

Algunos datos sorprendentes sobre consumo de video por clases sociales

Primera aproximación a un tema fundamental: ¿cuál es el público actual de video en Montevideo? ¿Es elitista el video? ¿O por lo contrario su consumo está repartido a varios niveles sociales? Como para empezar a reflexionar seriamente

A veces la realidad contradice los esquemas con que se la pretende encasillar. Si se razona esquemáticamente, el video tendría una implantación elitista y anti-popular en la sociedad uruguaya: sólo una clase social con alto poder adquisitivo, accedería al video. Esta hipótesis se afirma con algunos datos más bien anecdóticos pero a primera vista válidos: sobre los 34 video clubs instalados en Montevideo, 16 (casi la mitad) están ubicados en Pocitos, y otros varios en Carrasco.

Sin embargo, la realidad social parece ser diferente. Durante varios meses Cinemateca Uruguaya está realizando una serie de encuestas a nivel de toda la sociedad. Una de esas encuestas se refirió específicamente al video, hogares que poseen equipo y características sociales, con resultados por lo menos llamativos.

Para poder tener video, es requisito previo poseer un aparato de televisión color. El trabajo de Equipos investiga los estratos socio-económicos y los porcentajes de hogares que tienen TV color, dividiendo la sociedad en cuatro estratos.

Porcentajes de hogares con TV color según estrato socio-económico:

1. Estrato Alto	78%
2. Estrato Medio Alto	50%
3. Estrato Medio Bajo	19%
4. Estrato Bajo	7%
TODOS	33%

Las conclusiones sobre hogares que poseen TV color permiten una segunda aproximación, tanto para determinar la cantidad real de aparatos de video instalados en Montevideo como su distribución en estratos socio-económicos. Teniendo en cuenta el número de hogares de Montevideo que surge del Censo de Población y Vivienda de 1985 (alrededor de 410.000) y su distribución en estratos definidos, se puede obtener una aproximación. Para ello se debe aplicar a estos porcentajes un cuadro sobre hogares y estratos sociales:

1. Estrato Alto	15%
2. Estrato Medio Alto	25%
3. Estrato Medio Bajo	40%
4. Estrato Bajo	20%
TODOS	100%

En porcentajes tentativos, que requieren aún reconfirmación, la distribución de equipos de video (reproductores o reproductores-grabadores) sería la siguiente:

1. Estrato Alto	20%
2. Estrato Medio Alto	10%
3. Estrato Medio Bajo	3%
4. Estrato Bajo	1%

Ello significa que el 20% del 78% del Estrato Alto que tiene TV color, tiene además equipo de video, pero ese estrato es sólo el 15 % de la población. Es decir, un 2,34% aproximadamente de la población.

Lo mismo con la clase media alta, donde el 10 % del 50 % que tiene TV color, tiene además video, pero a su vez éste es un estrato que ocupa sólo la cuarta parte de la población. Por lo tanto, sería un 1,25% aproximado de la población.

En el estrato Medio Bajo, que es el 40% de la población, casi un 20% tiene TV color, y de ellos el 3% tiene video. Es decir, sería un 2,28% aproximado del total de la población.

De estos porcentajes se deducen las siguientes conclusiones:

1º) Que en cifras totales de aparatos de video, instalados y funcionando, hay tantos equipos en el estrato Medio Bajo como en el estrato Alto, y algunos menos, sorprendentemente, en el estrato Medio Alto. Esto significa, en contra de lo que se piensa vulgarmente, que la distribución por estratos socio-económicos del video, es en cifras totales bastante pareja. A veces el país es diferente de lo que queremos imaginar.

2º) Que, obviamente, no se ha popularizado el video. Está en sus comienzos, pero atendiendo a que su distribución no es elitista, es de prever que mantenga esa tendencia.

3º) La cantidad de video caseteras existentes sería, resultado de la aplicación matemática de los porcentajes obtenidos, menos de 20.000 aparatos en Montevideo, cifra que contradice algunos cálculos no rigurosos y exaltados y que reafirma otros más conservadores.

4º) Si sólo 10.000 de esos aparatos funcionan por semana, con cuatro espectadores promedio por pantalla, cada semana 40.000 personas ven cine en base video, lo mismo que ven cine en pantalla convencional (o más, en algunas semanas críticas de la temporada).

5º) De aumentar la cantidad de equipos de video, es seguro que reducirán la cantidad de espectadores de televisión por semana.

Lo que falta, entonces, es la popularización real del video. Que podrá ocurrir en cuanto ingresen al mercado los "video players", solamente reproductores, a precio mucho más bajo. Previstos para este año, incidentalmente.

