

COLECCIÓN **INVESTIGACIONES**

*Vanina Papalini, Silvina Angelozzi, María del Carmen Cabezas, Lucía Coppari,  
Carmen Flores, Loreta Magallanes, Melisa Maina, Emanuel Niño*

# Participación cultural en Córdoba

EL IMPACTO DE LA PANDEMIA



# **Participación cultural en Córdoba: el impacto de la pandemia**

Informe de resultados

## **AUTORIDADES**

### **UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA**

*Rector.* Mgtr. Jhon Boretto

*Vicerrectora.* Mgtr. Mariela Marchisio

### **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

*Decana.* Dra. Mariela Parisi

*Vicedecana.* Dra. Fabiana Martínez

*Secretaría de Ciencia y Tecnología:* Dra. Ileana Ibáñez

*Directora del I.E.C.E.T.:* Dra. Eugenia Boito

*Directora del C.I.Pe.Co.:* Dra. Paula Alicia Morales

## **COMITÉ EDITORIAL ANARCHIVO**

*Directora:* Ileana Ibáñez

*Coordinador editorial:* Lucas A. Aimar

*Coordinadora administrativa:* Micaela Arrieta

*Asistente administrativa:* María Constanza Fariña Hernández

## **COMITÉ DE REFERATO**

Dra. Paula Morales

Lic. Silvia Delfino

Dra. Fabiana Martínez

# **Participación cultural en Córdoba: el impacto de la pandemia.**

## **Informe de resultados**

VANINA PAPALINI  
SILVINA ANGELOZZI  
MARÍA DEL CARMEN CABEZAS  
LUCÍA COPPARI  
CARMEN FLORES  
LORETA MAGALLANES  
MELISA MAINA  
EMANUEL NIÑO

prologo:  
ILEANA IBÁÑEZ

---

Participación cultural en Córdoba : el impacto de la pandemia : informe de resultados /  
Vanina Papalini ... [et al.] ; Prólogo de Ileana Desiree Ibáñez. - 1a ed. - Córdoba :  
Anarchivo. Editorial de comunicación, cultura y tecnología. Facultad de Ciencias  
de la Comunicación, 2024.  
Libro digital, PDF - (Investigaciones)

Archivo Digital: descarga  
ISBN 978-631-90053-6-3

1. Acceso a la Cultura. 2. Ciencias de la Comunicación. 3. Pandemias. I. Papalini, Vanina  
II. Ibáñez, Ileana Desiree, prolog.  
CDD 306.0982

---

Universidad Nacional de Córdoba  
Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Anarchivo. Editorial de cultura, tecnología y comunicación  
Bv. Enrique Barros esq. | Los Nogales Ciudad Universitaria | 5000 | Córdoba | Argentina  
Tel. +54 351 5353680  
[www.fcc.unc.edu.ar](http://www.fcc.unc.edu.ar) | [anarchivo.fcc.unc.edu.ar](http://anarchivo.fcc.unc.edu.ar) | [editoralanarchivo@fcc.unc.edu.ar](mailto:editoralanarchivo@fcc.unc.edu.ar)

Dirección de la colección: Paula Morales, Pablo Requena y Katrina Salguero Myers  
Edición y corrección: Paula Torres y Lucas Aimar  
Diseño y composición: Gabriel Giannone  
Diseño de cubierta: Lucas Aimar, sobre diseño original de Rafael Caminos

mayo, 2024

*Editado en Argentina*



Creative Commons - Reconocimiento-NoComercial-SinDerivados 4.0  
Licencia Pública Internacional • CC BY-NC-ND 4.0

Usted es libre de: *Compartir* > copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato.  
Bajo las siguientes condiciones: *Reconocimiento* > Debe reconocer adecuadamente la autoría,  
proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se han realizado cambios. *NoComercial* > No puede  
utilizar el material para una finalidad comercial. *SinObraDerivada* > Si transforma o crea a partir  
del material, no puede difundir el material modificado.

# Contenido

<b>7</b>	<b>Agradecimientos</b>
<b>9</b>	<b>Prólogo</b>
<b>13</b>	<b>Introducción</b>
15	Los límites de los datos cuantitativos
16	Antecedentes
<b>21</b>	<b>Capítulo 1. Características sociodemográficas de la muestra</b>
22	Metodología
24	Variables sociodemográficas
<b>27</b>	<b>Capítulo 2. Actividades culturales habituales en los hogares de Córdoba</b>
<b>35</b>	<b>Capítulo 3. El impacto de la pandemia en las actividades culturales favoritas</b>
36	Las actividades favoritas y el aislamiento
<b>43</b>	<b>Capítulo 4. ¿Nuevos consumos? ¿Nuevos soportes para consumos habituales?</b>
<b>51</b>	<b>Capítulo 5. Circulación de cultura: el peso de internet</b>
51	Dispositivos
54	Conectividad
56	Actividades culturales en, de y a través de internet
57	Canales de información
<b>59</b>	<b>Capítulo 6. Sobrellevar el distanciamiento</b>
59	El contexto
62	¿Ampliar la participación?
64	Conclusiones
<b>65</b>	<b>Bibliografía</b>
<b>67</b>	<b>Sobre las autoras y el autor</b>



## Agradecimientos

El proyecto de investigación “Las tramas de la cultura” fue financiado con un subsidio de la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad Nacional de Córdoba. El equipo que participó en el trabajo no se agota en las personas que confeccionaron este informe: agradecemos a María Paula del Prato, María Emilia Correa y Marcela Marín, que colaboraron en la encuesta; al equipo de encuestadores liderado por Emanuel Niño; a Eduardo Torres, que nos asesoró en la elaboración de la muestra; a Josefina Avelín, que construyó la matriz; a Rebeca Galdeano, que se ocupó de la carga de datos y la elaboración de cuadros y tablas, y a Sylvia Nasif y Paula Franicevich, que acompañaron este proceso en las etapas previas.

Agradecemos también, muy especialmente, a todas las personas que dedicaron su tiempo a responder nuestras preguntas.





# Prólogo

ILEANA IBÁÑEZ

El bullicio en las calles y peatonales de Córdoba, la música de los negocios de la San Martín, el ruido de los autos y las bocinas se desvanecieron, reemplazados por el silencio ensordecedor del espacio inhabitado. La pandemia por COVID-19 performó un escenario surrealista, las avenidas y plazas, antes llenas de perros y paseantes, niños, niños jugando, corriendo, ahora exhibían una tranquilidad inquietante. Espacios de esparcimiento y encuentro, como teatros, cines, shoppings, vacíos y silenciosos. Las icónicas atracciones turísticas como el Buen Pastor, el histórico Barrio Güemes o la Manzana Jesuítica se convirtieron en edificios desiertos, al igual que las cafeterías y los restaurantes de la ciudad que lucían sus persianas bajas y sillas apiladas. El uso obligatorio del tapabocas era parte del paisaje urbano, como un recordatorio de la imposibilidad de estar y ser con otros, la distancia entre transeúntes se volvió la norma.

La imagen de caminar por Córdoba durante la pandemia revelaba los estragos del distanciamiento y la inactividad que impactó, no sólo en la salud de las poblaciones sino en todas las dimensiones de la vida cotidiana. En este sentido, en Argentina este escenario fue producto de las políticas públicas nacionales y provinciales, el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) y el Distanciamiento Social Preventivo y Obligatorio (DISPO) impulsaron como medidas sanitarias un tiempo de excepción, de no circulación en la vía pública. A partir del ASPO emergió un nuevo continuum cotidiano anclado en el espacio doméstico, sin

encuentros (laborales, sociales, familiares), sin salidas y con una fuerte presencia protagónica de múltiples pantallas para el desarrollo de las prácticas sociales, las relaciones afectivas y emocionales. Estos dispositivos se convirtieron en el puente que unía a las personas con el mundo exterior. Claramente, las mediaciones de la era digital o transmedia (Scolari, 2020) y su relevancia en lo cotidiano son previas, sin embargo, es innegable la sobresaturación que implicó el contexto pandémico. Desde los primeros días de confinamiento, las pantallas en sus múltiples versiones – Smart, celular, notebook – se erigieron como ventanas virtuales que permitían mantener la conexión en un momento de distanciamiento físico, pero también planteando interrogantes sobre cómo encontrar un equilibrio entre la vida digital y la necesidad de desconexión para preservar la salud mental y el bienestar.

En este contexto se realizó el estudio “Participación cultural en Córdoba: el impacto de la pandemia”, un trabajo riguroso y sólido sobre una muestra representativa de la ciudad que se pregunta por la experiencia cultural, por las tramas de sentido, expresivas, afectivas que se dislocaron en ese tiempo de excepción. De este modo, la investigación construye un punto de vista propio desde los recorridos teóricos y empíricos del equipo, desandando la mirada economicista de los consumos, y consigue dialogar con investigaciones tanto nacionales como locales.

En el contexto más amplio de América Latina, podemos decir el campo de estudios sobre consumos culturales y tecnológicos tiene históricamente un particular interés e impronta en el marco de las profundas transformaciones comunicacionales. En este sentido, se han producido numerosos instrumentos de relevamiento por parte de organismos nacionales como internacionales. En esta región, caracterizada por las desigualdades en el acceso y apropiación tecnológica, este tipo de abordaje es necesario y estratégico. Como señalan Becerra y Mastrini, (2009), las mediaciones tecnológicas de la vida cotidiana se producen en el marco de progresivas y profundas condiciones de desigualdad, particularmente en el acceso a dispositivos tecnológicos. Aún más en estas últimas dos décadas, donde la expansión tecnológica, la diversificación de apps y redes y los lenguajes digitales reconfiguraron radicalmente el campo mediático, social y cultural, en lo que algunos autores llaman la cultura transmedia (Scolari, 2020).

En este sentido, la Investigación dirigida por Vanina Papalini reconstruye la exacerbación absoluta de aquellos procesos magnificados por las medidas de ASPO y DISPO, y se pregunta ¿pudo la cultura a distancia o mediada ser un camino al reencuentro? Interrogante que permite considerar las consecuencias hacia adelante. Este tipo de trabajos son un recurso estratégico fundamental para pensar las políticas públicas y las formas de intervención en materia de comunicación y tecnologías; pero también son un insumo fundamental para el campo de los estudios culturales y de la comunicación. Los datos producidos son de altísimo valor para la comprensión del impacto de la pandemia en la experiencia social y cultural de nuestra ciudad.

El estudio realiza un abordaje cuantitativo con un interés claro en la producción de información de calidad sobre estas transformaciones, que afectan los vínculos sociales y también las ciudadanías. Los datos que expone el informe dan cuenta del carácter multidimensional del fenómeno, que permite una comprensión del impacto de la pandemia en las formas de estar con otros, en las posibilidades de acceso y disfrute tanto de los dispositivos como de los bienes culturales de la sociedad cordobesa, visibilizando la particularidad de lo local. A partir de la operacionalización de la categoría actividades culturales –que expresa la densidad de las prácticas que involucra– es posible el acceso a datos empíricos relevantes en términos cognoscitivos para comprender la experiencia vivida. Indaga en los vínculos entre las prácticas y el mercado de ofertas de acceso a conferencias, formaciones, recitales –actividades que generalmente se producen y centralizan en Buenos Aires– y que en el marco de la pandemia llegaron a todo el país vía streaming. De este modo es innegable que la mediación tecnológica impuso la lógica del uno a uno, del estar solo en casa y compartir a través de la pantalla, en plataformas y experiencias mediadas por grandes conglomerados tecnológicos caracterizados por el oligopolio de las comunicaciones. Pero también, el trabajo aborda aquellas formas de participación en la cultura que implicaban cuerpos puestos en acción, dispuestos al encuentro como la danza, incluyendo la reconfiguración de estas actividades corporales.

La investigación abre a múltiples interrogantes que podrían ser abordados y profundizados desde técnicas cualitativas que permitan dar cuenta de la dimensión sensible de las prácticas sociales y las

afectividades puestas en juego. La trama cultural que hace de narraciones y encuentros que en pandemia encontraron otros canales, otras formas y dimensiones, espacios donde se va conformando el espacio para estar juntos/separados.

Por último, para recapitular quiero destacar que el equipo afrontó y superó tres desafíos importantes: el primero –que es también señalado por las autoras en el texto introductorio del informe–, el grupo estaba inmerso y atravesado por ese tiempo de excepcionalidad que fue la pandemia, interpelados afectiva, cognitiva y socialmente por las formas de interacción, comunicación y de salud/muerte del COVID-19. Esto es significativo y merece ser reconocido porque supone un plus trabajo cognitivo/sensible para la planificación y ejecución de una investigación de carácter empírico. Segundo, asume el desafío de construir un instrumento y una estrategia de recolección de datos en un contexto complejo –casi imposible–, generando datos de la calidad y magnitud. El estudio propone una perspectiva local que no pierde en su construcción la posibilidad de establecer comparaciones, relaciones y redes de comprensión con otras pesquisas locales, nacionales y regionales. En tercer lugar, el estudio aporta a pensar y describir desde lo local la participación cultural, tomando distancia de perspectivas canónicas, como las ya instaladas encuestas de consumos culturales, proponiendo otro marco de producción de los datos. Desde el concepto de participación, convoca a analizar de qué formamos parte los cordobeses en tiempos de pandemia. Se pregunta dónde y con quiénes pudimos compartir en el plano de la cultura durante ese tiempo concreto, ante la ruptura de las posibilidades de encuentro en el espacio público. De esta manera, expone tramas de sentidos entendiendo a la cultura como espacio para la constitución subjetiva y comunitaria, y es un aporte al campo disciplinar y a las políticas públicas que da cuenta de la complejidad de lo social. En este sentido, podemos reconocer de qué manera en las transformaciones de las prácticas sociales en pandemia pueden leerse los procesos de significación y resignificación de la cultura.

## Introducción

A principios de 2021, el equipo de investigación “Las tramas de la cultura”, que trabaja desde hace una década en las prácticas culturales de Córdoba, se planteó la posibilidad –nada simple– de realizar una encuesta y tomar dimensión del impacto de la pandemia en el ámbito de la cultura. Hay un cierto número de trabajos al respecto, pero la mayoría de ellos se concentra en lo que les aconteció a los realizadores o productores de cultura, cuya actividad principal cesó prácticamente por completo por casi dos años.

En nuestro caso, nos interesaba conocer lo que aconteció con los que denominamos “participantes”, englobando a quienes disfrutaban una actividad cultural en alguna de las diferentes formas que puede asumir el acontecimiento cultural: se trata de los lectores, los públicos, los espectadores, los asistentes, los –un poco restrictivamente– llamados “consumidores”. Su papel no es en absoluto pasivo: son los que transpiran y gritan en los recitales o bailan al ritmo del cuarteto; los que buscan un *streaming* en Internet; los que disfrutaban una tarde de cine; los que se enrolan en una fiesta clandestina; los que trabajan al ritmo de la música o se informan mientras hacen las labores cotidianas; los que leen en la intimidad o los que visitan con su maestra un museo. Tienen diferentes gustos, diferentes edades, diferentes géneros y diferentes ingresos.

El punto de vista asumido no tiene que ver, pues, con el “consumo”, un concepto cuya connotación economicista proviene de concebir la cultura como un mercado. Si bien se trata de información cuantitativa, el

enfoque de esta investigación parte de otras premisas teóricas: abordamos la “vida cultural” de los hogares como una trama continua que, creemos, sufrió importantes desgarraduras con el confinamiento. Aunque, evidentemente, la cultura es *también* un mercado, nos interesó rescatar la *experiencia cultural*. No profundizamos, por tanto, en la dimensión de la producción, sino que nos propusimos entender cuál era la pauta de la vida cultural habitual, y cuál fue el impacto de la pandemia en ella.

La cultura recluta participantes que juegan distintos papeles y expresan diferentes sensibilidades. Su valor, fundamental para la convivencia, es que permite explorar esa sensibilidad y establecer una vinculación colectiva a través de gustos compartidos. Pero, aun cuando las aficiones no sean compartidas, la cultura-en-común, la cultura vivida por todos en su pluralidad y diferencia permite que nos reconozcamos como seres sociales y sensibles, capaces de tramitar nuestras afecciones a través de la creación conjunta que reconocemos como *nuestra*. La cultura construye acervos que se guardan en el tiempo y dan densidad a las identidades.

La pandemia y, de manera más general, las medidas sanitarias que confinaron y distanciaron a la población, tuvieron un efecto catastrófico sobre la cultura entendida como la base de una convivialidad que interpela y redefine manifestaciones y emociones. En muchos sentidos, el aislamiento rompió la trama colectiva de disfrute, de encuentro, de expresión. Las emociones se retiraron del espacio compartido y se concentraron en el hogar. Angustia, miedo, sufrimiento, incertidumbre, soledad, no son sentimientos fáciles de sobrellevar. ¿Qué sucedió entonces? ¿Pudo la cultura, en sus versiones a distancia o mediadas, ser un camino de reencuentro? Y si lo fue, ¿qué tipo de experiencia propició? ¿Distractiva, formativa, imaginativa, catártica, reflexiva, consoladora...?

Queríamos respuestas que no fueran las que surgían de mirar nuestro entorno inmediato; buscábamos evitar las hipótesis formuladas mirándonos al espejo, como si el mundo se nos pareciera: queríamos englobar todos los niveles socioeconómicos y las diferentes edades. Por eso, nos propusimos realizar una investigación abarcativa: una encuesta. Una metodología de este tipo no puede –ni pretende– recorrer los meandros subjetivos, pero puede decir algo sobre las preocupaciones que nos mueven.

Algunas reflexiones producidas al inicio de la crisis sanitaria se ilusionaron con el auge de la cultura que podría producirse bajo estas

circunstancias; se especuló en torno al “vuelco a la virtualidad” y la mayor posibilidad –ya que habría mayor tiempo libre– que parecían brindar primero el confinamiento y luego el distanciamiento social.

En nuestra vivencia cotidiana observamos realidades bastante diferentes; las integrantes del equipo, muchas de ellas docentes, percibían el desánimo, el retraimiento y hasta el hartazgo frente a las horas en las que “todo pasaba por la computadora”. Eso, en el mejor de los casos. Numerosas familias no tenían computadoras suficientes y, lo que es peor, muchas no tenían ninguna. Sabíamos fehacientemente que el teléfono móvil era, en muchas ocasiones, el único dispositivo tecnológico accesible: era por tanto usado para el trabajo, la educación, las gestiones y los trámites, las compras, la comunicación. La mayor parte de las interacciones se realizaba a través de las tecnologías de la información. ¿También en el disfrute cultural? ¿El tiempo libre, la sociabilidad...? ¿Era esa la ocasión propicia para introducir, y generalizar, un nuevo modo de acceso a la cultura? Dudábamos. La duda se convirtió en interrogante, los interrogantes se organizaron en un formulario, con este instrumento en la mano recabamos respuestas que luego se convirtieron en datos. He aquí los resultados.

## **Los límites de los datos cuantitativos**

Como se explicará en el apartado metodológico, la encuesta es representativa de la población de la ciudad de Córdoba. El intervalo de confianza muestral es del 95%; sin embargo, es necesario recordar los límites que cualquier encuesta presenta: olvidos, contestaciones que apuntan a satisfacer las expectativas de la investigación, errores de registro, distancia entre la lógica de la pregunta y la de la respuesta, diferencia entre los intereses de quien encuesta y de quien responde, cansancio o apuro del encuestado. Hasta donde fue posible, estos errores se controlaron: realizamos varias pruebas piloto en campo a fin de validar el instrumento; dejamos campos abiertos para que emergiera la lógica del respondente, redujimos el cuestionario a fin de evitar cansancio, introdujimos preguntas de control, reforzamos los disparadores de la memoria, supervisamos las encuestas y confiamos en un equipo de campo mixto que incluyó tanto



a miembros del proyecto de investigación como a encuestadores externos con experiencia. Ello no nos exime de errores, pero creemos que los resultados son confiables.

Una encuesta, sin embargo, no permite profundizar ni interpretar con suficiente contexto los datos; simplemente ofrece una fotografía estática de respuestas a un conjunto de interrogantes brindadas por la población en un momento determinado. Esta información es suficientemente valiosa como para ameritar su publicación; sin embargo, conviene retener que un “dato” no es una verdad natural ni inequívoca sino una construcción. Es necesario saber cómo se construyó para saber qué puede o no afirmarse.

Una de las medidas de la validez de los datos se obtiene por la comparación con otras fuentes. En nuestro caso, el relevamiento más cercano, en tiempo, localización y tema es *Consumos mediáticos, culturales y tecnológicos. Ciudad de Córdoba en contexto de pandemia* (Boito, Espoz Dalmaso y Martínez, 2022). Con una cierta diferencia temporal, con un tamaño de muestra mayor y con un equipo de trabajo más grande, esta importante investigación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación pone un acento especial en el consumo de medios, pero también releva consumos culturales generales. Podemos decir que ambas investigaciones forman parte de un espacio de preocupaciones comunes, son complementarias y colaboran entre sí. Antes de la salida a campo, los equipos compartieron impresiones y estuvieron en contacto.

Resta decir que este informe no agota los datos ni los explota en todas sus posibilidades, sino que constituye una primera presentación de resultados. Los datos habilitan a realizar inferencias estadísticas que reservamos para trabajar en relación con las dimensiones de análisis específicas una vez terminada la segunda etapa, iniciada en septiembre de 2022, abocada a la realización de grupos focales.

## Antecedentes

Los estudios sobre participación en actividades culturales registran numerosos antecedentes, entre los cuales resultan especialmente significativas las dos ediciones de la Encuesta Nacional de Consumos

Culturales llevadas a cabo por el Sistema de Información Cultural de Argentina (SInCA, 2013; 2017). La encuesta, de alcance nacional, obtiene resultados generales que se desagregan en siete regiones, por lo que no da cuenta de datos específicos de Córdoba, incluida en la región centro. La edición 2017 releva las siguientes dimensiones: radio, música grabada y en vivo; diarios; libros; revistas, televisión, películas y series, cine, teatro, prácticas digitales, cultura comunitaria, videojuegos y patrimonio. Se recogen 2.800 encuestas con respondentes de 13 años o más, en poblaciones con 30.000 o más habitantes. En el informe se establecen comparaciones con respecto a la edición 2013 que brindan indicadores descriptivos de la situación previa a la crisis sanitaria del COVID-19.

Prácticas tales como escuchar música y radio y ver televisión demuestran ser muy generalizadas. Entre 2013 y 2017 se verifica un aumento de la escucha de música por internet, mientras que para la radio todavía predomina el aparato receptor tradicional. Para contenidos audiovisuales como series y películas, hasta 2017 predomina la grilla televisiva, aunque comienza a observarse el consumo vía plataformas como YouTube y Netflix. La asistencia al cine, museos o teatros disminuye en ese período: el 37% de quienes iban al cine deja de hacerlo. La asistencia a museos en 2017 representa el 12,5% de las respuestas, es superior a la concurrencia a teatros, que es mencionada en el 11% de los casos. Se verifica que estas actividades que implican salir del hogar, y eventualmente una erogación económica, disminuyen y se resienten más en niveles socioeconómicos más bajos. La lectura en general, incluyendo libros, prensa y revistas, mantuvo niveles relativamente estables respecto de 2013; sin embargo, hubo un descenso en la lectura de libros, con el 44% para 2017 frente al 57% de 2013. Se evidencian correlaciones entre escolaridad, nivel socioeconómico y lectura: a mayor nivel socioeconómico y escolaridad, mayor porcentaje de lectores. Si bien la lectura de diarios también desciende del 73% en 2013 al 57% en 2017, hay un crecimiento en el soporte digital vía blogs y portales de noticias que pasó del 14% al 27%. En cuanto a revistas, el descenso fue de un 50% respecto de 2013; esta tendencia a la baja se verificó también en la edición 2013 de la encuesta donde un 13% expresó ser elector. Como dato distintivo, se registra un crecimiento del uso de internet, con el 63,5% de la población con conexión desde el hogar y la consolidación del uso del celular para consumos digitales. Otra actividad,

como la asistencia a bailes y boliches, también se mantuvo estable. Los y las participantes predominantes son jóvenes de 18 a 29 años.

Ya en contexto de pandemia, SInCA publica dos informes (*Coyuntura Cultural*) en 2020 y 2021, con datos sectoriales provistos por cámaras y organismos de cada rubro de la cultura. En el informe *Coyuntura Cultural 2020* se concluye que:

...las actividades presenciales, como la asistencia al cine, teatro y museos mostraron caídas de actividad muy significativas, mientras que aquellas vinculadas con la televisión y los consumos digitales mostraron crecimientos importantes, sobre todo en el segundo trimestre de 2020, cuando la circulación de personas estaba muy limitada. (SInCA, 2021, p. 3)

En 2020 los accesos fijos a Internet tienen un aumento del 3,5% con respecto de 2019 y los accesos móviles pospagos alcanzan en 2020 los 28,7 millones, lo que implica un aumento del 1,9% interanual y del 21% desde 2015. La conexión vía celular guarda relación con el uso creciente de este dispositivo para el acceso a diversos consumos culturales: escuchar música, ver videos, series y películas, leer diarios, etc. (SInCA, 2021).

En tanto, en *Coyuntura Cultural 2021*, con el levantamiento paulatino de las restricciones, se observa que las actividades presenciales como la concurrencia a salas de cine, teatros, espectáculos musicales y museos, no alcanzaron los niveles de los años previos a la pandemia. Los consumos digitales que aumentan durante el aislamiento, en algunos casos, se consolidan en los niveles de 2020 (cine *online* y la lectura de libros digitales). En otros casos, las actividades se retoman con la reapertura de los espacios y asistencia presencial, como los teatros y los museos. En 2021 los accesos fijos a internet tienen un aumento del 2,5% con respecto de 2020 y los accesos móviles aumentan un 8% (SInCA, 2022).

Con alcances circunscriptos a la ciudad de Córdoba, el 9 de agosto de 2022 se crea el Observatorio Cultural del municipio. En su página web se publican datos de algunas encuestas realizadas en los últimos años, así como de la más reciente, llevada a cabo en diciembre de 2022 y, administrada a personas mayores de 16 años que residen en la ciudad. Con respecto a la música, el informe señala la escucha como una práctica universal que involucra a 9 de cada 10 personas, siendo el celular el dispositivo más usado; el 66% de la población escucha radio y el 33% de

las personas participa como público en algún festival, baile o recital en 2021, cifra que fue menor a la de 2019. En relación con la lectura, indica que el 71% acostumbra leer algún tipo de texto: el 54% lee libros, el 45% lee diarios y sólo el 17% lee revistas. La cantidad de horas destinadas a la lectura se mantuvo igual a 2019, antes de la pandemia. El visionado de obras o programas audiovisuales alcanza a 8 de cada 10 personas, que acostumbran mirar series, películas, documentales y otros formatos en cine, televisión o por *streaming*. El hábito de mirar series o películas en casa se confirma como una costumbre para el 90% de la población, creciendo y consolidándose con la pandemia. La concurrencia a salas de cine aún no se recupera en comparación con 2019, ya que el 56% asiste en 2021 con menor asiduidad que antes de la pandemia. Con respecto a Internet, un 90% de la población cuenta con conexión wifi en el hogar y el principal dispositivo para navegar es el celular (82%).

Una investigación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba realizada en septiembre de 2021 toma una muestra representativa compuesta por 587 hogares. A partir del estudio, se verifica que hay un consumo generalizado de televisión (el 87,1% de los cordobeses mira televisión y el 74,7% lo hace a diario). En cuanto a programas, películas y series priman los canales de aire y cable (67,3%), seguidos por las plataformas (YouTube con el 27% y Netflix/Amazon/Disney+ con el 26%). La escucha de la radio también es bastante difundida, aunque menor al consumo de TV, con el 61,8%. La música asimismo tiene mucha presencia: el 84% de los encuestados la escucha principalmente con el celular. En cuanto a la lectura, el 36,9% lee el diario y el 63,6% de ellos lo hace en soporte digital; el diario *La Voz del Interior* lidera las menciones. El 86% de los encuestados no lee revistas; a diferencia del diario, las revistas no se leen mucho en internet. El 47,6% de los respondientes afirma leer libros, principalmente novelas y cuentos; 95,7% de encuestados dice contar con algún tipo de conexión a internet y el 86% dispone de al menos un celular (Boito, Espoz Dalmasso y Martínez, 2022).

Con respecto al período de aislamiento, Boito, Espoz Dalmasso y Martínez sostienen que “en el marco de la situación de pandemia, han aumentado todos los consumos culturales y que, además, los encuestados han comprado dispositivos tecnológicos para continuar trabajando/ estudiando: celulares, computadoras y televisores” (2022, p. 55).

Diversos estudios de corte cualitativo, que hacen foco en actividades culturales particulares, permiten indagar aspectos sobre los que los estudios cuantitativos no pueden dar cuenta. *Estudios sobre consumos culturales en la Argentina contemporánea* (Grillo, Papalini y Benítez Larghi, 2016) presenta un resumen analítico de las investigaciones realizadas en Argentina en el período 2000-2012. Incluye el consumo y apropiación de las TIC en razón de su creciente importancia como medio de acceso a la cultura en los últimos años.

También el dossier *Prácticas, consumos y políticas culturales* (Moguillansky, 2019) reúne un conjunto de investigaciones empíricas localizadas en Argentina, aportando información sobre aspectos poco explorados de las relaciones entre sujetos, prácticas e instituciones culturales. Más recientemente, varios estudios con enfoque cualitativo analizan producciones, prácticas culturales y dificultades que atravesó el sector cultural en pandemia, entre ellos: Salas, Simonetti y Papez (2021), Moguillansky (2021), Capasso et al. (2020), Aguerre y Rigo (2021), Cardini (2021) y Varano (2020). Este conjunto de antecedentes permite validar, contrastar o complementar datos, así como enriquecer las reflexiones e interpretaciones.

# **Capítulo 1**

## **Características sociodemográficas de la muestra**

La cultura es una dimensión de la vida social que se caracteriza por un tipo de disfrute no instrumental, esto es, no persigue un fin pragmático sino el placer estético, la diversión o el entretenimiento; la información, la ampliación de los horizontes o perspectivas; la expresión sensible o emotiva. Ello se logra a través de actividades que involucran obras o piezas con marcado predominio de la función simbólica. Estas prácticas pueden compartirse o realizarse en soledad. La cultura constituye un ámbito de la vida social de fuertes resonancias subjetivas, entendiendo la subjetividad como una producción social permanente, pero su manifestación es pública. Además, se comparte y se sedimenta a lo largo del tiempo, adquiriendo características peculiares que distinguen a los diferentes colectivos humanos en diferentes épocas. Así entendida, la cultura es una trama.

Desde esa perspectiva, y para esta investigación, las actividades consideradas como culturales adhieren a la definición anterior, involucrando tanto a las prácticas vinculadas a las artes como a la cultura popular o mediática. Se incluyen, por ejemplo: la lectura de cualquier tipo, exceptuando aquella vinculada al trabajo o al estudio; la exposición a los medios masivos (prensa, radio y televisión) en cualquier soporte, las visitas a museos, ferias (exceptuando las comerciales), lugares de memoria, las

exposiciones, los bailes de cualquier género, incluidas discotecas, festivales y recitales, la asistencia a charlas o conferencias sin vinculación con la actividad laboral, la asistencia a espectáculos teatrales, títeres, circos, *performances* y artes combinadas; el cine, el visionado de películas por *streaming*, en plataformas o grabadas y reproducidas en el hogar; el visionado de canales de YouTube, a excepción de tutoriales de tipo didáctico; podcast, visitas a monumentos, etcétera.

Están excluidas las actividades deportivas, turísticas (salvo las visitas a espacios de cultura en ocasión de viaje turístico), laborales, educativas y la realización de oficios y pasatiempos, incluyendo aquellos de tipo artesanal (gastronomía, tejido, cerámica, etc.) o la producción artística en espacios formativos.

## Metodología

La información se recolectó durante el tercer y cuarto fin de semana de mayo de 2021, a través de la encuesta denominada “Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia”. Este relevamiento es parte del proyecto de investigación “Las tramas de la cultura”. La encuesta fue administrada en el ejido urbano de Córdoba por un equipo de seis encuestadores y un supervisor: se recogieron y validaron 400 formularios que fueron respondidos por miembros de los hogares mayores de 18 años. La muestra comprendió 25 radios censales distribuidos en toda la ciudad. Los radios censales, según la metodología determinada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), son unidades censales que, en zonas urbanas, contienen aproximadamente 300 viviendas.

Utilizamos un muestreo proporcional al tamaño de la población (o PPS: *Proportional population Sample*). Para trabajar con encuestas en hogares y diseñar la muestra con PPS, recurrimos al listado de cantidad de viviendas por radio censal de la ciudad de Córdoba, establecido con los datos del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas de 2010. Este listado constituye las Unidades Primarias (PSU) a partir de las que se seleccionó –utilizando el método PPS– un subconjunto a ser incluido en la encuesta. Las PSU escogidas conforman los llamados *clusters* que permitieron seleccionar un conjunto de manzanas, donde el equipo de

encuestadores realizó el trabajo de campo visitando las unidades de muestreo seleccionadas sobre 600.000 hogares estimados de la población de la capital cordobesa. En cada hogar se seleccionó solamente un respondiente con el fin de evitar la multiplicación de respuestas, lo que hizo posible capturar fenómenos relacionados o semejantes que se dan en el mismo seno familiar. Las respuestas obtenidas mantienen así la lógica de la aleatoriedad. El intervalo de confianza es del 95%.

El cuestionario, de 36 preguntas, incluye respuestas cerradas y abiertas. Se dividió en módulos: datos sociodemográficos del respondiente, prácticas culturales habituales del respondiente, prácticas culturales en pandemia del respondiente, prácticas culturales habituales del hogar, prácticas culturales en pandemia del hogar, acceso a tecnología de la información, y datos sociodemográficos de los hogares. Las preguntas abarcan las actividades habituales de tiempo libre, las actividades culturales favoritas, su frecuencia y su modalidad, su continuidad o discontinuidad en la pandemia y las razones para ello. Se definió como habitual aquella actividad que se realiza al menos dos veces al año. El orden de prioridad de las actividades favoritas respetó la definición del propio encuestado (es decir, lo que percibe como favorito, y no en función de parámetros objetivos externos, como la cantidad de horas que le dedica). La información sociodemográfica incluyó edad, género, nivel de estudios alcanzado e ingresos del hogar por segmentos (menos de una canasta básica, entre una y dos y media canastas básicas, más de dos y media canastas básicas). Se realizó una etapa piloto en la que se puso a prueba el cuestionario y la formulación de preguntas, que luego se reajustó antes de la salida a campo general.

Los resultados se construyeron a partir de una matriz codificada. Además de preguntas cerradas de opción múltiple, incluimos opciones abiertas (“Otros: especificar”) y preguntas abiertas, que le dieron una capacidad mayor de captación a los emergentes no previstos. Se buscó así ampliar la información sobre algún campo estructurado, generando un contenido cualitativo que anclara la interpretación de los datos. Las respuestas abiertas, en ocasiones, fueron asignadas a códigos ya existentes, ampliándose la definición de estos y, en otras, demandaron la creación de un nuevo código. En estos casos, se siguió el modelo de la codificación abierta del software cualitativo: se tomó la respuesta literal



y se le asignó un código *in vivo* que fue subsumiéndose progresivamente en categorías más amplias a fin de tener suficientes unidades de respuesta por variable.

**Variables sociodemográficas**

Las preguntas del módulo sociodemográfico no constituyeron variables controladas; dado el tamaño de la muestra, no resultó adecuado estratificar. Los resultados que se presentan permiten comprender las características generales de la población encuestada y muestran la amplitud y diversidad de la muestra, que no sugiere ningún sesgo marcado. Resulta así suficientemente representativa de la totalidad de la población de Córdoba, con una proporción ligeramente mayor de mujeres y adultos jóvenes en relación a las cuotas del Censo 2010.

**Género**

Los respondentes por género dieron un resultado de 57,5% de mujeres y un 42,5% de hombres de la muestra total. Según el INDEC (2010), el total de la población de Córdoba capital era de 1.329.604 personas con 695.263 mujeres (52,3%) y 634.341 hombres (47,7%).

TABLA N° 1. Respondentes por género. Ciudad de Córdoba. Año 2021.

Género	%
Mujeres	57,5
Hombres	42,5
Total	100,0

Fuente: Encuesta “Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia”. Mayo 2021. Equipo “Las tramas de la cultura” SECyT - UNC.

**Edad**

En relación a la edad de los respondentes, el grupo de 18 a 29 años representa el 22% de la muestra; el grupo de 30 a 49 años, el 40,75% y el grupo de 50 a 65 años, el 19,25%. El grupo etario mayor representa el 18% de la muestra total.

TABLA N° 2. Respondentes por grupo de edad. Ciudad de Córdoba. Año 2021.

Grupos de edad	%
18-29	22,0
30-49	40,7
50-64	19,3
65 +	18,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Encuesta "Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia". Mayo 2021. Equipo "Las tramas de la cultura" SECyT - UNC.

### ***Nivel de estudios***

En cuanto al nivel de estudios que presenta la muestra de la población de Córdoba, el 44,5% de los jefes o jefas de los hogares encuestados completó el nivel secundario, el 28,5% completó el nivel primario pero no el secundario, el 12,5% completó el nivel universitario y el 0,7% además está posgraduado. Los jefes y jefas que no completaron el nivel primario alcanzan el 1,5%. El nivel educativo guarda una estrecha relación con el nivel socioeconómico, sobre todo en sus extremos. Así, podría estimarse que el porcentaje del sector de bajo nivel socioeconómico de la muestra no es inferior al 30%.

TABLA N° 3. Nivel de estudios del jefe o la jefa del hogar. Cdad. de Córdoba, 2021.

Nivel de estudios	%
Secundario completo, terciario, superior o universitario incompleto	44,5
Primario completo, secundario incompleto	28,5
Universitario completo sin posgrado	12,5
Terciario o superior completo	12,3
Primario incompleto	1,5
Posgraduado	0,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Encuesta "Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia". Mayo 2021. Equipo "Las tramas de la cultura" SECyT - UNC.

### ***Nivel de ingresos***

Con respecto al nivel de ingresos, se trata de una pregunta sensible que suele registrar mucho rechazo, no respuesta, o respuestas no del todo fiables. A pesar de ello, se decidió incorporar la pregunta tomando grandes rangos de valores contruidos a partir del valor de la canasta básica total al momento de la salida a campo. Los resultados se corresponden de forma aproximada con lo que indican otras fuentes: la muestra integró un 49,8% de ingresos medios (1 a 2,5 canastas básicas), un 38,2% de ingresos bajos (por debajo de la canasta básica) y un 5% de ingresos altos (ingresos superiores al valor de 2,5 canastas básicas). Debe tenerse en cuenta el elevado porcentaje de encuestados que no contesta esta pregunta, que alcanza el 7%.

TABLA N° 4. Nivel de ingresos del hogar. Ciudad de Córdoba. Año 2021.

Ingresos del hogar	%
Ingresos medios	49,8
Ingresos bajos	38,2
No sabe / no contesta	7,0
Ingresos altos	5,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Encuesta "Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia". Mayo 2021. Equipo "Las tramas de la cultura" SECyT - UNC.

Esta encuesta tuvo una buena proporción de respuestas en los sectores extremos, es decir, tanto en los sectores con mayor educación e ingresos, muy difíciles de captar en campo, como en los sectores de menor educación e ingresos. Resulta en consecuencia una muestra equilibrada.

## **Capítulo 2**

### **Actividades culturales habituales en los hogares de Córdoba**

Para poder comprender qué lugar ocupa la cultura en la cotidianidad de la población de Córdoba, la primera pregunta del formulario revisa de manera general las actividades habituales de tiempo libre. Este interrogante es sumamente relevante porque permite ponderar la importancia relativa de la cultura en la vida de la población. Dentro de las actividades de tiempo libre, se observa una predominancia del descanso, el tiempo en familia y la realización de las tareas del hogar (44%), mientras que la sociabilidad (visitas y reuniones sociales o familiares) representa el 35,3%. El deporte ocupa un lugar destacado: por sí mismo representa el 29,3%, pero si se suma a paseos y caminatas, el total asciende a 56,8%, lo cual indica que la actividad física es la práctica de tiempo libre preferida por la población. Es asimismo un tipo de actividad combinada ya que el entrenamiento no sólo repercute favorablemente en la salud, sino que en muchas ocasiones conjuga sociabilidad, diversión y la posibilidad de gozar del aire libre.

Las actividades culturales representan el 15,5%. La acción de viajar, entendida en sentido amplio, representa el 12%, igual proporción que la dedicada a las manualidades o artesanías. Los juegos en línea sólo ocupan el 7,5%.

La población de Córdoba prefiere las actividades deportivas o el descanso en el hogar, ya sea para compartir tiempo con su familia o para realizar labores cotidianas hogareñas.

TABLA N° 5. Actividades habituales de tiempo libre. Ciudad de Córdoba. Año 2021.

Actividades habituales de tiempo libre	%
Descanso, familia, tareas en el hogar	44,0
Visitas/ reuniones	35,3
Deporte	29,3
Paseos, caminatas	27,5
Actividades culturales	15,5
Viajes	12,0
Artesanías, manualidades	12,0
Juegos en línea o actividades en la PC	7,5

Fuente: Encuesta "Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia". Mayo 2021. Equipo "Las tramas de la cultura" SECyT - UNC.

Los juegos en línea o los videojuegos que utilizan consolas, que en muchos sentidos pueden ser considerados como actividades culturales, han sido incluidos dentro de las actividades de tiempo libre como una categoría específica asimilada a los deportes. La navegación web sin discriminar también forma parte de las actividades de tiempo libre pero no de las actividades culturales, puesto que su rango categorial es muy amplio e impreciso: se utiliza para la búsqueda de precios, la comunicación, el trabajo, etcétera.

La encuesta define a las actividades culturales como aquellas prácticas tradicionalmente asociadas a la esfera artística (concurrencia a presentaciones de teatro, danza, exposiciones y recitales musicales, lectura literaria y asistencia al cine, por ejemplo), pero también incluye las relativas a la cultura popular (boliches, festivales, bailes, lecturas de historietas) y la recepción de medios (visionado de televisión, escucha radial, lectura de prensa, búsqueda de información de actualidad en la Web, series por plataformas). En extenso, las actividades culturales consideradas son: cine, visionado de películas por *streaming* y plataformas digitales, o grabadas y reproducidas en el hogar; lectura de cualquier tipo

exceptuando aquella vinculada al trabajo o al estudio; consumo de información; contenidos culturales o de entretenimiento en cualquier soporte (incluyendo prensa, radio, TV, sitios web); visitas a museos, ferias, exposiciones (exceptuando ferias comerciales); bailes de cualquier género, incluidos discotecas; festivales; recitales; asistencia a charlas o conferencias sin vinculación con la actividad laboral; asistencia a espectáculos teatrales, títeres, circos, *performances*, danza y artes escénicas combinadas; visionado de canales de música y videos de YouTube a excepción de tutoriales de tipo didáctico; podcast, visitas a monumentos, sitios de memoria y lugares de valor patrimonial.

Entre estas actividades, el cine, el visionado de películas por *streaming* o plataformas digitales, o bien aquellos filmes grabados en video y reproducidos en el hogar, es realizado por el 87,5% de la población de Córdoba. Vale decir que tiene un alcance muy generalizado: involucra a todas las edades y niveles socioeconómicos. La lectura entendida de manera amplia, considerada como actividad de entretenimiento o información de actualidad, pero excluyendo la realizada en función del trabajo o estudio, alcanza el 74,8%, mientras que la escucha de radio y el visionado de televisión son registradas en el 70% de las respuestas. Estas tres actividades son las más habituales entre la población de la ciudad de Córdoba.

TABLA N° 6. Actividades culturales habituales. Ciudad de Córdoba. Año 2021.

Actividades culturales habituales	%
Películas y series (incl. cine)	87,5
Lectura (incl. prensa)	74,8
Radio y TV	70,0
Música y festivales	45,0
Bailes y boliches	33,5
Museos y exposiciones	30,8
Teatro y espectáculos	28,5
Charlas y conferencias	27,5

Fuente: Encuesta "Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia". Mayo 2021. Equipo "Las tramas de la cultura" SECyT - UNC.

La música en todos sus géneros es mencionada por el 45% de los respondentes. Los bailes, incluyendo discotecas, se registran en el 33,5% de las respuestas, mientras que la visita a los museos, exposiciones o galerías aparece en el 30,8%.

La encuesta permite también identificar, para cada subgrupo de actividades culturales, algunas preferencias previas a la pandemia en cuanto a soportes o formatos. Estas preguntas no son excluyentes, es decir que cada respondente señala todas las formas en las que realiza la actividad.

### *Cine y visionado de películas*

Dentro de las actividades culturales de mayor frecuencia en la habitualidad, como el visionado de películas, se observa que el 55% prefiere el cine en comparación con el 52% que opta por películas en plataformas. El 46% indica ver series a través de estas últimas. Las series en TV son señaladas por el 22% de la muestra de la población de Córdoba. Las películas grabadas (5,8%) y las series grabadas (3,5%) representan los porcentajes más bajos. Estas proporciones varían a partir de la pandemia.

TABLA N° 7. Preferencia habitual para el visionado de películas y series por soporte. Ciudad de Córdoba. Año 2021.

Preferencia por soporte	%
Cine	55,0
Películas en plataformas	52,0
Serie en plataformas	46,0
Series de TV	22,0
Películas grabadas	5,8
Series grabadas	3,5

Fuente: Encuesta "Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia". Mayo 2021. Equipo "Las tramas de la cultura" SECyT - UNC.

### *Lectura*

Con respecto a la lectura, 53,5% de los respondentes indica su preferencia por los libros, mientras que el 49,3% manifiesta leer información en diferentes soportes, mayoritariamente diarios en línea o en papel. El porcentaje disminuye considerablemente en la preferencia

por las revistas (18,5%). El ítem definido como encuentros de lectura (que incluye recitales de poesía o grupos de lectura) representa un 11%. En la categoría “Otros” se considera la lectura informativa y miscelánea que proveen los buscadores de internet.

En términos de género, las novelas y los cuentos ocupan el primer lugar en las preferencias, mientras que la Biblia ocupa el segundo.

TABLA N° 8. Preferencia de lectura por formato. Ciudad de Córdoba. Año 2021.

Preferencia de lectura	%
Lectura de libros	53,5
Lectura de prensa	49,3
Lectura de revistas	18,5
Encuentros de lectura	11,0
Otros	2,0

Fuente: Encuesta “Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia”. Mayo 2021. Equipo “Las tramas de la cultura” SECyT - UNC.

## Música

Las preferencias de la población residente en Córdoba que participa de actividades musicales muestran que el 78,3% asiste a recitales, conciertos y espectáculos con artistas en vivo, exclusivamente musicales, y el 44,4% asiste a espectáculos musicales, como los festivales y las peñas, que incluyen bailes.

TABLA N° 9. Preferencia de espectáculo musical por tipo. Cdad. de Córdoba, 2021.

Preferencia de espectáculo musical por tipo	%
Espectáculos solo musicales	78,3
Espectáculos musicales que incluyen baile	44,4

Fuente: Encuesta “Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia”. Mayo 2021. Equipo “Las tramas de la cultura” SECyT - UNC.

## Artes escénicas

Dentro del subgrupo de los que participan de actividades de las artes escénicas, el teatro para adultos ocupa el mayor porcentaje de preferencia



(80,2%), mientras que la suma de espectáculos tradicionalmente relacionados con la niñez, como el teatro infantil, los títeres y el circo, registra el 45,6%. Formatos menos tradicionales como el *stand up* y la *performance* son registrados en el 3,4% de las respuestas.

TABLA N° 10. Preferencia de actividades escénicas por tipo. Córdoba, 2021.

Preferencia de actividades escénicas por tipo	%
Teatro para adultos	80,2
Teatro y espectáculos infantiles	26,7
Títeres	18,9
Danza, teatro	17,2
<i>Stand up y performance</i>	3,4

Fuente: Encuesta “Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia”. Mayo 2021. Equipo “Las tramas de la cultura” SECyT - UNC.

### **Bailes**

En relación con la preferencia de los eventos bailables, se observa que el 52,2% participa de bailes de cuarteto; el 34,3% concurre a los denominados “boliches”, donde se baila música pop o rock; y el 17,9% participa de otros bailes: el 7,5% manifiesta preferir bailes de ritmos nacionales como el folclore o el tango y el 3% se inclina por ritmos latinos como salsa y bachata. El 13,8% participa de fiestas electrónicas. En relación al baile, se manifiesta una amplia preferencia (casi el 60%) por los ritmos nacionales.

TABLA N° 11. Preferencias de baile por género musical. Ciudad de Córdoba, 2021.

Preferencias de baile por tipo	%
Cuarteto	52,2
Pop y rock	34,3
Otros bailes	17,9
Música electrónica	13,8

Fuente: Encuesta “Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia”. Mayo 2021. Equipo “Las tramas de la cultura” SECyT - UNC.

### ***Museos y exposiciones***

La concurrencia a museos y exposiciones se divide en museos o exposiciones fotográficas, de pintura y escultura o relacionadas a las artes gráficas y visuales; museos arqueológicos o de patrimonio histórico, sitios de memoria y monumentos; exposiciones textiles y colecciones de objetos diversos; museos y exposiciones de ciencias, incluyendo en este último los museos orientados a las infancias.

TABLA N° 12. Preferencias de museos y exposiciones por tipo. Córdoba, 2021.

Preferencia de museos por tipo	%
Artes plásticas	91,9
Históricos y de memoria	36,6
Textiles y colecciones de objetos	14,2
Ciencias	3,0

Fuente: Encuesta "Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia". Mayo 2021. Equipo "Las tramas de la cultura" SECyT - UNC.

### ***A modo de síntesis***

Al indagar sobre las actividades que realiza la población de Córdoba en su tiempo libre, la preferencia por diversas actividades en el seno del hogar es coherente con la elección de las prácticas culturales habituales: el visionado de películas, la lectura, la radio y la televisión. En la última década, la tendencia a la reclusión en el hogar se fortalece con la oferta tecnológica de dispositivos, tecnologías y canales de comunicación que no solo las abaratan, sino que eliminan la necesidad de desplazamiento. En el caso de los libros y la prensa, la tecnología permite prescindir del objeto material –y consecuentemente, se retrae la concurrencia a los puntos de acceso tales como librerías, bibliotecas y kioscos. Con ello se pierde también la sociabilidad asociada al comentario o la recomendación. Es importante tomar nota de que estas actividades son predominantemente visuales. El confinamiento que acarrea las medidas sanitarias frente a la pandemia del COVID-19 afecta primordialmente al resto de las actividades culturales.



## Capítulo 3

### El impacto de la pandemia en las actividades culturales favoritas

Para conocer la incidencia del aislamiento sobre las actividades culturales de las y los cordobeses, es necesario indagar no sólo en sus hábitos, revisados en el capítulo anterior, sino también en sus preferencias: aquellas actividades culturales que designan como *favoritas* y que, en diferentes sentidos, los definen identitariamente. Mientras que las actividades habituales incluyen la totalidad de prácticas culturales que la población de la ciudad de Córdoba realiza, en esta sección se registran hasta cinco actividades culturales favoritas; la mayoría menciona entre una y tres.

Adicionalmente, la encuesta solicita información acerca del reanudamiento de esas prácticas en el momento de la salida a campo, en mayo de 2021. El conjunto de datos registra lo acontecido durante el período de catorce meses desde marzo de 2020, en el que se implementan las medidas sanitarias, a mayo de 2021, momento en el que prácticamente todas las prácticas estaban habilitadas bajo el cumplimiento de protocolos. El impacto de estas medidas sobre las actividades culturales favoritas es disímil, debido a las condiciones materiales en que usualmente se desarrollan. La demanda de presencialidad fuera del hogar o, por el contrario, el carácter remoto o privado de la actividad son condiciones que marcan forzosamente el paisaje heterogéneo que se comenta a continuación.

## Las actividades favoritas y el aislamiento

Escuchar la radio, ir al cine, ver películas y series, leer, ir al teatro, recitales, bailes, peñas y festivales folclóricos, e incluso visitar museos y asistir a conferencias, se cuentan entre las actividades culturales que más realizan y disfrutan las y los cordobeses consultados.

Por empezar, la radio y la televisión, con el 50,8% de menciones, son marcadas como las actividades favoritas. En líneas generales, su consumo no se ve resentido por el aislamiento a raíz de la pandemia, ya que no varía sustancialmente la disponibilidad del público: quien es oyente de radio o televidente, lo sigue siendo bajo las condiciones de restricción sanitaria. No obstante, como surge también en los casos de otras actividades favoritas similares, 13% de estas personas declara que el contexto propicia una mayor reserva de tiempo para dedicarle.

La salida al cine es mencionada por el 47,8% como actividad cultural favorita. De ese total, y hasta mayo de 2021, sólo el 10% regresa a las salas, habilitadas con protocolos sanitarios. La amplia mayoría, el 90% de las personas, desiste de asistir. En este punto, cabe hacer un breve repaso de lo que aconteció con el cine en Córdoba: instalada la política de aislamiento, las salas de proyección cerraron y fue uno de los últimos rubros en reabrir. Las funciones recién fueron retomadas en diciembre de 2020 bajo estrictas medidas preventivas. Interpretando estos números, no sería exagerado afirmar que, al momento de la encuesta, el cine pierde el 90% del aforo.

En segundo lugar, el visionado de películas y series *online* es señalado en el 41,3% como actividad cultural favorita, mientras que películas y series de TV y cable, el 22,5%. En estos casos, al igual que con la escucha de radio, el consumo durante la pandemia no disminuye, sino que aumenta por la mayor disponibilidad de tiempo. Por lo tanto, es factible interpretar que el aislamiento no modifica significativamente las prácticas culturales que se realizan de manera habitual en el hogar, de acuerdo con esta variable, afecta desigualmente a los diferentes sectores de la industria cultural. Actividades como la escucha de radio o el visionado de películas y series no se ven resentidas, y otras como las plataformas de *streaming* resultan incluso beneficiadas. En cambio, los cines sufren una fuerte merma de público.

Otra de las actividades culturales favoritas entre las y los cordobeses consultados es la lectura de libros, elegida entre las predilectas en el 41,3% de los casos. Esta práctica, al igual que las anteriores que habitualmente tienen lugar en el hogar, no es interrumpida o afectada por la pandemia. Incluso, 25% de estas personas declara que las condiciones de aislamiento les *deja* más tiempo para leer. Como dato adicional, en la encuesta *La Biblia* es el libro más mencionado, y aparece en el 14% de las respuestas.

Como en el caso del cine, en la asistencia al teatro se observa una reducción considerable a raíz del aislamiento. Entre las personas consultadas, el 25,3% la señala como una actividad asidua entre sus prácticas culturales. De ese número, el 5,5% hace referencia al teatro infantil y el 6% al teatro del circuito serrano de Córdoba en vacaciones (Carlos Paz, Mina Clavero, etc.), mientras que el 13,8% no especifica. En este marco, la pregunta que surge es: ¿cómo le va al teatro desde la autorización de reapertura con protocolos sanitarios? Hasta mayo de 2021, sólo el 9% de las personas vuelve a las salas a presenciar una obra – porcentaje muy similar al retorno a las salas de cine. Algunas de las obras mencionadas son la de Enrique Pinti, o *Divino Divorcio* con Rodolfo Ranni y Viviana Saccone. Durante el distanciamiento social, el 7% lo hace vía *streaming*.

Los recitales son señalados como actividad favorita o frecuente por el 25,8% de las personas encuestadas. Con aproximadamente el 5% de las menciones, el espacio físico más nombrado es el Orfeo Superdomo, que paradójicamente cerró sus puertas durante la pandemia y funcionó incluso como centro de vacunación. De este grupo, hasta mayo de 2021 sólo el 14% regresa a algún tipo de recital con protocolos sanitarios, porcentaje apenas mayor en comparación con los resultados para el cine y el teatro. Algunos de los shows nombrados son los correspondientes a las agrupaciones Los Espíritus, Los Caligaris, Don Osvaldo y las presentaciones de Pedro Aznar y Abel Pintos. Por su parte, el 13% se queda en sus casas y accede a recitales a través de *streaming*. El artista más nombrado por el grupo que ingresa en línea es el Indio Solari. Además, se registran referencias a Luciano Pereyra, *Dee Jay's* en Berlín y Ricardo Montaner.

Las visitas a museos y exposiciones son señaladas como actividad favorita por el 19,6% de las personas. Al respecto, es relevante destacar

la función aglutinante que tiene “La noche de los museos”, que se realiza periódicamente en la capital cordobesa. De ese total y hasta mayo de 2021, sólo el 4% accede presencialmente a un museo, mientras que el 2,8% opta por el *streaming* de alguna muestra o exposición virtual. Aquí se observa una disminución porcentual en el regreso a la actividad, si se compara con las otras actividades presenciales fuera del hogar mencionadas, como el cine, el teatro y los recitales.

La concurrencia a bailes de cuarteto es elegida como actividad favorita o frecuente por el 16,8% de las personas. De estas, sólo el 12% retoma el baile presencial con protocolos sanitarios. Aquí cabe otra aclaración y es que los bailes de cuarteto fueron más rápidamente habilitados que otras actividades: la dinámica del género siguió una serie de pruebas piloto que marcó ciclos de aperturas graduales y cierres. Quienes para mayo de 2021 retoman la actividad, lo hacen en eventos de El Cheto, La K'onga, Banda XXI y La Barra. Una persona, incluso, asegura haber participado de un baile clandestino de cuarteto. Un dato revelador es que el 22% participa de los espectáculos ofrecidos a través de *streaming*, la mayoría de La Mona Jiménez y Ulises Bueno.

El consumo de prensa es elegido como actividad frecuente por el 12,3% de las y los cordobeses encuestados. La actividad no presenta mayores inconvenientes en el acceso en condiciones de aislamiento: se trata de una práctica cultural que acontece regularmente al interior del hogar, un ámbito promovido durante los meses más severos de la pandemia. A esto se suma el hecho de que para algunos se incrementa el tiempo disponible. La mención de la lectura de diarios *online* es casi equivalente a la tradicional del diario en papel.

La peña folclórica es nombrada el 12,3% de las veces como actividad favorita, pero de las personas que la frecuentaban, sólo el 13% vuelve a algún tipo de evento folclórico presencial cuando se realiza la encuesta. En términos relativos, este número es equiparable con los índices de las actividades presenciales clausuradas. En rigor, con las peñas pasa algo similar que con los bailes de cuarteto: algunos shows fueron habilitados en el período estival de 2021.

Por su parte, el 11,3% de las personas señala las charlas y conferencias como actividad favorita. Se mencionan distintas temáticas: literarias, religiosas, económicas, feministas, etc. Lo que se observa aquí es

que hubo un crecimiento de la conectividad ya que, de estas personas, el 55% declara haber participado al menos de una charla *online* desde el comienzo de la pandemia. En cambio, 31,5% las abandona, el 8% asiste a algún tipo de evento o conferencia presencial con protocolos sanitarios y el 5% hace uso de internet, pero de manera asincrónica, o sea, no simultáneamente en línea.

Con “festivales folclóricos” específicamente se hace referencia a Jesús María y Cosquín. En total, el 9,5% de las y los cordobeses dice ser participante asiduo. De esa cantidad, 54% participa frecuentemente de Jesús María, y 46% de Cosquín. Estas personas no tienen posibilidades de asistencia bajo protocolos, ya que ambos festivales cancelaron sus ediciones para el año 2021. En efecto, fue la primera vez que se interrumpió la periodicidad anual de estos eventos desde su creación: Jesús María en 1966, y Cosquín en 1961.

La salida a bailar a boliches es señalada por el 8,8% de las personas como actividad favorita, principalmente residentes de los barrios de estudiantes de la ciudad. A este porcentaje se suma el 3% que participa de fiestas electrónicas. La diferencia con los bailes de cuarteto o las peñas folclóricas es que el denominado “boliche” estuvo completamente cerrado desde el inicio de la pandemia y hasta el momento de la encuesta no reabre. En este contexto, 12% de las y los jóvenes que habitualmente concurre al boliche admite haber ido a fiestas clandestinas.

Finalmente, 3,3% de las personas indica la realización de alguna danza nacional o latina como actividad favorita. Las preferencias se distribuyen entre el 53% de folclore, el 19% de ritmos latinos (salsa y bachata) y el 13% de tango. De esas personas, sólo el 20% retoma algún tipo de baile con protocolos sanitarios: con distanciamiento y en lugares abiertos, como plazas. El resto abandonó la actividad o el espacio donde practicaba cerró.

Para poder observar con más detalle las preferencias culturales, se presenta una tabla que permite visualizar cuáles son aquellas actividades culturales favoritas que las y los encuestados marcaron en el primer lugar en su escala de preferencias (tabla N° 13).



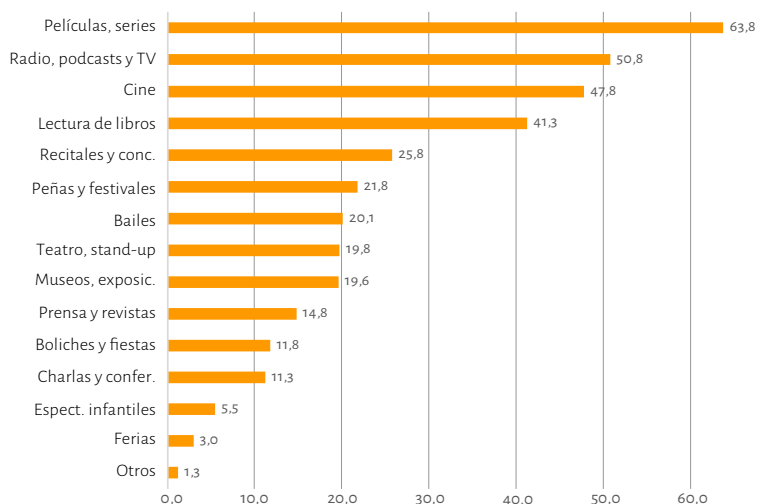
TABLA N°13. Principales cinco actividades culturales favoritas según preferencia. Ciudad de Córdoba. Año 2021.

	Act. fav. 1	Act. fav. 2	Act. fav. 3	Act. fav. 4	Act. fav. 5	Total
Películas, series y documentales (por plataformas, cable o TV)	51	67	76	34	27	255
Cine	36	64	31	47	13	191
Radio, podcast y TV	29	57	60	39	18	203
Prensa	9	11	18	7	4	49
Lectura de revistas	3	2	3	2	0	10
Lectura de libros	68	43	29	20	5	165
Baile de cuarteto	51	8	4	4	0	67
Otros bailes	11	0	2	0	0	13
Boliches	20	7	7	0	1	35
Fiestas electrónicas	8	3	0	1	0	12
Peñas	15	18	8	4	4	49
Festivales	14	14	5	3	2	38
Recitales y conciertos	33	37	19	9	5	103
Teatro, <i>stand up</i> y ballet	17	23	22	10	7	79
Espectáculos infantiles (teatro, circo y títeres)	5	6	4	3	4	22
Museos y exposiciones	8	16	25	20	8	77
Sitios de memoria y monumentos	0	1	0	0	0	1
Ferias	4	1	1	2	4	12
Charlas y conferencias	3	5	12	14	11	45
Otros (videos Instagram, lectura de redes)		1	1	2	1	5
NS/NC	15	16	73	179	286	
<b>Totales</b>	<b>400</b>	<b>400</b>	<b>400</b>	<b>400</b>	<b>400</b>	<b>1431</b>

Fuente: Encuesta "Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia". Mayo 2021. Equipo "Las tramas de la cultura" SECyT - UNC.

Comparando la cantidad de menciones que las diferentes actividades culturales registra, puede observarse mejor su peso en la muestra.

GRÁFICO N° 1. Tasa de preferencia total de las cinco actividades culturales favoritas. Ciudad de Córdoba. Año 2021.



Fuente: Encuesta “Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia”. Mayo 2021. Equipo “Las tramas de la cultura” SECyT - UNC.

Por último, en las tablas siguientes se evidencia –de manera resumida e ilustrativa– el impacto de la pandemia sobre la frecuencia de las actividades culturales favoritas. En líneas generales, más del 70% de las y los encuestados vio resentida dicha repetición durante el período de aislamiento. En la tabla N° 14 se ve reflejada la significación cultural de “quedarse en casa”, haciendo mella sobre la regularidad de las actividades presenciales y compartidas con otros fuera del hogar.

TABLA N° 14. Frecuencia de las actividades culturales durante la vigencia de las medidas sanitarias. Ciudad de Córdoba. Año 2021.

Frecuencia de las actividades culturales	%
Disminuye	71,0
No disminuye	29,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Encuesta “Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia”. Mayo 2021. Equipo “Las tramas de la cultura” SECyT - UNC.

A la inversa, algunas pocas actividades ven incrementada su frecuencia. El visionado de películas y series, a la cabeza.

TABLA N° 15. Actividades culturales que aumentan su frecuencia durante la vigencia de las medidas sanitarias. Ciudad de Córdoba. Año 2021.

Actividades culturales que aumentaron	%
Películas/series en plataformas	26,5
Lectura de libros y prensa	10,5
Radio, música y podcast	7,0
Charlas	1,5
No aumentaron ninguna actividad	54,5
Total	100,0

Fuente: Encuesta “Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia”. Mayo 2021. Equipo “Las tramas de la cultura” SECyT - UNC.

## **Capítulo 4**

### **¿Nuevos consumos?**

### **¿Nuevos soportes para consumos habituales?**

Un segundo módulo de la encuesta planteó un conjunto de interrogantes sobre los hogares compuestos por más de un integrante.

A fin de evitar la duplicación de respuestas, en la encuesta se seleccionó un único informante dentro de cada hogar ya que se supone que comparten, si no los mismos consumos, una parte de ellos. Sin embargo, pueden existir diferencias basadas principalmente en la incidencia de la edad sobre los gustos. Para mantener la premisa de evitar la duplicación de información, pero al mismo tiempo registrar estas diferencias que se dan en el seno de un hogar, se optó por interrogar al respondiente por las prácticas culturales de su grupo conviviente. Si bien no todos los encuestados conocen cabalmente la vida cultural de los distintos miembros del hogar, en general retienen aquello que es habitual o que forma parte de las vivencias de mayor intensidad. Esta pregunta permite también examinar las actividades realizadas por niños y niñas que, de otro modo, no se podrían registrar.

El 39% de los hogares de la muestra incluye en su composición a miembros de edades entre 0 a 17 años, es decir, en la niñez o la adolescencia. La mayor parte de estos hogares (más del 80%) está integrado por uno o dos niños, niñas o adolescentes, mientras que el resto incluye

tres o más niños, niñas o adolescentes. El porcentaje de hogares unipersonales en la muestra representa el 15,5%.

TABLA N° 16. Actividades culturales habituales de los hogares. Córdoba, 2021.

Actividad	%
Películas y series (incl. cine)	88,0
Radio y TV	72,3
Lectura (incl. prensa)	71,8
Música y festivales	18,3
Charlas y conferencias	17,0
Bailes y boliches	16,0
Museos y monumentos	9,3
Teatro y espectáculos	8,8

Fuente: Encuesta “Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia”. Mayo 2021. Equipo “Las tramas de la cultura” SECyT - UNC.

Los consumos habituales de los hogares varían de manera significativa en función de su composición. De manera general, se observa que los hogares unipersonales tienen una actividad cultural mucho más intensa y cambian las preferencias.

TABLA N° 17. Comparación de las actividades culturales habituales de los hogares unipersonales y no unipersonales. Ciudad de Córdoba. Año 2021.

Actividades culturales habituales	Hogares unipersonales (%)	Hogares no unipersonales (%)
Películas y series (incl. cine)	85,5	88,5
Lectura (incl. prensa)	82,3	69,8
Radio y TV	69,4	72,8
Museos y exposiciones	48,4	2,1
Música y festivales	41,9	13,9
Charlas y conferencias	40,3	12,7
Teatro y espectáculos	33,9	4,1
Bailes y boliches	32,3	13,0

Fuente: Encuesta “Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia”. Mayo 2021. Equipo “Las tramas de la cultura” SECyT - UNC.

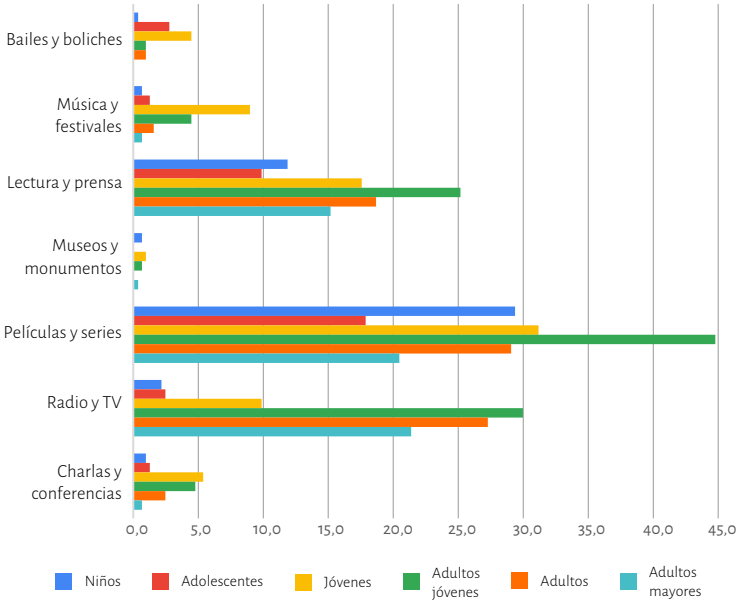
La afición por las películas y series, ya sea consumida en cine o a través de plataformas, no sólo es mayoritaria sino también generalizada, se trate de hogares unipersonales o no unipersonales. La radio y la televisión siguen registrando un alto consumo en ambos tipos de hogares. La lectura, en cambio, baja significativamente, aun cuando registra niveles superiores al 50% en ambos casos. Sin embargo, es aún más llamativa la diferencia notable en la frecuencia de visitas a museos y monumentos, así como la participación en recitales, conciertos y festivales musicales; charlas y conferencias, teatros, espectáculos y artes escénicas; bailes y boliches. Los hogares unipersonales tienen una mucho mayor participación en la vida cultural, no sólo en aquellas actividades que facilitan la sociabilidad, como los bailes o los festivales, sino también en aquellas en donde la actividad no se produce en un ámbito de interacción social, como la lectura.

La otra variable significativa es la edad. Se dividió a la población en cinco grupos etarios: niños (0 a 11 años); adolescentes (12 a 17 años); jóvenes (18 a 29 años); adultos jóvenes (30 a 49 años); adultos (50 a 64 años) y adultos mayores (65 años y más). Si dentro de los hogares no unipersonales se analizan las actividades culturales según los diferentes grupos de edad, se observa que los adultos jóvenes (30-49 años) son los que tienen más actividad, al igual que los jóvenes (18-29).

Los niños y niñas centran sus actividades en dos: visionado de películas y series, en el 29,3% de los hogares, y lectura, en el 11,8%. El teatro y los espectáculos, así como los museos, tienen una muy baja concurrencia de niños: sólo 0,6% de las encuestas registra estas actividades culturales en el segmento infantil.

El otro grupo que amerita una observación particular es el de los adultos mayores, que participan centralmente de actividades que se realizan dentro del hogar: radio y televisión (21,3%); películas y series (20,4%), y lectura (15,1%).

GRÁFICO N° 2. Actividades culturales en los hogares no unipersonales según grupos de edad. Ciudad de Córdoba. Año 2021.



Fuente: Encuesta “Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia”. Mayo 2021. Equipo “Las tramas de la cultura” SECyT - UNC.

TABLA N° 18. Actividades culturales habituales de los hogares no unipersonales según grupo etario, expresadas en porcentaje (%). Ciudad de Córdoba. Año 2021.

Grupo etáreo	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Niños	0,3	0,6	0,6	11,8	0,6	29,3	2,1	0,9
Adolescentes	2,7	1,2	0,0	9,8	0,0	17,8	2,4	1,2
Jóvenes	4,4	8,9	0,9	17,5	0,9	31,1	9,8	5,3
Adultos jóvenes	0,9	4,4	1,5	25,1	0,6	44,7	29,9	4,7
Adultos	0,9	1,5	1,5	18,6	0,0	29,0	27,2	2,4
Adultos mayores	0,0	0,6	0,3	15,1	0,3	20,4	21,3	0,6

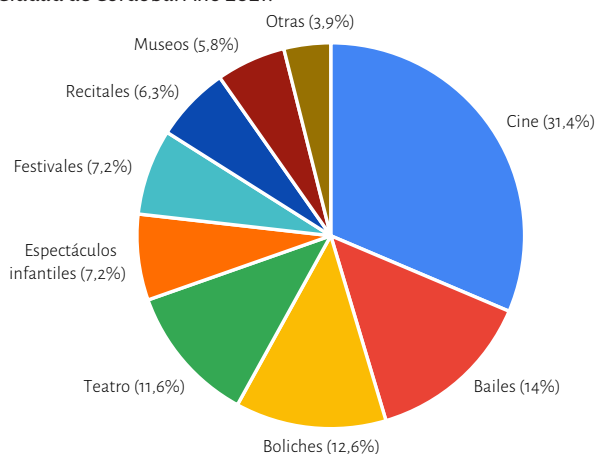
Referencias: (1) Bailes y boliches (2) Música y festivales, (3) Teatro y espectáculos, (4) Lectura y prensa, (5) Museos y monumentos, (6) Películas y series, (7) Radio y TV, (8) Charlas y conferencias.

Fuente: Encuesta “Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia”. Mayo 2021. Equipo “Las tramas de la cultura” SECyT - UNC.

Al igual que la pregunta realizada individualmente, la encuesta indaga también si, durante el confinamiento, los miembros del hogar realizan actividades culturales que no hacían antes. Aunque el respondiente no necesariamente conoce a fondo las actividades de los demás integrantes, la respuesta negativa es abrumadora: el 93,8% de los hogares no incorpora actividades nuevas. Quienes lo hacen, en gran medida se vuelcan a los recitales vía *streaming* (2,7% del total de hogares). Algunas otras respuestas muestran un débil aprovechamiento de ofertas tales como la televisación o la visita en línea a museos; desarrollan actividades de grupos de lectura en la red; participan de charlas en vivo o visionan series y documentales en plataformas digitales.

La inversa resulta más generalizada: el 61,2% manifiesta haber interrumpido actividades culturales que realizaba habitualmente.

GRÁFICO N° 3. Actividades culturales del hogar suspendidas durante la pandemia. Ciudad de Córdoba. Año 2021.



Fuente: Encuesta “Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia”. Mayo 2021. Equipo “Las tramas de la cultura” SECyT - UNC.

Las razones por las que dejaron de realizar esa actividad son, centralmente, dos: la más frecuente (62,8%) alude a factores vinculados a la pandemia en sí, como el miedo al contagio, el riesgo que entrañan las aglomeraciones, el cuidado y la prevención, o la necesidad de cuidar de personas con las que se convive (“no me animo”, “una de mis hijas es de



riesgo”, “nos cuidamos”, “los protocolos no son confiables”, “evitamos lugares cerrados”, “por miedo al contagio”, “hay riesgo sanitario”, “mi hijo dejó de salir por precaución). La segunda causa (30,9%) se refiere a las restricciones impuestas: las actividades que solían frecuentar se suspendieron, los espacios están temporaria o definitivamente cerrados, o se prohibió la posibilidad de viajes turísticos, que era cuando visitaban museos o asistían al teatro (“íbamos en familia pero cerró en pandemia”, “no hay funciones”, “cerró el estadio”; “mi hija iba al Gran Rex pero ya no se puede”, “no viajamos más”, “está suspendido”, “no salimos de vacaciones”, “cerraron”, “se suspendió el Lollapalooza”). Una parte de quienes ven cancelada la posibilidad de realizar sus actividades culturales favoritas, lo hacen en términos positivos, señalando el vuelco hacia nuevas modalidades: por *streaming* o al aire libre (“hicimos *streaming* todos”, “la salida ahora es al aire libre”, “nadie volvió al baile, pero hicimos *streaming*”). Un pequeño porcentaje alude al deterioro económico y la necesidad de restringir gastos, o esgrime otras razones, como el abandono de las salidas o la pobre oferta cultural existente. Únicamente el 1% no contesta.

TABLA N° 19. Razones de abandono de actividades culturales habituales de los hogares durante la pandemia. Ciudad de Córdoba. Año 2021.

Razones	%
Cuidado sanitario/miedo al contagio	62,8
Suspensión de actividades/cierre de espacios	30,9
Razones económicas	2,9
Otras razones	2,4
NS/NC	1,0
Total	100,0

Fuente: Encuesta “Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia”. Mayo 2021. Equipo “Las tramas de la cultura” SECyT - UNC.

Al indagar sobre las modalidades en que realizan sus actividades culturales favoritas, se evidencia una escasa adhesión a las variantes propuestas antes de la reapertura definitiva de las salas, cines y espacios culturales. Un caso que sirve de ejemplo es lo que aconteció en relación a los bailes de cuartetos, cuyo peso porcentual dentro de las actividades preferidas es significativo. En las respuestas abiertas, la imposibilidad

de reponer esa práctica es recurrente: en mayo de 2021, al momento de la recolección de datos, era posible acceder bajo modalidad de “burbujas”, es decir, en espacios circunscritos al grupo de personas que concurrieran juntas. Los participantes habituales del baile de cuarteto ensayaron las modalidades alternativas habilitadas para reponer la actividad, ya sea por *streaming* o con protocolos. Una respuesta señala que “había riesgo sanitario, pero fuimos al baile igual”. Sin embargo, ellos también indican que “con protocolos no es igual”, “ya no es divertido”, “no nos gusta virtual”. Las restricciones sanitarias impuestas en los bailes son sobrellevadas penosamente por los aficionados.

La encuesta aborda también las dificultades experimentadas por los hogares para recuperar las actividades culturales habituales. En este caso, las cuestiones económicas ocupan un lugar un poco mayor: si bien, nuevamente, la prevención y el cuidado sanitario son dominantes (83,2%), el segundo lugar lo ocupan las razones económicas (10,3%), expresando por ejemplo “bajaron los ingresos” o “pérdida del trabajo”. Otras razones, diversas y con baja recurrencia, incluyen el desánimo, el miedo a la reinfección, la falta de vacunación, los establecimientos cerrados, la falta de conectividad, el cuidado de familiares o la escasa cantidad de espectáculos. Si bien las tasas son poco significativas, el abanico de respuestas muestra el modo en el que tanto la pandemia como las medidas sanitarias afectaron a la población de Córdoba.

Llama la atención la escasa gravitación de las razones económicas en la demanda cultural. Para poder ponderar mejor este factor, la encuesta indaga si las actividades culturales desarrolladas habitualmente en el hogar son, en su mayor parte, pagas o gratuitas. Los resultados no muestran diferencias significativas, por lo que la demanda cultural, que no es muy alta, no parece ser especialmente afectada por la solvencia financiera. El 46,7% de los hogares se inclina por actividades pagas, mientras que el 51,2% opta mayormente por las gratuitas. El 2,1% no contesta.

Al observar que una de las actividades culturales más frecuentes de los hogares es la asistencia al cine, a los bailes, boliches y festivales, cuyo acceso demanda un pago, se hacen evidentes dos de las peculiaridades del mercado de la cultura: este es un mercado en donde los bienes simbólicos no son intercambiables, ni la baja del precio es un aliciente determinante en el aumento de la demanda.



## Capítulo 5

### Circulación de cultura: el peso de internet

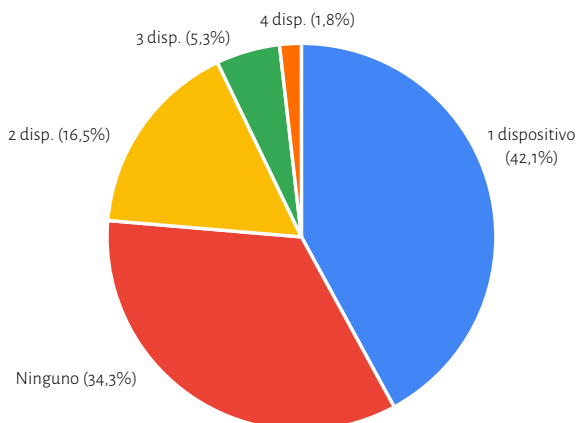
El distanciamiento y la discontinuidad de las actividades que traen aparejadas las medidas sanitarias frente a la pandemia de COVID-19 es, como se ve hasta aquí, un factor relevante en las transformaciones de la participación cultural en Córdoba, especialmente si se tiene en cuenta que numerosas actividades migraron a las distintas plataformas y programas disponibles en internet. Un bloque de la encuesta está dedicado a relevar la conectividad y las prácticas culturales realizadas a través de internet. Para ello, se releva información general sobre los hogares, pero también de manera específica sobre los respondentes.

#### Dispositivos

La encuesta indaga en torno a la cantidad de dispositivos en el hogar, así como respecto al acceso al servicio de internet. Por un lado, sobre la cantidad de computadoras, *notebooks* y *tablets*, el 65,5% tiene al menos uno de esos dispositivos, el 34,3% no posee ninguno y el 0,3% no contestó la pregunta. El 42% tiene una computadora, mientras que el 16,5% tiene dos computadoras. Sólo el 5,3% tiene tres computadoras en su hogar y el 1,8% tiene cuatro computadoras o más. Como

se observa, gran cantidad de hogares encuestados posee al menos una computadora en el hogar. Cuando se les pregunta por el nivel de exclusividad del uso de esta herramienta, el 63,3% responde que no existe un uso exclusivo de la computadora, por lo que es posible suponer que en la mayoría de los casos esta debe ser compartida por los miembros del hogar.

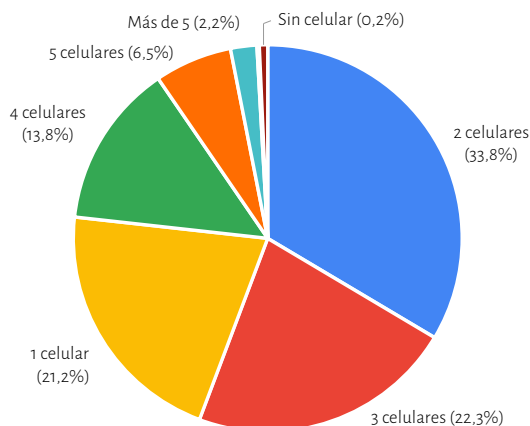
GRÁFICO N° 4. Porcentaje de hogares con computadora, notebook o tablet según cantidad de dispositivos. Ciudad de Córdoba. Año 2021.



Fuente: Encuesta "Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia". Mayo 2021. Equipo "Las tramas de la cultura" SECyT - UNC.

Por otro lado, se indaga acerca de la cantidad de dispositivos móviles. Sobre estos datos, se destaca que en la mayoría de los hogares encuestados existe al menos uno de estos artefactos; apenas el 0,8%, sostuvo que no hay celulares en el hogar. A diferencia de lo que sucede con las computadoras, *notebooks* y *tablets*, en el caso de los celulares la proporción de dispositivos en relación a la cantidad de miembros del hogar aumenta: en más del 40% de los hogares hay tres dispositivos o más (44,3%), y el hecho de tener un solo dispositivo describe al 21,3% de los hogares. A diferencia de las computadoras, en el caso de los teléfonos móviles es notable la mayor cantidad de artefactos por hogar, lo que podría vincularse con un uso personal de este tipo de dispositivos.

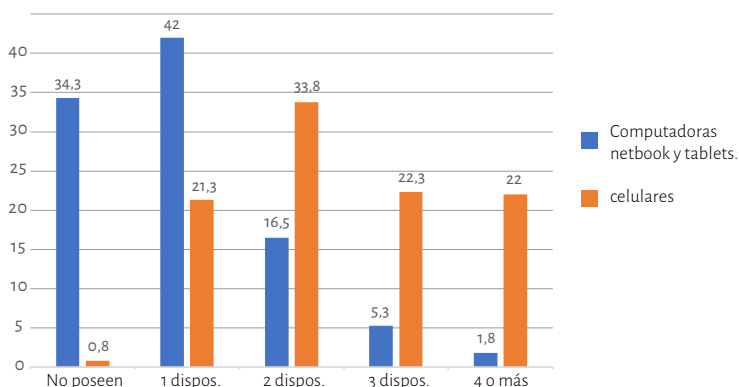
GRÁFICO N° 5. Porcentaje de hogares con celular según cantidad de dispositivos..



Fuente: Encuesta "Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia", 2021..

La distribución de dispositivos que potencialmente pueden conectarse a internet, tales como computadoras, *tablets* y *notebooks*, así como teléfonos celulares, tiene un comportamiento no lineal. La mayor parte de los hogares poseen una, o no poseen computadoras. Con respecto a los teléfonos celulares, es muy escasa la proporción de los que no poseen ninguno. En la mayoría de los hogares hay dos, y las variables uno, tres o cuatro también adquieren proporciones significativas.

GRÁFICO N° 6. Porcentaje de hogares por cantidad de dispositivos según tipo.



Fuente: Encuesta "Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia".

Si se analizan estos datos en relación con el acceso a dispositivos distribuidos de acuerdo al nivel de ingresos por hogar, se observa que un menor número de hogares posee menos computadoras pero se incrementa el número de celulares por hogar.

GRÁFICO N° 7 (IZQ.). Porcentaje de computadoras, netbooks o tablets por hogar según nivel de ingreso. Ciudad de Córdoba. Año 2021.

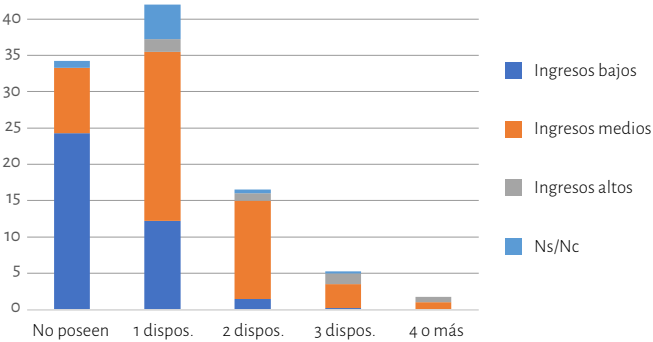
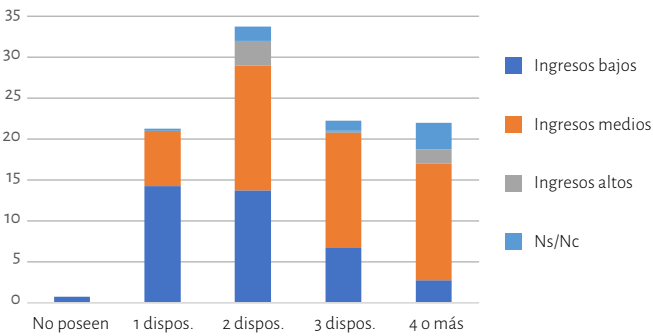


GRÁFICO N° 8 (DER). Porcentaje de celulares por hogar según nivel de ingreso.



Fuente: Encuesta “Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia”. Mayo 2021. Equipo “Las tramas de la cultura” SECyT - UNC.

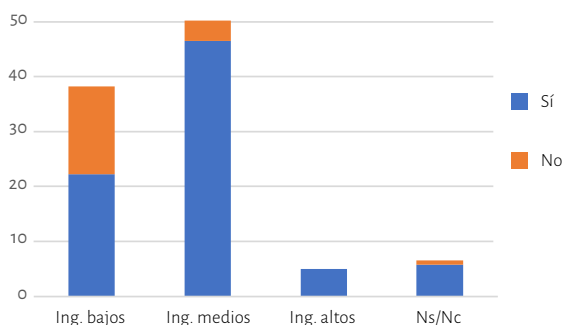
## Conectividad

La sola posesión de estos dispositivos no garantiza la conectividad. Ante la pregunta de si el hogar cuenta con internet, el 79,5% de los

encuestados respondió que sí. Es decir que el 20,5% de los hogares, pese a contar con equipamiento técnico en casa, no tiene el servicio de conectividad que se requiere para el acceso y participación de las actividades culturales ofrecidas en línea.

Se puede observar que la falta de conectividad se presenta en los hogares de menor poder adquisitivo: representa el 16% en aquellos con ingresos inferiores a una canasta básica. La mayoría de las conexiones a internet se concentra en los grupos de ingresos medios. La conectividad por hogar vuelve a decaer en los grupos de mayor poder adquisitivo, lo que representa el 5% de las conexiones. Correlacionando los datos de conectividad, dispositivos e ingresos, se observa que en los hogares de mayores ingresos existe mayor cantidad de celulares (cuatro o más por hogar), por lo que podría conjeturarse que el acceso al servicio de internet se realiza a través de estos dispositivos, de manera personal y no por hogar. Este fenómeno confirma la tendencia de lo ya indicado en la encuesta del SInCA 2017, en cuanto a la preferencia del uso del celular para navegar en Internet. En los hogares de ingresos medios, donde se presenta el menor número de celulares y al menos una computadora, es donde existe el mayor porcentaje de conectividad en el hogar.

GRÁFICO N° 9. Conectividad por hogar según nivel de ingresos. Ciudad de Córdoba. Año 2021.



Fuente: Encuesta “Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia”. Mayo 2021. Equipo “Las tramas de la cultura” SECyT - UNC.

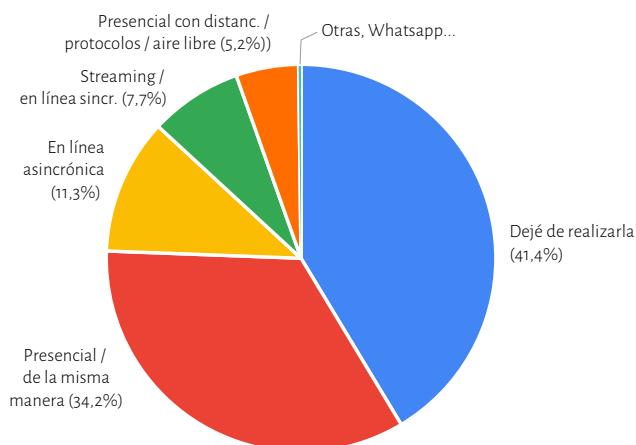


## Actividades culturales en, de y a través de internet

La encuesta releva el desplazamiento de actividades culturales tradicionalmente realizadas en la presencialidad a entornos virtuales, así como aquellas nuevas actividades que se iniciaron de la mano de la digitalidad en épocas de pandemia. El aumento del tiempo de permanencia en el hogar, producto de la pandemia, modifica las modalidades de las prácticas culturales. De acuerdo a los datos proporcionados por la encuesta, la participación en actividades presenciales decae, lo que podría repercutir en una mayor participación en línea. Los resultados, sin embargo, informan que esta posibilidad se utiliza en un escaso porcentaje. Mientras que el 21,3% de los y las participantes habituales de los bailes informa la reposición de la actividad, al menos en una ocasión, por *streaming* o en línea, apenas el 8,9% de los participantes de recitales y conciertos, teatros y museos se vuelca a la experiencia digital. En cambio, los lectores de prensa aprovechan los formatos *online* en forma contundente: el 65,3% recurre a la lectura en línea. Este desplazamiento hacia la lectura en línea ya se verifica en la encuesta del SInCa 2017. En ese momento, el porcentaje, a nivel nacional, es del 27%. Puede inferirse que el distanciamiento social lo potencia notablemente.

Respecto a las nuevas modalidades en línea, no conforman un conjunto unificado, sino que presentan características propias dependiendo de las formas de transmisión y las plataformas utilizadas. Por un lado, se observa la participación en transmisiones en línea (*streaming*) que se mencionan tanto como una opción para sostener la actividad favorita, como un sustituto insatisfactorio que retrae la participación. La presencia de WhatsApp como modalidad para la realización de actividades culturales, aparece apenas en una de las actividades realizadas y con una presencia irrelevante. Las modalidades en línea que cobran mayor importancia son aquellas que aprovechan las retransmisiones de manera asincrónica, mediante plataformas de videos que permiten participaciones culturales en diferido. Los encuestados podían optar de uno a cinco actividades favoritas, por lo que se suma un total de 1431 respuestas a partir de las que se obtienen estos porcentajes de modalidades en pandemia. Al considerar todas estas formas en conjunto, se observa que el uso de internet está presente en el 19% de los casos.

GRÁFICO N° 10. Modalidades de actividades culturales en pandemia. Ciudad de Córdoba. Año 2021.



Fuente: Encuesta “Actividades culturales en Córdoba: el impacto de la pandemia”. Mayo 2021. Equipo “Las tramas de la cultura” SECyT - UNC.

## Canales de información

Internet se torna significativo cuando se pregunta cómo circula la información sobre las actividades culturales de interés. Se destaca mayoritariamente el uso de redes sociales en el 36,3% de las respuestas. La publicidad en medios masivos como radio y televisión, así como en la vía pública, sigue manteniendo un lugar privilegiado en la circulación de la información sobre actividades culturales, con el 30,5% y el 22% respectivamente. El 3,5% sostiene utilizar los grupos de WhatsApp para estos fines. Se mencionan otras oportunidades informativas en línea, aunque no logran consolidarse como recursos de información frecuentes. Tanto las búsquedas en internet como la suscripción a canales de YouTube o medios digitales apenas aparecen mencionadas, un 0,3% cada uno.



## Capítulo 6

### Sobrellevar el distanciamiento

#### El contexto

El 20 de marzo de 2020 la vida social se paralizó. La industria de la cultura y el entretenimiento estuvo, sin dudas, entre las más afectadas por el confinamiento. La división entre trabajadores “esenciales” y “no esenciales” generó una brecha entre aquellos que pudieron seguir adelante con sus ocupaciones y los que no. Los artistas, los espacios culturales y los trabajadores de la cultura no fueron declarados imprescindibles. Al mismo tiempo, la masividad de algunos eventos que podían resultar propagadores de la pandemia supuso la cancelación de actividades.

Los Decretos de Necesidad y Urgencia que se fueron extendiendo cada quince días, afectaron a un circuito cultural detenido durante largos meses: teatros cerrados, cines impedidos; recitales, bailes y lugares de esparcimiento suspendidos. Espacios culturales oficiales e independientes por igual paralizados. Barbijo, distancia social, declaraciones juradas y permisos para circular se hicieron obligatorios en la vida cotidiana y la cultura no fue la excepción: la actividad fue prácticamente nula en todas las prácticas de los meses posteriores al inicio de la pandemia. Si bien hubo políticas destinadas a mantener los ingresos de artistas y trabajadores del sector con la Asistencia de Emergencia al Trabajo y la Producción (ATP), durante meses la disputa entre el gobierno y las distintas asociaciones y cámaras de trabajo que nuclean a artistas y empresarios de la industria cultural fueron una constante. Lograr la tan

deseada autorización de retorno por parte del Centro de Operaciones de Emergencia (COE) sufrió idas y vueltas según la actividad. En el medio, expectativas y frustraciones, ensayos y vuelta atrás.

El confinamiento sanitario establecido como forma de contención de la pandemia de COVID19 no modificó solamente la organización del tiempo de trabajo y de la vida. Afectó igualmente la participación en la vida cultural, limitando el acceso a numerosos bienes culturales en su forma material. Librerías, disquerías y bibliotecas estuvieron cerradas, se suprimió la posibilidad de salidas al cine, al teatro, a bailes, a conciertos, a museos, a recitales y conciertos.

Los cambios vinculados con la imposición de medidas restrictivas afectaron la creación, la producción, la distribución y el acceso a los bienes y servicios culturales. A la par, también se produjeron transformaciones en los modelos de consumo: se asistió a una explosión del evento cultural digital. Las restricciones e imposibilidades aceleraron masivamente la demanda de servicios audiovisuales dependientes de internet, como sustituto doméstico de las actividades culturales.

Ese marco de profunda reinención, tanto del evento o la práctica cultural como de los artistas y el público, aceleró la digitalización y el consumo de contenidos *online*. El *streaming* emergió como un dispositivo de acercamiento novedoso entre creadores y consumidores. Este es un brevísimo recuento de lo que ocurrió en la provincia de Córdoba y cómo artistas, productores y participantes de la cultura sobrellevaron el distanciamiento.

Cuarteto: en septiembre de 2020, Ulises Bueno y Magui Olave realizan el primer *streaming*. El 7 de diciembre de 2020, Carlos “la Mona” Jiménez debuta en línea; esta presentación es seguida por 150 mil personas en vivo, conectadas desde todas partes del mundo. Le sigue un segundo espectáculo el 1° de mayo de 2021. El 13 de diciembre de 2020, Banda XXI se presenta en Río Cuarto dando lugar al primer baile de cuarteto presencial con protocolos. Se utiliza el “formato burbuja”, que consiste en grupos reducidos de conocidos bailando entre sí en unos pocos metros cuadrados llamados “corralitos”.

Teatro: aunque menos masivo que los recitales en vivo, el teatro cordobés también ofrece obras por internet. Los elencos suman funciones *online* para no perder contacto con el público durante el período más

crítico, por ejemplo, *Silogringo*, con Fernando Zabala y María Gabriela Garstein y *Los iluminados*, con Alejandro Orlando y Hernán Sevilla. El 18 de diciembre de 2020 se habilitan las salas presenciales con reservas previas y público reducido.

Cine: el viernes 1° de enero de 2021 se vuelven a habilitar las salas de cine ajustándose a protocolos de distancia, uso de barbijo, desinfecciones entre funciones y espacio entre personas dejando butacas y filas vacías. La cartelera debe reestrenar películas por falta de novedades. Un caso emblemático es “La noche más larga” que trata sobre el violador serial Marcelo Sajen, protagonizada por el cordobés Daniel Aráoz. Su estreno estaba previsto para 2020, pero el cierre de los cines hizo que se postergara hasta enero de 2021. Algunas salas de cine tradicionales (como “Cinerama” de avenida Colón) cierran sus puertas de forma definitiva ya que no logran sobrevivir a la falta de ingresos.

Peñas y festivales: en consonancia con los cines y los teatros, las peñas son habilitadas y con protocolos en el verano de 2021; no obstante, los grandes festivales de folclore siguen suspendidos: tanto la plaza Próspero Molina de Cosquín como el Anfiteatro José Hernández de Jesús María se mantenían cerrados. Aunque las autoridades organizadoras avanzaron en la logística de la edición 2021, finalmente deciden acatar las sugerencias del COE de no realizar los eventos. Se realiza un *streaming* de peñas folclóricas, como por ejemplo “Fiesta Patria”, realizado por la Agencia Córdoba Cultura desde el Teatro Real en junio de 2021.

Los boliches y fiestas electrónicas forman parte del grupo más afectado. Aun cuando cines, teatros y peñas ya funcionan con protocolos, el criterio sanitario especula que, en los boliches, el contagio podría producirse masivamente a pesar de las medidas de bioseguridad. Las fiestas clandestinas de jóvenes y adolescentes son, desde meses atrás, una constante referencia en los medios de comunicación. Esto lleva al debate entre empresarios y autoridades sanitarias: los primeros argumentan que es preferible un lugar de esparcimiento controlado que una fiesta clandestina donde no se respeta ningún tipo de normativa. Recién en septiembre de 2021 la provincia volvió a autorizar el baile nocturno en espacios cerrados, con aforo del 50% y hasta las tres de la madrugada. En Córdoba capital regresan las filas de jóvenes esperando ingresar a espacios tradicionales de Nueva Córdoba, el Centro o el Cerro de las Rosas

Museos: también tienen expresiones en formato virtual. El 12 de noviembre de 2020 la Municipalidad de Córdoba realiza “La noche de los museos” vía *streaming*. A partir del 1° de marzo de 2021 se reabren oficialmente las puertas del Palacio Ferreyra, el Palacio Dionisi, el Museo Caraffa y el patrimonio jesuítico, previa reserva de la entrada y con aforo reducido por recorrido. El 3 de diciembre de 2021 vuelve “La noche de los museos” de manera presencial a Córdoba.

Series y películas: son las actividades que suman aficionados porque pueden realizarse en el hogar. El aislamiento que impide la sociabilidad, pero también la incertidumbre, el tiempo que no se ocupa en los desplazamientos o el destinado a actividades suspendidas, hace que se incremente su consumo en plataformas de contenido digitales. Lo mismo ocurre con las charlas y conferencias en línea.

Radio y televisión: las telecomunicaciones son declaradas como esenciales desde el primer momento. La radio y la televisión funcionan normalmente durante todo el período. Su consumo se incrementa.

### ¿Ampliar la participación?

Del total de personas encuestadas, el 71% reconoce una disminución en su participación cultural. Este porcentaje menciona la imposibilidad de asistir a cines, bailes, recitales, conciertos, boliches, museos, peñas, festivales, que son actividades suspendidas por largo tiempo, pero también existe una razón subjetiva: cuando se indaga sobre las causas que llevan a la disminución o desaparición de las prácticas retraídas, el cuidado frente a un potencial contagio también aparece como un criterio relevante. En una medida muy reducida, algunas actividades se reponen con protocolos o por otros medios, como transmisiones en línea. Sin embargo, como se ha indicado, la población no considera esta participación igualmente satisfactoria. La sustitución digital genera diferente grado de interés según la práctica de la que se trate. En el caso de la lectura de prensa, la opción digital agrega la ventaja de la actualización instantánea. Sea por esta o por otras razones, su aceptación e incorporación es creciente.

En la discontinuidad de las actividades de un 17% de los encuestados (No se realizó/ está cerrado/ fue suspendido) puede leerse cierto

desconocimiento sobre modalidades de habilitación que se implementan en algunas áreas de espectáculos que funcionan con limitaciones. Esto puede vincularse a una no del todo eficaz –o demasiado fluctuante– comunicación de las sucesivas flexibilizaciones del confinamiento social.

El 7% asiste a eventos con protocolos o por *streaming* pero disminuye la frecuencia con que asistía antes de la pandemia. De este grupo, el 5,3% señala que disminuye su interés ante el cambio de modalidad. Un porcentaje elevado, el 31%, señala el peligro que las aglomeraciones implican para el cuidado de la salud o, simplemente, el miedo a contagiarse.

El 48,8% informa el aumento de algunas de sus actividades durante la pandemia. El incremento del visionado de películas, series y documentales –que crece de manera contundente– es consistente con la imposibilidad de asistir al cine, una de las actividades canceladas durante el período de aislamiento y las fases más estrictas del distanciamiento preventivo sanitario. Algo semejante ocurre con las charlas y conferencias. Aunque no es tema de este relevamiento, y por lo tanto no se mide, también surge en campo el seguimiento de cursos formativos y el acceso a tutoriales en línea. Tanto en el caso de las películas por plataformas como en el de la lectura de prensa *online*, y aun en relación con los cursos en línea, es de suponer que los niveles de participación no vuelvan a descender a los niveles previos a la pandemia. Una vez que una práctica cultural se vuelve habitual, ingresa al repertorio de recursos disponibles para el entretenimiento, la formación o el disfrute.

En cambio, el aumento de la lectura no obedece a las mismas condiciones, sino que se revela como una consecuencia ante el mayor tiempo en el hogar. No en todos los casos la virtualidad es una experiencia arrolladora: en el caso de la lectura de libros de cierta extensión, como las novelas, la población prefiere el papel. Si bien en la primera etapa del confinamiento, en el que estaban cerradas librerías y bibliotecas, puede haberse reducido el acceso a libros en papel, existe la opción de comprar por internet con envíos al hogar o, en el caso de bibliotecas personales, recurrirse a aquellos libros que quedan sin leer.

Frente a las conjeturas en torno a la incorporación de nuevas actividades culturales, la respuesta negativa del 87,8% es contundente. Entre aquellos que incorporan alguna nueva actividad, se registra la mención de las fiestas clandestinas. Otra de las conjeturas optimistas plantea la



accesibilidad de actividades culturales que se realizan en otros países de manera *online*: sólo el 3,3% de las personas encuestadas aprovecha esa posibilidad.

## Conclusiones

Resulta claro, en definitiva, que la participación en la cultura no es una de las actividades favoritas de las y los residentes de Córdoba, pero para aquellos y aquellas para los que resulta relevante, las medidas sanitarias les plantean un obstáculo insuperable, que no puede ser subsanado a través de un consumo mediado dado que la particularidad de la experiencia compartida no se repone en el distanciamiento. De allí que la concepción de la participación sea la más adecuada: sin presencia tangible, no hay encuentro, y sin ello, la experiencia no se realiza.

También es significativa la gravitación del miedo, que agrega una nueva barrera –en este caso subjetiva– al encuentro. Por último, para quienes sostienen que toda actividad puede trasladarse a la virtualidad, conviene recordar la limitación del acceso, la peculiaridad de los dispositivos con los que se produce la conexión y la transformación sensorial, cognitiva y actitudinal que implica el reemplazo. Lo que parecen indicar las respuestas es que, frente a una emergencia y a la necesidad de sobrellevar el distanciamiento, se utilizan todas las posibilidades disponibles, pero es discutible que la digitalización de las prácticas culturales haya venido para quedarse, como se repite incesantemente. Depende de qué práctica, depende de la edad del participante y depende del dispositivo que se utiliza.

## Bibliografía

- AGUERRE, N. Y RIGO, M. (2021). Arte digital en el contexto de pandemia: el caso del teatro y museos en Argentina. En *XXIII Congreso Anual de REDCOM* (Universidad Nacional de Entre Ríos, 28 al 30 de octubre de 2021) <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/136459>
- BOITO, M. E.; ESPOZ DALMASSO, M. B. Y MARTÍNEZ, F. (eds.) (2022). *Consumos mediáticos, culturales y tecnológicos: Ciudad de Córdoba en contexto de pandemia*. Universidad Nacional de Córdoba. Facultad de Ciencias de la Comunicación <http://hdl.handle.net/11086/25034>
- BECERRA, M. Y MASTRINI, G. (2009). *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del Siglo XXI*. Buenos Aires: Prometeo.
- CAPASSO, V., CAMEZZANA, D., MORA, A. Y SÁEZ, M. (2020). Las artes escénicas en el contexto del ASPO: Demandas, iniciativas, políticas y horizontes en la danza y el teatro. *Question/Cuestión*, 2(66), e470. <https://doi.org/10.24215/16696581e470>
- CARDINI, L. (2021). Políticas culturales disputadas: tensiones y desafíos de la cultura en contexto pandémico en Rosario, Argentina. *Comunicación y medios*, 30(44), 130-141. doi:10.5354/0719-1529.2021.61251
- ENCUESTA MUNICIPAL. CONSUMOS Y PARTICIPACIÓN CULTURAL DE LA CIUDADANÍA DE CÓRDOBA (2021). En línea en; [https://cultura.cordoba.gob.ar/wp-content/uploads/sites/21/2022/08/estudioconsumoculturalcordoba\\_vf2.pdf](https://cultura.cordoba.gob.ar/wp-content/uploads/sites/21/2022/08/estudioconsumoculturalcordoba_vf2.pdf) [Consulta 20 set 2022]
- GRILLO, M.; PAPALINI, V. Y BENÍTEZ LARGHI, S. (Coords). (2016). *Estudios sobre consumos culturales en la Argentina contemporánea*. Buenos Aires: CLACSO
- MOGUILLANSKY, M. (2016). El nuevo cine de espectáculo como estrategia comercial. Un análisis de las tendencias del consumo de cine en salas. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 39, 167-183. <https://doi.org/10.1590/1809-58442016310>

- MOGUILLANSKY, M. (2019). Introducción al Dossier: Prácticas, consumos y políticas culturales. *Anuario TAREA*, 13(24).
- MOGUILLANSKY, M. (2021). La cultura en pandemia: de las políticas culturales a las transformaciones del sector cultural. *Ciudadanías. Revista de Políticas Sociales Urbanas*, (8).
- SALAS, P.; SIMONETTI, P. Y PAPEZ, B. (2021). En casa. Consumos, prácticas culturales y emociones en la vida cotidiana durante la pandemia por COVID-19 en Argentina. *RBSE. Revista Brasileira de Sociologia da Emocao*, 20 (58), 53- 65.
- SCOLARI, C. (2020) *Cultura Snack*. Buenos Aires: La marca editora.
- SINCA (junio 2021). *Coyuntura cultural. Datos sectoriales 2020*. Año 13, no. 35. En línea en; <https://www.sinca.gob.ar/VerDocumento.aspx?IdCategoria=2> [Consulta: 15 set 2022]
- SINCA (junio 2022). *Coyuntura cultural. Datos sectoriales 2021*. Año 14, no. 40. En línea en; <https://www.sinca.gob.ar/VerDocumento.aspx?IdCategoria=2> [Consulta: 15 set 2022]
- SINCA (2013). *Encuesta nacional de consumos culturales 2013*. En línea en; <https://www.sinca.gob.ar/VerDocumento.aspx?IdCategoria=1> [Consulta: 2 junio 2022]
- SINCA (2017). *Encuesta nacional de consumos culturales 2017*. En línea en; <https://www.sinca.gob.ar/VerDocumento.aspx?IdCategoria=1> [Consulta: 2 junio 2022]
- VARANO, J. (2020). Estrategias y desafíos de la industria musical en tiempos de pandemia y virtualidad. *Question/Cuestión*, 1(mayo), e306 <https://doi.org/10.24215/16696581e306>

## Sobre las autoras y el autor

### **VANINA PAPALINI**

Facultad de Ciencias de la Comunicación y CIECS (CONICET). Universidad Nacional de Córdoba

vaninapapalini@gmail.com

Es Doctora en Ciencias Sociales por la UBA y Doctora en Ciencias de la Información y la Comunicación por la Universidad de París 8, Magíster en Comunicación y Cultura Contemporánea por la UNC, Especialista en Epistemologías del Sur por FLACSO y Licenciada en Comunicación Social por la UNCo. Es profesora titular regular en la FCC en la UNC, e investigadora principal del CONICET. Coordina el Programa Pluralismo epistémico en el CIECS y co-coordina el Programa de investigación y creación de tecnologías transmedia inclusivas aplicadas a la cultura y la educación en el IECET, ambas unidades dependientes del CONICET y la UNC.

### **SILVINA MARCELA ANGELOZZI**

Escuela de Bibliotecología, Facultad de Filosofía y Humanidades y Centro de Investigaciones María Saleme de Burnichón. Universidad Nacional de Córdoba

smangelozzi@gmail.com

Es Doctora en Comunicación Social, Licenciada en Bibliotecología y Documentación y Bibliotecaria por la UNC. Actualmente se desempeña como Profesora Titular Regular de la cátedra Fuentes y Servicios de Información III y como Profesora Adjunta Regular de la cátedra de Documentación Científica. Ambas asignaturas se dictan en la Escuela de Bibliotecología de la FFyH de la UNC. Es investigadora del Centro de Investigaciones María Saleme de Burnichón de esa casa de altos estudios.

### **MARÍA DEL CARMEN CABEZAS**

Facultad de Ciencias de la Comunicación e IECET (CONICET). la Universidad Nacional de Córdoba

carmen.cabezas.85@gmail.com

Es Magíster en Comunicación y Cultura Contemporánea por la UNC y Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la UNT. Actualmente se desempeña como profesora en el seminario de Teorías de la Comunicación III que se dicta en la Licenciatura en Comunicación Social de la FCC en la UNC. Se desempeña como investigadora en el IECET, unidad dependiente del CONICET y la UNC.

### **LUCÍA COPPARI**

Facultad de Ciencias de la Comunicación e IECET (CONICET). la Universidad Nacional de Córdoba

luciacoppari@gmail.com

Es Doctora en Ciencias Sociales por UBA, Magíster en Comunicación y Cultura Contemporánea y Licenciada en Comunicación Social por la UNC. Se desempeña como docente en la FCC de la UNC. Desarrolla sus investigaciones sobre edición independiente y sociabilidades alrededor del libro en el IECET, unidad dependiente del CONICET y la UNC.

### **CARMEN ELENA FLORES**

Escuela de Letras, Facultad de Filosofía y Humanidades, Universidad Nacional de Córdoba

carmenfloresmaler@gmail.com

Carmen Elena Flores es Licenciada en Letras Modernas y Técnica en Corrección Literaria por la UNC. Se desempeñó profesionalmente en revistas y medios regionales. Es coeditora del libro *Devenir Trama, Ensamblajes culturales/Córdoba* (2021) y editora del libro *Cuentos y poemas. Lo mejor de Rumbos* (2016). Actualmente se dedica de manera independiente a la edición y la escritura.

### **MARIANA LORETA MAGALLANES ÜDOVICICH**

Facultad de Ciencias de la Comunicación y CIECS (CONICET). Universidad Nacional de Córdoba

loretmagas@gmail.com

Es Doctora en Comunicación por la UNLP y Licenciada en Comunicación Social por la UNC. Fue becaria doctoral Erasmus Mundus en Coimbra, Portugal y Profesora Asociada Visitante en Cartagena, Colombia. Actualmente se desempeña como Profesora Asistente en nivel de grado y maestría en la FCC de la UNC y como

profesora del Máster en Accesibilidad digital para Educación, Comunicación y Diseño, Universidad de Barcelona. Es investigadora del CIECS (CONICET) y la UNC. Su producción está disponible en <https://sites.google.com/view/programactis/sobre>

### **MELISA MAINA**

Universidad Blas Pascal y CIECS (CONICET). Universidad Nacional de Córdoba

[melisa.maina@gmail.com](mailto:melisa.maina@gmail.com)

Es Doctora en Estudios Sociales de América Latina, Especialista en Enseñanza de la Lengua y Literatura, Licenciada y Profesora en Letras Modernas por la UNC. Se desempeña como investigadora del CIECS, unidad dependiente del CONICET y la UNC, donde co-coordina el Programa de investigación y desarrollo de herramientas digitales libres para educación y ciencias sociales y el Laboratorio interdisciplinar de producción de ficciones digitales Mitani. Es docente de la Universidad Blas Pascal. Sus producciones pueden encontrarse en: <http://mitani.store/>

### **JAVIER EMANUEL NIÑO**

Escuela de Letras, Facultad de Filosofía y Humanidades, Universidad Nacional de Córdoba

[emanuelnn@hotmail.com](mailto:emanuelnn@hotmail.com)

Es Licenciado y Profesor en Letras Modernas y Corrector Literario por la UNC. Es investigador adscripto del equipo de investigación Las tramas sociales de la cultura: producción, circulación, recepción. Se desempeña profesionalmente en consultorías del sector privado, en investigación empírica. Ha publicado artículos sobre escritoras y aficionados de la novela rosa argentina.

### **ILEANA DESIREÉ IBÁÑEZ**

Facultad de Ciencias de la Comunicación, IECET (CONICET). Universidad Nacional de Córdoba

[ileana.ibanez@unc.edu.ar](mailto:ileana.ibanez@unc.edu.ar)

Es Doctora en Estudios Sociales de América Latina por la UNC, Diplomada en Cultura digital por la UNVM, Diplomada en Estudios Sociales Urbanos por la UCC. Licenciada en Comunicación Social por la UNC. Es profesora Asistente regular en la FCC de la UNC. Dirige el equipo de investigación Experiencia de infancias y adolescencias en el espacio digital y urbano de Córdoba (FCC). Desarrolla actividades de investigación en el IECET, unidad dependiente del CONICET y la UNC; y en el CIPECO (FCC, UNC). Sus producciones están disponibles en: <https://orcid.org/0009-0003-4506-3064>

*Participación cultural en Córdoba:  
el impacto de la pandemia. Informe de resultados*  
completó su proceso de edición  
en el mes de mayo de dos mil veinticuatro.  
Fue diagramado con tipografías  
de la familia Piazzolla y Alegreya Sans,  
diseñadas por la fundidora tipográfica colaborativa argentina  
HUERTA TIPOGRÁFICA 