

JUAN ERNESTO
VELÁSQUEZ
(Venezuela)



El consumo cultural en los espacios públicos de Caracas 1997-2007

*Cultural consumption
in public spaces in Caracas
1997-2007*

Recibido: 24 /05/ 2012

Aceptado: 29 /06/ 2012

Magister Scientiarum en Comunicación Social (2011) y Sociólogo (1996) por la Universidad Central de Venezuela (UCV). Investigador instructor en el Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IIES) de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Músico.

Correo electrónico:

velasquez72@yahoo.com

Teléfono: +58 212 4074174

Celular: +58 4125416019

© De conformidad por su autor para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla, y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autor de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización del autor. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1° Octubre de 1993. Las imágenes utilizadas son estrictamente para uso académico.

RESUMEN

JUAN ERNESTO VELÁSQUEZ

El consumo cultural en los espacios públicos de Caracas 1997-2007

Este trabajo es un estudio comparativo sobre el consumo cultural en Caracas durante los años 1997 y 2007. Se analizó la asistencia a actividades culturales y de entretenimiento. Se compararon los resultados obtenidos en 2007 por el Proyecto de Investigación sobre Pobreza de la Universidad Católica Andrés Bello con el trabajo Consumo Cultural del Venezolano (1998) de Jesús María Aguirre, Marcelino Bisbal, Carlos Guzmán y colaboradores. Con el presente estudio se muestran diferencias importantes en relación a las formas de consumo cultural en los espacios públicos de Caracas, evidenciando así un panorama distinto al planteado en las investigaciones de finales de los años noventa.

Descriptor: Actividad cultural / Comunicación / Consumo Cultural / Cultura / Espacios / Caracas.

ABSTRACT

JUAN ERNESTO VELÁSQUEZ

Cultural consumption in public spaces in Caracas 1997-2007

This work is a comparative study of cultural consumption in Caracas during the years 1997 and 2007. We analyzed attendance at cultural and entertainment activities. We compared the results obtained in 2007 by the Poverty Research Project at the Catholic University Andres Bello work of Venezuelan Cultural Consumption (1998) in Jesús María Aguirre, Marcelino Bisbal, and Carlos Guzman et al. The present study shows significant differences in relation to the forms of cultural consumption in public spaces in Caracas, thus showing a different picture to the research proposed in the late nineties.

Key Words: Cultural Activity / Communication / Consumer Culture / Culture / Spaces / Caracas.

RÉSUMÉ

JUAN ERNESTO VELÁSQUEZ

La consommation culturelle dans les espaces publics à Caracas 1997-2007

Ce travail est une étude comparative de la consommation culturelle à Caracas au cours des années 1997 et 2007. Nous avons analysé la participation à des activités culturelles et de divertissement. Nous avons comparé les résultats obtenus en 2007 par le Projet de recherche sur la pauvreté au travail Université Catholique Andrés Bello de la consommation culturelle vénézuélienne (1998) à Jesús María Aguirre, Marcelino Bisbal, Carlos Guzman et al. La présente étude montre des différences significatives par rapport aux formes de consommation culturelle dans les espaces publics à Caracas, montrant ainsi une image différente à la recherche proposée dans les années nonante.

Mots clés: Activité Culturelle / Communication / La consommation culturelle / Culture / Espaces / Caracas.

RESUMO

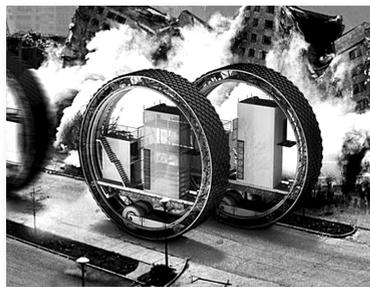
JUAN ERNESTO VELÁSQUEZ

Consumo cultural em espaços públicos em Caracas 1997-2007

Este trabalho é um estudo comparativo do consumo cultural em Caracas, durante os anos de 1997 e 2007. Analisamos a participação em atividades culturais e de entretenimento. Foram comparados os resultados obtidos em 2007 pelo Projeto de Pesquisa da Pobreza na Universidade Católica Andrés Bello trabalho de consumo cultural da Venezuela (1998) em Jesús María Aguirre, Marcelino Bisbal, Carlos Guzman et al. O presente estudo mostra diferenças significativas em relação às formas de consumo cultural em espaços públicos em Caracas, mostrando assim uma imagem diferente para a pesquisa proposta no final dos anos noventa.

Palavras-chave: Atividade Cultural / Comunicação / Consumidor Cultura / Cultura / Espaços / Caracas.

Una de las grandes inquietudes intelectuales ha sido entender la complejidad cultural latinoamericana, comprender los contrastes presentes en nuestra sociedad. Investigaciones interesadas en lo comunicacional y cultural han prestado atención a dichas inquietudes. La incidencia de las transformaciones urbanas, el auge tecnológico y los cambios comunicacionales han generado nuevas preguntas a nuevas condiciones socioculturales.



Uno de los puntos ampliamente discutidos ha sido la disminución de las **actividades culturales y entretenimiento en los espacios públicos de la ciudad**. Desde hace unos años distintos investigadores se han interesado por este hecho, es decir, la preponderancia del *consumo cultural dentro del hogar en contraposición al llevado cabo fuera de ese espacio netamente privado*. Ya desde más de una década existe una preocupación por conocer qué ha ocurrido con las actividades culturales en los espacios públicos de la ciudad.

García Canclini (1995) es uno de los primeros estudiosos de la cultura y la comunicación latinoamericana en interesarse sobre el tema de lo público y lo privado en el consumo cultural. En *Consumidores y Ciudadanos* comenta: «*El video se ha convertido, en menos de una década, en la forma mayoritaria de ver cine, los cinéfilos que van a las salas una vez por semana o cada quince días rentan de dos a tres películas semanalmente (...)*» (1995: 155). De esta situación el autor planteaba que en el fenómeno fílmico se producía un hecho importante, que era un repliegue del consumidor al espacio privado, es decir, al de la recepción en el hogar.

Al pensar en la capital venezolana también nos encontramos con una situación similar. Ya desde 1992 Guillermo Barrios en *Inventario del Olvido* asomaba tal situación en los cines, al registrar una importante cantidad de cierres de salas de cines en Caracas. Posteriormente en el estudio *Consumo cultural del venezolano* (1998) de Jesús María Aguirre, Marcelino Bisbal, Carlos Guzmán, Pasquale Nicodemo, Francisco Pellegrino y Elsa Pilato, se abordaría el tema de forma más general. Aquí se afirmaba cómo en Caracas el espacio público de la comunicación se había desplazado al consumo familiar o doméstico. La vida pública en este aspecto se había transformado. En este estudio se planteó la *disminución de la frecuencia de asistencia a*

espacios públicos para actividades de entretenimiento y recreación cultural, y el aumento de todos los aspectos relacionados con el consumo cultural en el hogar.

Partimos de estos primeros trabajos para analizar algunos datos actuales que nos pudieran dar luces en relación a este punto. Para ello compararemos datos cuantitativos sobre el consumo cultural en Caracas. Tomaremos la información obtenida en el 2007 del *Proyecto de Investigación sobre Pobreza* del Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello. Estas cifras las compararemos con los datos de 1997 del trabajo *Consumo Cultural del Venezolano* (1998).

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Aclararemos algunos puntos relacionados con las características de los datos cuantitativos utilizados, tanto del Estudio de Pobreza UCAB como el del Consumo Cultural del Venezolano.

1. Para el caso del *Consumo Cultural del Venezolano*, los datos utilizados provienen de una *encuesta por muestreo* realizada en el Área Metropolitana de Caracas. El total de la muestra fue de 517 personas, la fecha de realización del trabajo de campo abril-mayo de 1997. El diseño muestral utilizado fue no aleatorio por cuotas. El contenido del cuestionario de este trabajo de campo se basó en preguntas que medían el **hábito** de toda una serie de actividades culturales y de entretenimiento.

2. En relación al Proyecto de Investigación de Pobreza de la UCAB tenemos una *encuesta por muestreo pero de representación nacional*. En este caso el muestreo fue *aleatorio estratificado*, construyendo dichos estratos basado en las regiones y centros poblados del país. El cuestionario que se utilizó para este trabajo de campo estaba conformado por toda una serie de módulos, los cuales respondían a varias áreas temáticas. Una primera parte se refería a aspectos socio-económicos, composición del hogar, estructura familiar, aspectos laborales, entre otros puntos. En una segunda parte, se incluyó cuatro áreas nuevas o módulos complementarios, los cuales profundizaban en temas estratégicos, considerados de importancia para el país. Estos temas eran: educación, oportunidades y capacidad de acceso a bienes y servi-

cios, participación social y **consumo cultural** (en este último se incluiría las preferencias en los tipos de programación televisiva y radio, hábitos recreativos, uso del tiempo libre, lecturas preferidas, tipo de música preferida y acceso a la tecnología en comunicación e información).

El trabajo de campo arrancó en el segundo semestre del 2007. La muestra obtenida fue de 5.113 entrevistas. Ahora, esta muestra se subdividió para cada uno de los módulos complementarios adicionales trabajados. Para nuestro trabajo utilizamos la muestra del módulo de consumo cultural, la cual consistió en 1.203 casos.

3. Al revisar cada uno de estos aspectos metodológicos encontramos algunas diferencias entre los dos estudios aquí tratados. Para el estudio de Pobreza UCAB-2007, el trabajo de campo fue mucho más complejo que el estudio del Consumo Cultural del Venezolano de 1997. Esto se debió a que el Estudio de Pobreza tenía un alcance nacional, y tocaba distintos tópicos relacionados con el hogar. En cambio el Consumo Cultural del Venezolano se ubicó en lo que ese momento era el Área Metropolitana de Caracas, y además solo indagó sobre el tema comunicacional y cultural.

4. Ahora, es importante precisar cómo se llevaría a cabo la comparación de estas dos muestras siendo ellas distintas. Para ello **reprocesamos la base de datos** del estudio de Pobreza UCAB-2007, seleccionando la información de la región de la Gran Caracas. Contrastamos esta selección del 2007 con la muestra del *Consumo cultural del venezolano* de 1997, la cual sólo contenía el Área Metropolitana de Caracas. Comparamos entonces la información de la misma región, pero en dos años distintos, 1997 y 2007.

5. En otro aspecto metodológico, es importante aclarar que en el estudio del 2007 las preguntas diseñadas para el módulo de consumo cultural eran similares al estudio de 1997, pero *las escalas para medir las frecuencias de asistencia eran distintas*. Para solventar esta diferencia, se realizó el reprocesamiento de las escalas del estudio del 2007 para poder comparar los resultados de las dos bases de datos.

COMPARACIÓN DE RESULTADOS

A continuación cotejaremos los resultados del Estudio de Pobreza

UCAB-2007, con el Estudio del *Consumo Cultural del Venezolano* (1998). Empezaremos mostrando los datos generales de cada estudio.

Consumo cultural del Venezolano

En el *Consumo Cultural del Venezolano* los resultados se mostraron en tres grupos de actividades:

Cuadro N° 1
Asistencia a actividades culturales y entretenimiento 1997

Grupo 1

Actividades	Todos los días %	Casi todos los días %	Fines de semana %	Nunca %
Pasear	15	14	53	18
Centros Comerciales	6	13	53	27
Templos Religiosos	1	3	49	46
Restaurantes	3	5	37	54
Cine		2	39	57
Eventos Deportivos	2	4	37	57
Gimnasio o Trotar	9	8	13	70
Salones de Pool	1	2	22	74
Salones de Video		1	13	85

Fuente: Consumo Cultural del Venezolano 1998. Elaboración propia 2011.

De manera general se puede observar en el **cuadro N° 1** que este **primer grupo de actividades** se realizan más que todo *los fines de semana*, pocas veces se sale de casa por distracción en la semana según estos resultados. De estas cifras se destaca como dos principales actividades *el salir a pasear* (sin especificar) y *visitar un centro comercial*. Luego tenemos un **segundo grupo**, las cuales fueron medidas con un tipo de escala distinta en relación a la frecuencia de consumo.

Cuadro N° 2
Asistencia a actividades culturales y entretenimiento 1997

Grupo 2

Actividades	Semanal %	Mensual %	Ocasional %	Nunca %
Ir de Compras	45	22	26	7
Visitar Familiares	41	16	34	9
Ir a la Playa	6	20	58	16
Salir fuera de Caracas	9	15	58	17
Parques	15	14	45	26
Eventos Sociales	7	9	44	40
Espectáculos Populares	4	4	34	56
Ir a la Montaña	8	7	23	62
Actividades Políticas	2	1	9	91

Fuente: Consumo Cultural del Venezolano 1998. Elaboración propia 2011.

En este caso se refiere a un *conjunto de formas de entretenimiento* que implican una frecuencia de asistencia menor a la anterior, se pudieran entender como menos cotidianas. De ellas se destacan *salir de compras y las visitas familiares*. El **último grupo de actividades** (ver cuadro N° 3) fueron catalogadas, según el texto *Consumo Cultural del Venezolano* como «elitescas» (ver cuadro 3).

En este caso *la mayoría de estas actividades se llevan a cabo de forma ocasional*, y en general *los niveles de participación son menores*. Sería importante observar ahora todo este conjunto de actividades en un solo plano, de manera que la jerarquización de cada una de ellas pueda ser comparable más allá de las diferencias entre las escalas de *frecuencia de consumo*. Para esto recodificamos dichas escalas, uniendo, para el primer grupo de actividades, las opciones: «todos los días», «casi todos los días» y «fines de semana». Creamos así la categoría «**asiste**», que une todas éstas, y «**no asiste**» que contiene la opción «nunca». En el caso de los dos siguientes grupos de

Cuadro N° 3
Asistencia a actividades culturales 1997

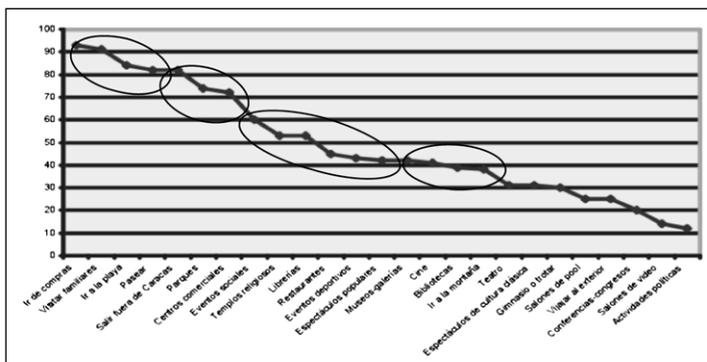
Grupo 3

Actividades	Semanal %	Mensual %	Ocasional %	Nunca %
Librerías	5	7	41	46
Museos-Galerías	3	6	33	57
Bibliotecas	8	5	26	61
Teatro	1	4	26	68
Espectáculos de Cultura Clásica	1	4	26	68
Viajar al Exterior		2	23	74
Conferencias-Congresos	1	3	16	79

Fuente: Consumo Cultural del Venezolano 1998. Elaboración propia 2011.

actividades, unimos «semanal», «mensual» y «ocasional» en la opción «asiste» y «no asiste» en «nunca». Así obtuvimos el gráfico N°1 tomando sólo la asistencia:

Gráfico N° 1
Asistencia a actividades culturales y entretenimiento 1997



Fuente: Consumo Cultural del Venezolano 1998. Elaboración propia 2011.

Desde esta visión más general tenemos una comparación de todos los que dijeron haber asistido a algunas de las actividades, más allá de la frecuencia de esas asistencias, es decir, sin discriminar que haya sido todos los días, fin de semana, mensual, ocasional, etc. Pudiéramos entonces ubicar aquí **un primer grupo de actividades las cuales más del 80% de la población caraqueña realizaba para finales de los años 90**. Estas actividades eran en orden: *hacer compras, visitas familiares, la playa, pasear y salir fuera de Caracas*. Entre el 70% y 75% de los caraqueños asistían a parques y centros comerciales. Del 50% al 60% iban a eventos sociales, religiosos y librerías. Entre el 40% y el 50% asistían a restaurantes, eventos deportivos, espectáculos populares, museos-galerías y cine. Del 30% al 40% visitaban bibliotecas, la montaña, el teatro, espectáculos de cultura clásica y gimnasio o trotar. Del 20% al 30% salones de pool, viajar al exterior y conferencias y congresos. Menos de 20% salones de video y actividades políticas.

Consumo cultural en el estudio pobreza

A continuación tomamos los datos de la Gran Caracas del Estudio de Pobreza UCAB (2007). Para este estudio las opciones de respuesta fueron distintas a las de 1997, en este caso las frecuencias de asistencia se dividieron en asiste con «mucha frecuencia», «cierta frecuencia», «rara vez» y «nunca».

Cuadro N° 4

Asistencia a actividades culturales y entretenimiento 2007

Actividades	mucha frecuencia	cierta frecuencia	rara vez	nunca
Visitar a familiares	21,3%	37,6%	32,4%	8,8%
Centros comerciales	17,6%	33,0%	31,1%	18,2%
Ir de paseo	11,9%	36,4%	36,9%	13,7%
Conversar con amigos vecindario	18,9%	23,3%	31,9%	25,9%
Ir a la playa	12,2%	26,1%	42,2%	19,5%
Restaurantes con familia	9,6%	28,6%	35,5%	25,2%

Cuadro N° 4 (continuación)

Actividades	mucha frecuencia	cierta frecuencia	rara vez	nunca
Visitar amigos	14,4%	23,3%	37,8%	24,5%
Bautizos, matrimonios, etc.	10,0%	25,7%	40,8%	22,4%
Comer a restaurantes	7,5%	26,1%	48,7%	16,5%
Casas de amigos o familiares	7,0%	25,7%	38,1%	28,1%
Eventos deportivos	11,6%	16,8%	27,7%	43,9%
Parques o zoológicos	5,8%	22,5%	39,1%	32,6%
Pasear en plazas o bulevares	4,9%	22,4%	30,7%	40,6%
Parques de diversión	3,6%	19,3%	33,8%	42,7%
Comer en casas de amigos	4,9%	16,9%	35,2%	41,9%
En casa partidas de dominó o cartas	6,1%	11,1%	24,7%	55,8%
Bailar a discotecas	5,5%	9,1%	23,7%	60,6%
Bares	2,6%	11,7%	22,8%	61,7%
Fiestas en casa	1,8%	12,4%	40,1%	44,6%
Jugar videojuegos	6,6%	7,1%	14,5%	70,8%
Trotar en parques, avenidas, etc.	3,4%	9,0%	19,4%	67,8%
Pool o billares en locales	0,8%	10,9%	12,2%	74,7%
Jugar bolas criollas	5,4%	5,2%	10,5%	78,6%
Gimnasios	4,3%	5,4%	14,7%	73,8%
Pesca o cacería	1,5%	3,8%	16,6%	78,1%

Fuente: Proyecto Estudio sobre la Pobreza en Venezuela 2007. Elaboración propia 2011.

En este caso no se precisó el tiempo en días, semanas o meses. Sólo en pocas preguntas se utilizó el esquema anterior. Por otra parte, en el estudio de Pobreza se indagaron en más opciones de entretenimiento en comparación al *Consumo cultural del venezolano* (1997). Inicialmente mostraremos los

resultados en la Gran Caracas de todas las opciones para luego hacer las modificaciones para comparar con 1997.

En este primer grupo de actividades, presentes en el **cuadro N° 4**, igualmente aparece como lo más frecuente los *encuentros familiares*, seguidas de *las visitas a centros comerciales, paseos (sin especificar a donde) y conversar con amigos de vecindarios*. Estas serían las primeras cuatro actividades que sumando la mucha y cierta frecuencia son las que más se realizan. Al siguiente grupo de actividades del **cuadro 5**, los porcentajes de personas que asisten con mucha o cierta frecuencia es menor. La más alta de todas, *los oficios religiosos*, después le siguen la *asistencia a bibliotecas, conciertos de música popular, librerías, eventos políticos*. En tanto a la asistencia al cine el tipo de escala utilizada fue distinta, en este caso el 7% asiste semanal o quincenalmente, otro 8% mensualmente y el 42% ocasionalmente

Cuadro N° 5
Asistencia a actividades culturales y entretenimiento 2007

Actividades	mucha frecuencia	cierta frecuencia	rara vez	nunca
Oficios religiosos	8,1%	18,8%	37,7%	34,9%
Bibliotecas	6,7%	9,1%	20,8%	62,9%
Conciertos de música popular	3,0%	11,3%	17,9%	67,2%
Visitar librerías	5,2%	9,0%	27,0%	58,2%
Eventos políticos	5,7%	6,5%	11,0%	75,2%
Fiestas populares o tradicionales	3,6%	6,5%	26,1%	63,2%
Obras teatrales	4,7%	5,4%	17,7%	71,6%
Museos o galerías de arte	2,1%	7,0%	20,8%	69,6%
Viajes al exterior	1,9%	4,8%	12,9%	77,2%
Conferencias-congresos	1,9%	3,9%	12,0%	81,8%
Exposiciones de muebles-otros	1,8%	3,7%	21,8%	72,1%
Exposiciones	2,2%	3,0%	13,8%	80,1%

Cuadro N° 5 (continuación)

Actividades	mucha frecuencia	cierta frecuencia	rara vez	nunca
Toros coleados	3,1%	1,7%	12,1%	83,1%
Conciertos de música clásica	2,3%	1,5%	10,4%	85,2%
Corridos de toros	1,1%	1,6%	11,9%	85,4%
Peleas de gallos	0,5%	1,2%	9,8%	88,6%

Fuente: Proyecto Estudio sobre la Pobreza en Venezuela 2007. Elaboración propia 2011.

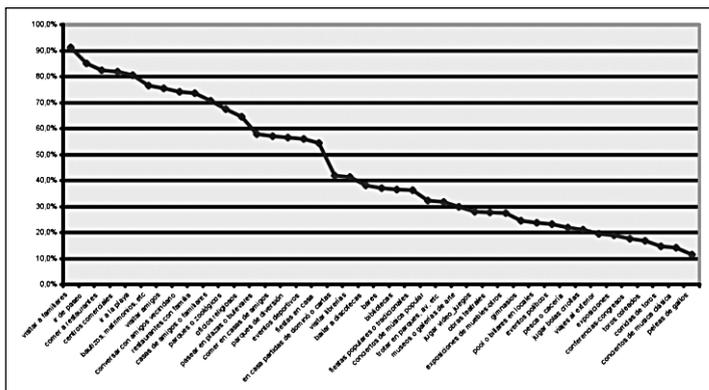
Para identificar estas formas de entretenimiento en un mismo plano y además compararlas con el año 1997 tendríamos que también recodificar las opciones de respuesta. Así transformamos «mucha frecuencia», «cierta frecuencia» y «rara vez» en «**asiste**»; y «**nunca**» en «**no asiste**». Para el caso de cine, unimos «semanal», «quincenal», «mensual» y «ocasionalmente» en «asiste»; y «nunca» en «no asiste». De aquí obtenemos el **gráfico n° 2** comparable al del año 1997.

Teniendo todas las actividades bajo un mismo patrón de opciones de respuestas sería necesario seleccionar cuál de ellas es posible comparar con el año 1997. De aquí elegimos entonces: *visitas familiares, ir a la playa, pasear, visitas a parques, centros comerciales, oficios religiosos, visitar librerías, bibliotecas, comer en restaurantes, jugar pool, salones de video juegos, eventos deportivos, cine, conciertos de música popular, de música clásica, museos, teatro, gimnasio, viajes al exterior, conferencias y congresos*. Obtuvimos el **gráfico N° 3** que nos muestra las variaciones en el transcurso de diez años.



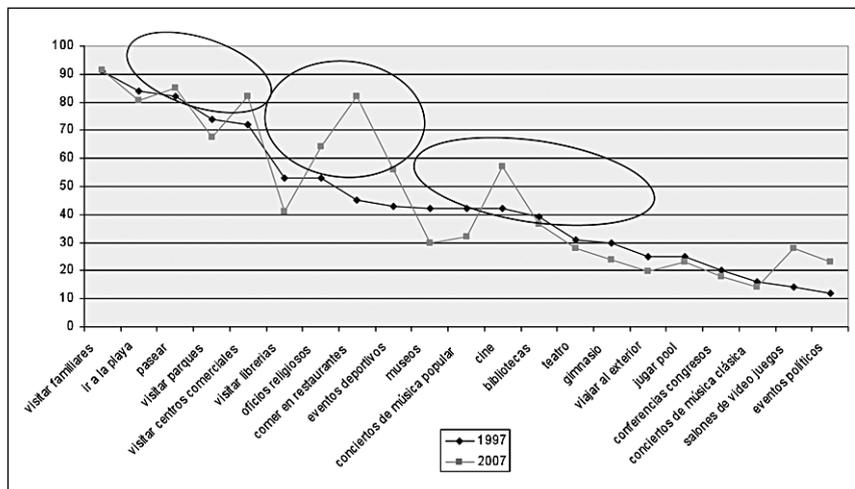
Notamos aquí qué formas de entretenimiento se mantienen estables a través del tiempo y cuáles han aumentado o disminuido. Se observa que **lo más común para los caraqueños** consiste en *visitas familiares* (91%). *Ir a la playa* descendió levemente del 84% al 81%, *salir a pasear* aumentó del 82% al 85%, *visitar parque* disminuyó del 74% al 67%, *centros comerciales* del 72% al 82%. Estas las podríamos entender como un **primer**

Gráfico N° 2
Asistencia a actividades culturales y entretenimiento 2007



Fuente: Proyecto Estudio sobre la Pobreza en Venezuela 2007. Elaboración propia 2011.

Gráfico N° 3
Asistencia a actividades culturales y entretenimiento 1997-2007



Fuente: Proyecto Estudio sobre la Pobreza en Venezuela 2007. Elaboración propia 2011.

grupo de actividades de mayor realización, casi por encima del 70% de los caraqueños la llevan a cabo, algunas han disminuido levemente como ir a la playa, otras de manera más pronunciada como visitar parques; mientras que visitar centros comerciales ha tenido un aumento considerable.

En otro grupo se ubican los *oficios religiosos* alcanzando del 53% al 64%, *visitas a librerías* disminuyendo del 53% al 41%, *comer en restaurantes* del 45% al 82%, *eventos deportivos* del 43% al 56%, *cine* del 42% al 57%, *conciertos de música popular* descendiendo del 42% al 32%, *museos* del



42% al 30%, *bibliotecas* del 39% al 37%, *teatro* 31% al 28% y *gimnasio* del 30% al 24%. Aquí encontramos que inicialmente los porcentajes oscilaban entre el 30% y el 55%, pero éstos han tenido variaciones importantes en el último año medido. Una parte de ellas ha aumentado considerablemente, la más evidente son las *comidas en restaurantes*, luego se encuentra la *asistencia al cine*, seguido de *los eventos deportivos* y *los oficios religiosos*. En tanto a la parte que ha disminuido las más pronunciadas son los museos, librerías y conciertos de música popular, luego de forma moderada, la asistencia a gimnasios, teatros y bibliotecas.

Un último **grupo de actividades menos frecuentes** son: *jugar pool* que bajó del 25% al 23%, *viajes al exterior* del 25% al 20%, *conferencias y congresos* del 20% al 18%, *conciertos de música clásica* del 16% al 14%, *salones de video juego* del 14% al 28% y *eventos políticos* del 12% al 23%. Aquí nos encontramos con pequeñas disminuciones en los viajes al exterior, juegos de pool, conferencias/congresos y conciertos de música clásica. En relación a los aumentos tenemos las visitas a salones de video juego y los eventos políticos.

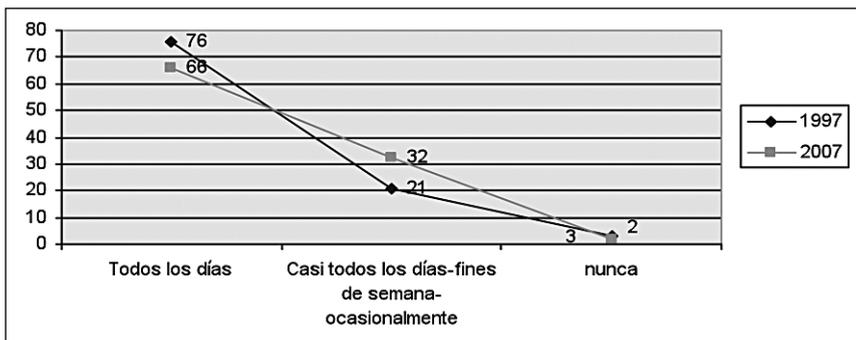
Esta primera comparación evidencia que **ha habido cambios importantes en las formas del consumo cultural en diez años**, hay actividades que han tenido aumentos considerables, mientras que otras han disminuido. El mayor aumento lo tenemos en la asistencia a restaurantes, el cual subió 37% de su porcentaje final, en tanto al cine, centros comerciales, eventos deportivos, oficios religiosos, eventos políticos y video juegos subieron de 10% a 15%. Mientras que la disminución más pronunciada la tenemos en los museos, librerías y conciertos populares, bajando alrededor del 10%.

Al retomar algunas de las ideas expuestas en *El Consumo Cultural del Venezolano* (1998) encontramos semejanzas y diferencias con los resultados recientes que serían importantes destacar. Inicialmente en el trabajo de 1997 se destacó como ha existido una preponderancia del consumo cultural privado en contraste al consumo cultural público. Además otros trabajos como el ya nombrado estudio *El Inventario del olvido* (1992) de Guillermo Barrios, plantea este mismo asunto en el campo del cine. Ahora, **observando los datos del 2007 encontramos que varias de las actividades fuera del hogar han aumentado en relación a hace diez años.** Así por ejemplo, formas de entretenimiento como salir a restaurantes, ir a centros comerciales o ir al cine, cambiaron de dirección. Mientras otros tipos de consumo como conciertos, museos y teatros siguieron disminuyendo. Esto nos hace entender que el consumo cultural en los espacios públicos en su totalidad no continuó en descenso. ¿Cuál es la diferencia entonces entre unos espacios y otros? Inicialmente se puede pensar que el consumo cultural más elitescos, o el popular-tradicional, siguen perdiendo importancia. Esta misma idea se plantea en el trabajo de 1997. Es entendible entonces que las actividades teatrales, concierto o exposiciones sigan disminuyendo, y estén destinadas a un sector particular de la población. Situación distinta a la asistencia a restaurantes, centros comerciales o cines, la cual pareciera estar enmarcada en los avances de un consumo cultural intermedio.

Consumo cultural en el hogar

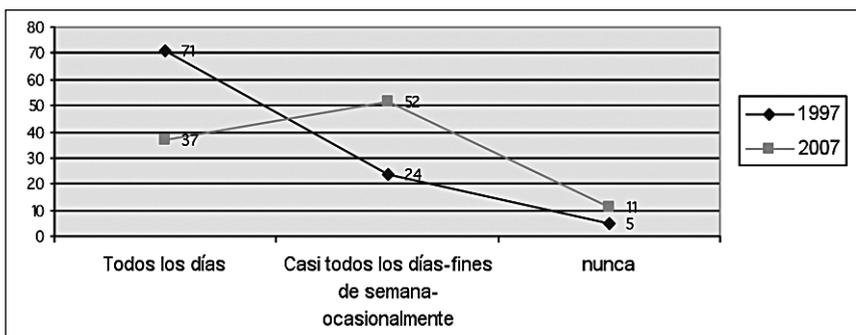
Un punto importante de la presente comparación es que **no todo el consumo cultural en espacios públicos ha bajado.** Se pudiera decir que si bien para finales de los 90 las opciones de consumo cultural habían decaído, para el 2007 la situación pareciera ser distinta. Ahora, como otro contraste sería importante comparar algunos datos sobre **el consumo en casa.** Para esto tomamos seis actividades presentes en los dos años estudiados, éstas son *ver televisión, escuchar radio, leer prensa, ver películas en casa y utilizar computadoras.* Es importante aclarar que algunas de estas formas de consumo se pueden hacer fuera de casa, pero igualmente las tomamos en cuenta como una referencia general de actividades dentro del hogar.

Gráfico N° 4
Recepción televisión 1997-2007



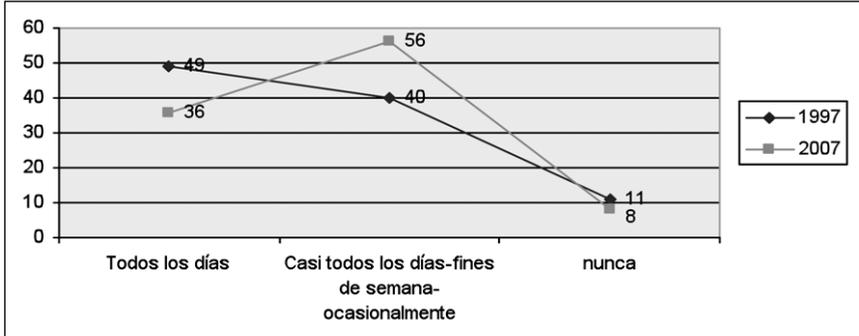
Fuente: Consumo Cultural del Venezolano 1998 Proyecto Estudio sobre la Pobreza en Venezuela 2007. Elaboración propia 2011.

Gráfico N° 5
Recepción radio 1997-2007



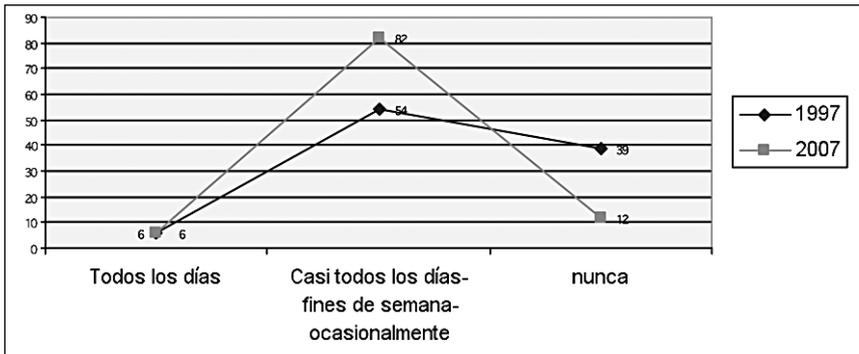
En cada uno de estos gráficos observamos igualmente cambios de 1997 al 2007. Para casos como la televisión, si bien casi toda la población la posee, los hábitos han variado levemente ya que el consumo de todos los días ha disminuido un poco, mientras que el de casi todos los días, fines de semana u ocasionalmente ha aumentado. Con la radio ocurre una situación similar pero la disminución del consumo diario es más pronunciada. En tanto a la lectura de prensa también ha disminuido de manera considerable su compra diaria.

Gráfico N° 6
Lectura de prensa 1997-2007



Fuente: Consumo Cultural del Venezolano 1998 Proyecto Estudio sobre la Pobreza en Venezuela 2007. Elaboración propia 2011.

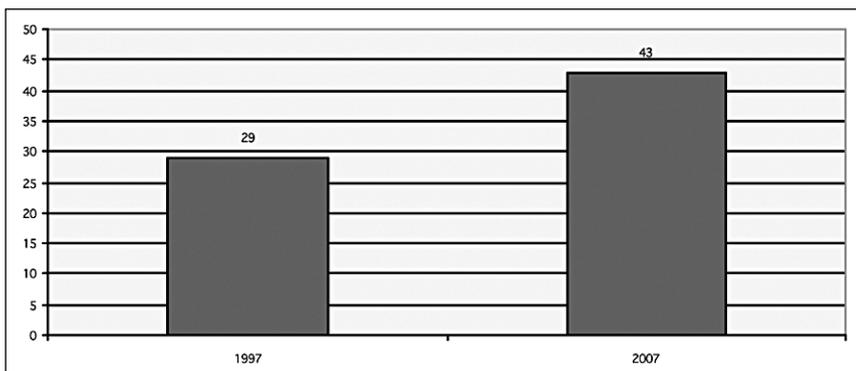
Gráfico N° 7
Recepción películas en casa



Fuentes: Consumo Cultural del Venezolano 1998 Proyecto Estudio sobre la Pobreza en Venezuela 2007. Elaboración propia 2011.

La diferencia más importante la encontramos en ver películas en casa, ya que en 1997 el 60% presentaba dicho hábito, y esta cifra aumentó para el 2007 al 88%. Igualmente los que utilizan computadora subieron un 14% del 1997 al 2007. Estas cifras nos muestran igualmente que en el consumo privado posiblemente hay algunas disminuciones, pero también unos aumentos

Gráfico N° 8
Utilización de computadora



Fuente: Consumo Cultural del Venezolano 1998 Proyecto Estudio sobre la Pobreza en Venezuela 2007. Elaboración propia 2011.

considerables. Es decir, casos como la radio o la prensa se utilizan menos; igualmente con la televisión pero de manera más moderada. Y en otro sentido el ver películas en casa o la utilización de computadoras ha aumentado de forma importante.

CONCLUSIONES: PANORAMA DEL CONSUMO CULTURAL DE 1997 AL 2007

1- La situación planteada en los estudios de la década de los noventa, donde el consumo privado crecía y el público disminuía, no se observa tan claramente con estas cifras comparadas. Pudiéramos decir más bien, que **tanto en el espacio público como en el privado existen consumos culturales distintos**. Así encontramos actividades fuera de casa más comunes, las cuales de forma más o menos regular se siguen realizando. Por ejemplo tenemos las visitas familiares, salir de paseo, idas a la playa o a un parque, más del 60% de la población participa de ellas. Algunas han disminuido de forma más pronunciada como las visitas a parques.

2- Por otra parte, **encontramos otro grupo de actividades similarmente comunes, pero con mayores variaciones de sus hábitos en el transcurso de los años**. Este caso lo podemos ilustrar con a la asistencia a centros

comerciales, eventos deportivos, salas de cine o comidas en restaurantes. En este grupo si bien puede ser necesario un mayor gasto económico en algunos casos, igual sigue siendo un tipo de actividad con altos porcentajes, de hecho, aquí se resalta como el aumento más importante las visitas a restaurantes.

3- En otro sentido se aprecia otro grupo de actividades fuera de casa que siempre han estado dirigidas a un sector particular de la población. Se pudiera pensar que este sector tiene un nivel socioeconómico más alto, o interés culturales más particulares que pudieran implicar un nivel educativo más avanzado. Este es el tipo de consumo cultural que siempre ha sido más pequeño y que sigue disminuyendo en el transcurso de los años. En esta situación se encuentra el teatro, los llamados concierto de música «popular» y «clásica», museos, bibliotecas, viajes al exterior, conferencias y congresos, entre otros.

4- En el ámbito de lo privado el consumo tradicional de la televisión, radio y prensa ha variado pero no tan radicalmente. Evidentemente este sigue siendo un consumo de grandes masas, pero ha tenido sus pequeños descensos en sus frecuencias, ya que el hábito diario de ver, escuchar o leer algunos de los grandes medios ha bajado. Ahora en el caso de las películas vistas en casa ha tenido un crecimiento importante, al igual que la utilización de la computadora.

Este es el panorama de 1997 al 2007, encontramos en él diferencias en la forma de consumo dentro del espacio público, por lo que surge la interrogante de *cuáles son esos factores que generan las diferencias*. Ya hemos asomado la idea de aspectos relacionados con lo socioeconómico, o con los niveles educativos, o intereses culturales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Sobre conceptos de lo público y lo privado

GARCÍA CANCLINI, Néstor

1996 *La ciudad de los viajeros*. México: Grijalbo.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (coord.)

2004 *Reabrir los espacios públicos. Políticas culturales y ciudadanía*. México: Universidad Autónoma Metropolitana y Plaza y Valdés.

Sobre consumo cultural

BARRIO, Guillermo

1992 *Inventario del olvido*. Caracas: Fundación Cinemateca Nacional.

BARBERO, Jesús Martín

1993 La comunicación en la transformación del campo cultural. *Alteridades*, 3, 59-68.

BISBAL, Marcelino; AGUIRRE, Jesús María; GUZMÁN, Carlos; NICODEMO, Pasquale; PELLEGRINO, Francisco; PILATO, Elsa

1998 *El consumo cultural del venezolano*. Caracas: Centro Gumilla.

GARCÍA CANCLINI, Néstor

1990 *Introducción: sociología de la cultura de Pierre Bourdieu en Sociología y Cultura*. Bourdieu, Pierre.

1989 *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.

1995 *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.

2004 *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Gedisa.

GUZMAN, Carlos; MEDINA, Yesenia y QUINTERO, Yolanda

2005 *Dinámica de la cultura en Venezuela y su contribución al PIB*. Colombia: Convenio Andrés Bello.

SUNKEL, Guillermo (Coord.)

2006 *El consumo cultural en América Latina*. Colombia: Edit. Convenio Andrés Bello.

Referencias metodológicas

ESPAÑA, Luis Pedro

2009 *Detrás de la pobreza diez años después*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.