

Consumo de espacios culturales en República Dominicana

La cultura tiene un rol significativo en el desarrollo humano y su consumo aporta expansión de las capacidades humanas.

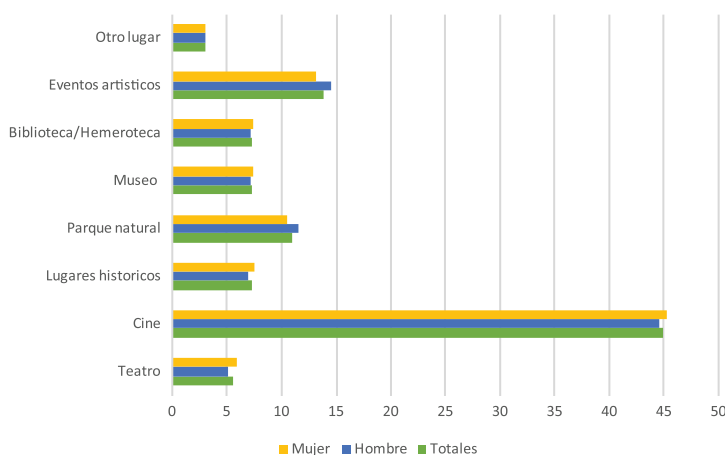
Se entiende por consumo cultural¹ las actividades que no solo implican la compra de un bien o servicio, sino, sobre todo, su uso y por ende disfrute. Cuando se reconoce que al consumir también se piensa, se elige y reelabora el sentido social. Hay que analizar cómo interviene esta área de apropiación de bienes y signos en formas más activas de participación que las que habitualmente se ubican bajo el rótulo de consumo. (Nestor García Canclini, Consumidores y ciudadanos 1995:27).

un 45.3% del total. En un lejano segundo lugar se encuentran los eventos artísticos con un 13.8%, una categoría que integra una amplia diversidad de manifestaciones.

El 10.9% de la población, que realiza alguna actividad cultural asiste a parques naturales, el tercer lugar en espacios de participación. Aunque la diferencia no es significativa, más hombres asistieron a los parques para entretenerse, representando un 11.5%, mientras que las mujeres un 10.4%.

Gráfico 1

República Dominicana: Porcentaje de asistencia a espacios culturales por sexo



Fuente: Encuesta Nacional de Fuerza de Trabajo 2014.

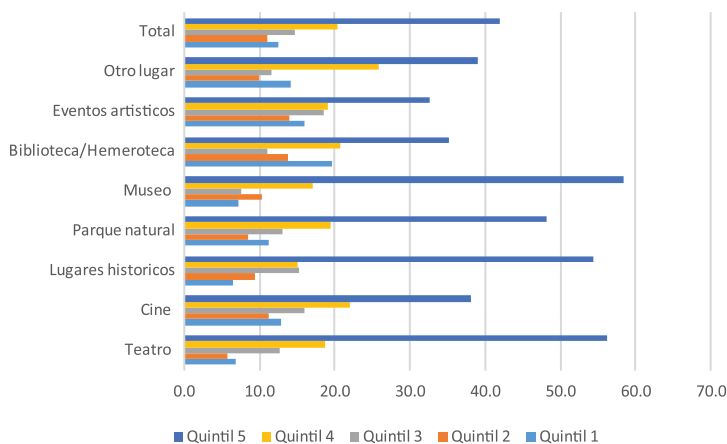
Para ampliar el conocimiento sobre este sector se realizó la Encuesta de Consumo Cultural (ENCC-RD2014) como un módulo de la Encuesta Nacional de Fuerza de Trabajo, elaborada por el Banco Central de la República Dominicana en octubre del 2014.

Partiendo de los resultados del estudio, se estima que en ese año alrededor de 1,795,090 personas asistieron a espacios y eventos culturales, mientras que 935,220 realizaron compras en establecimientos formales, y 400,791 compraron en establecimientos informales.

Según los datos capturados, el tipo de evento o espacio cultural que atrae más asistentes son los cines, representando

Gráfico 2

República Dominicana: Porcentaje de asistencia a espacios y eventos culturales por quintil de ingreso



Fuente: Encuesta Nacional de Fuerza de Trabajo 2014.

Las diferencias de género se manifiestan en el gasto. Los datos indican que las mujeres gastan solo el 32.1% en pago para asistir a eventos culturales; esta información pudiera sugerir que los hombres costean gran parte de la participación de ellas. En tal sentido, también podría estar modelando una preferencia de las mujeres por este tipo de actividades, o que ésta es inducida por motivos económicos, como el caso de las bibliotecas y hemerotecas (actividades de bajo costo o gratuitas).

Para esta encuesta se levantaron datos sobre personas mayores de quince años, lo que arrojó que los jóvenes son quienes más asisten a espacios culturales. En casi todas las categorías levantadas, el rango entre 15-24 años son las personas que más consumen, excepto en el teatro donde los más asiduos tienen de 45 años en adelante.

¹ Se advierte que todas las personas hacen consumo cultural, sin embargo, en el estudio al que se hace referencia se levantaron categorías limitadas.

Las industrias culturales también generan recursos

Los consumidores aportaron a la economía más de 837 millones en gastos de espacios culturales durante el año 2014, siendo el cine la actividad cultural que más ingresos generó. Tal como muestra la Tabla 1, ese mismo año se consumieron cerca de 438 millones de pesos en los cines del país.

Consumo cultural en República Dominicana: otro espacio de desigualdad

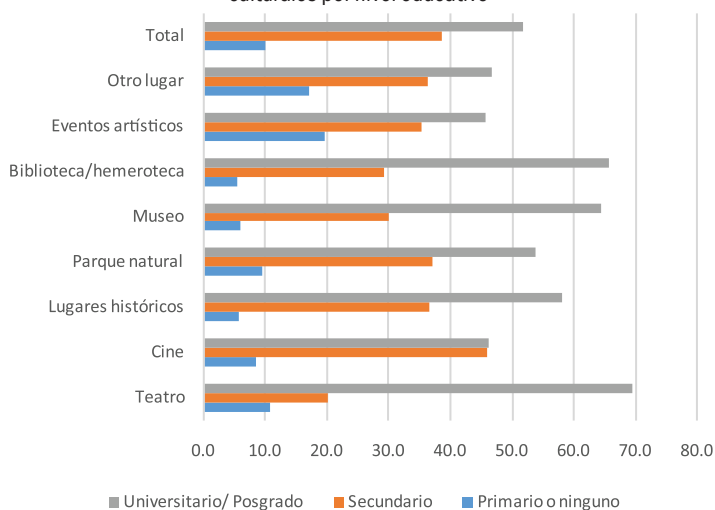
En el consumo cultural las diferencias socio-económicas se observan marcadamente. Aunque este tipo de consumo no se refiere exclusivamente a compra de bienes o servicios, las personas de mayor nivel de ingresos son aquellas que más consumen cultura. Se evidencian grandes desigualdades entre las personas del quintil de mayor nivel económico respecto a las demás. Mientras en el Quintil 1, el de menor nivel, solo un 12% asiste a espacios y eventos culturales, en el Quintil 5 es de un 41%.

Como lo muestra el Gráfico 2, la asistencia a museos y teatros exhibe grandes desigualdades según el nivel de ingreso. En las categorías “cine” y “eventos artísticos” hay menos disparidades, pero diferencias aún importantes.

La desagregación territorial refleja la mayor disparidad de oportunidades de acceso a eventos culturales; específicamente las personas residentes en las zonas rurales y en las regiones asociadas con mayores niveles de pobreza están en clara desventaja. En efecto, un 70.3% de los asistentes a eventos culturales se concentra en el Gran Santo Domingo, seguido del Cibao que presenta un 21.2%. En las regiones del Este y el Sur asiste un 6.1% y 2.4%, respectivamente.

Gráfico 3

República Dominicana: Porcentaje de asistencia a eventos y espacios culturales por nivel educativo



Fuente: Encuesta Nacional de Fuerza de Trabajo 2014.

En sentido general, las personas con mayor nivel de educación son aquellas que presentan mayor consumo cultural. Sobre todo, en el teatro, porque cerca de un 70%

Tabla 1

República Dominicana
Montos gastados en espacios culturales por sexo

	Hombre	Mujer	Total
Teatro	40,502,922	44,655,154	85,158,076
Cine	293,652,669	144,331,631	437,984,300
Lugares históricos	13,581,769	7,777,570	21,359,339
Parque natural	17,212,945	12,410,090	29,623,035
Museo	91,870,035	6,554,441	98,424,476
Biblioteca/ Hemeroteca	585,966	4,542,000	5,127,966
Eventos artísticos	109,842,972	45,790,840	155,633,812
Otro lugar	1,240,960	3,055,515	4,296,475
Total	568,490,238	269,117,241	837,607,479

Fuente: Encuesta Nacional de Fuerza de Trabajo 2014.

de los que asisten tienen educación universitaria. En los eventos artísticos, probablemente por ser espacios más populares, es donde se evidencian menores desigualdades; sin embargo, quienes tienen educación universitaria son los que muestran mayor asistencia.

Las personas con educación primaria o con ninguna educación tienen un consumo muy bajo, lo que corrobora que el consumo cultural, en gran parte, depende del nivel educativo que ostente el consumidor. Cabe destacar que el consumo cultural no solo depende del acceso, también está muy relacionado al capital cultural de cada persona. El término capital cultural remite específicamente a los hábitos, disposiciones y cultura que un sujeto porta en un determinado momento, y que remite a las formas, enseñanzas, habilidades, y disposiciones físicas y mentales que les son heredadas y transmitidas en la educación, tanto formal como informal, familiar e institucionalizada, a las personas en su niñez, cuyos usos se proyectan en su vida adulta.

Este concepto ilustra que para consumir un determinado bien cultural es necesaria una serie de capacidades que permiten su apreciación y disfrute. El dato de que los sectores más pobres presentan bajo consumo cultural en las categorías preguntadas, estaría indicando que tienen un capital cultural distinto, lo que impide que sean interpelados por estos espacios culturales incluidos en la encuesta.

De esta manera, también se explicaría por qué el cine presenta ventaja ante otros espacios culturales, ya que desde temprana edad las audiencias se van relacionando con éste y entendiendo sus códigos; pero, además, por ser esta la actividad que más se promociona en los medios de comunicación.

Conclusión

Las políticas públicas de fomento cultural también son políticas de desarrollo. Con este fin, en su diseño, deben contemplar como parte de los ejes principales la promoción del consumo cultural en los niveles socio-económicos con menores posibilidades de acceso, así como también en personas de mayor edad; a la vez que crean programas para que instruyan la apreciación de una amplia diversidad de bienes culturales.