motivos de asistencia, utilizados como variable de agrupación, por su poder explicativo en el contexto cultural, tal y como muestra la literatura. De esta forma, una vez generados los segmentos se procedió posteriormente a perfilarlos cruzando otras variables del estudio, tanto de hábitos y valoración como de naturaleza sociodemográfica.

En primer lugar, para reducir los motivos de asistencia a un menor número de factores se realizó un nuevo Análisis Factorial Exploratorio, mediante el método de

Tabla 8. ANÁLISIS FACTORIAL DE LOS MOTIVOS DE ASISTENCIA

Factor	Variable	Cargas Factoriales	Eigenvalor	Varianza Explicada
1 Aprendizaje artístico	Ver obras de artistas preferidos	0,647	4,520	19,915%
	Ver una exposición concreta	0,791		
	Ver la obra de artistas conocidos	0,622		
	Ver una exposición recomendada	0,788		
	Saber más de un tema	0,575		
2 Inclusión	Reivindicar una causa social	0,502	1,471	14,481%
	Descubrir otras culturas	0,738		
	Relajarse	0,655		
3 Experiencia	Sentir emociones	0,672	1,166	14,072%
	Disfrutar con experiencias en vivo	0,802		
	Compartir experiencias	0,553		
	Enriquecerse personalmente	0,645		
4 Socialización	Encontrarse con familiares y amistades	0,799	1,037	10,056%
	Evitar el aburrimiento	0,591		
Varianza Explicada Total				58,524%
KMO		0,867		
Esfericidad Bartlett		5034,587 (Sig.=0,000)		

Fuente: elaboración propia.

componentes principales, una vez comprobados los criterios de idoneidad de su uso ($KMO = 0,867$; Test de esfericidad de Bartlett, $Sig. = 0,000$). Así, se generaron cuatro factores que explican el 58,524 por ciento de la varianza total (Tabla 8). Estos factores se etiquetaron de la siguiente forma: Factor 1: Aprendizaje artístico (ver obra de artistas preferidos, ver una exposición concreta, ver la obra de artistas conocidos, ver una exposición recomendada, saber más de un tema); Factor 2: Inclusión (reivindicar una causa social y descubrir otras culturas); Factor 3: Experiencia (sentir emociones, disfrutar con experiencias en vivo, compartir experiencias y enriquecerse personalmente); y Factor 4: Socialización (encontrarse con familiares y amistades y evitar el aburrimiento).

En segundo lugar, se procedió con el análisis cluster. El método utilizado (TwoStep Cluster) generó cinco segmentos a partir de los cuatro factores anteriores, y cuyo poder de predicción para ubicar a los elementos muestrales en cada uno de ellos fue, de mayor a menor importancia, el siguiente: factor 1, factor 3, factor 4 y factor 2. Así, a partir de la valoración de dichos motivos, siempre entre 1 y 5 (escalas Likert), por parte de las personas integrantes de cada segmento, se les atribuyó una etiqueta, tal y como se explica a continuación:

- Entusiastas (Cluster 1): se caracterizan por puntuar de manera elevada los cuatro factores resumen de los motivos de asistencia, especialmente el aprendizaje artístico y las razones de sociabilización.
- Artísticas (Cluster 2): este grupo destaca por valorar en mayor medida tanto el contenido artístico como aquellas cuestiones inclusivas más allá de las expositivas, como el descubrir otras culturas o apoyar causas sociales.
- Experienciales (Cluster 3): grupo que destaca por darle mayor importancia a las situaciones experienciales de la visita, incluidas las relaciones de tipo social, pero no la programación artística en sí.
- Sociales (Cluster 4): colectivo en el que los motivos de encuentro y sociabilidad suponen la única razón de asistencia al centro cultural, pues no puntúan en las otras dimensiones.
- Aficionados (Cluster 5): quienes se agrupan en este segmento conceden mayor importancia a los factores relativos al contenido artístico, así como a la experiencia de la visita.

A partir de aquí, y cruzando otras variables del cuestionario con la variable pertenencia al cluster, se perfiló cada uno de estos cinco segmentos, tal y como se resume en la Tabla 9 y se describe a continuación. En concreto, se utilizaron pruebas de asociación (chi-cuadrado) con las variables sociodemográficas (género, edad, orientación sexual, situación familiar, estudios, ocupación, nacionalidad y discapacidad), y test de comparación de medias (ANOVAs) con las variables de valoración (experiencia, satisfacción, valoración del centro, intención de volver y recomendación).

Entusiastas

Grupo conformado por un porcentaje de mujeres superior a la media, en la treintena, y donde el porcentaje de quienes no tienen pareja, ni hijos a su cargo, es algo mayor. Además, el nivel de estudios se corresponde con las proporciones de la muestra, y son mayoritariamente de nacionalidad española. Por otra parte, puntúan más en los diferentes factores de la experiencia de consumo, como son la activación sensorial, el aprendizaje y el hacer algo diferente. Presentan a su vez una mayor satisfacción y en su valoración al centro sus puntuaciones son superiores a la media en todos los ítems. Igualmente, son quienes más desean volver en un futuro, así como recomendarlo.

Artísticas

De nuevo, es un segmento con un porcentaje superior de mujeres, esta vez en sus cuarentas, siendo más quienes tienen pareja, tanto con o sin hijos. De igual forma, quienes tienen estudios de bachiller y son de procedencia extranjera superan a la media de la muestra. Presentan además una valoración algo superior en cuestiones de activación sensorial y aprendizaje por la experiencia de la visita. En cuanto a la valoración del museo solamente sobresalen en dos aspectos, como son: ser el mejor museo visitado o el trato agradable del personal. La importancia atribuida a la intención de volver y la recomendación son similares a la muestra.

Experienciales

Este tercer segmento presenta un porcentaje de mujeres y hombres similar a la muestra, si bien tienen una edad media algo superior a los 30 años, sobresaliendo muy por encima quienes vienen de otros países, y algo menos quienes tienen pareja sin hijos, estudios de bachiller y están estudiando. Su valoración de la activación sensorial por la experiencia es algo superior pero no el aprendizaje, que resulta inferior. No destacan en los niveles de satisfacción y valoran menos unos cuantos aspectos del museo tanto objetivos (accesibilidad, iluminación...) como subjetivos (visita conmovedora, sin aliento...). Finalmente, la intención de volver y la recomendación son también menos valoradas.

Sociales

El porcentaje de hombres en este cluster es superior a la media, quienes están además en sus treinta. Sobresalen aquellas personas que no tienen pareja ni personas a su cargo y su formación es tanto en secundaria, como en ciclos y grado. También son más quienes estudian y trabajan al mismo tiempo. En cuanto a la procedencia, el porcentaje de locales y no locales se comporta como la muestra total. Además, contemplan en menor medida el aprender con la visita, así como haber experimentado una situación singular. Asimismo, es el grupo que menos satisfacción

Tabla 9. SEGMENTOS DE VISITANTES DEL CENTRO CULTURAL

	Entusiastas Cluster 1	Artísticas Cluster 2	Experienciales Cluster 3	Sociales Cluster 4	Aficionados Cluster 5	Sig.
Sexo	Más mujeres	Más mujeres	Porcentaje igual mues- tra	Más hombres	Más hombres	0,050
Edad	30s	40s	30s	30s	40s	0,001
Orientación sexual	Más bisexuales	Más heterosexuales y homosexuales	Menos homosexuales	Más bisexuales	Más homosexuales	0,021
Situación fami- liar	Más sin pareja y sin hijos- as	Más con pareja, con y sin hijos-as	Más con pareja y sin hijos-as	Mucho más sin pareja y sin hijos-as	Más sin pareja y con hijos-as	0,050
Estudios	Porcentaje igual muestra	Más Bachiller	Más Bachiller, menos Ciclos formativos	Más Secundaria, Ciclos y Grado, menos Pos- grado	Más Primaria y Posgra- do	0,001
Ocupación	Trabajo y estudio igual a la muestra	Más desempleados	Más estudiantes	Más trabajo y estudio y menos trabajo cuenta ajena	Mucho más trabajo cuenta propia y más cuenta ajena	0,019
Discapacidad	Menor proporción	Menor proporción	Menor proporción	Mayor proporción	Menor proporción	0,051
Nacionalidad	Más españoles-as	Más extranjeros-as	Mucho más extranjeros- as	Porcentaje igual mues- tra	Más españoles-as	0,001
Experiencia	Más en activación senso- rial, aprendizaje y senti- miento de unidad	Algo más en activación y aprendizaje	Activación media y aprendizaje bajo	Activación media, aprendizaje y unidad más bajos	Activación menor y aprendizaje en la media	0,001*
Satisfacción	Mucho más satisfacción y superación expectativas	Más superación y ex- pectativas	-	Menos satisfacción y expectación	Más satisfacción	0,001*

.../...

.../...

	Entusiastas Cluster 1	Artísticas Cluster 2	Experienciales Cluster 3	Sociales Cluster 4	Aficionados Cluster 5	Sig.
Valoración cen- tro	Mayor a la media en todos los ítems	Destacan en: - Uno de los mejores museos que he visitado - El personal del museo me resultó agradable	Valoran menos: - Uno de los mejores museos que he visitado - Me resultó fácil encon- trar las exposiciones - Durante la visita hubo distractions molestas - Me conmovió profun- damente la visita - La luz de las exposi- ciones era adecuada - Esta visita me dejó sin aliento - El tiempo se me pasó volando durante la visita	Valoran menos dos tercios de los ítems	Valoran más: - Estaba interesado-a en la temática de las exposiciones - Fue fácil acceder al museo Valoran menos: - No me emocioné en la visita - Esta visita me dejó sin aliento	0,001*
Intención	Más volver en un futuro y a otras exposiciones	Igual que la media	Menos volver en un futuro y a otras exposi- ciones	Menos volver en un futuro y a otras exposi- ciones	Más volver en un futuro y a otras exposiciones	0,001*
Recomendación	Mucho más recomen- dar a quienes pregun- ten y a decir cosas positivas	Igual que la media	Menos en ambos	Mucho menos en am- bos	Más recomendar a quienes pregunten	0,001*
Tamaño	401 (28,4%)	331 (23,5%)	316 (22,4%)	194 (11,9%)	168 (13,8%)	

* para todos los ítems de la escala.
Fuente: elaboración propia.

siente, y presenta menor intención de regresar y de recomendar dicha experiencia, pues encontrarse con otras personas y relacionarse parecen ser sus principales razones de visita cultural. En cuanto a las características del centro cultural, son quienes menos valoran una gran cantidad de ellas. En concreto, las relativas a estancias agradables, temperatura adecuada, buena iluminación, distribución de las obras, tranquilidad del museo, relación con el personal y facilidad de acceso al centro. Finalmente, es en este segmento en el que existe una mayor proporción de personas con discapacidad (12%), si bien este colectivo se reparte, aunque en menor medida, entre los otros cuatro grupos.

Aficionados

Un grupo en el que también la proporción de hombres es superior a la media, es el de personas homosexuales, si bien están mayoritariamente en los cuarenta. Asimismo, sobresalen tanto quienes tienen estudios primarios como de posgrado, así como personas en activo. De nuevo, son más de procedencia española, y buscan la parte emocional de la experiencia. Además, su satisfacción es también mayor, valorando unos pocos aspectos de la oferta del museo tanto en positivo como también en menor medida. Asimismo, tienen una intención de volver y recomendar el museo superior a la media de la muestra.

5. CONCLUSIONES

El artículo analiza la participación cultural de personas con discapacidad en el contexto de los centros culturales, contribuyendo tanto desde la revisión teórica como desde los hallazgos empíricos. Respecto a la revisión de la literatura, se destacan tres principales líneas de trabajo: las barreras y facilitadores de la participación cultural, los factores determinantes de dicha participación y el análisis de la experiencia de consumo de las personas con discapacidad. En este sentido, se enfatizan las barreras actitudinales como las más significativas, ya que refuerzan la percepción de estigma y segregación (Renel, 2019), aunque se subraya que la situación ha mejorado en algunos contextos (Leahy y Ferri, 2023). Asimismo, se resalta el modelo social de discapacidad, que enfatiza la inclusión cultural desde una perspectiva de derechos, aunque con ciertas críticas por su radicalidad (Beudaert *et al.*, 2024).

Una de las aportaciones más significativas del artículo es su enfoque en la experiencia de consumo cultural de las personas con discapacidad, una variable poco explorada en comparación con otras áreas y sectores. Además, la investigación cubre un vacío al analizar las diferencias entre personas con y sin discapacidad en el contexto de un centro cultural, lo que se logra mediante un enfoque empírico riguroso basado en encuestas estructuradas. Este diseño metodológico permite obtener resultados descriptivos relevantes sobre hábitos de asistencia, motivos y satisfacción con la experiencia cultural.

Entre los principales resultados, se destaca que el aprendizaje, el sentimiento de unicidad y la activación sensorial son las dimensiones más valoradas de la experiencia. Estas dimensiones presentan variaciones según el tipo de discapacidad; por ejemplo, las personas con discapacidades físicas experimentaron una mayor activación sensorial y unicidad en su visita, aunque también percibieron más distracciones y ruidos. Asimismo, y para toda la muestra, los motivos principales para asistir al centro cultural incluyeron el disfrute de obras de arte y el enriquecimiento personal, mientras que razones como la socialización y la reivindicación social fueron menos significativas.

Estos resultados permiten concluir que, si bien las personas con discapacidad se enfrentan a ciertas barreras, su experiencia en contextos culturales puede ser profundamente enriquecedora cuando estas barreras se mitigan. Además, los datos sugieren que la segmentación del público, basada en motivos de asistencia, revela perfiles como el de las personas «sociales», donde la proporción de quienes presentan discapacidad es mayor y las valoraciones sobre la experiencia y satisfacción son menores. Un perfil que sugiere la necesidad de implementar medidas específicas para mejorar su experiencia cultural.

En conclusión, este trabajo no solo contribuye al cuerpo de conocimiento existente sobre la inclusión cultural, sino que también sugiere recomendaciones prácticas, como el diseño de entornos más accesibles y la adopción de estrategias de marketing inclusivas que atiendan las necesidades de diferentes grupos. Por último, las limitaciones del estudio, como la representación minoritaria de personas con discapacidad en la muestra, sugieren la importancia de realizar investigaciones futuras con muestras más amplias y en diferentes contextos culturales, asegurando así que la investigación continúe avanzando hacia una sociedad más inclusiva.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AKYUREK, G.; BUMIN, G. (2017): "Community participation in people with disabilities", *Occupational therapy-occupation focused holistic practice in rehabilitation*. Croatia: Intech: 81-107.
- ARGYROPOULOS, V.S.; KANARI, C. (2015): "Re-imagining the museum through 'touch': Reflections of individuals with visual disability on their experience of museum-visiting in Greece", *Alter* 9(2): 130-143. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.alter.2014.12.005>
- BEUDAERT, A.; MASON, M.; NAU, J.P. (2024): "The social model and consumers with disabilities research: contributions, criticisms, and call for new perspectives", *Journal of Marketing Management*, 40(5-6): 481-511. DOI: <https://doi.org/10.1080/0267257X.2023.2289379>
- BORGONOV, F. (2004): "Performing arts attendance: an economic approach", *Applied Economics*, 36(17): 1871-1885. DOI: <https://doi.org/10.1080/0003684042000264010>
- BRODERICK, A.; FERRI, A. (2019): *International and European disability law and policy. Text, cases and materials*. Cambridge University Press, Cambridge. DOI: <http://dx.doi.org/10.1017/9781108289450>
- BRODERICK, A. (2015): "The long and winding road to equality and inclusion for persons

with disabilities: The United Nations convention on the rights of persons with disabilities”, *Intersentia*, Cambridge.

- BYRNE, B.; HARPER, C.M.; SHEA IRVINE, C.; RUSSELL, H.; FITZPATRICK, B. (2014): *Shortfalls in public policy and programme delivery in Northern Ireland relative to the Articles of the UN-CRPD. Final Report*, Equality Commission for Northern Ireland (ECNI, Northern Ireland).
- CERDÁN CHISCANO, M.; JIMÉNEZ-ZARCO, A.I. (2021): “Towards an inclusive museum management strategy. An exploratory study of consumption experience in visitors with disabilities. The case of the CosmoCaixa science museum”, *Sustainability*, 13(2): 660. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13020660>
- CHO, H.; JOLLEY, A. (2016): “Museum education for children with disabilities: Development of the nature senses traveling trunk”, *Journal of Museum Education*, 41(3): 220-229. DOI: <https://doi.org/10.1080/10598650.2016.1193313>
- COLBERT, F. (2023): “Evolution of the literature on Experiential Marketing After Holbrook and Hirschman’s (1982) Seminal Article”, *International Journal of Arts Management*, 26(1): 18-28.
- CONSTANTINOU, V.; LOIZIDES, F.; IOANNOU, A. (2016): A personal tour of cultural heritage for deaf museum visitors. En *Digital Heritage. Progress in Cultural Heritage: Documentation, Preservation, and Protection: 6th International Conference, EuroMed 2016, Nicosia, Cyprus, October 31–November 5, 2016, Proceedings, Part II* 6, pp. 214-221. Springer International Publishing.
- COUNCIL OF EUROPE (2017). *Human rights a reality for all: Strategy on the rights of persons with disabilities*, 2017-2023.
- CUADRADO-GARCÍA, M.; MONTORO-PONS, J.D. (2022): “LGB’s arts affinity: An empirical study of theater audiences based on motivations”, *Journal of Homosexuality*, 69(8): 1322-1341. DOI: <https://doi.org/10.1080/00918369.2021.1912557>
- CUADRADO-GARCÍA, M.; MONTORO-PONS, J.D.; GOYES-YEPEZ, C. (2023): “Measuring customer multisensory experience in live music”, En Y. Jung.; N. Vakharia.; M. Vecco (Eds.) *The Oxford Handbook of Arts and Cultural Management*, Oxford University Press, C40S1–C40S11.
- DARCY, S.; DICKSON, T. (2009): “A whole-of-life approach to tourism: The case for accessible tourism experiences” *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16(1):2–44. DOI: <https://doi.org/10.1375/jhtm.16.1.32>
- DARCY, S.; CAMERON, B.; PEGG, S. (2010): “Accessible tourism and sustainability: A discussion and case study”, *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4): 515–537. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669581003690668>
- DARCY, S.; MCKERCHER, B.; SCHWEINSBERG, S. (2020): “From tourism and disability to accessible tourism: A perspective article”, *Tourism Review*, 75(1): 140–144. DOI: <https://doi.org/10.1108/TR-07-2019-0323>
- DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT (2016): *Taking part 2015/2016 Quarter 4 Statistical Release*, July. Department for Culture, Median and Sport.
- DEVILE, E.; KASTENHOLZ, E. (2018): “Accessible tourism experiences: the voice of people with visual disabilities”, *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 10(3): 265-285, DOI: 10.1080/19407963.2018.1470183
- DUBOST, N. (2018): “Disability and consumption: A state of the art”, *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*, 33(2): 75-92. DOI: <https://doi.org/10.1177/2051570718764882>
- EARDLEY, A.F.; MINEIRO, C.; NEVES, J.; RIDE, P. (2016): “Redefining Access: Embracing multimodality, memorability and shared experience in Museums”, *Curator: The Museum Journal*, 59(3): 263-286. DOI: <https://doi.org/10.1111/cura.12163>
- EUROPEAN PARLIAMENT (2018): *Report on Structural and Financial Barriers in the Access to Culture A8-0169/2018 Committee on Culture and Education. Rapporteur: Bogdan Andrzej Zdrojewski European Parliament Plenary sitting 14.5.2018*. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2018-0169_EN.html
- EVANS, T.; BELLON, M.; MATTHEWS, B. (2017): “Leisure as a human right: an exploration of people with disabilities’ perceptions of leisure, arts and recreation participation through Australian Community Access Services”, *Annals of leisure research*, 20(3): 331-348. DOI: <https://doi.org/10.1080/11745398.2017.1307120>
- GALLARZA, M.G.; SÁNCHEZ-FERNÁNDEZ, R.; CUADRADO-GARCÍA, M. (2023): “Reviewing Experiential Value in the Arts”, *International Journal of Arts Management*, 26(1): 29-42.

- HÄSTBACKA, E.; NYGÅRD, M.; NYQVIST, F. (2016): "Barriers and facilitators to societal participation of people with disabilities: A scoping review of studies concerning European countries", *Alter* 10: 201–20. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.alter.2016.02.002>
- HEREDIA-CARROZA, J.; REYES-MARTÍNEZ, J.; GIGIREY, F. (2024): "Toward an inclusive cultural participation: the case of Chilean museums". En J. Berubé; M.L. Dioh; A.C. Cuyler, *Accessibility, Diversity, Equity and Inclusion in the Cultural Sector*, Emerald Publishing Limited, 167–181. DOI :10.1108/978-1-83753-034-220241025
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, INE (2020): *Encuesta de discapacidad, autonomía personal y situaciones de dependencia dirigida a hogares*, https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_Cy&id=1254736176782ymenu=resultadosyidp=1254735573175#_tabs-1254736195764
- ISTAT (2019): *Conoscere Il Mondo della Disabilità: Persone, Relazioni e Istituzioni*. Roma: Istituto Nazionale di Statistica.
- KANTER, A.S. (2015): *The development of disability rights under international law: From charity to human rights*, Routledge, Abingdon. DOI: [10.4324/9780203711712](https://doi.org/10.4324/9780203711712).
- LEAHY, A.; FERRI, D. (2023): "Barriers to cultural participation by people with disabilities in Europe: a study across 28 countries", *Disability & Society*: 1–23 DOI : 10.1080/09687599.2023.2222898.
- (2022a): "The right to participate in cultural life of persons with disabilities in Europe: Where is the paradigm shift?", *Alter*, 16(4): 5–29. DOI: <http://journals.openedition.org/alterjdr/1430>
- (2022b): "Barriers and facilitators to cultural participation by people with disabilities: a narrative literature review", *Scandinavian Journal of Disability Research*, 24(1): 68–81. DOI: <https://doi.org/10.16993/sjdr.863>
- LEWIS, G.B.; SEAMAN, B.A. (2004): "Sexual orientation and demand for the arts". *Social Science Quarterly*, 85(3): 523–538. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.0038-4941.2004.00231.x>
- LUDWIG, E. (2012): "Stigma in the arts: how perceptual barriers influence individuals' with disabilities participation in arts organizations", *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 42(3): 141–151. DOI: <https://doi.org/10.1080/10632921.2012.729498>
- MESQUITA, S.; DEIRA, A.; CARNEIRO, M. (2016): "Accessibility of European museums to visitors with visual impairments". *Disability & society* 31.3 (2016): 373–388. DOI: 10.1080/09687599.2016.1167671
- NATIONAL EDUCATION CENTRE SLOVAK REPUBLIC (2020): *A culture without barriers/ Kultura bez Barrier*, Bratislava.
- PALMA-MARTOS, M.L.; MIQUEL-ROMERO, M.J.; MORANO-DE-EGUINO, A. (2023): "Eurovision as Support for the LGBT Collective: Perceptions Based on the Profile of its Audience", *International Journal of Arts Management*, 25(3): 46–58.
- PORIA, Y.; REICHEL, A.; BRANDT, Y. (2010): "The flight experiences of people with disabilities: An exploratory study". *Journal of Travel Research*, 49(2): 216–227. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287509336477>
- RENEL, W. (2019): "Sonic accessibility: Increasing social equity through the inclusive design of sound in museums and heritage sites", *Curator: The Museum Journal*, 62(3): 377–402. DOI: <https://doi.org/10.1111/cura.12311>
- RIX, J.; LOWE, T; THE HERITAGE FORUM (2010): "Including people with learning difficulties in cultural and heritage sites", *International Journal of Heritage Studies*, 16(3): 207–224. DOI : <https://doi.org/10.1080/13527251003620743>
- TATIĆ, D. (2015): *Access for people with disabilities to culture, tourism, sports and leisure activities: Towards meaningful and enriching participation*. Council of Europe Disability Action Plan. Council of Europe. DOI: <https://rm.coe.int/16805a2a23>
- WEISEN, M. (2012): "International Perspectives on the Cultural Accessibility of People with Disabilities, (European Centre for Cultural Accessibility; Art beyond Sight)". En J. Berding, G. Matthias (Eds). *The Inclusive Museum – Proceedings of the Come-in Thematic Conference*, Erfurt, DE: Berichte des Instituts Verkehr und Raum: 12–17.
- YOON, J.H.; ELLISON, C.; ESSL, P. (2021): "Shifting the perspective from 'incapable' to 'capable' for artists with cognitive disability; case studies in Australia and South Korea", *Disability & Society*, 36(3): 443–467. DOI: <https://doi.org/10.1080/09687599.2020.1751079>