

LOS PRODUCTOS CULTURALES EN LOS HOGARES

En el marco de los estudios sobre el consumo cultural, y las preferencias en cuanto al tipo de prácticas que realiza la población y los hogares, cobra importancia el conocimiento de los bienes o productos culturales de los que se apropian la población y los hogares. El supuesto que subyace es que, de alguna manera, el acceso a determinados productos culturales y las prácticas culturales que se realizan están estrechamente vinculados.

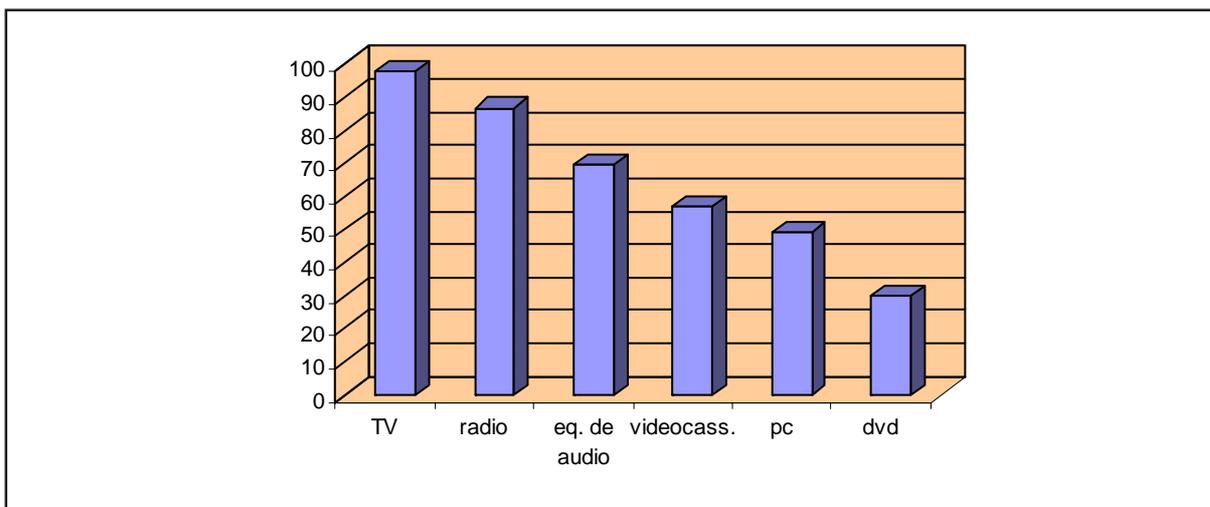
Continuando con el Informe de resultados sobre consumo que proveyó la Encuesta Anual de Hogares 2005, se presentan a continuación los principales hallazgos que surgen de la aplicación de una batería de preguntas en el bloque hogar de dicha encuesta, en la que se indagó por la tenencia y utilización de bienes o productos culturales en los hogares de la Ciudad de Buenos Aires.

De acuerdo con García Canclini (1999), “los productos denominados culturales tienen valor de uso y de cambio, contribuyen a la reproducción de la sociedad y a veces a la expansión del capital, pero en ellos los valores simbólicos prevalecen sobre los utilitarios y mercantiles”¹.

Más allá de la clara preponderancia marcada por bienes que llevan décadas de presencia en el consumo de los hogares -como son la televisión y la radio- una de las cuestiones que destaca el gráfico 1 es la importante proporción de hogares con computadora. A su vez, los hogares que tienen conexión a internet representan el 71% de los que tienen computadora personal. Respecto del total de los hogares esta proporción representa el 34%.

¹ En: Sunkel, Guillermo. “Una mirada otra. La cultura desde el consumo”. En: Observatorio. Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires (2006). N° 4. Ministerio de la Producción. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

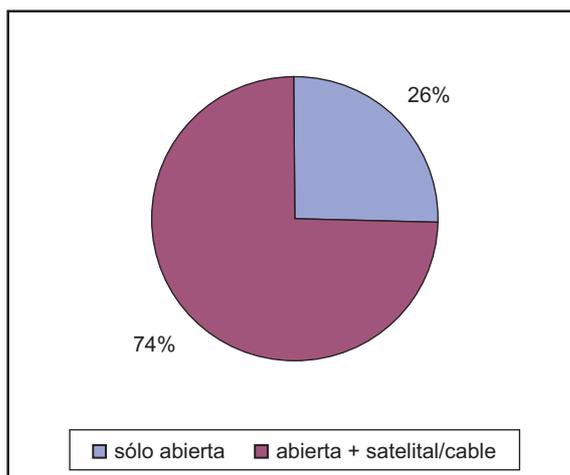
Gráfico 1 Porcentaje de hogares según tipo de equipamiento. Ciudad de Buenos Aires. Año 2005



Fuente: Dirección General de Estadística y Censos. EAH 2005.

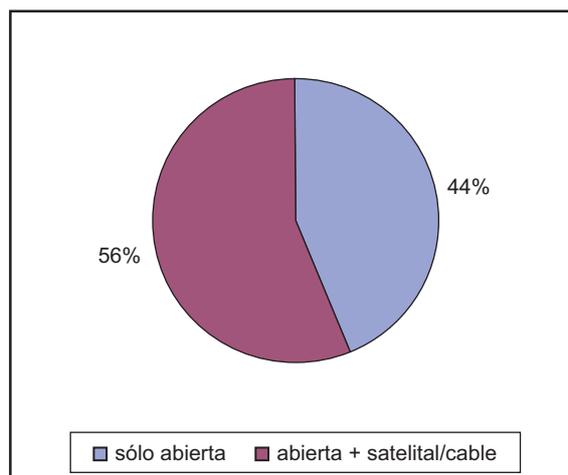
Los gráficos 2 y 3 muestran las diferencias entre el tipo de televisión que poseen los hogares y el tipo de televisión que consumen con más frecuencia, según se trate de televisión abierta o de televisión por cable². Aquí se observa la clara presencia que tiene la televisión por cable en los hogares. En cuanto al tipo de televisión que se consume con mayor frecuencia, las proporciones entre los que consumen uno u otro tipo de televisión se asemejan, mostrando así que una importante proporción de hogares que poseen televisión por cable, prefieren, sin embargo, la televisión abierta.

Gráfico 2 Hogares según tipo de televisión en el hogar. Ciudad de Buenos Aires. Año 2005



Fuente: Dirección General de Estadística y Censos. EAH 2005.

Gráfico 3 Hogares según tipo de televisión consumida con mayor frecuencia. Ciudad Buenos Aires. Año 2005

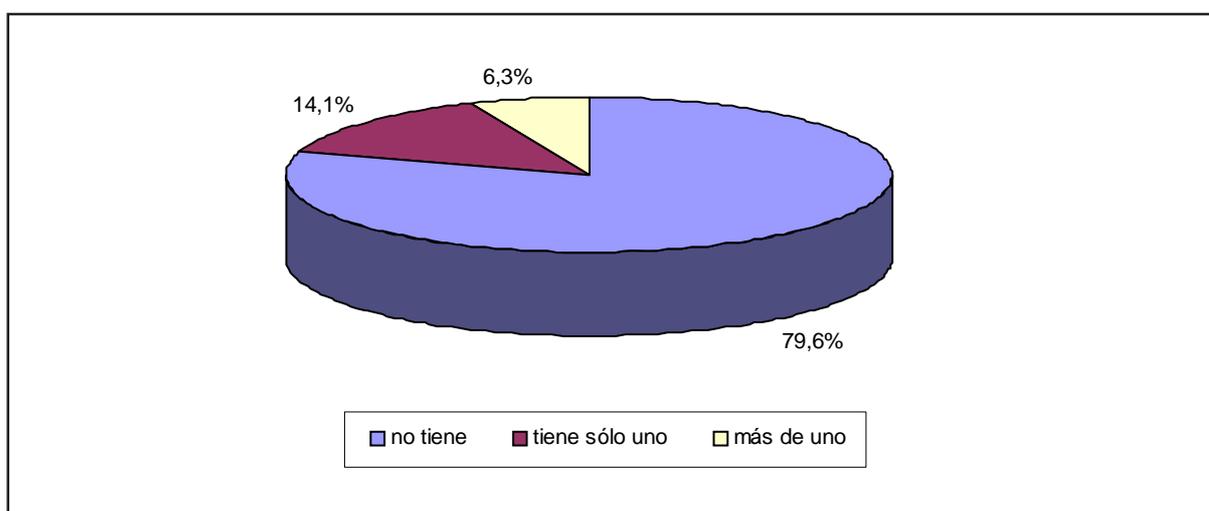


Fuente: Dirección General de Estadística y Censos. EAH 2005.

² En esta categoría, se incluye también a los hogares que tienen televisión satelital.

Asimismo, la existencia de instrumentos musicales en los hogares, se vincula con la posibilidad de una forma particular del acceso a bienes culturales. Encuestas de otras ciudades metropolitanas sobre consumo cultural ³, han indagado también sobre este aspecto, junto con la presencia de instrumentos o materiales para artes visuales, para fabricar artesanías o software para componer música. Sobre los resultados de la EAH 2005, en el gráfico 4 se puede apreciar que el grado en que este tipo de equipamientos está difundido entre los hogares es muy reducido, contrariamente con lo que sucede con los equipamientos que se detallaban en el primer gráfico.

Gráfico 4 Hogares según tenencia de instrumentos musicales. Ciudad de Buenos Aires. Año 2005



Fuente: Dirección General de Estadística y Censos. EAH 2005.

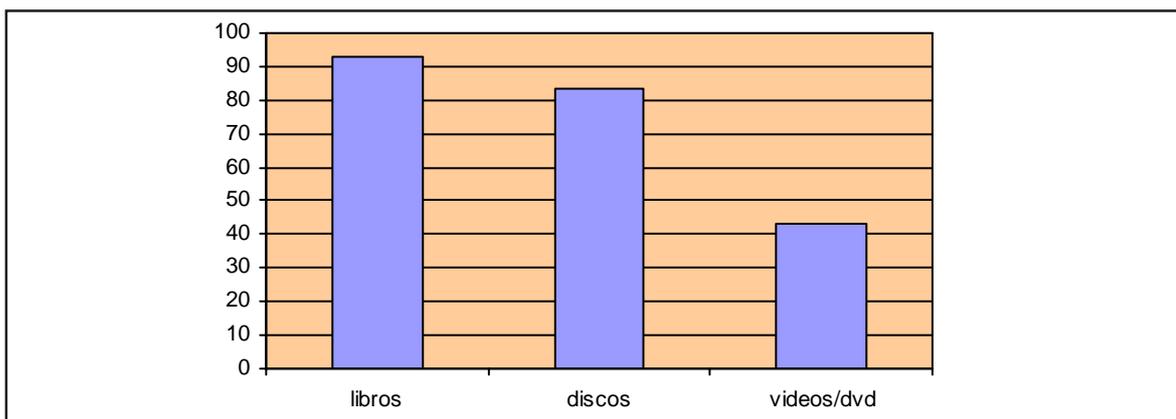
La tenencia de libros, discos⁴ y videos/dvd tiene diferentes niveles de difusión entre los hogares, como se observa en el gráfico 5. En relación con la cantidad de videos, informes realizados con anterioridad⁵ que se centran en el consumo cultural, muestran que la práctica de alquiler de videos es una de las más difundidas entre la población encuestada. Ello, junto con el hecho de que sólo el 40% de los hogares tienen videos, reafirma la idea de que el consumo de videos no está relacionado con la tenencia de videos en los hogares. En cuanto a la práctica de leer libros, el informe mencionado muestra una alta incidencia de esta práctica junto con una muy baja incidencia de concurrencia a bibliotecas. Ello estaría indicando que a diferencia de lo que sucede con los videos, la lectura sí estaría vinculada con el hecho de poseer libros en el hogar.

³ Instituto Nacional de Estadística - Consejo Nacional de la Cultura y de las Artes (2005). Encuesta sobre consumo cultural y uso del tiempo libre 2004. Región Metropolitana. Chile.

⁴ Se indagó por la tenencia de discos, CD's o cassettes indistintamente.

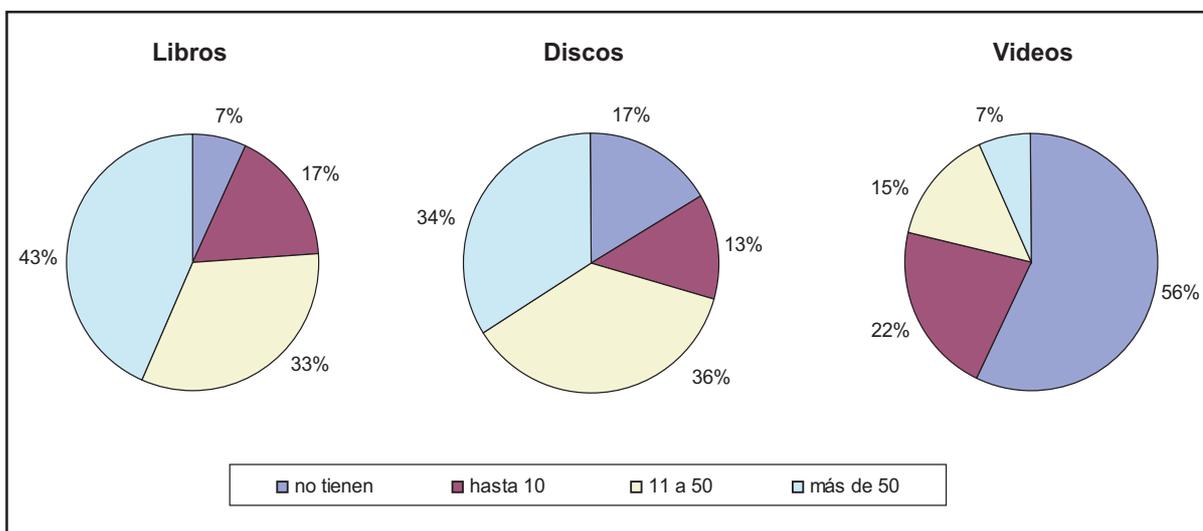
⁵ DGEyC (2006). Anuario Estadístico 2005. Ciudad de Buenos Aires. Tomo I. Capítulo 3.

Gráfico 5 Hogares según tenencia de libros, discos y videos/dvd. Ciudad de Buenos Aires. Año 2005



Fuente: Dirección General de Estadística y Censos. EAH 2005.

Gráfico 6 Hogares según cantidad de libros, discos y videos en el hogar. Ciudad de Buenos Aires. Año 2005



Fuente: Dirección General de Estadística y Censos. EAH 2005.

El gráfico 6 a se complementa con el gráfico 5, para mostrar que la cantidad de libros y discos es muy importante también en una alta proporción de hogares. Lo inverso se observa para la cantidad de videos.