

Consumos culturales en Argentina*

ANA WORTMAN**
RUBENS BAYARDO***

Abstract

CULTURAL CONSUMPTION IN ARGENTINA. *We present in this article some studies on cultural consumption in Argentina in the last thirty years. We have included art audiences, museum-going, book reading and cinema-going, theatres, concerts, and festivals. We inquire about the objects of study as defined in these works and their outlines of contexts in which they have developed their lines of research and particular viewpoints. We also point out some of the issues that were addressed, highlighting their contributions to the knowledge of specific events and ponder the possibilities of formulating a systematic overview of the field. Most of the research is quantitative, covering different geographical spaces of the country and employing different variables that attempts to make systematic comparisons. The qualitative studies have been concentrated on some punctual topics, such as musical consumption and youth taste. There has not been research that relates qualitative studies with quantitative investigations.*

Keywords: audience, private space, public space, theory, methodology, imaginaries, cultural policies, State, financing

Resumen

En este trabajo se presentan los estudios sobre consumos culturales realizados en Argentina en los últimos treinta años. Se consideraron investigaciones sobre públicos de arte, asistencia a museos y otras instituciones, lectura de libros e impresos, asistencia a cines, teatros, espectáculos musicales y festivales, etcétera. Se busca indagar acerca de los objetos de estudio delimitados en esos trabajos y bosquejar los contextos en los que se han formulado líneas de investigación con enfoques particulares. También se procura especificar algunas temáticas abordadas, destacar sus aportes al conocimiento de fenómenos específicos y ponderar las posibilidades de formular una sistematización general sobre el campo en cuestión. La mayoría de las investigaciones son cuantitativas. Los estudios cualitativos se han concentrado en algunos tópicos puntuales, destacándose los consumos musicales y juveniles.

Palabras clave: públicos, espacio privado, espacio público, teoría, metodología, imaginarios, políticas culturales, Estado, financiamiento

Introducción

En este artículo nos proponemos trazar un panorama de los estudios sobre consumos culturales realizados en Argentina en las últimas décadas. Hemos considerado trabajos en torno a públicos de arte, asistencia a museos y otras instituciones, lectura de libros e impresos, asistencia a cines, teatros, espectáculos musicales

* Artículo recibido el 15/11/11 y aceptado el 04/06/12.

** Instituto Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Uriburu 950, 6o. piso of. 20, 1114 Buenos Aires <awortman@sociales.uba.ar>.

*** Instituto de Ciencias Antropológicas, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires. Puan 470 4o. piso of. 464, Buenos Aires / IDAES UNSAM, Paraná 145, Buenos Aires <rubensbayardo@gmail.com>.

y festivales, etcétera. Muchos estudios suelen incluir consumos de medios de comunicación (gráficos y audiovisuales, nuevas tecnologías, entre otros), los que también tienen un espacio con desarrollos propios de importancia. En este trabajo sólo haremos referencia al primer tipo de estudios mencionados aun cuando incluyan medios, pero no a los exclusivamente centrados en éstos. Nos proponemos entonces indagar acerca de los objetos de estudio delimitados en esos trabajos, así como bosquejar los contextos en los que se han formulado líneas de investigación con enfoques particulares. Procuramos puntualizar algunas de las temáticas que fueron abordadas, destacar sus aportes al conocimiento de fenómenos específicos y ponderar las posibilidades de formular una sistematización general sobre el campo en cuestión.

Los estudios sobre consumos culturales tienen cierta trayectoria en América Latina, de la que han dado cuenta trabajos de Néstor García Canclini (1991a y b, 1993, 1994, 1995) y Guillermo Sunkel (1999). Como han anotado estos autores, el análisis de los consumos culturales contribuye a la comprensión de los procesos sociales y políticos, la conformación de subjetividades y la construcción de identidades colectivas, la elaboración simbólica de diferencias y desigualdades en el mundo contemporáneo. Su estudio aporta al aná-

lisis de las políticas culturales, tanto en lo referente a su evaluación, como en perspectivas para su diseño e implementación. Asimismo, los consumos culturales movilizan valores de uso, de cambio y simbólicos que conforman la economía de la cultura.

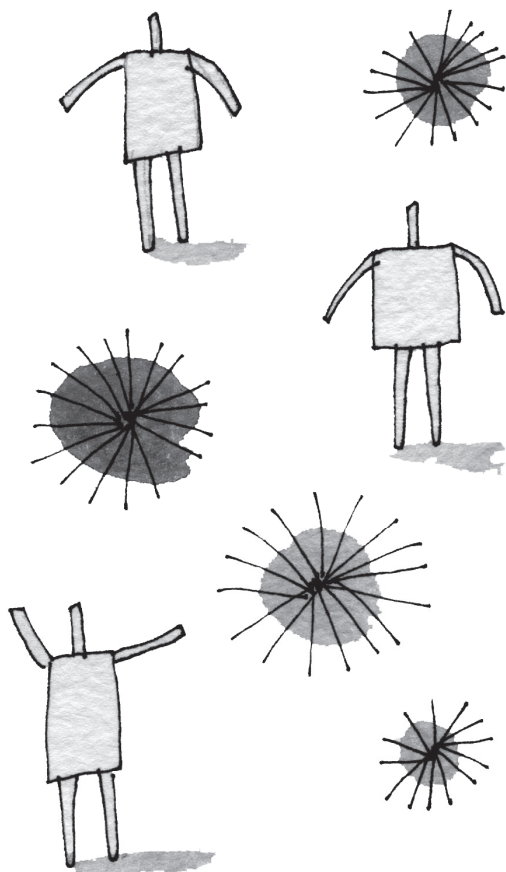
Las consideraciones anteriores explican nuestro interés por ordenar las aportaciones realizadas a la problemática en Argentina. A fin de configurar este panorama de los trabajos sobre consumos culturales, hemos efectuado una recolección de publicaciones, estudios, investigaciones y proyectos de investigación. Además organizamos cronológicamente las contribuciones vinculándolas con contextos sociales y debates académicos en los que cobran sentido. Por otro lado, destacamos las temáticas específicas más significativas en los distintos momentos.

Como se verá, la Argentina cuenta con un caudal limitado de estudios sobre el tema que nos ocupa, sobre todo de índole cuantitativa, los que resultan fragmentarios y no constituyen series continuas. Ha faltado una articulación con estudios cualitativos que permitan explicar los fundamentos y motivaciones de las formas de distribución de usos y preferencias.

Los primeros estudios

En la Argentina, la cuestión de los consumos culturales, si bien reconoce antecedentes tempranos, aparece con mayor visibilidad y desarrollo conceptual sólo en los últimos años. Los primeros estudios no fueron escritos en términos de consumos culturales, sino de asistencia a espacios culturales en el marco de instituciones puntuales. Se destaca de entonces un estudio sobre el público del Museo Nacional de Bellas Artes en la Ciudad de Buenos Aires, realizado por Regina Gibaja (1964), basado en una encuesta a los asistentes a exposiciones de pintura, teniendo en cuenta las variables clásicas de la investigación social empírica dominante por esos años en la sociología argentina.

Desde la perspectiva de los estudios de recepción literaria, debemos incluir como análisis de consumos culturales el sugerente trabajo de Beatriz Sarlo (1983) sobre el alcance de *La Novela Semanal* como folletín de las primeras décadas del siglo xx en Buenos Aires. A partir del análisis de los textos narrativos, dichos estudios aportan elementos cualitativos sobre la constitución temprana de un público lector, desde los cuales Sarlo construye un lector tipo, dada la imposibilidad de realizar entrevistas a los lectores reales. Por su parte, Nora Mazziotti y Patricia Terrero (1983) llevaron a cabo una investigación, en el marco de una beca del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales,



relativa a la formación de la cultura popular entre las décadas de 1930 y 1950 en Argentina, a partir de la abundante producción de libros, música y folletos, vinculada con la dimensión cultural de las migraciones internas que configuraron la base social del peronismo. En ambos casos se trata de investigaciones centradas en el análisis del discurso que plantean las condiciones de conformación de nuevos públicos, aunque sin abordarlos específicamente.

Los años ochenta: análisis de los consumos culturales en un contexto de transición democrática

Tras la dictadura militar (1976-1983), con la recuperación de la vida democrática del país, el gobierno recién electo, que se proponía generar una nueva cultura política, concibió la cultura como constitutiva para lograr una sociabilidad más democrática, y como un elemento para fortalecer el espacio público. Durante el periodo gubernamental de Raúl Alfonsín (1983-1989), las políticas culturales fueron objeto de intensa preocupación, lo que se evidenció en la creación del Programa Nacional de Democratización de la Cultura, y en la elaboración del Plan Nacional de Cultura de 1984. Es importante destacar que, más allá de los debates que este último suscitó en relación con las concepciones de cultura utilizadas, se trató de un plan muy elaborado y detallado. En este contexto, las actividades culturales, que nunca dejaron de manifestarse durante la dictadura –aun bajo condiciones de censura y de persecución de creadores y productores–, cobraron una fuerte vitalidad y relevancia pública en la historia cultural reciente. Su papel en la resistencia a los gobiernos de facto y en el regreso a los canales democráticos fue tema de diversos estudios (Landi, 1984, entre otros).

En ese entonces, los estudios sobre la cultura estuvieron en buena medida influenciados por la recepción de los trabajos de Néstor García Canclini en la Universidad de Buenos Aires acerca de la producción simbólica (1979), las culturas populares en el capitalismo (1982), y muy particularmente por la recuperación y difusión que éste hizo de la obra de Pierre Bourdieu, también presente en las ediciones de la revista *Punto de Vista*. Esto dio lugar al surgimiento de líneas de investigación referidas a la cuestión cultural, a partir de una renovación conceptual que vinculaba cultura y comunicación, desde un enfoque ba-

sado en las mediaciones, desarrollado especialmente por Jesús Martín Barbero (1998).

La creación de las carreras de Comunicación en los años ochenta y la masiva convocatoria que tuvieron fomentaron la expansión de esta perspectiva y de esta área de estudios. Las políticas culturales asumen entonces una trascendencia novedosa, conceptualizadas desde una orientación donde lo simbólico se vincula con lo económico de manera inescindible, por lo que se entiende que, junto con estudios sobre la producción cultural, se realizaron otros referentes a los consumos culturales, dando cuenta de los alcances y las limitaciones de las políticas. Si bien la cuestión del consumo estuvo presente en diversas investigaciones, no alcanzó centralidad como una problemática en sí misma, sino en relación con otras concebidas como principales.

En 1988 se llevó a cabo un estudio de consumos culturales en la Ciudad de Buenos Aires respecto al panorama cultural en el nuevo contexto político. El Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, impregnado del nuevo clima político que se vivía no sólo en Argentina sino en América Latina, percibió la relevancia que la cuestión cultural había asumido en diversos países de la región y promovió el estudio. Así fue como se iniciaron trabajos para evaluar el impacto de las políticas culturales de las incipientes democracias latinoamericanas, con la coordinación de Néstor García Canclini. Dentro de este marco se hicieron cinco investigaciones sobre consumos culturales en las ciudades de Buenos Aires, Lima, México, San Pablo y Santiago de Chile.

En Argentina, el estudio realizado desde el Centro de Estudios de Estado y Sociedad por Oscar Landi, Luis Alberto Quevedo y Ariana Vacchieri (1989) se propuso trazar un perfil general de los consumos culturales de la Capital y del Gran Buenos Aires. A partir de una exhaustiva encuesta se indagó acerca de los hábitos, comportamientos y gustos de porteños y bonaerenses¹ permitiendo trazar una suerte de mapa de los públicos de la oferta comunicativa y cultural. La encuesta consideró las variables clásicas de nivel socioeconómico, escolaridad, sexo y edad, reconociendo su incidencia relativa y la importancia de la segmentación de públicos, los distintos géneros y tradiciones históricas. Estudió los consumos de televisión, música y radio, lecturas de libros, diarios y revistas, y usos del tiempo libre en la semana y durante el fin de semana con relación a cines, teatros, conciertos, espectáculos al aire libre, actividades barriales. Indagó

¹ El estudio abarcaba tanto la capital federal como el área metropolitana, situada en la Provincia de Buenos Aires. Mientras que a los habitantes de esta última se les denomina *bonaerenses*, a quienes viven en la capital federal se les llama *porteños*.

acerca de las preferencias y los comportamientos, las motivaciones y la credibilidad, la información y la práctica, las cantidades, los tiempos y las modalidades de estos consumos.

Los consumos en ciudades intermedias

Resulta de interés destacar que entre los ochenta y los noventa, además de los estudios en grandes urbes ya mencionados, se hicieron algunos otros sobre consumos culturales en ciudades intermedias como Córdoba, Santa Fe, Paraná, Mar del Plata y Mendoza. Estas ciudades fueron especialmente receptivas a la incorporación de nuevas tecnologías hogareñas, como la televisión por cable y la videocasetera, transformando las prácticas sociales al permitir un acceso a bienes y servicios culturales hasta entonces muy concentrados en la Ciudad de Buenos Aires. A la par se registró una notable disminución en los consumos culturales en espacios públicos, evidenciada en la merma de espectadores de cine, teatro, conciertos, etcétera. Cabe consignar que estas investigaciones retomaron datos muy fragmentarios de fuentes diversas, como consultoras, revistas culturales, asociaciones de medios, entre otras, y tuvieron escasa y tardía difusión (Terreiro, 1999b).

Juventud, prácticas y consumos culturales

También en los ochenta y con continuidad en los noventa, algunos abordajes sobre el consumo cultural fueron realizados en los análisis de un grupo social muy trabajado en la investigación en ciencias sociales en América Latina: los jóvenes. Ello coincide con la crisis de los paradigmas totalizantes focalizados en los análisis de clase tradicionales y con el impacto trágico que tuvieron las últimas dictaduras militares sobre esta población etaria. Los jóvenes fueron pensados como un movimiento social a partir de su identificación con la cultura rockera contracultural durante la dictadura militar. Así, en esos años proliferaron los estudios sobre la juventud, y encontramos diversas investigaciones que asocian la emergencia de una identidad juvenil con la cuestión cultural centrada en la perspectiva del consumo de géneros musicales: el rock, el pop, el heavy metal, etcétera, entre las que podemos citar las de Pablo Vila (1985). De todos modos, debe subrayarse que la cuestión del consumo en estos trabajos no constituye un objeto de análisis con entidad propia, sino algo subsumido en el interés por la problemática de las prácticas culturales juveniles

en escenarios urbanos posdictatoriales y por la constitución de identidades, el cual cobró especial vigor en esa época.

En contraste con la preponderancia de los estudios sobre la juventud focalizados en los sectores medios, por nuestra parte analizamos a los jóvenes de sectores populares y sus consumos culturales. Desde una perspectiva cualitativa y mediante entrevistas en profundidad, examinamos la construcción de identidades juveniles a partir de la identificación de los jóvenes con consumos musicales difundidos por los medios de comunicación. Nos interesó investigar cómo a través de estos consumos se generaban identidades diferenciadas, con marcas de clase, en relación con generaciones anteriores, en momentos de transformación de las identidades de las clases trabajadoras por efecto de la desindustrialización y la desindicalización. Esta constatación hacía pertinente hablar de identidades juveniles en las clases populares, en un contexto en el cual el análisis sociológico dominante aún priorizaba la condición de clase en términos económicos como diacrítico fundamental, y negaba la cuestión cultural para pensar la condición etaria y sus implicaciones en las clases subordinadas (Wortman, 1991).

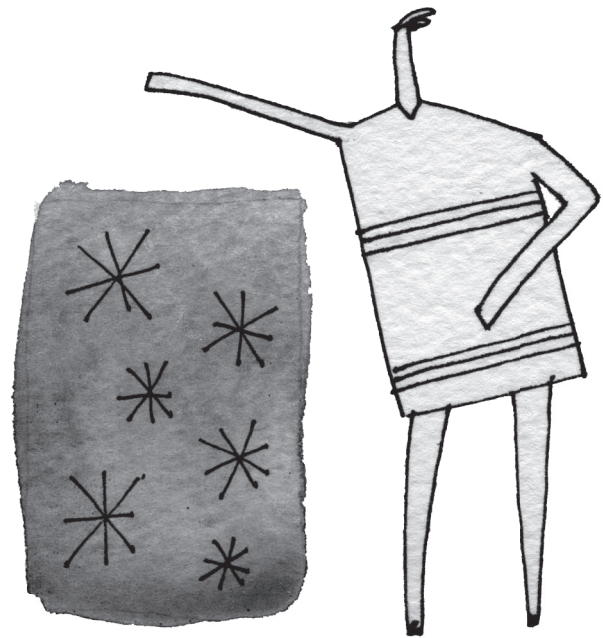
Siguiendo con esta perspectiva que vincula a la juventud con los consumos musicales y las prácticas culturales, podemos citar la compilación de Mario Margulis *et al.* titulada *La cultura de la noche* (1994). Los autores abordan los consumos culturales que realizan adolescentes y jóvenes durante la noche en espacios vinculados con la música, como bares, discotecas, bailantas, recitales, fiestas, kioscos y en la misma calle. Hacen especial referencia a los hábitos de distintos grupos y sectores sociales respecto a géneros musicales como el rock, el pop, la cumbia, el chamamé, el cuarteto, considerando los códigos verbales y no verbales de los vínculos, las reglas de funcionamiento de los espacios y la resignificación cultural de éstos, así como las lógicas constitutivas de los diversos géneros culturales. Por su parte, Pablo Semán y Pablo Vila (1999) analizaron el rock *chabón* en relación con las transformaciones de la sociedad argentina de los noventa.

Los años noventa: investigaciones sobre consumos culturales en un contexto de profundización neoliberal

En la década de los noventa, la cultura no es una excepción en cuanto al recorte de recursos públicos que de acuerdo con el Consenso de Washington se plantea

en los ámbitos de la salud, la educación, etcétera, por lo que el sector entra en una crisis de gran calado. El desfinanciamiento del sector cultura en el nivel nacional reconoce antecedentes en años anteriores, pero en el marco de las políticas de ajuste estructural “sin anestesia”,² su situación se vuelve insostenible. No se trata tan sólo de que los presupuestos no reciban aumentos o sufran reducciones, sino de que las posibilidades de ejecución del crédito asignado se ven directamente limitadas por la injerencia del Ministerio de Economía, que demora o no libera partidas, o bien las dirige a otros destinos más valorados por las autoridades.³ Al deterioro de la infraestructura se agrega la imposibilidad de mantener de manera adecuada las colecciones de bibliotecas y archivos, de actualizar los equipamientos de teatros y salas de concierto, de llevar adelante políticas de adquisición de obras para los museos, lo cual se ve acompañado por reclamos de los trabajadores y gremios del sector, que una y otra vez realizan manifestaciones en contra de esa situación.

Pese a lo anterior, merece la pena señalar que a principios de los noventa se elaboraron en la Argentina tres planes de cultura de alcance nacional: el Plan Nacional de Cultura de 1990, el Plan Federal de Cultura de 1992, y el Plan Nacional de Cultura de 1994, todos ellos durante el primer gobierno de Carlos Menem. Pero se puede sostener que estos planes no ponían especial énfasis en principios o fundamentos conceptuales de política cultural, sino que más bien se orientaban pragmáticamente a formular líneas de acción y acciones concretas. Cabe apuntar que si por un lado se subrayaba la cuestión de la identidad nacional y de la cultura propia como cimiento de la nación Argentina, por otro se predicaba como discurso más amplio, la apertura y la inclusión del país en el “Primer Mundo”. Esto iba de la mano de la política económica de privatización de empresas públicas, de la liberalización del comercio, de la desregulación de los mercados y de la apertura a la llegada indiscriminada de capitales extranjeros. Si bien ya hemos reflexionado al respecto (Bayardo, Lacarrieu y Rotman, 1998a, 1998b), llama la atención que los mencionados planes tuvieron escasa difusión y repercusión tanto en el sector público como en los medios académicos, y que la cuestión de las políticas culturales desapareció prácticamente de los debates durante varios años.



A comienzos de los noventa circularon en el medio académico los análisis de consumo cultural efectuados en México por Néstor García Canclini y su equipo (1991a, 1993, 1994, 1995), pero el tema no tuvo presencia destacada en la investigación ni en la agenda política argentinas. Más adelante, Guillermo Sunkel compiló antecedentes y nuevos avances de estudios llevados a cabo en diversos centros de investigación y universidades latinoamericanos en *El consumo cultural en América Latina*. Este libro fue editado por primera vez en 1999, y una segunda edición ampliada en 2006 tuvo una vasta repercusión y fomentó la realización de nuevos trabajos.

Aunque ya en años anteriores los medios de comunicación solían ofrecer cuadros que consignaban las películas más vistas, *rankings* de venta de libros, de discos compactos, etcétera, en los años noventa comienzan a circular informes más detallados y con mayor frecuencia. En el marco de la profundización de los procesos de desregulación estatal y privatización, esto se relaciona con la emergencia de consultoras privadas que realizan encuestas acotadas en los espacios

² Hacemos alusión a una frase del entonces presidente Carlos Menem en el sentido de que con el Estado argentino se proponía realizar una “cirugía mayor sin anestesia”, con el objetivo de “achicar el Estado para agrandar la nación”.

³ Achugar (1999) plantea las dificultades existentes en las políticas públicas para la comprensión y la intervención en las dimensiones económicas del sector cultural. Cabe señalar que en esos años comienza a operarse un cambio en ese tenor, aunque caracterizado por la disolución de lo público, la transferencia al sector privado de áreas culturales rentables, y la aplicación de criterios empresariales en el sector público.

delimitados ya señalados, y en función de la demanda de asociaciones y cámaras empresariales de los distintos sectores culturales involucrados. Se trata de estudios de mercado que se apoyan en variables clásicas, como nivel socioeconómico, edad y género, y de los cuales los medios sólo difunden datos parciales. Por lo general ofrecen una descripción de cómo se distribuyen los consumos acompañada de algunas breves inferencias, pero sin mayor ahondamiento en el análisis cultural. Estos estudios se siguen llevando a cabo, aunque dadas las dificultades de acceso público, no pueden ser aprovechados para hacer diagnósticos, ni para establecer y analizar las tendencias registradas.

La Ciudad de Buenos Aires como unidad de estudios de consumos culturales

En la segunda mitad de los noventa –si bien nunca dejó de ser relevante– se registró una mayor visibilidad del quehacer cultural en el espacio público de la Ciudad de Buenos Aires. Este hecho se vincula con el proceso de autonomía de la ciudad consagrado en 1996 mediante la sanción de un Estatuto –en realidad una Constitución propia–, acorde con lo establecido en la nueva Constitución Nacional de 1994. Las autoridades gubernamentales antes elegidas por el presidente de la nación pasaron a ser electas de forma directa por la ciudadanía de una capital marcadamente diferente del resto del país por sus niveles de ingreso, sus estándares educativos, su copiosa oferta cultural. En ese entonces, la cuestión cultural asumió un destacado lugar en la agenda política urbana, ostensible en la ampliación del número de centros culturales barriales, la realización de recitales al aire libre y de megaeventos de distinta índole, acciones que generaron una notable convocatoria de públicos.

En el libro *Pensar las clases medias. Consumos culturales y estilos de vida urbanos* (2003) analizamos desde un punto de vista cualitativo el vínculo que las clases medias asumen con la esfera cultural en el contexto de una agudizada crisis social. Realizamos entrevistas en profundidad a jóvenes, mujeres y hombres en relación con el consumo de cine y música, dado que en esos años se manifestaba una mayor presencia de los mismos. Además examinamos los significados culturales de los cambios urbanos producidos en la Ciudad de Buenos Aires en la segunda mitad de los noventa: el impacto de las políticas culturales del gobierno de la ciudad, las apropiaciones juveniles de los espacios públicos, la emergencia de nuevas formas de presentación de las artes, y un análisis de los medios respecto al aumento del consumo cultural.

Para finales de la década de los noventa, nos encontramos en la Ciudad de Buenos Aires con la aparición del interés por los estudios de públicos de museos, en la misma línea que sobre este tema se realizaban hacía ya un tiempo en México. Si bien esto comenzó como investigaciones académicas puntuales, no tardó en ser asumido como objeto de atención de política pública de la ciudad. Es así que la Dirección General de Museos promovió sendos estudios cuantitativos en sus nueve museos dependientes mediante un sistema de pasantías con estudiantes universitarios avanzados. Aunque desconocemos los alcances de estas indagaciones, cabe destacar que en el Museo de Motivos Argentinos “José Hernández” (actualmente Museo de Arte Popular) se desarrolló una línea de trabajo que aún continúa, en la cual se combinaron metodologías cuantitativas y cualitativas. Estos análisis han estado orientados a establecer los universos de significación en torno al patrimonio y a la institución museística, con el fin de redefinir políticas institucionales que estimulen la reflexión crítica sobre el patrimonio en cuanto constructo social, y la ruptura de estereotipos y prejuicios. En tal sentido, los estudios muestran la importancia de contar con un medio cultural donde los manuales de historia, los contenidos educativos, la socialización familiar y los medios de comunicación contribuyan a lograr estas metas (Cousillas *et al.*, 1998; Bialogorski y Cousillas, 2000 y 2007).

Un caso particular lo constituye el estudio del megaevento conocido como “Buenos Aires no duerme”, organizado por la Secretaría de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires en 1997 y en 1998. Fue una realización innovadora con 240 horas de actividades ininterrumpidas y gratuitas, donde confluyeron diversas propuestas culturales: bandas de música, muestras y talleres, presentaciones y préstamos de libros, cocina, café literario, cine, etcétera. Contó con transmisión radial y televisiva e incluyó 50 terminales conectadas a internet a libre disposición de los asistentes. La propuesta representó la cultura de los medios, pues a la vez que se ofrecía masivamente permitía una apropiación segmentada de las distintas actividades. El estudio sobre “Buenos Aires no duerme” estuvo centrado en lo que significó este evento desde el punto de vista de la política cultural, involucrando en menor medida la cuestión de los consumos. Destaca que de los 600 000 asistentes en la primera edición se pasó a 1 200 000 en la segunda, conformándose un espacio abierto a la participación de jóvenes en un momento en el que no era usual y en el que primaba la exclusión de muchos (García Canclini, Polimeni y Quevedo, 2000).

Los años dos mil: crisis de las políticas neoliberales, recuperación económica y nuevas propuestas de investigación

Con la crisis de la política de convertibilidad en los años 2000 y 2001, se produjeron profundos cambios: devaluación, inflación, incremento de costos dolarizados, y fuertes reducciones en el gasto de los sectores medios, de los que en buena medida dependían los recursos de los sectores de la economía informal. Junto con estos cambios se aprecia un retroceso significativo en el sostenimiento de la cultura, aunque en el marco de un proceso contradictorio, donde por una parte disminuye al financiamiento público del sector, y por la otra se aumentaban las expectativas sobre la rentabilidad de la cultura, que pasa a ser concebida con mayor claridad como un renglón productivo que es parte de las cuentas nacionales. Este tópico se inscribe más allá del contexto local, dado que las principales entidades crediticias internacionales insisten sobre las potencialidades de la cultura en la generación de riqueza, recursos fiscales, ingresos por exportaciones, así como en su papel en la creación de empleo, por lo cual recomiendan y abren líneas de financiamiento para solventar acciones en el área.

En contraste con planteamientos anteriores, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Banco Mundial (BM) y el Fondo Monetario Internacional (FMI) sostienen que “la cultura cuenta”, forma parte de las cuentas públicas y debe ser atendida en consecuencia (Sosnowski, 1999). En la Argentina, como se anotó, ya desde los años noventa era visible la profundización en los procesos de mercantilización o *marketización* de la cultura, donde los niveles del Estado catalizan la intervención del sector privado en áreas rentables, y conservan en su ámbito las áreas emblemáticas y no lucrativas, aunque procurando obtener rentabilidad de las mismas como condición para mantenerlas en funcionamiento. La recurrencia al patrocinio, la presencia de funcionarios que a la vez son conocidos productores culturales, la nueva atención prestada a las industrias culturales, las alianzas con el capital empresarial y financiero, dan cuenta de este cambio.

En el 2000, durante el breve gobierno de Fernando de la Rúa (1999-2001), la entonces Secretaría de Cultura y Comunicación de la nación realizó, junto con la sede de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales-Argentina, un estudio sobre “Públicos y consumos culturales en la Argentina”. Éste apuntaba a “contar con una información rica y compleja a fin de planificar adecuadamente la acción oficial en materia de cultura y comunicación”, pese a lo cual se apartó de la administración pública nacional. Con todo, hubo un informe de avance de su primera etapa producido en diciembre de ese año por Luis Alberto Quevedo, Ariana Vacchieri y Mónica Petracci (2000). Se trata de un estudio cuantitativo, basado en una muestra por conglomerados urbanos y estratificada por regiones del país (se definieron siete regiones). Además de género, edad, nivel educativo y nivel socioeconómico, se consideraron variables relativas a consumos y preferencias de televisión, radio, diarios y revistas, libros, cines y teatros, música, actividades de fin de semana y uso de internet. Si bien el estudio distinguió regiones del país y consignó algunas diferencias entre ellas, sus resultados provisionales se presentaron consolidando la información en el plano nacional, y no tuvieron continuidad debido al imprevisto cambio de gobierno que se produjo entonces. Como es sabido en la Argentina, las recurrentes crisis institucionales inciden en el comportamiento social y tienen consecuencias en las prácticas culturales. Por eso es habitual que en las investigaciones recientes se establezca un antes y un después de 2001.⁴

Por último, pocos años después y en el marco del electo gobierno de Néstor Kirchner (2003), desde la Secretaría de Medios de Comunicación, dependiente de la Presidencia de la Nación, se efectuaron tres encuestas dentro del proyecto Sistema Nacional de Medición de Consumos Culturales (Secretaría de Medios de Comunicación, 2005, 2006a y 2006b). Cabe destacar que este Sistema se propone “consolidar políticas de Estado que trasciendan las distintas gestiones de gobierno”, y en particular diseñar políticas culturales, comunicacionales y sociales, basadas en “información actualizada y confiable de manera permanente”.

⁴ En la llamada crisis del 2001 se produjeron varios episodios en forma simultánea: saqueos espontáneos y organizados por caudillos políticos de zonas empobrecidas, los cuales se montaron en la agudización del hambre en masas desempleadas, protesta callejera masiva de sectores medios afectados por las últimas medidas económicas, crisis institucional debido a la pérdida de legitimidad creciente del gobierno, el Parlamento enfrentado al Ejecutivo, etcétera. La ferocidad de la represión policial junto con la fuerza y masividad de la protesta otorgaron a dichas jornadas aspectos de estallido social. Este escenario callejero atrajo poderosamente la mirada internacional sobre las consecuencias del experimento neoliberal aplicado en la Argentina en los últimos 25 años. Imaginarios constitutivos del mito argentino comenzaron a caer a gran velocidad a partir de imágenes mediáticas que recorrieron el mundo.

El primer estudio realizado en convenio con las universidades nacionales de Lomas de Zamora y de Tres de Febrero, la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) y el Instituto Nacional de Estadística y Censos (Indec) fue dirigido por Luis Alberto Quevedo, Roberto Bacman y Lelio Mármora. Se llevó a cabo una encuesta con un cuestionario estructurado con preguntas cerradas y abiertas, con alternativas fijas y con escalas de opinión. A las típicas variables de sexo, edad y nivel socioeconómico el estudio agrega la región, lo que resulta de interés considerando la vastedad territorial y la diversidad cultural de Argentina. Los resultados están organizados en dos secciones: Cultura y Medios, que abarcan en total ocho ítems. Dentro de la sección Cultura se incluyen en primer lugar los consumos de música, bibliotecas, internet, libros, cine, video y teatro, y en segundo lugar los gastos en compras de libros, compras y alquileres de discos compactos, videos y DVD, entradas a cine y teatro. También aparece el análisis sobre los usos del tiempo libre dentro y fuera del hogar, salidas y deportes, y la participación en fiestas populares. En la sección Medios, la investigación consigna en principio los consumos de diarios, revistas, radio, televisión e internet, y luego viajes, turismo y visitas a lugares. Por último se ocupa de la participación ciudadana en partidos políticos, gremios, organizaciones vecinales y culturales, etcétera, y aborda las creencias y las prácticas religiosas de la población nacional (cf. Secretaría de Medios de Comunicación, 2005). Como puede observarse, se amplió la conceptualización de las prácticas a ser consideradas entre los consumos culturales hacia un universo más amplio, variado y comprensivo.

El segundo estudio del Sistema Nacional de Medición de Consumos Culturales se concentró en los nuevos hábitos informativos de los argentinos, teniendo en cuenta la radio, la televisión, los diarios y los nuevos medios, en particular internet. En el contexto de la aparición de nuevas tecnologías y del impacto de la globalización en la conformación de los medios y de la oferta informativa, se destaca el hecho de abordar estas configuraciones emergentes, así como la importancia de las combinaciones que distintos grupos sociales realizan de los diversos medios para obtener información (cf. Secretaría de Medios de Comunicación, 2006a).

Por su parte, el tercer estudio aborda, por un lado, ítems ya analizados en el primero (lectura, cine, teatro, video, deportes, viajes), buscando comparar un período de dos años (entre 2004 y 2006), en el cual se destaca la reactivación cultural producida en el país luego de la crisis de 2001. Además, el estudio incluye nuevos consumos culturales como la telefonía celular,

los videojuegos, el conocimiento de idiomas, el fútbol y la realización de cursos, resaltándose la personalización de los consumos y la profundización del incremento de éstos efectuados en el hogar (cf. Secretaría de Medios de Comunicación, 2006b).

Consideraciones finales

Desde los medios académicos y el sector público se han llevado a cabo investigaciones puntuales sobre consumos culturales, esencialmente de índole cuantitativa, aunque sin posteriores análisis en profundidad. Estos trabajos han cubierto diferentes espacios geográficos y no han tenido criterios metodológicos similares respecto de su recolección. Además han utilizado distintas variables que dificultan las comparaciones. Por último, los estudios no han tenido una continuidad que permita ir más allá de la fotografía de cada momento específico en que fueron realizados, para poder establecer series longitudinales, ponderar tendencias a mediano o largo plazo, y sacar conclusiones más generales.

Puede decirse que el estudio de 1989 considera la Ciudad de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires, mientras que el de 2000 toma siete regiones incluyendo a la Ciudad como una de ellas, y el de 2004 divide al país en seis regiones. Si bien algunas variables son comunes (edad, sexo, nivel socioeconómico), en los estudios de 1989 y 2004 no se considera el nivel educativo, lo que sí se hace en el de 2000. Es importante mencionar que las investigaciones del Sistema Nacional de Medios de Consumos Culturales (2005, 2006a y 2006b) se han fundamentado en su relevancia para la formulación de políticas culturales, que han establecido continuidad y comparabilidad entre las series, y que han incorporado el análisis de nuevos consumos culturales que dan cuenta de cambios sociales significativos y de largo alcance, cuya centralidad es indiscutible.

Los momentos en los que fueron hechas las investigaciones son un dato a examinar con atención, pues se han producido cambios muy significativos en los contextos sociales, en las tecnologías, en los géneros y en los formatos de la cultura y las industrias culturales, que rápidamente desactualizan sus resultados. También son relevantes las situaciones coyunturales en las que se realizaron: por ejemplo, el estudio de 1989 se produjo en un contexto de alta y desenfrenada inflación que condicionó todo tipo de consumos, mientras que el de 2000 coincidió con la persistente recesión en el país desde hacía ya un lustro y con la última etapa de una paridad cambiaria a punto de

finalizar. Sin duda, esto es capital en cuanto al carácter de los datos obtenidos e incide de manera drástica sobre su análisis. Tampoco es un dato menor que tanto en 1989 como en 2001 los avatares político-económicos generaron graves crisis institucionales y recambios anticipados de los gobiernos nacionales. En este marco de incertidumbre generalizada resulta complicado esperar que las líneas de pesquisa mantengan niveles de estabilidad y de continuidad de los que carecían las propias instituciones. El valor de esas iniciativas se ve opacado por los obstáculos para alcanzar con ellas el conocimiento de panoramas más amplios, de grandes etapas y tendencias, de situaciones específicas en regiones o según niveles, así como para elaborar explicaciones sustentadas acerca de los consumos culturales y sus prospectivas. Asimismo se presentan dificultades para conocer más en detalle las especificidades de estos consumos debido a la falta de articulación entre investigaciones cuantitativas y cualitativas, y a la ausencia de indagaciones en profundidad en algunos dominios analizados estadísticamente. Pero es difícil concebir que este tipo de análisis microsocioal obtuviera algún predicamento si los mismos estudios macro con frecuencia quedaban a mitad de camino.

En los últimos años, en el ámbito de la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación se han comenzado a desarrollar estudios tendientes a recabar y compilar información cultural a fin de elaborar políticas culturales para el sector y mejorar los aspectos económicos y de ciudadanía. En tal sentido se está trabajando en la construcción de una Cuenta Satélite de Cultura que involucra inversiones, ofertas y demandas culturales.⁵ Si bien éste es un proceso incipiente, los consumos culturales serían uno de los aspectos relevantes a indagar, ya que permiten monitorear y evaluar las políticas y las inversiones sectoriales. Aunque no se cuenta con información adecuadamente contrastada, se considera la posibilidad de que el Indec incorpore en la Encuesta Permanente de Hogares un módulo sobre los consumos culturales de la población, lo cual contribuiría con esta línea de trabajo.

Cuando se pone atención al sector privado se constata que empresas y corporaciones gremiales se interesan de manera preferente por los consumos culturales que se refieren a sus áreas de injerencia. No obstante se realizan estudios e investigaciones de mercado,

éstas no suelen ser públicamente difundidas, o consignan información muy puntual de la que se desconocen posibles sesgos orientados al posicionamiento y mercadotecnia corporativos.

Los medios de comunicación son el espacio privilegiado para conocer de estos estudios e informarse de los datos publicados, pero el grueso de los mismos y sus precisiones metodológicas permanecen inaccesibles. Así, puede conocerse el *rating* televisivo y radial, cuáles han sido los discos o los libros más vendidos, la cantidad de espectadores en distintos teatros, la taquilla de las principales películas estrenadas, el número de asistentes a algunas ferias y festivales. Sin embargo, esta información es casi siempre parcial y circunstancial, sin precisiones metodológicas que posibiliten establecer su rigor, sin referencias a contextos que permitan evaluar su significación, y puede entreverse su carácter sesgado por intereses comerciales antes que culturales.

Muchas veces los editoriales de los diarios a la vez que dan a conocer los guarismos obtenidos al respecto de consumos específicos, reproducen con escasas mediaciones las perspectivas de las cámaras empresariales. Se comprende que se trata de investigaciones destinadas a ponderar el lugar propio y el de la competencia en el mercado de la cultura y la comunicación, a la par que a intervenir en ese posicionamiento y mejorarlo, más allá que constituir sólo una fuente de conocimientos científicos y de políticas ciudadanas. Desde este punto de vista sería deseable conseguir que el secreto reinante sobre esos saberes tenidos como información sensible y confidencial se levantara una vez transcurrido cierto tiempo o la coyuntura específica que los motivó, para incorporarlos a la esfera pública y ponerlos a disposición de análisis históricos.

Como puede apreciarse de lo consignado, las universidades argentinas fuera del espacio concedido a investigadores puntuales o a convenios específicos han jugado un rol poco relevante en el abordaje de los consumos culturales. A nuestro entender, existe un saldo pendiente en cuanto a estos análisis, ya que no sólo contribuyen a esclarecer los imaginarios y las prácticas habituales de la población, también constituyen un insumo insustituible para el monitoreo y la evaluación de las políticas culturales, incidiendo en sus nuevos diseños, que acicateados por los desarrollos tecnológicos requieren adecuaciones frecuentes. De momento es muy poco y fragmentario lo que sabemos

⁵ La reciente incorporación de la Argentina al Convenio Andrés Bello, que viene realizando estudios de economía de la cultura y de las relaciones entre cultura y desarrollo, aparece como una situación promisoriosa para el desarrollo tanto de la Cuenta Satélite como de las estadísticas culturales.

acerca de los usos y apropiaciones de los bienes, los servicios y las industrias culturales por parte de la población. Asimismo, aun cuando conocemos distribuciones de preferencias o de comportamientos, la falta de indagaciones en profundidad acompañando a los enfoques cuantitativos apenas da lugar a inferencias no contrastables sobre las motivaciones que orientan las elecciones. Si bien esto conforma un avance en el conocimiento, también deja planteada la necesidad de acercamientos más activos a su producción con parámetros y rigor sólidamente fundados.

Bibliografía

- ACHUGAR, HUGO
1999 "La incomprensible invisibilidad del ser económico, o acerca de cultura, valor y trabajo en América Latina", en Néstor García Canclini y Carlos Moneta (coords.), *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, Editorial Universitaria de Buenos Aires (Eudeba), Buenos Aires, pp. 309-322.
- AGUINIS, MARCOS ET AL.
1990 *Memorias de una siembra. Utopía y práctica del Prondec (Programa Nacional de Democratización de la Cultura)*, Planeta, Buenos Aires.
- BARBERO, JESÚS MARTÍN
1998 *De los medios a las mediaciones*, Convenio Andrés Bello, Bogotá.
- BAYARDO, RUBENS, MÓNICA LACARRIEU Y MÓNICA ROTMAN
1998a "Cultura y políticas culturales en los tiempos del menemismo", mimeo, Buenos Aires.
1998b "Planes Nacionales de Cultura durante el último período democrático", mimeo, Buenos Aires.
- BIALOGORSKI, MIRTA Y ANA M. COUSILLAS
2000 "Gestión cultural y estudios de público en el Museo Hernández de la ciudad de Buenos Aires", en *Cuadernos de Antropología Social*, núm. 12, Universidad de Buenos Aires (UBA), Buenos Aires, pp. 195-205.
2007 "Investigación del público en el Museo de Arte Popular José Hernández: una forma de evaluación innovadora", ponencia presentada en las Jornadas Internacionales La Dimensión Educativa de los Museos de Arte y Centros Culturales, mimeo, Buenos Aires.
- COUSILLAS, ANA M. ET AL.
1998 "Frecuentación y consumo cultural del público a museos. Aportes para repensar la política cultural en Buenos Aires", Seminario de la Investigación de la Interpretación Cultural en Museos, UBA, Buenos Aires.
- GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR
1979 *La producción simbólica. Teoría y método en sociología del arte*, Siglo XXI Editores, Buenos Aires.
1982 *Las culturas populares en el capitalismo*, Nueva Imagen, México.
1991a *Públicos de arte y políticas culturales. Un estudio del II Festival de la Ciudad de México*, Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)/ Secretaría de Educación Pública (SEP), México.
1991b "Los estudios culturales de los 80 a los 90: perspectivas antropológicas y sociológicas en América Latina", en *Iztapalapa. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, año 11, núm. 24, pp. 9-26.
1995 *Consumidores y ciudadanos*, Grijalbo, México.
GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR (COORD.)
1979 *La producción simbólica. Teoría y método en sociología del arte*, Siglo XXI Editores, Buenos Aires.
1993 *El consumo cultural en México*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta), México.
1994 *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*, Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine)/Conaculta, México.
- GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR, CARLOS POLIMENI Y LUIS ALBERTO QUEVEDO
2000 *Buenos Aires no duerme. Memorias del insomnio*, Ediciones de la Flor, Buenos Aires.
- GIBAJA, REGINA
1964 *El público de arte*, Eudeba, Buenos Aires.
- LANDI, OSCAR
1984 "Cultura y política en la transición democrática", en Oscar Oszlak (comp.), *Proceso, crisis y transición democrática*, Centro Editor de América Latina (CEAL), Buenos Aires, pp. 102-123.
1992 *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente, qué hace la gente con la televisión*, Planeta Espejo, Buenos Aires.
2001 "La crisis y los consumos culturales", en *Clarín*, Suplemento Zona, Buenos Aires, 24 de junio.
- LANDI, OSCAR, LUIS ALBERTO QUEVEDO Y ARIANA VACCHIERI
1989 *Públicos y consumos culturales en Buenos Aires*, Centro de Estudios de Estado y Sociedad (CEDES) (Documentos CEDES), Buenos Aires.
- MARGULIS, MARIO (ED.)
1996 *La juventud es más que una palabra. Ensayos sobre cultura y juventud*, Biblos (Sociedad), Buenos Aires.
- MARGULIS, MARIO ET AL. (COMPS.)
1994 *La cultura de la noche: la vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires*, Espasa-Calpe, Buenos Aires.
- MAZZIOTTI, NORA Y PATRICIA TERRERO
1983 "Migraciones internas y recomposición de la cultura popular urbana (1935-1950)", Beca Clacso Cono Sur, Buenos Aires, policopiado.
- QUEVEDO, LUIS ALBERTO, ARIANA VACCHIERI Y MÓNICA PETRACCI
2000 *Públicos y consumos culturales en la Argentina*, informe de diciembre, Secretaría de Cultura y Comunicación de la Nación / Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso), Buenos Aires.
- SARLO, BEATRIZ
1983 *El imperio de los sentimientos*, Catálogo, Buenos Aires.
- SECRETARÍA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN
2005 *Sistema Nacional de Medición de Consumos Culturales*, libro 1, Jefatura de Gabinete de Ministros, Presidencia de la Nación, Buenos Aires.

- 2006a *Sistema Nacional de Medición de Consumos Culturales*, libro 2, Jefatura de Gabinete de Ministros, Presidencia de la Nación, Buenos Aires, marzo.
- 2006b *Sistema Nacional de Medición de Consumos Culturales*, libro 3, Jefatura de Gabinete de Ministros, Presidencia de la Nación, Buenos Aires, noviembre.
- SEMÁN, PABLO Y VILA PABLO
 1999 "Rock *chabón* e identidad juvenil en la Argentina neoliberal", en Daniel Filmus, *Los noventa. Política, sociedad y cultura en América Latina y Argentina de fin de siglo*. Flacso/Eudeba, Buenos Aires, pp. 225-259.
- SOSNOWSKI, SAÚL
 1999 "Apuestas culturales al desarrollo integral de América Latina", trabajo presentado al Foro Desarrollo y Cultura, Banco Interamericano de Desarrollo/Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), París, 11 y 12 de marzo.
- SUNKEL, GUILLERMO (COORD.)
 1999 *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, Convenio Andrés Bello, Bogotá.
- TERRERO, PATRICIA
 1999a *Culturas locales y cambio tecnológico*, Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER), Entre Ríos.
 1999b "Ocio, prácticas y consumos culturales. Aproximación a su estudio en la sociedad mediatizada", en Guillermo Sunkel (coord.), *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, Convenio Andrés Bello, Bogotá, pp. 207-228.
- VILA, PABLO
 1985 "Rock nacional, crónicas de la resistencia juvenil", en Elizabeth Jelin, *Los nuevos movimientos sociales, vol. 1. Mujeres, rock nacional*, CEAL (Biblioteca Política Argentina, 124), Buenos Aires, pp. 83-148.
- WORTMAN, ANA
 1991 *Jóvenes desde la periferia*, CEAL (Biblioteca Política Argentina, 324), Buenos Aires.
 1996a "TV e imaginarios sociales: los programas juveniles", en Mario Margulis (ed.), *La juventud es más que una palabra. Ensayos sobre cultura y juventud*, Biblos (Sociedad), Buenos Aires, pp. 103-133.
 1996b "Repensando las políticas culturales de la Transición", en *Revista Sociedad*, núm. 9, pp. 63-85.
 1996c "Los consumos culturales en Buenos Aires, entre lo público y lo privado" <www.argiropolis.com/papers>.
 1997a "Nuevos significados de la palabra cultura en la sociedad argentina del ajuste", en *Revista de Estudios Sociales*, núm 13, año VII, segundo semestre, pp. 59-84.
 2001 "El desafío de las políticas culturales en la Argentina", en Daniel Mato (ed.), *Cultura y globalización en América Latina*, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (Clacso)/Unesco, Caracas, pp. 251-263.
 2003 *Pensar las clases medias. Consumos culturales y estilos de vida urbanos en la Argentina de los noventa*, La Crujía, Buenos Aires.
- WORTMAN, ANA (COMP.)
 1997b *Políticas y espacios culturales en la Argentina. Continuidades y rupturas en una década de democracia*, Eudeba, Buenos Aires.
 2004 *Imágenes publicitarias/nuevos burgueses*, Prometeo Libros, Buenos Aires.