

Consumo cultural en tiempos de pandemia¹

Carolina Tarayre

Departamento de Economía UNS

Silvina Elías

IIESS UNS-CONICET. Departamento de Economía UNS

Introducción

La situación actual de pandemia y confinamiento, ha impactado de forma muy acusada y directa en el sector de las industrias culturales. Los consumos culturales se han modificado. Ir al cine, a un concierto o a una librería son actividades que por el Covid 19 se encuentran vedadas. Los museos han cerrado, los eventos y espectáculos de carácter cultural en espacios públicos y privados se han cancelado, algunas películas se estrenan por internet. El consumo de cultura en las redes se ha potenciado. Variadas situaciones se han presentado a nivel de consumo cultural, tanto en la escala local como nacional e internacional.

En particular, en la ciudad de Bahía Blanca, se canceló toda actividad cultural desde mediados del mes de marzo cuando el gobierno decretó la primera medida de confinamiento. A raíz de esto, los espacios culturales, los museos y escuelas de arte han creado, dentro de sus posibilidades, algunas opciones viables dadas las circunstancias actuales fundadas en la virtualidad y la conectividad.

La oferta cultural, contradictoriamente, se ha expandido por un lado y se ha limitado por otro. Muchas editoriales están ofreciendo gratuitamente sus publicaciones y e-books, los museos han ampliado y mejorado sus visitas virtuales y proponen múltiples actividades, los teatros ofrecen sus obras en la web, las plataformas de streaming compiten por sus usuarios. Algunas producciones culturales como el mundo audiovisual, la literatura o la radio pueden adaptarse mejor a este nuevo escenario virtual y multimedia, sin embargo hay otras que transitan una situación alarmante: el teatro, la música en vivo, la danza, el circo, el arte callejero en general.

¹ Este trabajo se enmarca en el proyecto “Análisis Económico de la Cultura y el turismo cultural”, Depto. de Economía, Universidad Nacional del Sur. Código del proyecto (24/ ZE31). Cuenta con financiamiento de la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la UNS.

En este contexto, el presente trabajo busca conocer la situación del consumo cultural en la ciudad de Bahía Blanca pre y post pandemia. Para ello se trabajará con los resultados de dos encuestas implementadas a través de formularios de Google. La primera de ellas realizada en el año 2019 y la segunda en mayo de 2020 luego del inicio de la pandemia.

El consumo cultural en Bahía Blanca

La oferta cultural de la ciudad es amplia y variada. Forman parte de la misma las exposiciones de arte, conciertos musicales y obras teatrales en espacios variados como Teatro Don Bosco, Teatro Rossini, El tablado, entre otros, siendo el Teatro Municipal el espacio de mayor reconocimiento dado que alberga eventos de nivel nacional e internacional. En la ciudad también hay también numerosos espacios culturales independientes que ayudan a generar focos de aprendizaje e intercambio cultural como Forum, Estación Rock, La panadería, El Tablado y Espacio El Aleph por mencionar algunos. En cuanto a la oferta museística hay siete museos públicos que, de acuerdo a la página del gobierno municipal², son: el Museo de Arte y Arte Contemporáneo, el Museo de Ciencias, el Museo y Archivo Histórico, el Museo del Deporte, el Museo Fortín Cuatreros, Ferrowhite Museo Taller y el Museo del Puerto. En los mismos se desarrollan diversas exposiciones de forma permanente o temporal y se ofrecen actividades formativas y recreativas para las instituciones educativas de la ciudad en todos sus niveles. La ciudad alberga tres cuerpos artísticos dependientes del Instituto Cultural Provincial, el Ballet del Sur, la Orquesta Sinfónica y el Coro estable de Bahía Blanca que ofrecen sus presentaciones, generalmente en el Teatro Municipal, y en muchas oportunidades con artistas invitados del ámbito nacional e internacional. Asimismo, gracias a su larga historia, posee un espléndido patrimonio arquitectónico el cual se puede conocer en el casco histórico de la misma mediante algunos de los circuitos propuestos por el municipio local.

En esta época de crisis sanitaria la Secretaría de Cultura del municipio, a través del Instituto Cultural de Bahía Blanca, se ha sumado a la propuesta de Cultura en Casa³ dispuesta por el

² <https://www.bahia.gob.ar/museos/>

³ <https://www.bahia.gob.ar/culturaencasa/>

Ministerio de Cultura de la Nación en el marco del espacio Compartir Cultura⁴. Allí se ofrece información general para ayudar a los sectores de la cultura en esta situación especial y también actividades gratuitas para públicos diversos como lecturas, visitas virtuales a museos, juegos, películas y acceso a bibliotecas, entre otros.

Para indagar sobre el consumo cultural en la ciudad de Bahía Blanca se utilizaron, tal como se mencionó en la introducción, dos encuestas implementadas mediante formularios de Google en dos momentos de tiempo diferentes: durante el año 2019 (antes de la pandemia) y en Mayo 2020 durante la pandemia del Covid-19, con un tamaño de la muestra de 336 y 225 encuestados, respectivamente. La segunda encuesta fue más breve y específica, apuntando a detectar algunas cuestiones puntuales sobre la percepción de los individuos en relación a aspectos concretos del ámbito de la cultura en el contexto actual de pandemia e interrupción de los eventos culturales que impliquen reunión de personas. Es importante destacar que los resultados que se presentan son preliminares, en el marco de un proyecto de investigación en desarrollo.

Hay muchas formas de entender la cultura. Existen diversas escuelas de pensamiento que han realizado esfuerzos para la construcción de un concepto de cultura, desde diversas disciplinas como la filosofía, la antropología, la semiótica, la historia del arte y la sociología. En este sentido, en la primera de las encuestas se indaga sobre esta cuestión para intentar conocer qué se entiende por cultura, con qué aspectos o dimensiones los encuestados asocian la misma, a partir de las siguientes opciones: a) Hábitos, costumbres, comportamientos; b) Información, estudiar, conocer; c) Arte y Patrimonio, d) Forma de pensar, ideología, valores; e) La identidad, f) otros. En las respuestas que indicaron estar muy de acuerdo, escala más alta establecida (según escala Likert), los resultados fueron los siguientes: en primer lugar, hábitos, costumbres y comportamientos (45,2%), segundo por la identidad (39,9%), luego la forma de pensar, ideología y valores (35%), seguida por arte y patrimonio (31,7%) y finalmente, la información, estudiar, conocer (24,8%). Del total de encuestados, sólo 22 agregaron otras cuestiones vinculadas a: la historia de un grupo en un lugar determinado y la

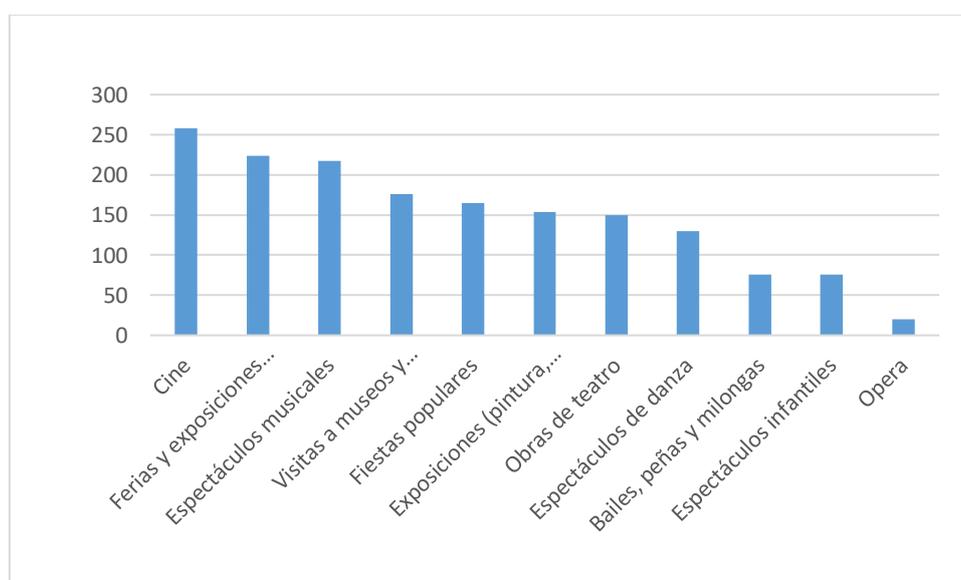
⁴ <https://www.cultura.gob.ar/compartir-cultura-8862/> “Compartir Cultura es un contenido audiovisual único que reúne en un mismo lugar lo mejor de las expresiones artísticas y culturales de nuestro país, catalogadas y ordenadas para que puedan ser accesibles para todas y todos. Cine, teatro, música, artes visuales y literatura son algunas de las secciones en las que se puede encontrar producciones de gran calidad realizadas para los distintos programas y medios del Ministerio. Todo reunido en una misma plataforma de fácil acceso.”

transmisión de hábitos, costumbres, procedimientos, tradiciones, de los padres a los hijos en un sitio determinado durante una época determinada, a la lengua y los símbolos, al modo de ser y estar en el mundo, no sólo como una manera de pensar sino también de hacer y manifestarse, religión y moral, libertad, memoria, forma de vida, características generales de una sociedad, entretenimiento, diversidad de expresiones, estructuras de comunicación y dispositivos de control social, idiosincrasia de un pueblo, atributos conceptuales y emocionales que predominan en una región geográfica, entre otras.

Con relación a la pregunta sobre la asistencia a eventos artístico-culturales en los últimos 12 meses de la primera encuesta, los eventos artístico-culturales con mayor porcentaje de asistencia, ordenados en forma decreciente, fueron las siguientes: 1) cine, 2) ferias y exposiciones artesanales, 3) espectáculos musicales, 4) visitas a museos y monumentos, 5) fiestas populares, 6) exposiciones (pintura, escultura, fotografía, etc.), 7) obras de teatro, 8) espectáculos de danza, 9) bailes, peñas y milongas / espectáculos infantiles (con la misma frecuencia), y, por último, 10) ópera.

A continuación, en el gráfico Nro. 1, puede apreciarse la asistencia a los distintos eventos artístico-culturales de la ciudad.

Gráfico 1. Asistencia a eventos artístico-culturales

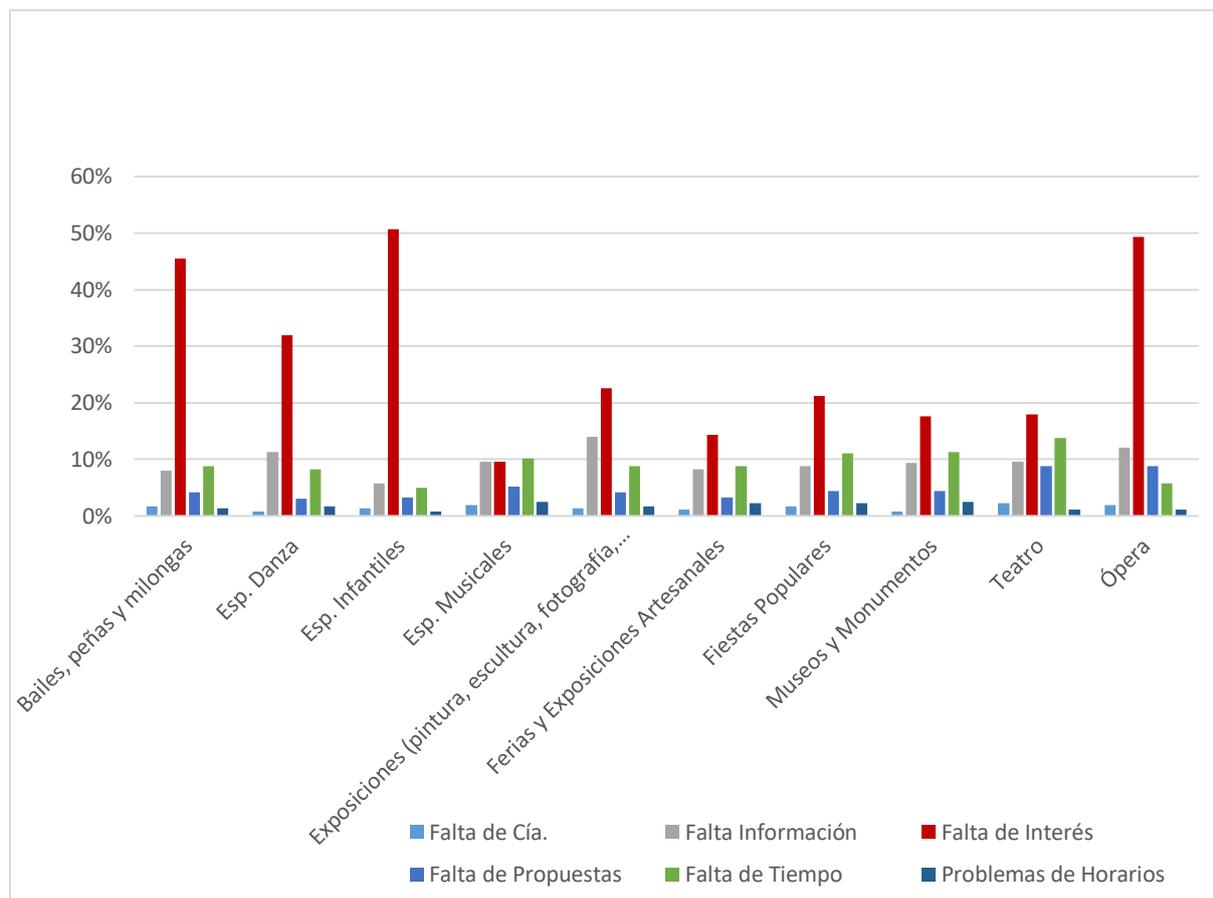


Fuente: Elaboración propia en base a datos primarios.

En todos los casos, el principal motivo de no asistencia fue la falta de interés, con la única excepción de los espectáculos musicales donde la principal razón de no concurrencia indicada

es la falta de tiempo seguida muy de cerca por la falta de interés e información. En el gráfico 2 se detallan las principales razones o motivos para la no concurrencia a los eventos:

Gráfico 2. Motivos de No Asistencia Eventos Artístico-Culturales



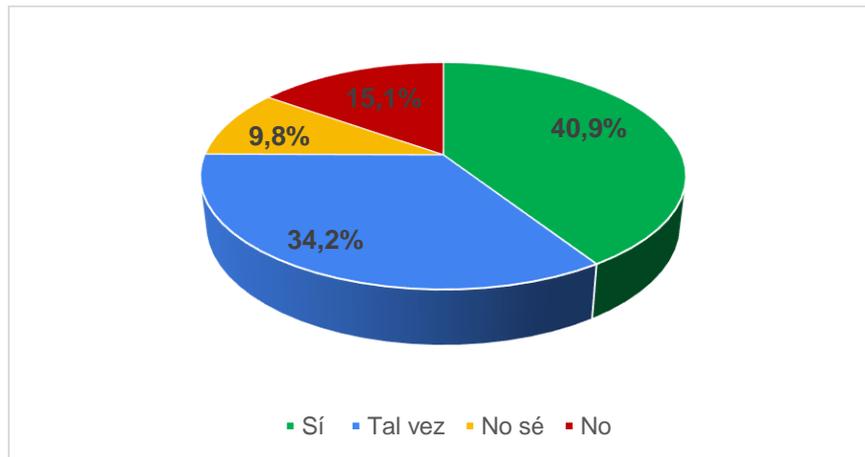
Fuente: Elaboración propia en base a datos primarios.

Evidentemente la pandemia COVID-19⁵ y las medidas tomadas para su prevención, impactan negativamente y muy fuertemente sobre las actividades culturales. Para indagar sobre la percepción de la gente sobre algunas cuestiones vinculadas con el contexto actual se realizó una segunda encuesta. La misma, al igual que la anterior, tiene un alcance local tomando como referencia el partido de Bahía Blanca y contó con 225 respuestas. A continuación, se presentan los principales resultados de la misma:

⁵ El 11/03/20, profundamente preocupada por los alarmantes niveles de propagación de la enfermedad y por su gravedad, y por los niveles también alarmantes de inacción, la Organización Mundial de la Salud determina en su evaluación que la COVID-19 puede caracterizarse como una pandemia. <https://www.who.int/es/news-room/detail/27-04-2020-who-timeline---covid-19>

- En relación a la pregunta si considera asistirá a espectáculos culturales cuando se habilite la posibilidad de realización de los mismos, las respuestas afirmativas fueron las que obtuvieron mayor participación con un 40,9%, seguidas por “Tal vez” con un 34,2%, No con un 15,1% y No sé con un 9,8 % como puede verse en el siguiente gráfico:

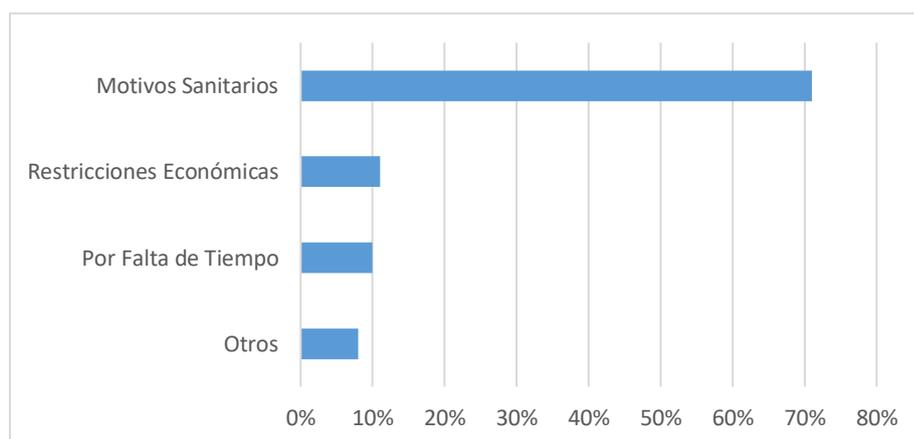
Gráfico 3. Asistencia a eventos culturales post Covid 19



Fuente: Elaboración propia en base a datos primarios.

- Los principales motivos para la respuesta negativa a la pregunta anterior obedecen a razones sanitarias en su mayoría (80,4%), seguidas por restricciones económicas, falta de tiempo, y otras cuestiones como desinterés, incertidumbre, entre otras.

Gráfico 4: Motivos no asistencia a eventos culturales cuando se habiliten los mismos



Fuente: Elaboración propia en base a datos primarios.

- De las respuestas en torno a qué tipo de espectáculo estima asistir primero post COVID, los primeros eventos que más se mencionaron (ordenados en forma

decreciente) fueron los siguientes: 1) cine, 2) festivales de música y conciertos, 3) fiestas populares, 4) teatro, y, 5) danza.

- Con respecto a cuándo considera deberían retornar los eventos culturales, siempre con protocolos de seguridad, las respuestas muestran que un 39% de los encuestados opina que deben volver varios meses después del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO), un 35% que deberían retornar pronto, un 20% no sabe, mientras que un 4% manifiesta otras alternativas como cuando esté disponible la vacuna, dependiendo del estadio de contagios, etc., y, un 3% manifiesta que no le interesa. En el gráfico 5 se pueden visualizar estas respuestas.

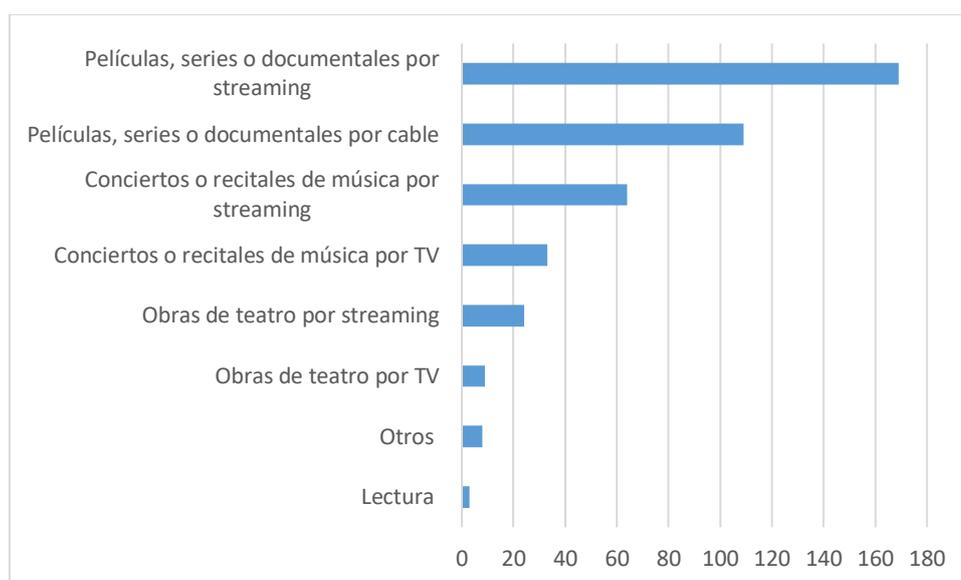
Gráfico 5. Retorno de eventos culturales con protocolos de seguridad



Fuente: Elaboración propia en base a datos primarios. (*) ASPO: Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio

- Acerca de los productos culturales consumidos durante el aislamiento social preventivo y obligatorio, las tres expresiones más respondidas (ordenadas en forma decreciente) fueron: las películas, series o documentales por streaming, seguidas por las películas, series o documentales por cable y en tercer lugar los conciertos o recitales de música por streaming. En el gráfico que se presenta a continuación, se muestran las respuestas a esta pregunta:

Gráfico 6: Consumos culturales en tiempos de pandemia



Fuente: Elaboración propia en base a datos primarios

En relación al gráfico anterior, puede mencionarse que en el ítem “otros” se incluyen respuestas tales como radio, vivos de Instagram, podcasts, sólo noticieros, etc. Del mismo se desprende que los productos preferidos han sido las películas, series o documentales seguidos por los conciertos y recitales de música. En cuanto a los canales de consumo, se muestra que los realizados vía streaming superan a los de televisión y cable.

Finalmente, en relación a los comentarios opcionales al terminar la encuesta surgen algunas cuestiones que se reiteran tales como:

- La solidaridad con el sector y los artistas que se encuentran ante una situación muy difícil y crítica.
- La alusión a la importancia de la cultura en períodos de crisis como la que estamos atravesando haciendo referencia a cuestiones tales como: “han sido de gran compañía como entretenimiento”, “contención”, la “necesidad de lugares comunes para compartir actividades artísticas, no toda la actividad significativa ocurre a distancia”, “son necesarios para que la población pueda relajar tensiones pero es importante que se respete el aislamiento social preventivo y obligatorio”. Estos comentarios hacen referencia a la necesidad de la cultura y el sentir de cierta parte de la población en torno a la misma en el contexto actual.

Reflexiones finales

La crisis sanitaria mundial debida al Covid-19 ha significado un desafío a nivel global afectando a todos los países del mundo de manera diversa y a todas las actividades desarrolladas hasta el momento por la humanidad. La cultura y los consumos culturales no han sido ajenos a esta situación.

En este trabajo se analizó el consumo cultural en la ciudad de Bahía Blanca en dos momentos del tiempo, pre y post inicio de la crisis.

De los resultados de las encuestas realizadas se desprende que se mantienen el interés y preferencia por el cine, los espectáculos musicales y las fiestas populares. Antes de la pandemia, los primeros cinco eventos culturales con mayor asistencia durante los últimos 12 meses resultaron ser (ordenados en forma decreciente): cine, ferias y exposiciones artesanales, espectáculos musicales, visitas a museos y monumentos y fiestas populares. Según los resultados de la segunda encuesta realizada en tiempos de Covid, los espectáculos a los que se estima asistir primero -una vez habilitados los mismos- y que surgen con mayor frecuencia de respuesta son: cine, festivales de música y conciertos, fiestas populares, obras de teatro y danza. Debe tenerse en cuenta que este segundo formulario apuntaba concretamente a espectáculos culturales masivos, motivo por el cual no incluía entre las alternativas salidas culturales más individuales como visitas a ferias y exposiciones artesanales, museos u otras donde la afluencia de público se distribuye en un lapso mayor de tiempo, resultando menor la concentración de personas.

Si bien un 39% de los encuestados considera que los eventos culturales deberían retornar varios meses después del aislamiento social preventivo y obligatorio (ASPO), es de destacar que le sigue en segundo lugar con casi un 35% (34,7%) de los encuestados, los que consideran que deberían volver pronto los eventos culturales (con los protocolos que correspondan). Este resultado puede interpretarse, quizás a la luz de los comentarios adicionales aportados, que reflejan la preocupación por el sector y la solidaridad con los artistas, así como la importancia de la cultura en tiempos de crisis tan complejas y multidimensionales, constituyendo un espacio común de encuentro colectivo, como elemento de contención y acompañamiento, tan necesario en los tiempos que corren.

Finalmente, en relación a los productos culturales consumidos durante el aislamiento se destacan las películas, series o documentales y los conciertos o recitales de música en los dos primeros lugares, mientras que el canal preferido para realizar estos consumos ha sido el streaming, con mayor participación que los medios tradicionales.

Jorge Carrión, director del Máster en Creación Literaria de la Barcelona School of Management, y Pepe Zapata, director de TresC Comunidad Cultura y Alumni de la misma institución, coincidían en el debate sobre Repensar la Cultura (2020) en que “Pese al confinamiento, el sector ha conseguido mantener el contacto con el público, establecer nuevas propuestas y relaciones, consolidar comunidades y situar los proyectos culturales en el centro”⁶. En Bahía Blanca este esfuerzo del sector se ha visto plasmado en algunos eventos como por ejemplo la continuidad de las XI Edición de las Jornadas Gardelianas que en esta oportunidad se harán en línea desde el canal de Youtube “Bahía Blanca No Olvida”⁷, entre otras cuestiones.

Finalmente, entendemos que avanzar en la transformación digital, apostar por proyectos que combinen lo presencial y lo virtual y consolidar la oferta online serán sólo algunos de los retos a afrontar luego del confinamiento. Coincidimos con Carrión & Zapata (2020) quienes reafirman el valor de la cultura en la sociedad y consideran que “...esto debería generar políticas claras de protección y consumo cultural como sector generador de riqueza, innovación, creatividad y, lo más importante en estos momentos, cohesión social”.

La investigación se continuará, realizando la comparación de la información relevada en la encuesta del año 2019 para la ciudad de Bahía Blanca con los datos de la encuesta realizada por el SInCA a nivel nacional para encontrar similitudes y diferencias en las tendencias del consumo cultural de las familias.

⁶ <https://www.bsm.upf.edu/es/noticias/la-cultura-necesita-un-plan-de-choque-post-covid>

⁷ <https://www.bahia.gob.ar/eventos/%F0%9F%8E%BC-xi-jornadas-gardelianas/>