

5/ CULTURA

DATOS MÁS RELEVANTES.

USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

CONSUMO DE PRODUCTOS CULTURALES.

ANÁLISIS DESDE LA CATEGORÍA DE GÉNERO DE CULTURA.



DATOS MÁS RELEVANTES

La escasez de estudios y estadísticas encontradas sobre Cultura genera que la información de este apartado sea muy escasa, además la encontrada o hace referencia a un ámbito territorial superior al regional, o la información no aporta indicaciones sobre los comportamientos de mujeres y hombres en su participación en diversas actividades culturales, o carece de datos desagregados por sexo lo cual dificulta su uso en este informe por no ser representativos y además no permite el análisis desde la categoría de género.

- Existe una ausencia de datos del ámbito cultural, tanto de creación como de consumo de productos culturales, que imposibilita el análisis desde la categoría de género.
- La alfabetización tecnológica está ligada al nivel de estudios, a mayor nivel de estudios mayor uso de las TIC.
- Las mujeres canarias usan más las TIC hasta la 1ª etapa de Educación Secundaria, a partir de ese momento son los hombres los que más uso hacen de las mismas.

- En el caso de los hombres, el crecimiento en el uso de las TIC se produce de manera gradual, sin embargo este crecimiento en el caso de las mujeres es más variable.
- Las personas que están estudiando son quienes mayor uso hacen de las TIC, seguido de las personas ocupadas y paradas.
- Las mujeres que menos uso hacen de las TIC son las que se dedican al trabajo doméstico no remunerado.
- Más del 60% de la población canaria no ha asistido nunca o asiste muy poco a actos culturales.
- El Consumo de cultura entre mujeres y hombres es muy semejante.

USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

A medida que aumenta el nivel de estudios lo hace también el uso de las TIC, es decir la alfabetización tecnológica está ligada al nivel de estudios que se tenga.

El uso del teléfono móvil ya se ha afianzado en nuestra sociedad, presentando en todos los niveles educativos altos porcentajes de uso tanto en hombres como en mujeres. Los porcentajes en el uso del teléfono móvil entre mujeres y hombres son muy aproximados, las mayores diferencias se dan en “Analfabetas/os” donde son las mujeres quienes más hacen uso del móvil y en “Educación Primaria” que es a la inversa, es decir son los niños quienes más uso hacen del móvil.

En los niveles más bajos de estudios, las tres primeras categorías, son las mujeres las que más uso hacen de las TIC en todos los tipos de uso, a excepción del uso del móvil en primaria. Sin embargo en los niveles educativos más altos son los hombres quienes más uso hacen de las TIC, independientemente del tipo de uso.

Los datos indican el porcentaje de mujeres y hombres que en ese nivel de estudios manifiestan usar las TIC en ese tipo de uso. La suma de los porcentajes puede no resultar el 100% dado que una misma persona puede formar parte de más de una categoría. →

Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 2012. Instituto Nacional de Estadística (INE).

Elaboración propia.

Tabla 112. Uso de las TIC en los últimos 3 meses según tipo de uso, sexo y nivel de estudios. Canarias. Año 2012. (Porcentaje).

	Analfabetas/os		Educación Primaria		1ª etapa de Educación Secundaria	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Personas que han utilizado el ordenador	0	0	22,1	15,2	71,8	55,5
Personas que han utilizado Internet	0	0	20,6	12,2	73,4	55,5
Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana	0	0	19,4	6,6	63,5	48
Personas que han comprado a través de Internet	0	0	2,3	1,4	9	4,1
Personas que han utilizado el teléfono móvil	76,6	67,9	74	89,2	98,9	96,9
	2ª etapa de Educación Secundaria		Formación Profesional de Grado Superior		Educación Superior	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Personas que han utilizado el ordenador	85,7	95,3	85,9	92,8	93,7	100
Personas que han utilizado Internet	87,4	91,9	88,7	92,8	93,7	98,5
Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana	79,5	90,6	88,7	92,8	86,5	97,5
Personas que han comprado a través de Internet	16,1	24,2	2,8	17,3	39,5	58,6
Personas que han utilizado el teléfono móvil	95,4	98,2	100	98,8	99,6	99,5



Tabla 113. Uso de las TIC en los últimos 3 meses según tipo de uso, sexo y situación laboral. Canarias. Año 2012. (Porcentaje).

	Activas/os ocupadas/os		Activas/os paradas/os		Inactivas/os: Estudiantes	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Personas que han utilizado el ordenador	84,6	77,6	73,4	54,2	90,1	100
Personas que han utilizado Internet	85,4	74,6	75,3	56,4	100	100
Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana	76,5	69,3	67,5	51	96	100
Personas que han comprado a través de Internet	17,5	22,7	15,5	7,6	15,1	18,5
Personas que han utilizado el teléfono móvil	99,4	99	98,6	95,7	100	100
	Inactivas/os: Labores del hogar		Inactivas/os: Pensionistas		Otra situación laboral	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Personas que han utilizado el ordenador	36,2	21	76,9	..	12,7	32,5
Personas que han utilizado Internet	35,4	15,8	76,9	..	12,7	29,2
Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana	33	15,1	76,9	..	0	26,2
Personas que han comprado a través de Internet	18,1	7,3	0	..	0	7,2
Personas que han utilizado el teléfono móvil	82,9	80,6	85,4	..	100	76,3

Las cifras correspondientes a situación laboral se han obtenido en base a la autoclasificación de la persona entrevistada.

Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 2012. Instituto Nacional de Estadística (INE).

Elaboración propia.

Quienes más declaran hacer uso de las TIC son en primer lugar las/os estudiantes, seguido de las personas ocupadas y las paradas. Si exceptuamos "Otra situación laboral" son las personas que se dedican al trabajo doméstico no remunerado quienes menos uso hacen de las TIC, personas que como se podrá observar más adelante son fundamentalmente mujeres ya que solamente supera la cifra del 40% el uso del teléfono móvil.

CONSUMO DE PRODUCTOS CULTURALES

Tabla 114. Población de 16 y más años según tiempo libre dedicado a ir al cine, frecuencia y sexo. Canarias. Diciembre 2007.

	Mujeres		Hombres	
	Dato Absoluto	Dato Relativo	Dato Absoluto	Dato Relativo
Nunca/A veces	542.442	62,4	538.628	62,3
Alguna vez al año	112.943	13	102.406	11,9
Alguna vez al mes	166.420	19,1	166.831	19,3
Semanalmente	47.503	5,5	56.029	6,5

Encuesta de Ingresos y Condiciones de Vida de los Hogares Canarios. Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

Tabla 115. Población de 16 y más años según tiempo libre dedicado a ir al teatro, conciertos, ópera o exposiciones, frecuencia y sexo. Canarias. Diciembre 2007.

	Mujeres		Hombres	
	Dato Absoluto	Dato Relativo	Dato Absoluto	Dato Relativo
Nunca/A veces	612.069	70,4	632.546	73,2
Alguna vez al año	172.869	19,9	158.348	18,3
Alguna vez al mes	84.369	9,7	73.000	8,5

Encuesta de Ingresos y Condiciones de Vida de los Hogares Canarios. Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

El consumo de productos culturales (cine, teatro, conciertos, ópera o exposiciones) es muy bajo en Canarias, ya que más del 60% de su población no asisten nunca o asisten en contadas ocasiones a actos culturales de ese tipo. De los hombres y las mujeres que sí consumen estos productos culturales se observan porcentajes muy similares.



ANÁLISIS DESDE LA CATEGORÍA DE GÉNERO

CULTURA

La dificultad a la hora de analizar el ámbito de la cultura desde un enfoque de género, ha supuesto el trazado de la primera de las acciones a incluir en el Marco Estratégico “Tenerife Violeta”, esto es, realizar una recogida de datos desagregada por sexo que permita analizar los indicadores de género, con el objetivo de solventar esta situación.

Esto posibilitaría, no solo obtener datos más concretos, sino reflejar la situación y posición que ocupan mujeres y hombres en la producción, consumo y participación de la cultura. Algunos de los indicadores a tener en cuenta serían: (1) Horarios de las actividades culturales que desarrollan las administraciones locales y la participación por sexo, (2) Actividades culturales por tipología y la participación por sexo, (3) Presencia de mujeres y hombres en la oferta artística y cultural pública Y (4) Ayudas prestadas a la creación y producción artística e intelectual de autoría femenina.

En el año 2002 el Cabildo Insular de Tenerife realizó un estudio sobre los hábitos culturales relativos al consumo de cultura en Tenerife que, a pesar de aportar una información muy completa y altamente valiosa, no ha podido utilizarse en el estudio estadístico porque no analiza los indicadores teniendo en cuenta la variable sexo, y por lo tanto los datos que aporta no pueden ser analizados desde el enfoque de género. Por otro lado, la mayor parte de los estudios e informes encontrados hacen referencia a un ámbito territorial superior al regional, y tampoco aportan información sobre los comportamientos de mujeres y hombres con respecto a su participación en diferentes actividades culturales. No hacer un tratamiento de los datos desagregados por sexos, supone la invisibilización del papel de las mujeres en el ámbito de la cultura, bien como

productoras de cultura o bien como consumidoras, al tratar lo masculino como lo universal.

Por otro lado, y como punto de partida, también es necesario para el análisis de este ámbito, definir el concepto de cultura. Al respecto, se toma en consideración como la define la UNESCO:

“La cultura debe ser considerada como el conjunto de rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”⁷.

Sobre la base de esta definición, la batería de indicadores de la UNESCO se concentra en tres ejes principales:

1. **La cultura como un sector de actividad económica;**
2. **La cultura como una serie de recursos que agrega valor a las intervenciones de desarrollo y aumenta su impacto; y**
3. **La cultura como un marco sostenible para la cohesión social y la paz, indispensable para el desarrollo humano.**

Considerándose que *“la cultura desempeña un papel fundamental y constitutivo en el desarrollo (es decir, es un “medio y un fin”). Esta definición reconoce el carácter multidimensional de la cultura: su valor transversal. (...) y su cualificación en tanto que una prioridad del desarrollo por sí sola, como un fin “deseable en sí mismo”⁸.*

Por lo tanto la cultura es un ámbito de gran escala en el marco de cualquier sociedad, que debe ser analizado desde una perspectiva de género. Ante esta imposibilidad actual, como se ha venido plasmando, por falta de datos desagregados por sexo, se pone de manifiesto que existe un desconocimiento

⁷ UNESCO, Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural, 2001.

⁸ Fuente: Marco Analítico. Batería de indicadores UNESCO en Cultura para el Desarrollo.

de la legislación vigente en esta materia y por lo tanto se están incumpliendo los preceptos legislativos. Pues la Ley Orgánica de Igualdad, establece en el Artículo 20 la adecuación de las estadísticas y estudios. Y la Ley Canaria de Igualdad, en su Artículo 11 establece Incluir sistemáticamente la variable sexo en las estadísticas, encuestas y recogida de datos que se realicen.

Esto supone, que en la programación de cualquier política cultural no se tenga en cuenta las posibles diferencias y desigualdades que en el ámbito de la cultura puede estar ocurriendo, ya que, con el término “persona”, se engloba ambos sexos. Sin embargo, esta práctica común, otorga (de manera no consciente), la visión de lo masculino como lo universal.

En este mismo sentido en el manifiesto por la igualdad de género en la cultura (firmado el 1 de marzo de 2013 por **AMIT**, Asociación de mujeres investigadoras y tecnólogas, **CIMA**, Asociación de Mujeres cineastas y de los medios audiovisuales, **Clásicas y Modernas**, asociación por la igualdad de género en la cultura y **MAV**, Mujeres en las Artes Visuales) se puede leer *“QUE UNA CULTURA DESIGUAL CREA DESIGUALDAD. Una cultura –científica y artística- creada principalmente por hombres produce unos contenidos que refuerzan el protagonismo masculino, al presentar al varón como sujeto y su experiencia como universal, mientras que la mujer es vista como un ser secundario, accesorio o ausente, cuyas experiencias merecen menos interés y resultan menos representativas. Esos contenidos pasan luego a la educación, perpetuando y justificando la desigualdad. La voluntad reiteradamente expresada por nuestra sociedad de garantizar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres queda sin efecto ante el poder de unos modelos culturales sesgados.”*⁹

Señalan desde la Asociación Clásicas y Modernas, por ejemplo, que *“Las mujeres solo son mayoría entre la población consumidora de ciertas formas de cultura – libros, teatro, danza–, pero no en la creación y gestión de la cultura en general”*. En cuanto a *“otras formas de consumo cultural (la lectura de prensa diaria,*

*el uso de Internet y la asistencia al cine) son actividades mayoritariamente masculinas. Tanto entre quienes crean (cineastas, novelistas, artistas plásticas/os, poetas, compositoras/les, dramaturgas/os...) como entre el resto de agentes culturales (productoras/les de cine y artes escénicas, editoras/les, críticas/os...), las mujeres son minoría. Existen en el campo cultural algunas profesiones con mayoría femenina, pero son muy pocas: agentes literarias, galeristas y las relacionadas con la danza (bailarinas, coreógrafas, profesoras). De las películas españolas estrenadas entre los años 2000 y 2006, solo un 7 % han sido dirigidas por mujeres. De los museos existentes en España, solo un 28% están dirigidos por mujeres. Solo un 6 % de los directores de orquesta son mujeres, un 12 % de los compositores y un 9 % de los críticos musicales. Se estima en un 20-25 % la proporción de libros de creación –narrativa, ensayo y poesía– de autoras de lengua española que se publican actualmente en España. Prácticamente todos los humoristas gráficos que publican en la prensa española son hombres”*¹⁰...

En el presente estudio los indicadores que pudieron ser analizados (en el ámbito de la cultura) y de los que se recogen algunos datos, hacen referencia al uso de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación), referido al último trimestre de 2012, según tipo de uso, sexo y nivel de estudios en Canarias. En ellos se refleja que la alfabetización tecnológica está ligada al nivel de estudios que se tenga. Manifestando también que quien hace más uso de las TIC, son en primer lugar las y los estudiantes, seguidos de las personas ocupadas y las paradas. Siendo las personas que se dedican al trabajo doméstico no remunerado, mayoritariamente mujeres, quienes menos uso hacen de las TIC.

Otro de los indicadores analizados atiende al consumo de productos culturales, reflejando que el consumo de cine, teatro, conciertos, etc., en Canarias, es muy bajo, ya que más del 60% de la población no asiste nunca o muy pocas veces, a actos culturales como los citados anteriormente. No existiendo grandes diferencias en el consumo de estos productos por parte de mujeres y hombres.

⁹ Fuente: Manifiesto por la igualdad de género en la cultura.

Enlace: <http://www.clasicasymodernas.org/sobre-nosotras/manifiesto-por-la-igualdad-en-la-cultura/>

¹⁰ Fuente: Manifiesto de Clásicas y Modernas por la igualdad de género en la cultura.

Enlace: <http://www.clasicasymodernas.org/wp-content/uploads/MANIFIESTO-DE-CLÁSICAS-Y-MODERNAS-POR-LA-IGUALDAD-DE-GÉNERO-EN-LA-CULTURA.pdf>



Para finalizar, citar una frase de Rogelio Díaz Guerrero (2003), psicólogo e investigador emérito de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Autónoma de México, a través de la cual se refuerza la importancia de la cultura en la construcción de las mujeres y los hombres como seres sociales, como generadoras/es y transmisoras/es de cultura y, por lo tanto, como responsables de la visibilización de los estereotipos y roles sexistas para su erradicación: *“Todos los procesos de la vida, son procesos culturales y todas las personas son seres de cultura, aprenden cultura, generan cultura y viven a través de la cultura”*.