

Formación de
espectadores

Ministerio de Educación



Encuesta consumos culturales 2025

CONSUMOS
CULTURALES DE
JÓVENES DE
ESCUELAS
SECUNDARIAS
PÚBLICAS

Tendencias y
aportes para la
formación de
espectadores

20 Años FORMACIÓN DE
ESPECTADORES



ENFOQUE
CONSUMOS
CULTURALES

Índice

3 - Introducción, Sonia Jaroslavsky

6 - Las prácticas culturales en un mundo de plataformas y pantallas, Marina Moguillansky

10 - La simul-era, Agustín J. Valle

15 - Objetivo de la investigación y metodología

21 - Resultados

23 - Prácticas culturales fuera del hogar

32 - Deportes y actividad física

33 - Lectura de libros

36 - Redes sociales

40 - Películas y series en el hogar

44 - Videojuegos

47 - Plataformas y canales de streaming

49 - Música

52 - Simultaneidad de pantallas, dispositivos y actividades

54 - Consideraciones finales

57 - Bibliografía

Introducción

Sonia Jaroslavsky

Los programas socioeducativos son propuestas pedagógicas que impulsamos para niños, adolescentes y jóvenes, con el objetivo de fortalecer la escolaridad y ampliar universos culturales, siempre orientados por principios de inclusión y calidad. No nos limitamos a transmitir conocimientos: promovemos la conciencia crítica y el sentido de comunidad, respondiendo a las complejidades de nuestras sociedades. Buscamos democratizar el conocimiento, superar las lógicas excluyentes del mercado que tienden a instrumentalizar la educación y proponemos la educación como un derecho y un bien común esencial para una sociedad más justa y equitativa.

En este marco, creamos en 2005 el Programa Formación de Espectadores. Actualmente dependemos de la Gerencia Operativa de Extensión de los Aprendizajes, que forma parte de la Dirección General de Escuela Abierta a la Comunidad de la Subsecretaría de Gestión del Aprendizaje del Ministerio de Educación de la Ciudad de Buenos Aires. Nuestro objetivo es poner en contacto a jóvenes y adolescentes de escuelas secundarias públicas de gestión estatal con propuestas de teatro, cine y danza independiente, promoviendo la participación activa y el acceso a la cultura.



Educar en la apreciación del arte permite a los y las jóvenes imaginar, crear, decodificar metáforas y repensar críticamente la realidad, favoreciendo la expresión emocional y la cohesión social. En una ciudad con una amplia y cambiante oferta cultural, buscamos garantizar el acceso a propuestas de calidad e integrar a los docentes como mediadores. Entendemos que la escuela cumple un rol central en el ejercicio del derecho a la cultura y en la construcción del capital cultural de los jóvenes, fundamental para su desarrollo estético, intelectual y ciudadano.

Queremos que los y las estudiantes accedan al arte como espectadores activos, desarrollando autonomía, pensamiento crítico y creatividad, promoviendo sensibilidad estética, disfrute de procesos creativos y análisis de producciones propias, de pares y de creadores de distintos contextos. También habilitamos la comprensión de cruces e hibridaciones de lenguajes artísticos, con énfasis en producciones contemporáneas de nuestro país y del mundo, fomentando el respeto por la diversidad cultural y los derechos humanos.

Nuestro trabajo se enmarca en la noción de ciudadanía cultural. Para ello impulsamos un proceso de formación que permita interactuar con códigos artísticos, superar un entorno dominado por el consumo y abrir el camino hacia una vida cultural creativa y libre. Creemos que el encuentro con el arte en la escuela permite decodificar símbolos y metáforas, ampliar horizontes, imaginar lo inexistente, reflexionar críticamente sobre la sociedad y abordar temas existenciales. Así, buscamos que los jóvenes se conviertan en espectadores habituales y accedan a la diversidad cultural de la ciudad.

Trabajamos con escuelas secundarias de distintas características e intentamos abarcar la diversidad de comunas de la ciudad para que el acceso, aunque insuficiente, sea representativo de la diversidad de jóvenes que se observan en las elecciones de escuela o por proximidad territorial. Organizamos los grupos en iniciados, avanzados y experimentados, definidos no sólo por la edad sino también por la experiencia en el contacto con las artes y el capital cultural adquirido dentro y fuera de la escuela. Teniendo en cuenta las características de cada grupo, seleccionamos espectáculos y sugerimos actividades para acompañar el trabajo en el aula.

Los antecedentes de nuestras investigaciones de campo se reflejan en varios libros y estudios. En 2012, publicamos “Cómo formar jóvenes espectadores en la era digital, donde exploramos la relación entre juventud, artes escénicas y escuela en contextos de transformaciones tecnológicas”. En 2016, Ana Durán publicó “Nuevos públicos. Artes escénicas y escuela. Cuando los jóvenes devienen espectadores”, ampliando la mirada sobre el impacto cultural y educativo del Programa. Este recorrido demuestra que el proyecto es, a la vez, una práctica sostenida y un laboratorio de ideas: un espacio que hace y estudia lo que hace, generando conocimiento útil para los ámbitos educativo,

cultural y artístico. Por esta razón, tras casi diez años desde el último estudio sistemático sobre jóvenes, y en el marco de las celebraciones por nuestros 20 años, evaluamos la necesidad de relevar y analizar nuevamente sus prácticas de consumo cultural.

La investigación cuyos datos presentamos en este informe se desarrolló a partir de la articulación entre el Programa Formación de Espectadores y Enfoque Consumos Culturales, una organización sin fines de lucro especializada en estudios de públicos y consumos culturales. La idea de volver a realizar una encuesta surgió a partir de un trabajo de tesis para la Escuela Interdisciplinaria de Altos Estudios Sociales (Escuela IDAES) de la Universidad Nacional de San Martín, que estaba desarrollando la docente y socióloga Griselda Bustelo, y que luego tomó forma como proyecto colectivo al proponernos actualizar y comparar los datos obtenidos en 2009. Para enriquecer la interpretación de los resultados, convocamos a dos especialistas, Marina Moguillansky y Agustín Valle, quienes aportaron conocimientos y reflexiones que nos recuerdan que la información no es un fin en sí mismo, sino una herramienta para pensar, cuestionar y diseñar estrategias futuras.

Además de generar conocimiento sobre las prácticas y hábitos culturales de los jóvenes —un campo aún poco explorado—, esta investigación constituye un insumo clave para la curaduría de contenidos, el diseño de estrategias de mediación en nuestro Programa y la elaboración de futuras políticas educativas y culturales.

Queremos agradecer especialmente a los equipos de conducción de las escuelas y a sus docentes, que facilitaron el trabajo de campo, así como a las y los estudiantes que participaron de las encuestas con entusiasmo. Este estudio fue posible gracias al compromiso y la dedicación de todo el equipo del Programa Formación de Espectadores, que implementó esta encuesta en las escuelas.

Sonia Jaroslavsky, Fundadora y co-coordinadora. Programa Formación de Espectadores

Las prácticas culturales en un mundo de plataformas y pantallas

Marina Moguillansky

Durante los últimos diez años, el ecosistema cultural atravesó una transformación muy profunda. La plataformización de la cultura reorganizó la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos a través de plataformas digitales. Así se modificó la forma en que nos informamos, nos entretenemos y nos relacionamos con el arte y la cultura. La expansión de la conectividad a Internet y la multiplicación de los dispositivos móviles extendieron las fronteras del acceso: hoy las pantallas portátiles son las puertas de entrada privilegiadas al mundo audiovisual, musical, informativo y social. En ese nuevo paisaje, los jóvenes se constituyen en protagonistas centrales: no sólo son los primeros en apropiarse de las nuevas tecnologías y lenguajes, sino también los que marcan el pulso de los cambios culturales futuros.

¿Qué hacen los adolescentes en su tiempo libre? ¿Cómo se relacionan con la escena artística y cultural? ¿Qué tipo de contenidos eligen y qué formatos buscan? La encuesta realizada por el Programa de Formación de Espectadores, cuyos resultados se presentan en este informe, ofrece una mirada de enorme valor para comprender esas transformaciones desde el punto de vista de los y las adolescentes de la Ciudad de Buenos Aires. Su importancia radica, en primer lugar, en la producción de datos de calidad, elaborados y analizados con rigurosidad, que nos brindan un acercamiento a las prácticas y los consumos culturales de los jóvenes. Este estudio, además, permitirá comparar los resultados con los obtenidos una década atrás, en un contexto muy distinto, cuando la cultura digital apenas comenzaba a consolidarse y el teléfono celular todavía no era el principal soporte de acceso a la cultura. Retomar ese estudio diez años después, en el marco de los veinte años del Programa, no sólo actualiza el diagnóstico sino que testimonia la vocación de continuidad y reflexión crítica que caracteriza a esta iniciativa pionera.

Si hace algunos años atrás, la preocupación principal pasaba por las desigualdades de acceso a las tecnologías —quién tenía o no conexión, computadora o teléfono inteligente—, hoy el panorama es casi opuesto. El uso del celular es prácticamente universal entre los adolescentes de CABA, y la brecha digital, al menos en términos de acceso, se ha reducido al mínimo. Este proceso significó una democratización del acceso cultural: nunca tantos jóvenes habían tenido al alcance de la mano tanta oferta de contenidos, de tan diversa procedencia y naturaleza. Sin embargo, esta expansión del acceso vino acompañada de nuevos interrogantes sobre la calidad, la intensidad y los efectos de ese consumo.

Cada vez con mayor frecuencia, docentes, investigadores y familias manifiestan preocupación por el tiempo que los adolescentes pasan frente a las pantallas. La conexión permanente, potenciada por los dispositivos móviles, trajo consigo nuevas formas de aislamiento, dispersión y dependencia. El debate contemporáneo sobre el uso excesivo de los teléfonos inteligentes, visibilizado en libros como *La generación ansiosa* de Jonathan Haidt y en las políticas públicas que diversos países comienzan a implementar para restringir el uso de celulares en las escuelas, da cuenta de un clima de época. A medida que la conexión se vuelve constante, surgen preguntas urgentes acerca del bienestar emocional, la atención, la memoria y los vínculos sociales de los jóvenes. No se trata de un problema exclusivo de la tecnología, sino de la configuración cultural de una vida cada vez más mediada por pantallas y algoritmos que orientan nuestras elecciones.

Sin embargo, más allá del protagonismo que hoy tienen los consumos digitales, la encuesta muestra que los adolescentes de la Ciudad de Buenos Aires mantienen una vida cultural presencial rica y diversa. Las salidas al cine, al teatro y a los museos siguen siendo parte importante de sus rutinas y deseos, especialmente entre los grupos de mayor edad. Ir al cine continúa siendo una de las prácticas más extendidas, el teatro si bien es menos frecuente se sostiene como experiencia significativa, y las visitas a museos o ferias culturales también ocupan un lugar relevante. En todos los casos, la frecuencia aumenta a medida que los jóvenes crecen y cuentan con mayor autonomía para organizar sus salidas. Las recomendaciones de amigos y conocidos son la principal vía para elegir a dónde ir -aunque también tienen un lugar muy importante las redes sociales online- y las salidas suelen realizarse en grupo, lo que confirma que el encuentro presencial y la sociabilidad siguen siendo dimensiones centrales de la experiencia cultural juvenil.

En este escenario, el lugar de los adolescentes como públicos de la cultura adquiere un interés especial. Son ellos quienes consumen más intensamente música, imágenes, series, videojuegos y redes sociales; quienes experimentan, en un mismo gesto, la curiosidad por lo nuevo y la necesidad de pertenecer. En la adolescencia, la cultura cumple un papel formativo decisivo: no sólo educa la sensibilidad y el gusto, sino que se convierte en un terreno de exploración de la identidad. Los consumos culturales son, en esta etapa, una forma de estar con otros, de diferenciarse, de construir comunidad. Escuchar cierta banda, seguir a determinados influencers, compartir memes o participar de un fandom son modos de construir lazos, de narrarse y ser reconocidos por los pares. Por eso, más allá de las alertas que despierta el uso individual de las pantallas, es necesario distinguir entre las prácticas que favorecen el aislamiento y aquellas que abren espacios de sociabilidad, de intercambio, de encuentro significativo con los otros.

El Programa de Formación de Espectadores, desde su origen, ha tenido el objetivo de favorecer el encuentro de los jóvenes con las artes, los artistas y sus lenguajes, propiciar experiencias compartidas que permitan ampliar el horizonte cultural y emocional de los

estudiantes. En un tiempo en que la cultura parece cada vez más individualizada y fragmentaria, la tarea del Programa adquiere un valor renovado. Reunir a los jóvenes en torno a una experiencia estética común —una función teatral, una proyección de cine, un debate con creadores— implica recuperar la dimensión pública y comunitaria de la cultura, aquella que permite que la emoción, el pensamiento y el gusto se vuelvan experiencias colectivas. En ese sentido, el informe que aquí se presenta no sólo registra prácticas culturales sino que también invita a pensar cómo fortalecer los espacios donde esas prácticas se vuelven encuentro.

Los resultados muestran que la cultura juvenil no es homogénea: las diferencias de género y de clase moldean las formas de acceso y las preferencias. La identidad de género, en particular, resulta significativa para interpretar los modos de apropiación cultural. Las chicas y los chicos no consumen lo mismo, ni de la misma manera. Aunque es cierto que el panorama actual parece más diverso y menos rígido que el de hace diez años. Las chicas juegan más al fútbol y a videojuegos, participan con mayor naturalidad de espacios antes considerados “masculinos”. Queda por indagar si el proceso de apertura avanza también en sentido inverso: si los varones amplían sus horizontes y se permiten prácticas tradicionalmente asociadas a lo femenino, como la danza o ciertas formas de expresión corporal y artística. Estas transformaciones son indicios de una cultura juvenil más permeable y menos jerárquica, donde los límites del gusto se vuelven más porosos y las identidades se construyen en diálogo con una diversidad creciente de referentes.

El informe confirma que los adolescentes siguen siendo los públicos más activos e intensos de la cultura. Son ellos quienes más escuchan música, más miran series, más participan en redes y quienes, al mismo tiempo, mantienen un interés por las experiencias presenciales cuando éstas logran interpelarlos. Su curiosidad, su energía y su apertura a lo nuevo son un recordatorio de que la cultura, incluso en tiempos de plataformas, sigue siendo un espacio de exploración, de vínculo y de construcción de sentido. La pregunta, entonces, no es cómo protegerlos de la cultura contemporánea, sino cómo acompañarlos a transitarla críticamente, cómo ofrecerles mediaciones que transformen el consumo en experiencia y la experiencia en aprendizaje.

En los veinte años de historia del Programa de Formación de Espectadores, se sostuvo el objetivo de formar espectadores activos, reflexivos y sensibles. Las condiciones culturales en las que hoy se ejerce esa tarea han cambiado y nos invitan a repensar nuestras prácticas. Por eso, esta nueva encuesta constituye no sólo una actualización de datos, sino también una oportunidad para repensar el lugar de la escuela, de las políticas culturales y de las instituciones artísticas frente a una generación que crece en diálogo constante con las pantallas. El desafío es acompañar a los jóvenes en la construcción de una relación significativa con el arte y la cultura, que no renuncie a la tecnología, pero que tampoco se agote en ella.

A lo largo de estas páginas, el lector encontrará un retrato valioso de los modos en que los adolescentes de la Ciudad de Buenos Aires habitan la cultura hoy: qué consumen, cómo lo hacen, con quiénes, desde qué dispositivos y con qué intensidad. Más allá de las cifras y porcentajes, el informe transmite una idea poderosa: la cultura sigue siendo un territorio de pertenencia y de despliegue de subjetividades. Que este trabajo se realice en el marco de los veinte años del Programa refuerza su dimensión simbólica: es una manera de mirar hacia atrás para reconocer un camino, y hacia adelante para proyectar nuevos horizontes de acción.

Marina Moguillansky es Doctora en Ciencias Sociales (UBA), investigadora Independiente del CONICET y profesora titular de la Universidad Nacional de San Martín, donde actualmente dirige la Maestría en Sociología de la Cultura.

La simul-era

Agustín J. Valle

1- ¿Hay aún tiempos de aburrimiento puro, de aburrimiento y nada? ¿Hay tiempos de nada? No solo de aburrirse, porque puede haber aburrimiento haciendo cosas, trabajando o mirando la tele o escoleando, mirando videos medio aburrido. ¿Se puede estar aburrido y entretenido a la vez? (¿El tedio quizá sea eso?). En fin: aburrimiento vacío, aburrimiento y nada, tiempo de nada, prácticamente, no hay. Al contrario: el tiempo tiende más bien a ser tiempo de varias cosas simultáneas. Siempre varias cosas a la vez. Ochenta y siete por ciento de los chicos encuestados (93% desde los diecisiete años) dijo hacer otras cosas mientras atienden la pantalla, o sea, atender la pantalla mientras hacen otras cosas. Tal como estilan los conductores en la calle.

La era simultánea, la simul-era. Si hay solo una cosa -solo *esto*-, al oído conectivo se le hace un silencio que aturde. A una cosa, a toda cosa en su unicidad, le falta algo. Una sola cosa, *esto* solo, sabe a poco. Le falta la siguiente, y el simul, el simultáneo.

Es difícil estar *en una*. En una cosa y su historia, su problema, su ambiente, su ritmo. Siempre hay otras cosas, abiertas en pantalla o en la cabeza como recordatorio introyectado. Infinitos llamados de cosas que piden espacio en todo ahora. El sujeto entonces resulta administrador de esa simultaneidad infinita de cosas. Simul-cosas. La simultaneidad es fatal, inevitable; es nuestro ambiente, y en cuanto tal, medio invisible. La gestión, allí, es total, en el sentido de que en el celular está prácticamente todo, entonces, todo está siempre en todas partes al alcance de la mano. Llamándonos.

2- ¿Cuánto tiempo de la vida de la especie está la mirada atada a la pantalla? ¿Cuántas veces por día se abre el celular? ¿Y cada red? ¿Cuánto tiempo y veces no se abre la pantalla pero se siente en la mente -esa parte clave del cuerpo- el tironeo, el impulso de agarrarlo? Es difícil mensurar cuánto, en este momento en este planeta en este lugar, los dispositivos conectivos impulsan a los cuerpos. ¿Cuántas veces se agarra el aparato y se lo abre sin un motivo definido, sin una tarea específica?, sin propiamente deseo, sin que alguna en la que estemos lo requiera.

Es que no son una herramienta, los celulares, que responde a fines determinados, a prácticas en las que recibe sentido, y por eso tienen, las herramientas, sus lugares, y están *en su lugar* salvo cuando son usadas. Pero para el celular, raramente alguien tiene un lugar; su lugar es el cuerpo, porque más que herramienta es el umbral y operador del ambiente práctico de existencia actual, la existencia conectiva. Humanidad de impulso celular con la mirada en la nube.

3- Tecnologías intersticiales, las pantallas conectivas disponen un continuo, llenan todo, liquidan la nada. Chau, nada, *au revoir*. Saturan, las pantallas, abjuran del vacío y el aburrimiento. Oferta permanente para no aburrirte jamás, que nunca haya nada, siempre algo; un ofrecimiento constante, y ubicuo, que, en rigor, en la práctica (en la realidad efectiva -entendida la cosa en sus efectos-), lo que hace, al ofrecer todo el tiempo, es demandar: demandar atención. Ofrecimiento continuo, demanda continua. Así, el diseño programado de los dispositivos conectivos tiende a un monopolio atencional, libidinal, energético. La realidad se mira en la pantalla, una realidad pantallil. En los chicos nos es más fácil ver que pueden llegar a querer siempre pantalla; puede sentirse todo el tiempo el llamado...

4- La superioridad de los orientales, dice Nietzsche, es haber entendido que para la sabiduría es necesario aburrirse. El aburrimiento allí aparece como umbral, no de permanencia espectral (la ñata contra la pantalla), sino antesala de cosas improgramables. No es programable lo que (se-nos) ocurra mientras no se hace nada, nada útil ni entretenido. Lo que nos pasa *mientras se está en la duración*, la morada espiritual de Bergson.

En tanto sequía de entretenimiento externo, el aburrimiento resalta lo que *nos* pasa. Cuando no pasa nada, emerge lo que nos pasa. Si la pantalla es ventana al envolvente océano de rayos efímeros lanzados a nuestros ojos, el aburrimiento puede ser un tiempo baldío, donde brote lo que nos pasa (¿quizá por eso también tendemos a obturarlo?).

5- He observado niños; a uno, mucho. Lo he -podría decirse- forzado a aburrirse; le regalé el don del aburrimiento. Guardianes del aburrimiento, hemos de ser, más que animadores sempiternos. "El niño de hoy" no quiere aburrirse. El de anteayer tampoco, pero tocaba, qué va'cer. Parte de la vida. Ahora la infancia rechaza, se espanta, aborrece el aburrimiento. Quiere siempre *algo más*. Estímulo permanente, siempre alguna otra cosa. Siempre un simultáneo. Siempre, donde estemos, algo más. El niño quiere y reclama un plan, un juego propuesto, una actividad, un dibujo, una película, videitos en el celular. El niño somos todos.

Someter a un niño a no jugar con él o ella ni darle mucha atención y vedarle las pantallas, es decir, que no tenga ni pantalla ni alguien, puede ser motivo de gran indignación infantil. Si no se le provee diversión, se enoja el pequeño humano, se empaca, puro rechazo y refunfuño. Ante el aburrimiento, protesta resaltándolo trágicamente, totalizándolo, rigidizándose.

A los diez minutos, está entretenido con algo. Con alguna cosa que inventó.

Se aburrió, se aburrió de aburrirse, y de pronto está jugando. Se enoja, se aburre, y se distrae del aburrimiento en una ocurrencia, algo que se le ocurre, ocurre en él, y nace algo, aliguito, fundado en él. Un juego, alguna cosita nimia o grande. Se creó él mismo la causa de su diversión, se divierte con algo que no existía antes que él (sí los elementos con que se compone, pero no el sentido de su enlace). Se divierte deseando algo (en

todo juego se *quiere* algo) que existe solo porque lo desea; un deseo autopoiético, el juego.

Tuvo que aburrirse primero.

6- Jugar así es divertirse pero también es crear y es sostener. Y cuando están de a varios, también es ponerse de acuerdo, pensar juntos, discutir, considerar valores. Pueden pasar, los niños, acordando reglas más tiempo que jugando, aunque jugar es eso: crear entre varios, hablar, imaginar, inventar, poner criterios. Criterios arbitrarios, cósmicamente improbables -vitales-, instaurados por la yunta.

“Criterios” viene de “corte”; jugar pone cortes, bordes: establece cosas que sí, cosas que no, esto hasta acá, desde acá lo otro... Misma etimología tiene “crítica”: criticar es señalar puntos de corte, donde una cosa deja de ser esa cosa y se convierte en otra cosa. Una crítica asigna sentido, arma narraciones, distingue territorios. Acaso jugar, entonces, es también hacerle una crítica al mundo. Una crítica lúdica, que muestra y dice que al mundo siempre le cabe invención. Que ninguna versión es definitiva; una crítica a lo dado en cuanto que dado.

Se ejercitan, jugando así, facultades que son luego las de la producción y también las de la creación de modos, de mundos. Jugando y jugando, nuestro cuerpo lo sabe: somos capaces de crear intensidades deseables y habitables. No hace falta estar siempre consumiéndolas. No hace falta que vengan ya prediseñadas. Podemos hacer el mundito que querramos habitar. Si las intensidades deseables vienen ya dispuestas, y solo hay que consumirlas, se nos ahorra la creación de sentido. Si lo deseable ya viene formateado, y solo hay que usarlo, apretar el botón -y ni siquiera- y que la magia se active, puede que el cuerpo olvide, así, su capacidad de ser creador, fundador -y responsable- de las intensidades sensibles.

7- El impulso permanente a que pase algo simultáneo -el impulso constante a que pase algo más-, es un atropello al aburrimiento, una radical falta a su merecido respeto. Nadie tolera habitar el aburrimiento, aceptarlo; todo el tiempo ansiando pase algo contable; pibes y grandes no aburribles. La atención recibe un dirigismo constante, eterno. Y cuanto más precariedad en las condiciones de vida, más difícil que haya zonas de la vida con la atención a priori desocupada. Un regimen de atención reactivo, donde la atención está sujeta a responder constantemente; una captura constante y programada de la atención.

Pero no solo para la invención de juego es fecundo suspender un poco los programas. Hay algo de la emergencia de nuevos posibles, de la novedad incalculable, que también es propiciado por el aburrimiento habitado. En el entretenimiento se actualiza el estímulo de forma permanente. La alerta es entonces asimismo permanente. Siempre punch; por eso todo tan rápido también, corto, efímero, renovando el estímulo al instante. Y también por eso, acaso, vemos cómo priman los géneros de comedia y de terror, géneros de picos de intensidad, de intensidad estridente (sin mencionar que la comedia muchas veces consiste en reírse de caídas, golpes, pequeñas desgracias). Una estridencia, no obstante, pegada al tedio y el embotamiento: por eso se busca otra

pantalla u actividad o cosa en simultáneo.

8- Son necesarios los silencios para que haya música, huecos para que haya trama.

9- El hecho estético es la inminencia de una revelación que nunca se realiza, dice Borges. La inminencia, tensión de un ambiente donde empieza a sentirse que puede pasar algo, que algo no del todo definido es posible. Esto resulta ostensible en el cine de Lucrecia Martel, por ejemplo. El arte instaura inminencia; da lugar al presentimiento. Vuelve sensible que *algo* puede pasar. Genera así una especie de espera atenta, una expectativa, la espectación. Percibir la intensidad de lo que no está produciéndose, arte perceptivo del espectador. Y un modo de entender el deseo: como disposición en un sentido, tensión hacia una dirección, no algo que se realiza y extingue, no algo contenido en productos consumibles. El deseo como esa gana de armar mundito (como dice Natalia Ortiz Maldonado, de *mundizar*).

10- En el fútbol puede verse algo de esto: juego que puede salir cero a cero. Noventa minutos de inminencia improductiva. El cero a cero es el punto de partida y puede ser también el final. El cero, la nada, puede quedar indenme, no romperse. Por eso el gol resulta semejante acontecimiento. Los juegos paradigmáticos de otras culturas, como la estadounidense, no toleran el cero: necesitan un conteo constante. La cuenta debe moverse, como si solo así, viendo números crecer, verificáramos que algo acontece. Y ahora la razón conectivo-financiero, que dispone un estado de medición permanente del valor, lo tasa todo y cualquier cosa, cuántos mensajes, cuántos likes, cuánto rindió mi dinero hoy, pero también cuántos laterales, cuántos pases, cuántos córners y demás. El sensorio conformado para una expectativa de conteo permanente, por dispositivos que producen una intolerancia a la espera, a habitar vacíos.

11- Acaso el teatro requiera y a la vez ayude a entrenar una mirada, una sensibilidad, capaz de aburrirse sin horror, aburrirse con fe, aburrirse atentos no a una actualización automática, sino a lo que no se sabe, a sutiles posibles nuevos que podemos presentir.

Agustín J. Valle es ensayista y docente de grado y posgrado (FLACSO/ UNAHur/ UNPaz).



Objetivo de la investigación

Este estudio tuvo como objeto relevar y analizar los hábitos de consumo y prácticas culturales entre estudiantes de escuelas secundarias públicas de la Ciudad de Buenos Aires que forman parte del Programa de Formación de Espectadores del Ministerio de Educación de la Ciudad de Buenos Aires.

Teniendo en cuenta las reconfiguraciones del campo cultural, tanto en lo que respecta a la producción como también a la distribución y consumo de bienes simbólicos, entre las que se destaca la acelerada reorientación de las prácticas culturales a la esfera doméstica, la mediatización creciente de la vida cotidiana, la articulación entre nuevas formas de sociabilidad y el desigual acceso a bienes culturales, buscamos comprender qué consumos culturales predominan entre jóvenes de primero a sexto año de distintos tipos de escuelas de educación secundaria (normales, medias, técnicas y artísticas) así como también sus modos de participación. Específicamente los ejes de indagación apuntaron a conocer las prácticas realizadas en el tiempo libre tanto fuera como dentro del hogar y algunos consumos específicos como películas y series, canales streaming, videojuegos, redes sociales y música. Asimismo, indagamos la preeminencia de consumo de determinados contenidos, la frecuencia de uso y/o participación, los dispositivos utilizados y la simultaneidad de pantallas, dispositivos y actividades.

Metodología

Investigación cuantitativa realizada a través de una encuesta presencial en 16 escuelas secundarias públicas de la Ciudad de Buenos Aires que forman parte del Programa de Formación de Espectadores del Ministerio de Educación del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (en la actualidad 21 escuelas participan del Programa).

La muestra fue no probabilística, con un tamaño de 434 casos y el trabajo de campo se realizó entre el 5 y el 27 de agosto de 2025. Se definió la cantidad de encuestas por escuela en función de su matrícula con una distribución equitativa por año de cursada. Para la recolección de datos se trabajó con un cuestionario estructurado de 58 preguntas. Incluyó preguntas de respuesta simple, donde se debía seleccionar una sola opción, y preguntas de respuesta múltiple, donde era posible elegir más de una opción. Por lo cual, en este último caso, los resultados pueden sumar más de un 100%, dado que la base para calcular dicho porcentaje es en función de la cantidad de personas encuestadas (tamaño de la muestra).

Escuelas donde se aplicó la encuesta:

Nombre de la escuela	Dirección	Barrio
Colegio N° 04 DE 09 "Nicolás Avellaneda"	El Salvador 5528	Palermo
Colegio N° 08 DE 10 "Julio A. Roca"	Carlos E. Zuberbuhler 1850	Belgrano
Colegio N° 09 DE 12 "Justo José de Urquiza"	Condarco 290	Flores
Colegio N°02 DE 01 "Domingo Faustino Sarmiento"	Libertad 1257	Retiro
Escuela de Bellas Artes N° 100 DE 21 "Lola Mora"	Av. Soldado de la Frontera 5155	Villa Lugano
Escuela de Cerámica N° 01 DE 02	Bulnes 45	Almagro
Escuela de Danzas N° 300 DE 01 "Aída Victoria Mastrazzi"	Esmeralda 285	San Nicolás
Escuela de Educación Media N° 03 DE 07 "Osvaldo Pugliese"	Padilla 1051	Villa Crespo
Escuela de Educación Media N° 2 DE 16 "Agustín Tosco"	Zamudio 4386	Villa Pueyrredón
Escuela de Teatro DE 20 "Nini Marshall"	Oliden 1245	Mataderos
Escuela Normal Superior en Lenguas Vivas N° 1 "Pte. Roque Sáenz Peña"	Av. Córdoba 1951	Recoleta
Escuela Normal Superior N° 04 DE 08 "Estanislao S. Zeballos"	Av. Rivadavia 4950	Caballito
Escuela Normal Superior N° 05 DE 05 "General Martín Miguel de Güemes"	Arcamendia 743	Barracas
Escuela Técnica N° 34 DE 09 "Ing. Enrique Martín Hermitte"	Loyola 1500	Chacarita
Escuela Técnica N° 04 DE 05 "República del Líbano"	Av. Montes de Oca 121	Barracas
Escuela Técnica N° 25 DE 06 "Teniente 1° de Artillería Fray Luis Beltrán"	Jujuy 780	San Cristóbal

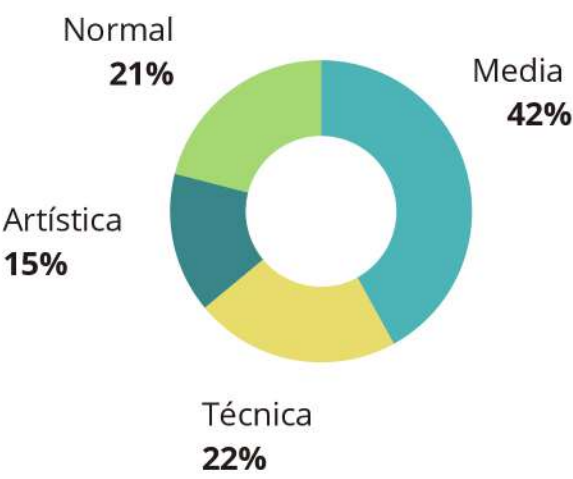
Ubicación de estas escuelas en el mapa de la Ciudad de Buenos Aires:



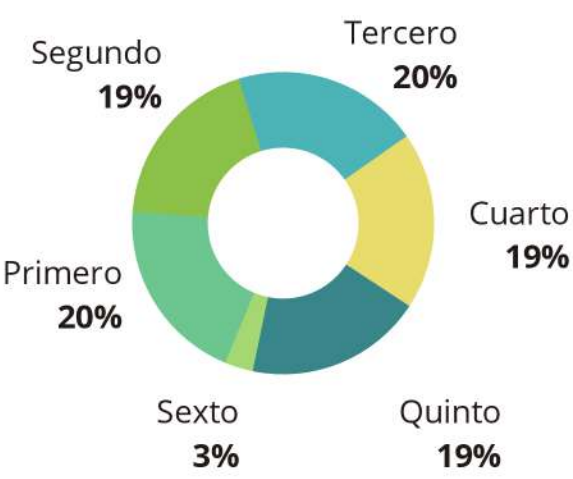
Elaboración propia con la herramienta Google My Maps. Mapa disponible en el siguiente link:
<https://www.google.com/maps/d/edit?mid=1IMuPXnHT4oMKaZ3TfUOsg4dfvi91TuQ&usp=sharing>

Características de la muestra

Tipo de escuela

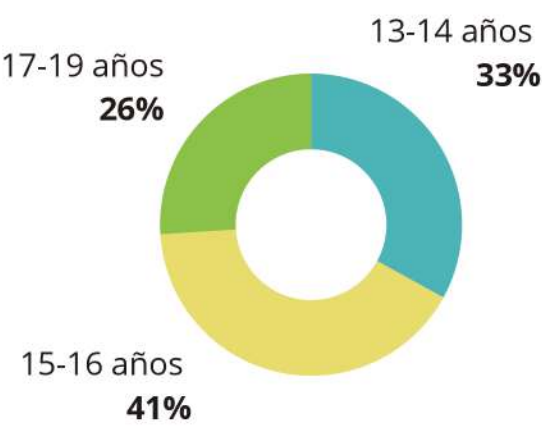


Año en curso

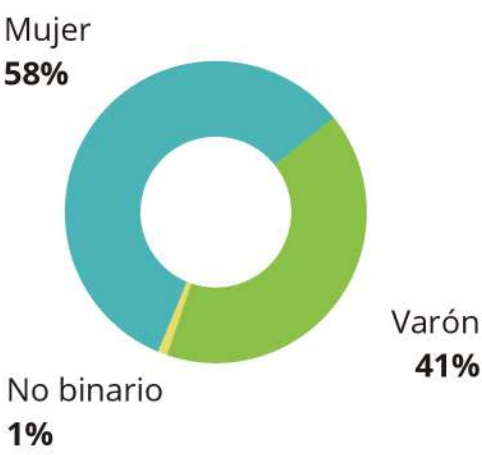


Sólo las escuelas técnicas tienen sexto año.

Edad

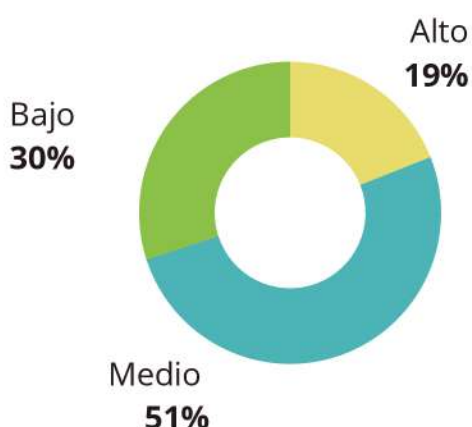


Género

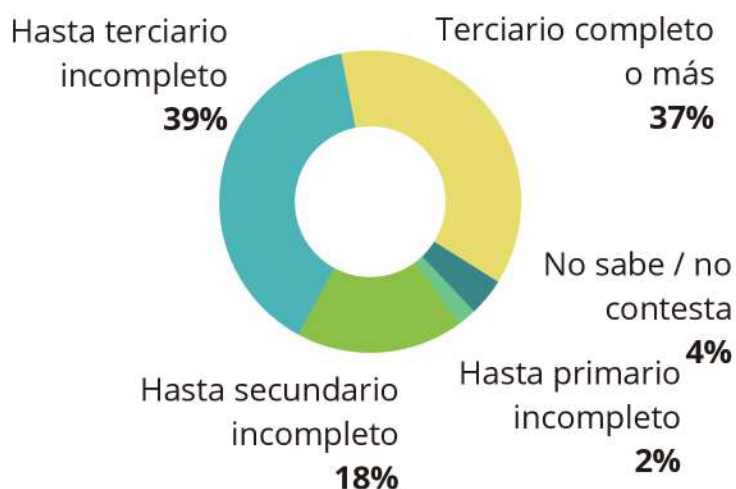




Nivel socioeconómico*



Nivel educativo del principal sostén de hogar



18% de los estudiantes consultados trabajan. Si bien el porcentaje es superior entre aquellos de 17 a 19 años (31%), también hay una proporción de jóvenes empleados en los rangos de 13-14 años (11%) y 15-16 años (14%). Además, la proporción de trabajadores es superior entre los varones (23% en comparación con 14% de las mujeres) y entre estudiantes de escuelas técnicas. No se observan, en cambio, tendencias relevantes por nivel socioeconómico en este punto.

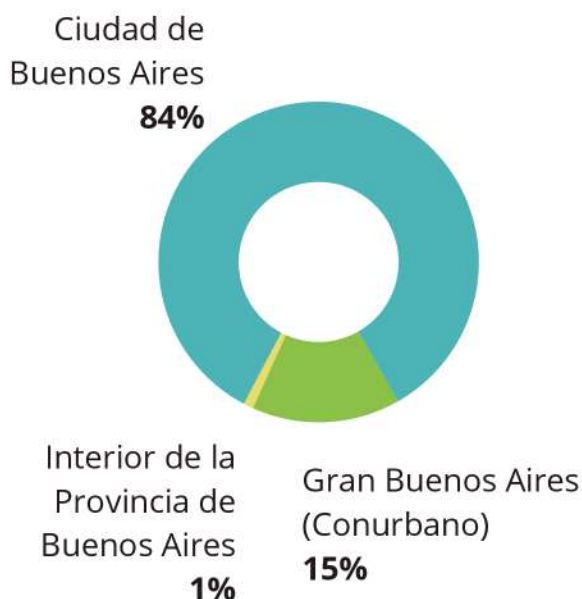
**El cálculo del nivel socioeconómico se realizó a partir de las variables definidas en el índice de nivel socioeconómico elaborado por SAIMO (Sociedad Argentina de Investigadores en Marketing y Opinión).*

87% de los jóvenes son nacidos en Argentina y 13% son migrantes. De la muestra total, el 6% provienen de Venezuela, 2% de Bolivia, 2% de Paraguay, 1% de Perú y 1% de Brasil.

Respecto de las personas que nacieron en Argentina, 83% lo hicieron en la Ciudad de Buenos Aires, 12% en la Provincia de Buenos Aires y el 5% restante menciona otras provincias como Córdoba, Formosa, Misiones y Salta.

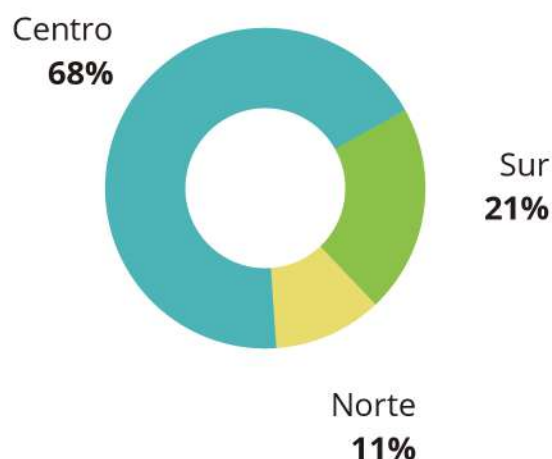
El 84% de los estudiantes encuestados vive actualmente en la Ciudad de Buenos Aires.

Lugar de residencia



Zonas Ciudad de Buenos Aires

Base residentes CABA, 363 casos)



Según los datos de la Encuesta Trimestral de Ocupación e Ingresos (ETOI) del Instituto de Estadística y Censos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires del primer trimestre de 2025, los hogares del norte de la ciudad presentan un ingreso per cápita familiar que equivale a 1,8 veces el del sur. Asimismo, en promedio, los ingresos individuales de la población en la zona norte son 61,3% superiores a los de la zona sur.

Resultados

Resumen ejecutivo

La encuesta realizada a 434 estudiantes de escuelas secundarias públicas de la Ciudad de Buenos Aires de 13 a 19 años revela una amplia diversidad de experiencias culturales, atravesada por factores de edad, género, nivel socioeconómico, trayectorias familiares y tipo de escuela a la que asisten. Los resultados muestran que las prácticas culturales juveniles se caracterizan por una hibridación entre la centralidad del entorno digital y la mediatización de la cotidianeidad con la persistencia de actividades presenciales que propician espacios de encuentro y socialización.

Entre las prácticas fuera del hogar, todos hicieron alguna actividad al aire libre y nueve de cada diez asistieron a casas de amigos, locales gastronómicos o shoppings. Le siguen entre las opciones con mayor porcentaje la asistencia al cine y a ferias, ambas con 79%. El 77% concurre a esos espacios en compañía de amistades y el 48% lo hace con madres y/o padres, sobre todo entre los más chicos, de 13 a 14 años.

Algunas actividades son más mencionadas por los varones como la concurrencia a clubes y espectáculos deportivos, mientras que la referencia a centros culturales, recitales, teatro, espectáculos de danza y museos muestran mayor proporción entre las mujeres.

La asistencia a museos, teatro y centros culturales es más frecuente entre estudiantes de escuelas artísticas y del sector socioeconómico alto. Además, a medida que aumenta la edad crece la frecuencia de salida al cine y al teatro.

La principal fuente de información para decidir sus salidas son las recomendaciones de personas allegadas, con 77%, seguida de Instagram, con 41%.

El 70% practica algún deporte o actividad física, con una marcada segmentación de género: fútbol y boxeo más entre varones y danza y vóley entre mujeres. La actividad deportiva también crece en el sector socioeconómico alto.

La lectura de libros alcanza al 79%, con una combinación entre la persistencia del soporte en papel y la expansión de lo digital. Además, el 43% leyó más de cuatro libros en el último año. El hábito es mayor entre mujeres, estudiantes de escuelas artísticas y también aumenta con el nivel socioeconómico y el nivel educativo del principal sostén del hogar. También entre las mujeres hay una inclinación superior

por los géneros literarios romántico y fantástico, al tiempo que los varones mencionan más las historias de acción / aventuras, policiales y ciencia ficción.

El uso de redes sociales es casi universal y mencionan en promedio cuatro redes. Hay una preferencia por los contenidos de humor (40%) y de deportes (25%). Entre los varones se nombran más los contenidos de deportes y videojuegos y entre las mujeres los de arte, baile, literatura, recomendaciones de lugares y animales.

El consumo audiovisual en el hogar es también una práctica extendida: el 99% vio películas y/o series y la mitad lo hizo en forma intensiva. Predomina el uso de las plataformas *streaming* pagas y el Smart TV como principal dispositivo. Los géneros más mencionados son terror, comedia, acción / policial y romance. Las historias románticas, fantásticas y dramáticas aparecen con mayores proporciones entre las mujeres y las de comedia y acción/policiales entre los varones.

El 85% jugó videojuegos este año y el 63% lo hizo con una frecuencia intensiva, con más preponderancia entre varones y estudiantes de escuelas técnicas. Si bien hay claras tendencias entre los juegos más mencionados (Roblox y Minecraft), es relevante subrayar que los jóvenes mencionaron 200 juegos diferentes. Además, el celular es el principal dispositivo para jugar, con el 73%, seguido muy por debajo por la computadora con el 43%.

El uso de plataformas/canales de transmisión en vivo (*streaming*) alcanza al 45%, sobre todo entre varones de 17 a 19 años, orientado principalmente al *gaming* y las interacciones con *influencers*. Los varones nombran más los contenidos sobre videojuegos y deportes y las mujeres las charlas con *influencers* o *streamers*. El teléfono celular es también el dispositivo más usado para esta práctica, con el 80%.

La escucha de música es un hábito universal: el 99% escuchó este año y el 94% lo hizo con una frecuencia intensiva, sobre todo mediante plataformas digitales y el celular. Los géneros musicales más mencionados son pop, rock nacional, trap/rap/hip hop, rock internacional y reggaetón. Los varones prefieren el trap/rap/hip hop y cumbia/cuarteto/tropical y las mujeres el pop y el rock nacional. En cuanto a los tipos de escuelas, entre estudiantes de las artísticas se menciona más el pop y el rock nacional; el reggaetón en las escuelas normales y técnicas y la cumbia/cuarteto/tropical aparece sobre todo en estudiantes de escuelas técnicas.

Finalmente, la simultaneidad de pantallas y actividades revela la consolidación de un régimen de consumo multitarea: el 24% declara usar siempre o muchas veces varios dispositivos en paralelo para actividades online y más del 50% combina pantallas con tareas cotidianas, tendencia que se acentúa en los mayores de 17 años.

Prácticas culturales fuera del hogar

Las prácticas culturales presenciales de las personas que formaron parte de este estudio muestran la relevancia de los espacios de encuentro y socialización, desde lugares al aire libre, locales gastronómicos, casas de amigos y fiestas, hasta asistencia al cine, museos, ferias entre las opciones más mencionadas. No obstante, se mostrarán los modos en que la edad, el nivel socioeconómico, el nivel educativo familiar y el tipo de escuela a la que asisten condicionan las diferencias en la frecuencia y diversidad de las salidas

En este año ¿asististe a algunos de estos lugares y actividades?

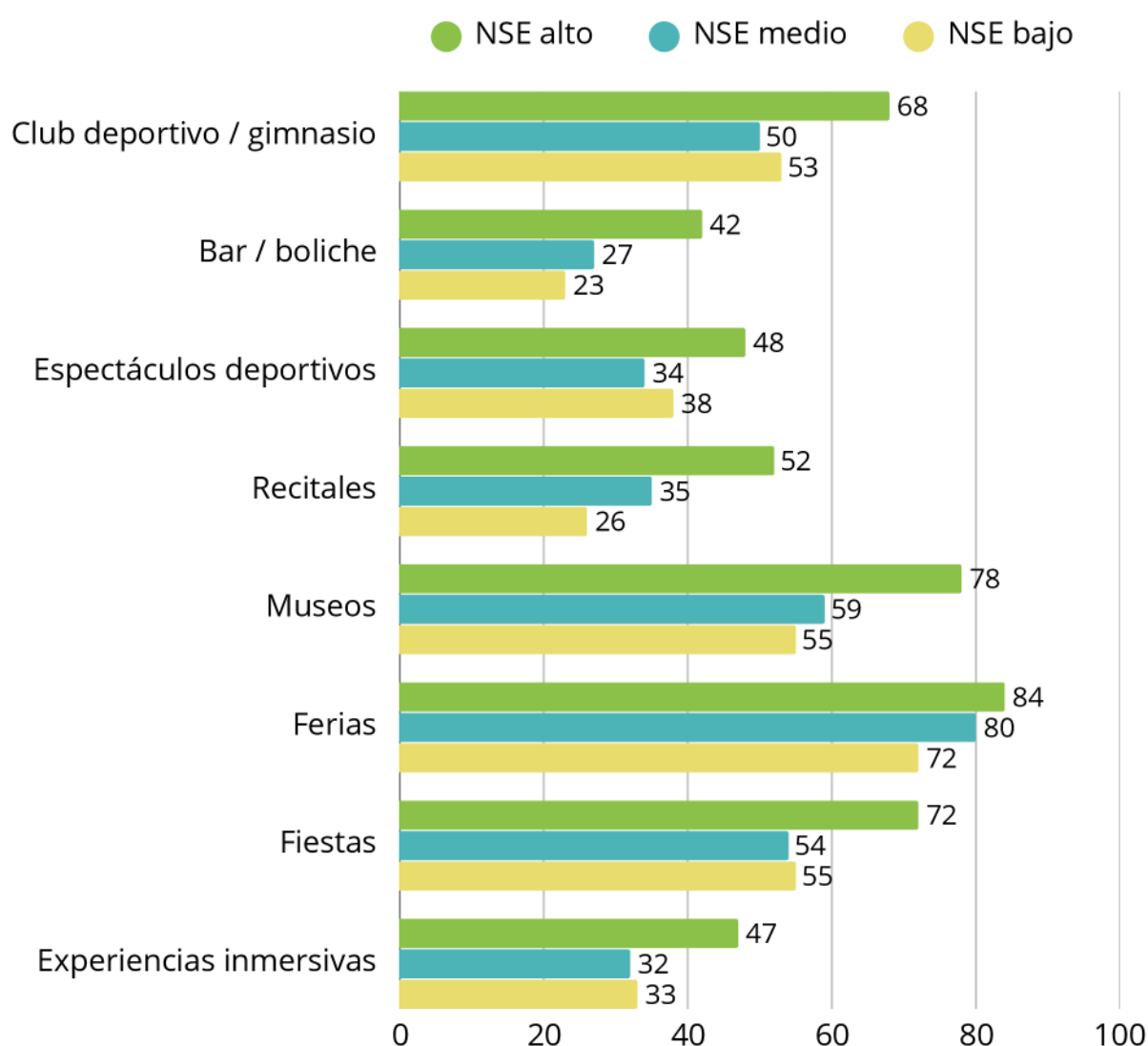
Respuesta excluyente (sí/no) en cada categoría. La tabla muestra las respuestas positivas.

Lugares al aire libre (parque, plaza, esquina)	98%
Espacios gastronómicos (hamburguesería, cafetería, restaurante, etc).	94%
Casas de amigos/as	89%
Shopping	89%
Cine	79%
Ferias (artesanales, gastronómicas, del libro, etc)	79%
Museos, exposiciones de arte	61%
Fiestas	58%
Club deportivo / gimnasio	54%
Centro cultural	49%
Espectáculos deportivos	38%
Institución religiosa / espiritual (iglesia, templo, sinagoga, etc)	36%
Recitales / conciertos	36%
Teatro	36%
Juegos o experiencias inmersivas presenciales (escape rooms, realidad virtual, juegos de rol, etc.)	35%
Bar / boliche	29%
Espectáculos de danza	16%

Algunas de las actividades son más mencionadas por los varones como la asistencia a clubes y espectáculos deportivos, mientras que la referencia a centros culturales, recitales, teatro, espectáculos de danza y museos muestran mayor proporción entre las mujeres.

Hay también ciertas tendencias en relación a la edad: la concurrencia a centros culturales, bares o boliches, cine y museos crece con la edad y es superior en el rango de 17 a 19 años.

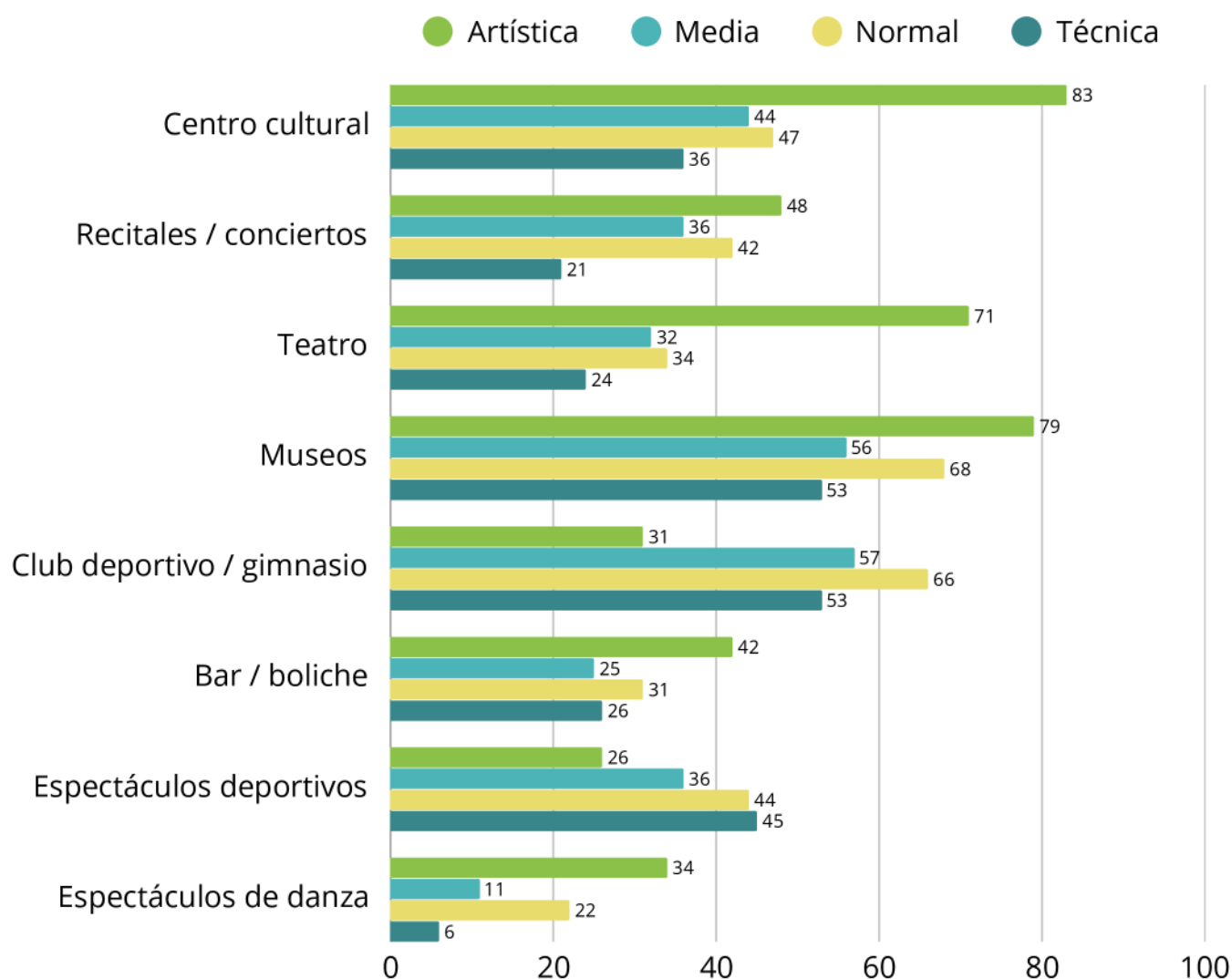
Asimismo, encontramos diferencias según el nivel socioeconómico (NSE). El siguiente gráfico indica que la realización de determinadas prácticas en el último año es superior entre estudiantes de nivel socioeconómico alto. Es importante tener en cuenta que se realizó el cruce entre la respuesta positiva a cada actividad (por lo que la base de casos en cada una es diferente) y el nivel socioeconómico. Los números indican porcentajes.



Determinadas prácticas también revelan inclinaciones en relación al nivel educativo del principal sostén del hogar de los estudiantes: la referencia a centros culturales, recitales, teatros y museos asciende a medida que crece ese grado de instrucción formal familiar.

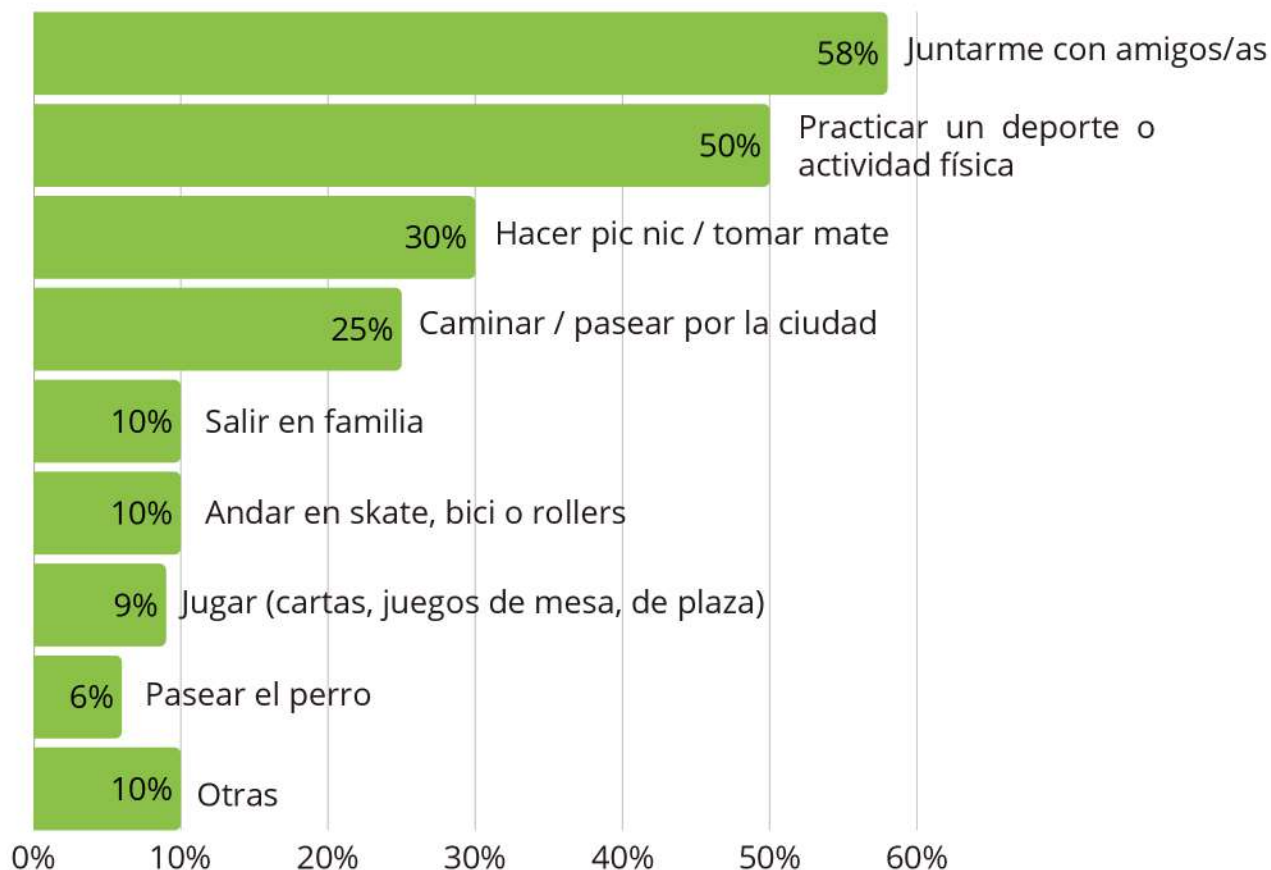
La asistencia a espectáculos deportivos es superior entre residentes en la zona norte de Ciudad de Buenos Aires, mientras que la concurrencia a fiestas y juegos y experiencias inmersivas es algo mayor entre habitantes de la zona centro de la ciudad.

Por último, también hay correspondencias entre las prácticas mencionadas y los tipos de escuelas a las que asisten. Como se advierte en el siguiente gráfico, hay actividades con proporciones muy superiores entre estudiantes de escuelas artísticas, sobre todo la concurrencia a centros culturales, teatros, museos y espectáculos de danza. En cambio, la asistencia a espectáculos deportivos es superior entre estudiantes de los otros tipos de escuelas. En este caso se realizó el cruce entre la respuesta positiva a cada actividad (por lo que la base de casos en cada una es diferente) y el tipo de escuela. Los números indican porcentajes.



Este año, ¿qué actividades hiciste en lugares al aire libre (parque, plaza, esquina)?

Respuesta múltiple. Base: quienes hicieron actividades al aire libre este año: 424 casos.



Con menciones menores al 5% aparecen la concurrencia a recitales, ferias u otros eventos culturales y prácticas como leer, hacer actividades artísticas, bailar o ensayar coreografías. En otras respuestas se refieren a actividades como campamentos, festejos de cumpleaños, paseos en pareja, pasar tiempo solos/as en una plaza o ir a piletas en verano.



En las preguntas sobre la frecuencia de las actividades realizadas utilizamos dos escalas diferenciadas, en función de la naturaleza de cada práctica. Definimos así una escala para las experiencias más cotidianas, como asistir a plazas, casas de amigos, locales gastronómicos o gimnasios, y otra escala para aquellas prácticas que requieren mayor organización, planificación previa, costos superiores o dependen de la disponibilidad de fechas específicas, como cine, teatro, museos, recitales o ferias. Luego, las respuestas fueron recodificadas en asistencia intensiva, frecuente y esporádica.

Para las siguientes actividades las recodificamos de esta manera:

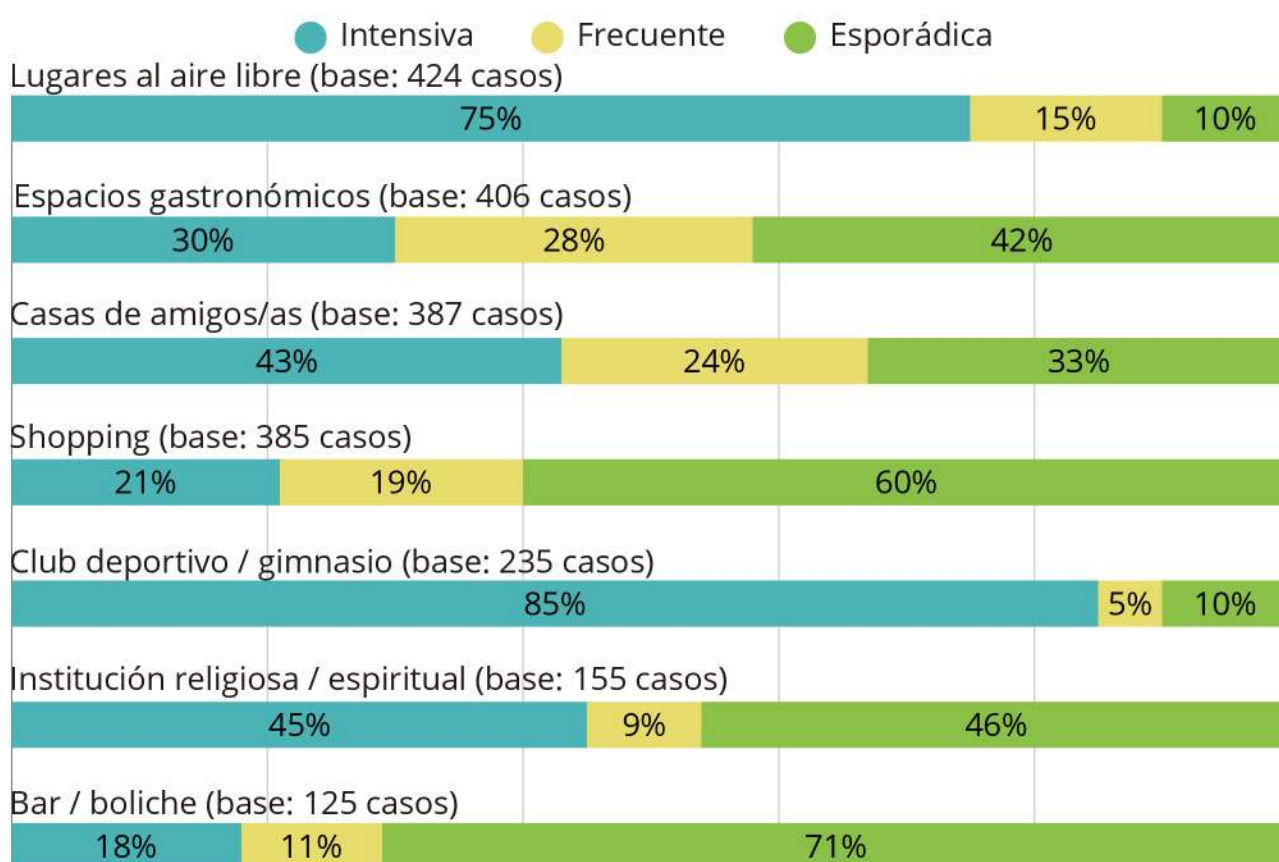
“Tres o cuatro veces por semana o más” y “una o dos veces por semana”: intensiva

“Una vez cada 15 días”: frecuente

“Una vez por mes” y “menos de una vez por mes”: esporádica

En este año ¿con qué frecuencia asististe a los siguientes lugares?

Para cada actividad se aclara la base de casos, es decir, quienes respondieron en forma positiva cuando les consultamos si realizaron esa actividad en el último año. Los números indican porcentajes.



La frecuencia intensiva de asistencia al club deportivo/gimnasio es superior entre los varones y aumenta con la edad, con mayores proporciones entre jóvenes de 17 a 19 años. La concurrencia con alta asiduidad a casas de amigos también crece entre los más grandes.

Las actividades al aire libre aparecen con más frecuencia entre residentes en la Ciudad de Buenos Aires (asistencia intensiva en el 77% frente al 64% de quienes viven en Gran Buenos Aires).

Para las siguientes actividades recodificamos las respuestas sobre frecuencia de esta manera:

“Más de una vez por mes” y “una vez por mes”: intensiva

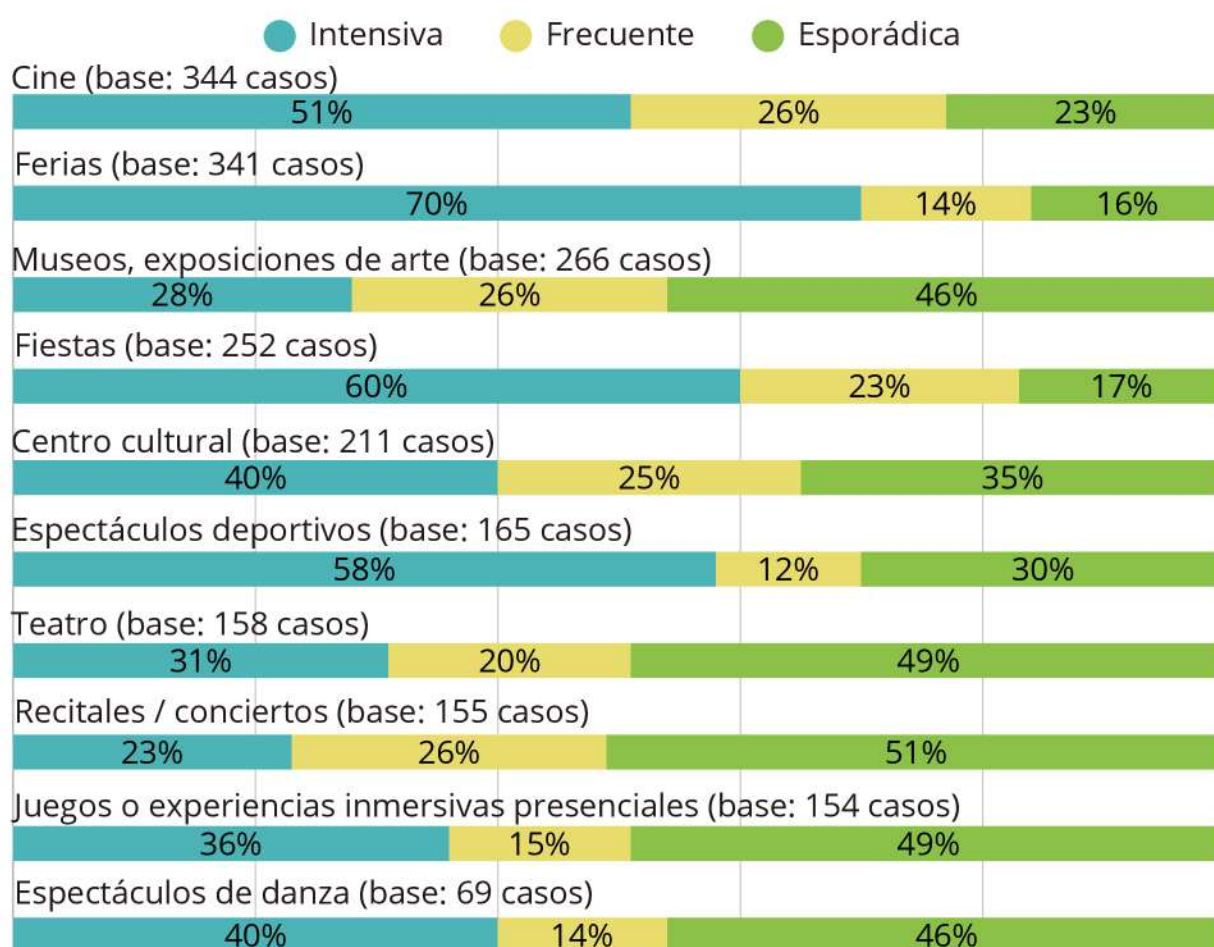
“Tres o cuatro veces por año”: frecuente

“Dos veces por año” y “una vez al año o menos”: esporádica

En este año ¿con qué frecuencia asististe a las siguientes actividades y lugares?

Para cada actividad se aclara la base de casos, es decir, quienes respondieron en forma positiva cuando les consultamos si realizaron esa actividad en el último año.

Los números indican porcentajes.

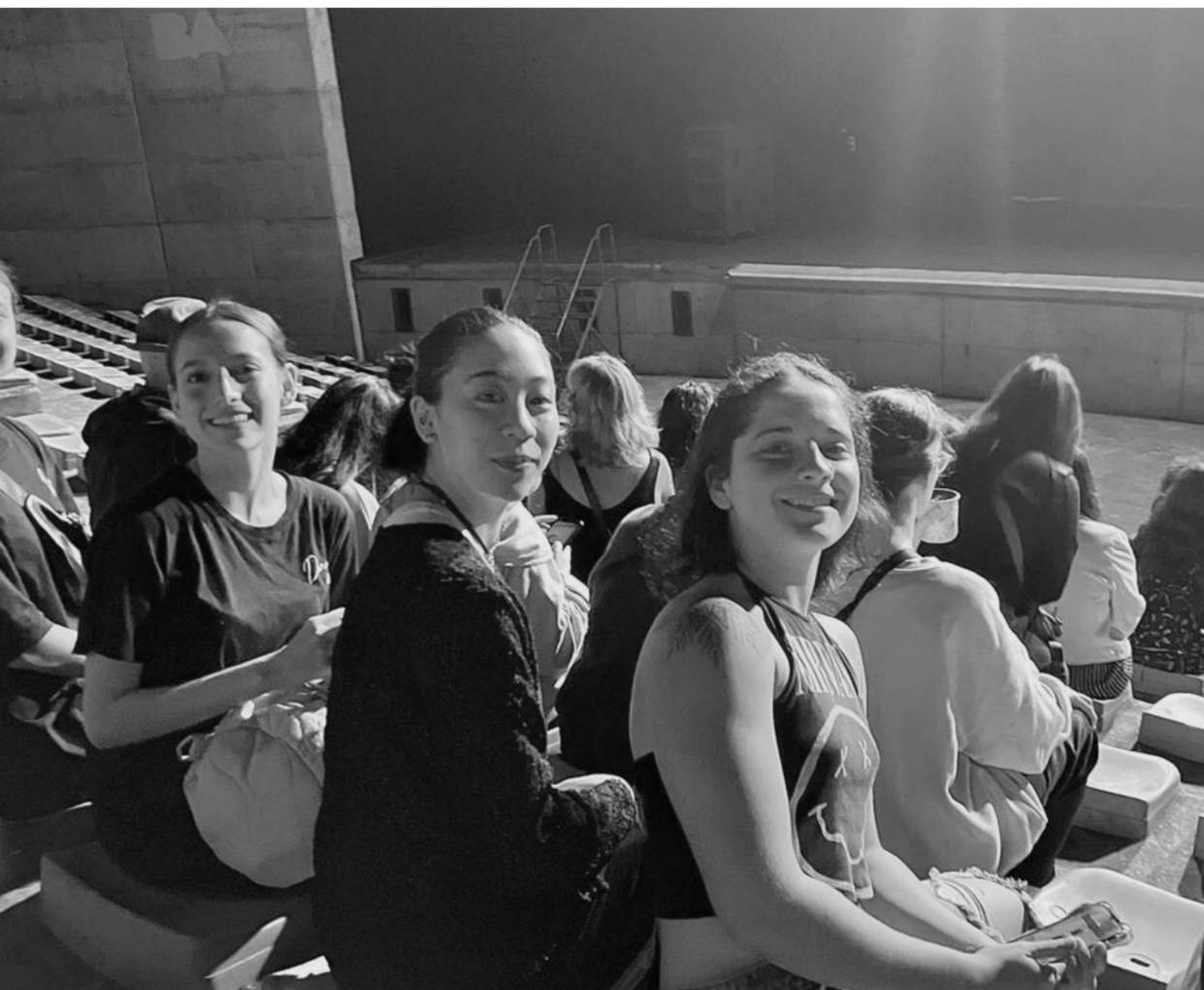


La concurrencia intensiva a fiestas, centros culturales, al cine y a los museos crece con el nivel socioeconómico. Además, la participación más constante en centros culturales y museos aumenta a medida que sube el nivel educativo del principal sostén del hogar.

Los estudiantes de escuelas artísticas mencionan en mayor proporción una alta frecuencia de asistencia a centros culturales, teatro, espectáculos de danza y museos.

La concurrencia muy asidua al cine y al teatro aumenta con la edad y es superior en el rango 17 a 19 años (61% van al cine y 48% al teatro en forma intensiva en ese segmento de jóvenes). Asimismo, la participación más intensiva como públicos teatrales es algo mayor entre las mujeres.

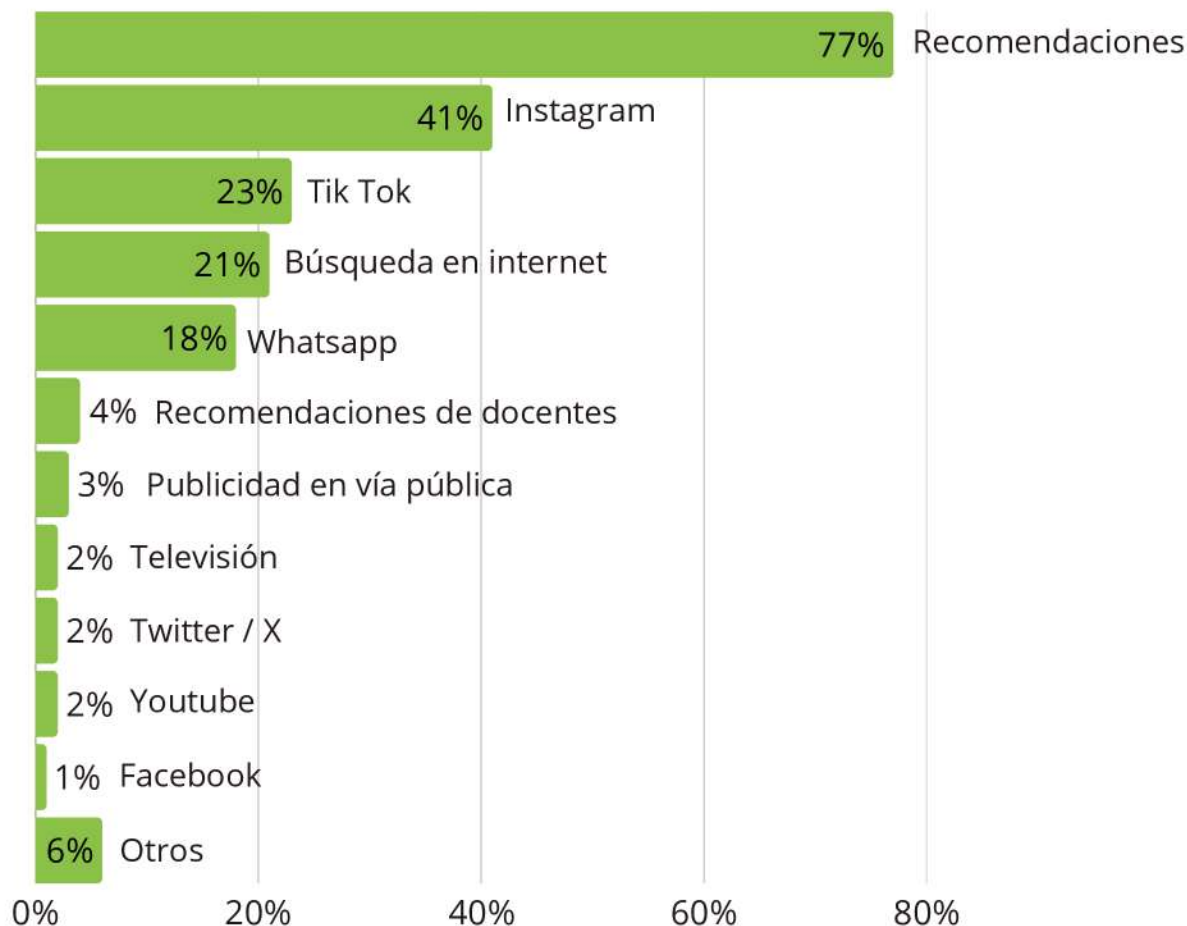
Por último, la frecuencia intensiva de asistencia a museos recibe más proporción de menciones entre jóvenes migrantes (56% de alta asiduidad frente a 23% de la de nacidos en Argentina).



En cuanto al acceso y búsqueda de información sobre posibles salidas, las sugerencias de personas conocidas son señaladas por ocho de cada diez estudiantes. En segundo lugar, aparece Instagram.

En este año, ¿cómo te informaste para decidir tus salidas?

Respuesta múltiple



En otras respuestas indican que asisten a lugares que ya conocen y acceden a la información por ser habitués. También hacen referencia a Google Maps, espacios cercanos a sus hogares, la aplicación del cine o el mail de Pase Cultural*.

La mención a Tik Tok es algo mayor entre las mujeres (28% en comparación con el 15% de los varones).

En el rango de 17 a 19 años aparecen más alusiones a Instagram y a búsquedas en internet.

Las búsquedas en internet y las recomendaciones de docentes muestran una tendencia algo mayor entre estudiantes de escuelas artísticas.

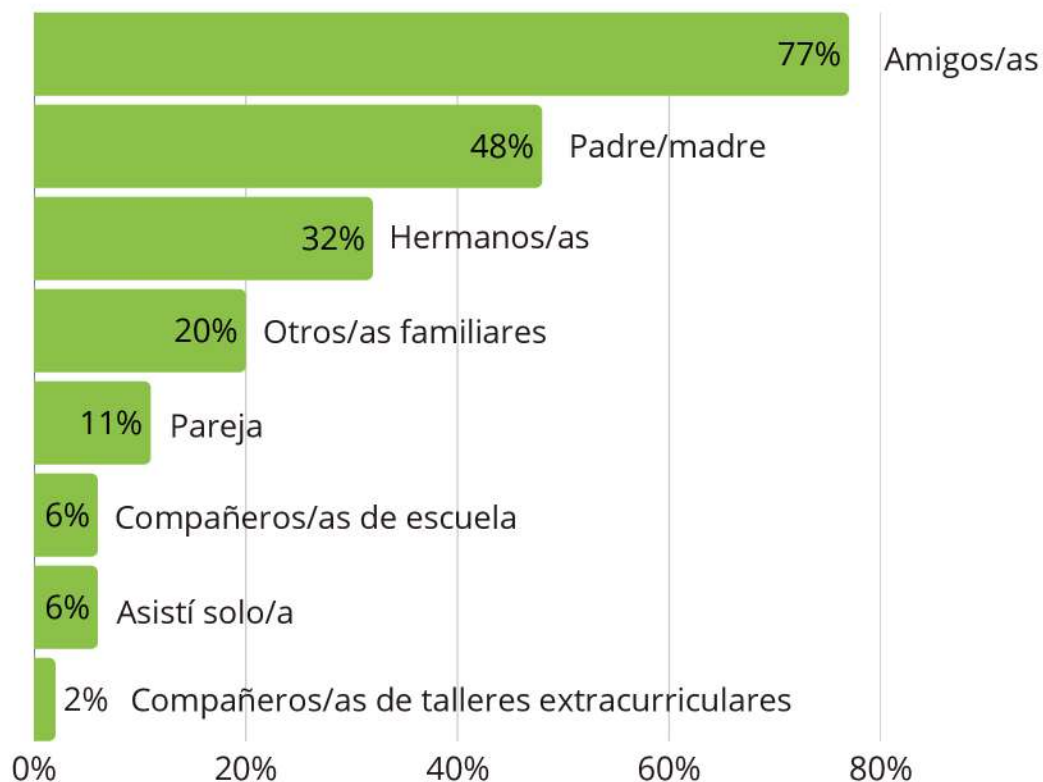
**El Pase Cultural es un programa del Ministerio de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires que promueve el consumo cultural de jóvenes, docentes y adultos mayores (<https://buenosaires.gob.ar/cultura/pase-cultural>).*



Al analizar con quiénes comparten sus salidas, los resultados muestran que las amistades ocupan un lugar preponderante, aunque la familia también mantiene un rol relevante.

Este año ¿con quién/es compartiste principalmente tus salidas?

Respuesta múltiple



La mención a la asistencia con padres, madres, hermanos u otros familiares es superior entre estudiantes de 13 a 14 años. En cambio, la compañía de una pareja es más mencionada entre mayores de 15 años.

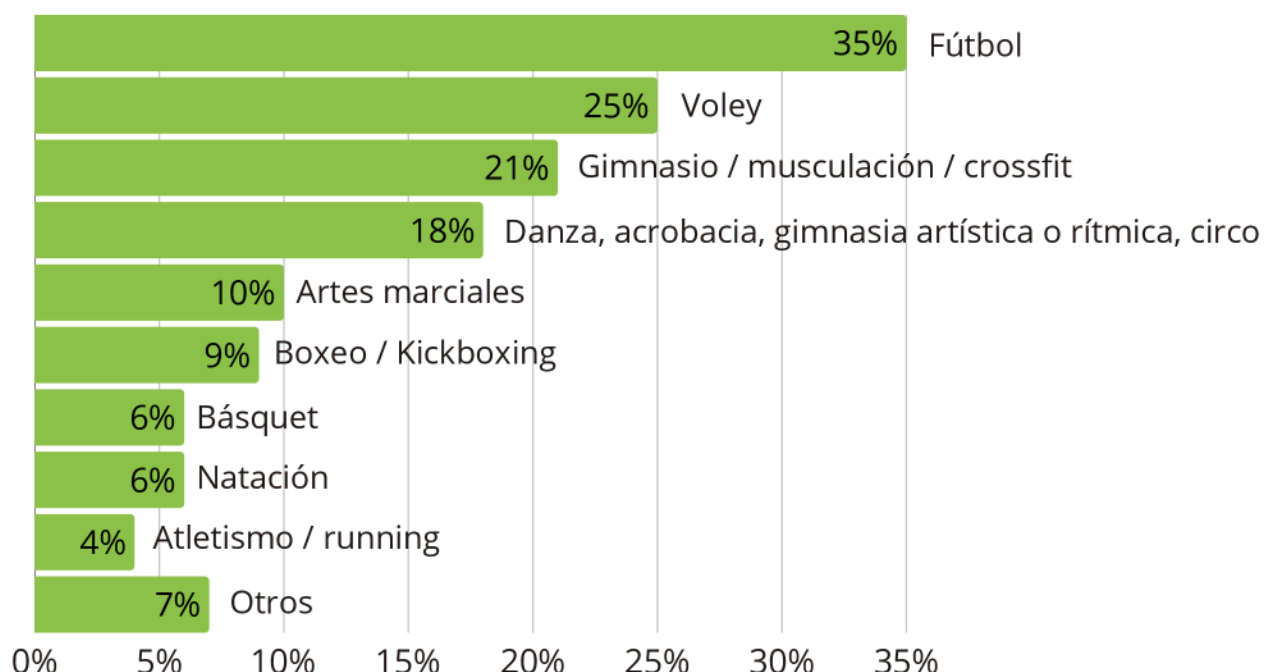
Deportes y actividad física

La práctica deportiva es central en la vida juvenil: el 70% practicó algún deporte y/o actividad física este año. De todos modos, observamos tendencias superiores entre los varones (79% frente al 63% de mujeres) y las personas de nivel socioeconómico alto (84% en comparación con 68% del sector medio y 63% del bajo).

El fútbol lidera entre los deportes mencionados, seguido del voley y las actividades de musculación o asistencia al gimnasio.

¿Qué deporte y/o actividad física practicaste?

Respuesta múltiple. Base: quienes practicaron algún deporte y/o actividad física este año: 303 casos.



Con porcentajes menores aparecen handball, ciclismo, patín, yoga/pilates, tenis, hockey, rugby y skateboarding/roller. En otras respuestas señalan ajedrez, bádminton, calistenia, canotaje, parkour, ping pong y ejercicios de entrenamiento en plazas o en forma online en sus casas.

La mención al fútbol es muy superior entre los varones (61% frente a 12% de mujeres). El boxeo también aparece más entre ellos, mientras que las mujeres se refieren a la danza y al voley en porcentajes muy superiores.

La asistencia al gimnasio es más nombrada por personas de nivel socioeconómico alto y crece con la edad, con mayores proporciones en el rango de 17 a 19 años.

Lectura de libros

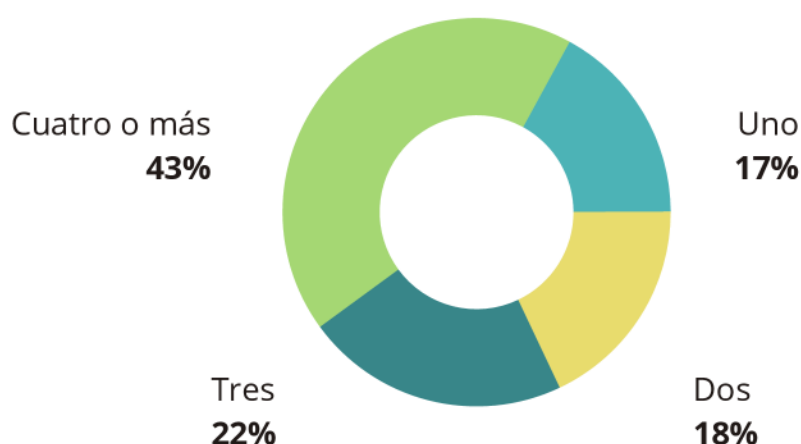
La lectura aparece como una práctica significativa en la población encuestada: el 79% leyó libros este año. Sin embargo, veremos que está condicionada por variables de género, sociales y escolares. Los datos muestran diferencias en el número de libros leídos, los géneros preferidos y los soportes utilizados, en un marco de combinación entre la persistencia del libro en papel y la expansión del soporte digital.

Observamos un porcentaje un tanto más alto de lectura de libros entre las mujeres (83% frente a 72% de varones) y un aumento de la práctica a la par que crecen el nivel socioeconómico de la persona encuestada y el nivel educativo de su principal sostén de hogar.

La lectura de libros también es algo superior entre estudiantes de escuelas artísticas. Por el contrario, la proporción de respuesta negativa sobre este hábito es más elevada entre jóvenes de escuelas técnicas.

En este año, ¿cuántos libros leíste?

Base: quienes leyeron libros en este año: 341 casos.



La indicación de cuatro libros o más registra porcentajes más elevados entre las mujeres: 51% de ellas la mencionan en comparación con el 28% de los varones.

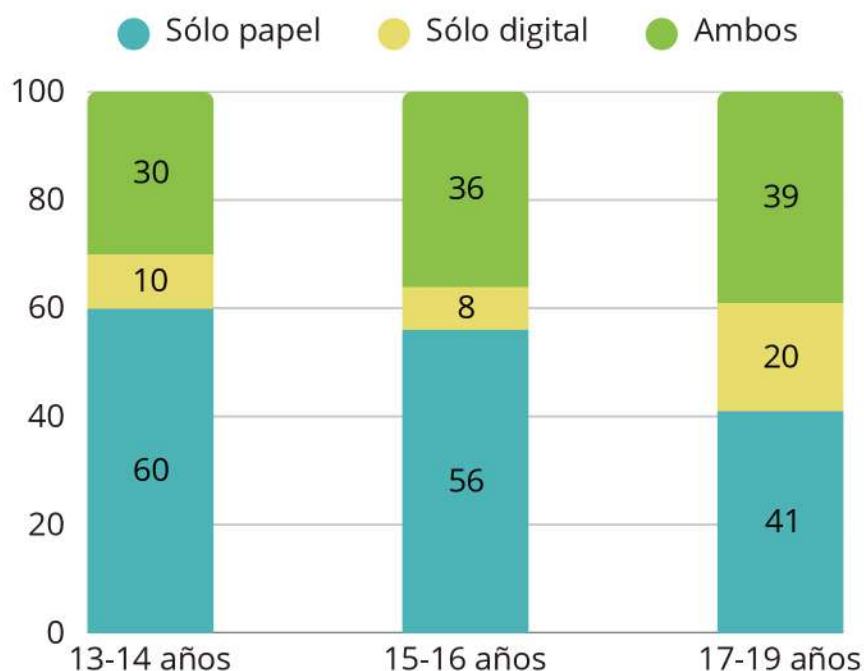
¿En qué formato leíste libros?

Base: quienes leyeron libros en este año: 341 casos.



Encontramos que la proporción de quienes leyeron cuatro libros o más es mayor entre las personas que combinan formatos (papel y digital) que entre las utilizan un solo soporte.

Asimismo, emergen algunas tendencias por edad: la práctica de lectura únicamente en papel es superior entre los más chicos mientras que el uso exclusivo del soporte digital crece con la edad, como indica el siguiente gráfico:

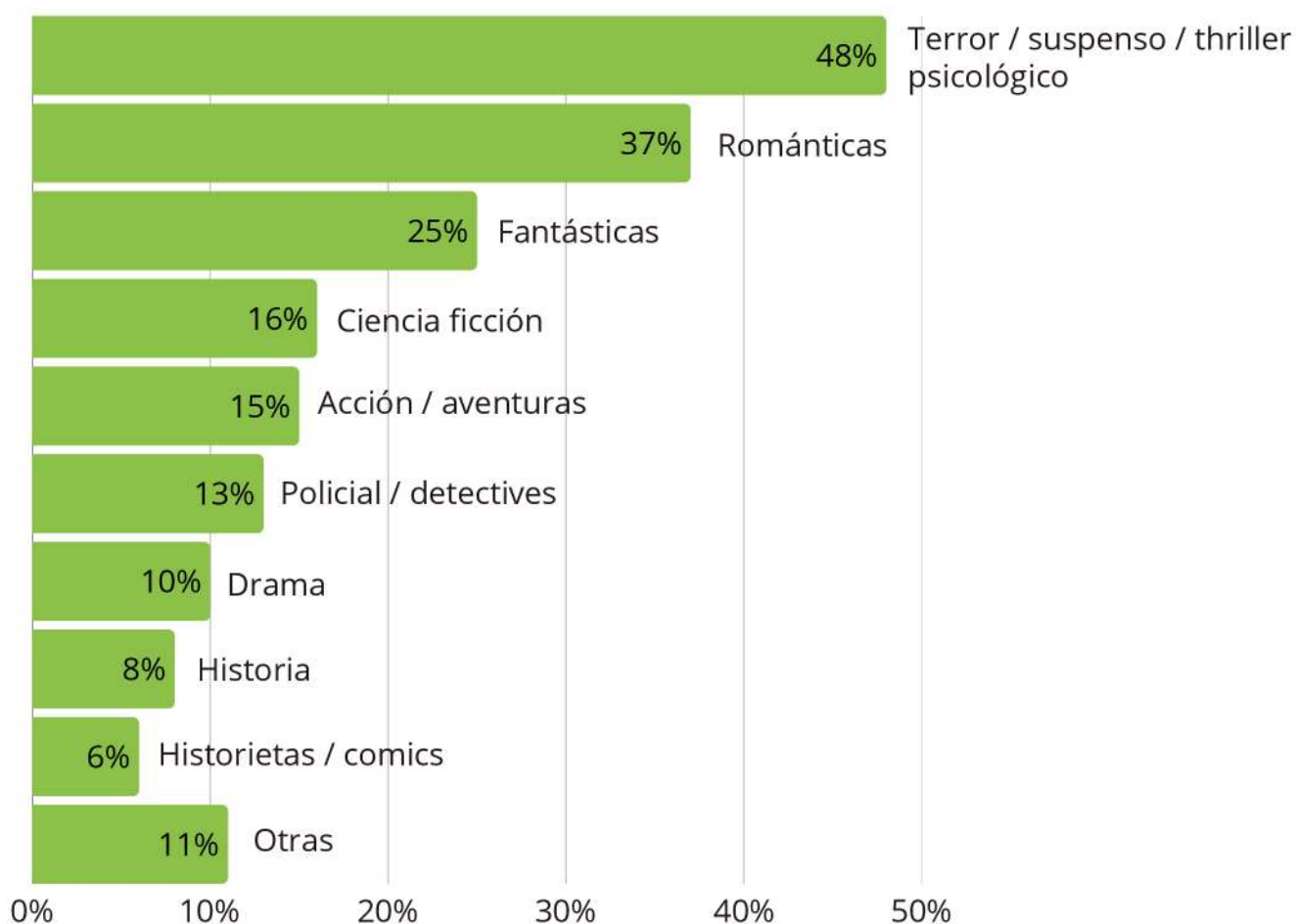


En cuanto a los dispositivos utilizados para leer libros online, el 87% mencionó el teléfono celular y el 24% la computadora.



¿Qué tipos de historias te gusta leer?

Respuesta múltiple. Base: quienes leyeron libros en este año: 341 casos.



Con porcentajes menores, del 4%, aparecen géneros como no ficción, comedia/humor, poesía y biografías y con proporciones del 3% autoayuda/desarrollo personal y juvenil/adolescente/coming of age. En otras respuestas señalan libros basados en hechos reales, literatura clásica y opciones más vinculadas a temáticas que a géneros, como por ejemplo deportes, religión, mitología, teatro.

Las referencias a los géneros romántico y fantástico muestran una tendencia mayor entre las mujeres, al tiempo que los varones mencionan en mayor medida historias de acción/aventuras, policiales y ciencia ficción. El género fantástico también aparece en proporciones muy superiores entre estudiantes de escuelas artísticas.

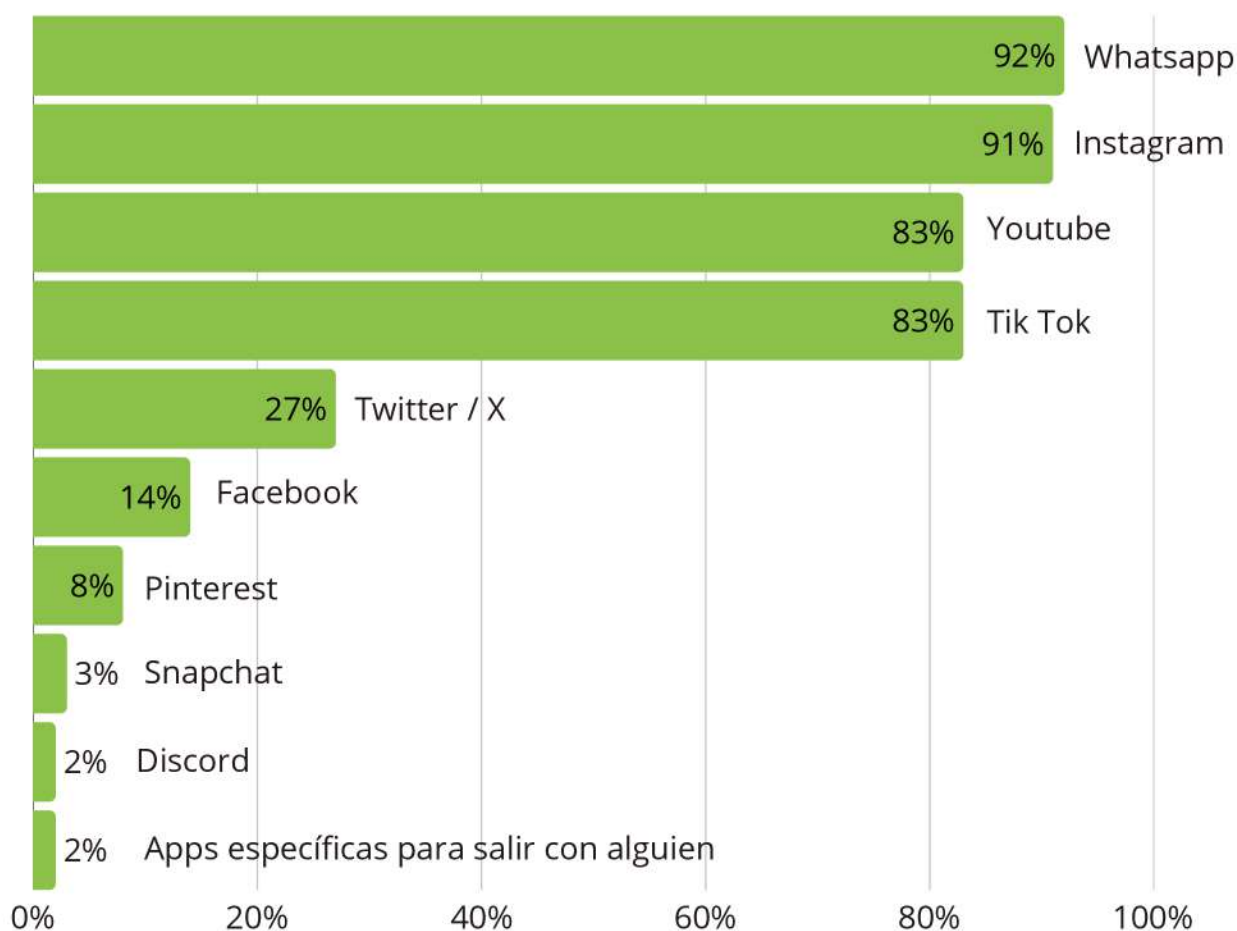
Redes sociales

El uso de redes sociales es prácticamente universal entre los jóvenes, constituyendo un espacio de entretenimiento, información y sociabilidad. Además, manejan cuatro redes sociales en promedio. Sólo un 1% dijo que no las utiliza.

Los datos sobre este punto nos permiten analizar qué plataformas concentran mayores usos, qué contenidos resultan más atractivos y cómo se experimentan emocionalmente estas interacciones.

En este año, ¿usaste estas redes sociales?

Respuesta múltiple. Base: quienes usaron redes sociales este año, 430 casos.

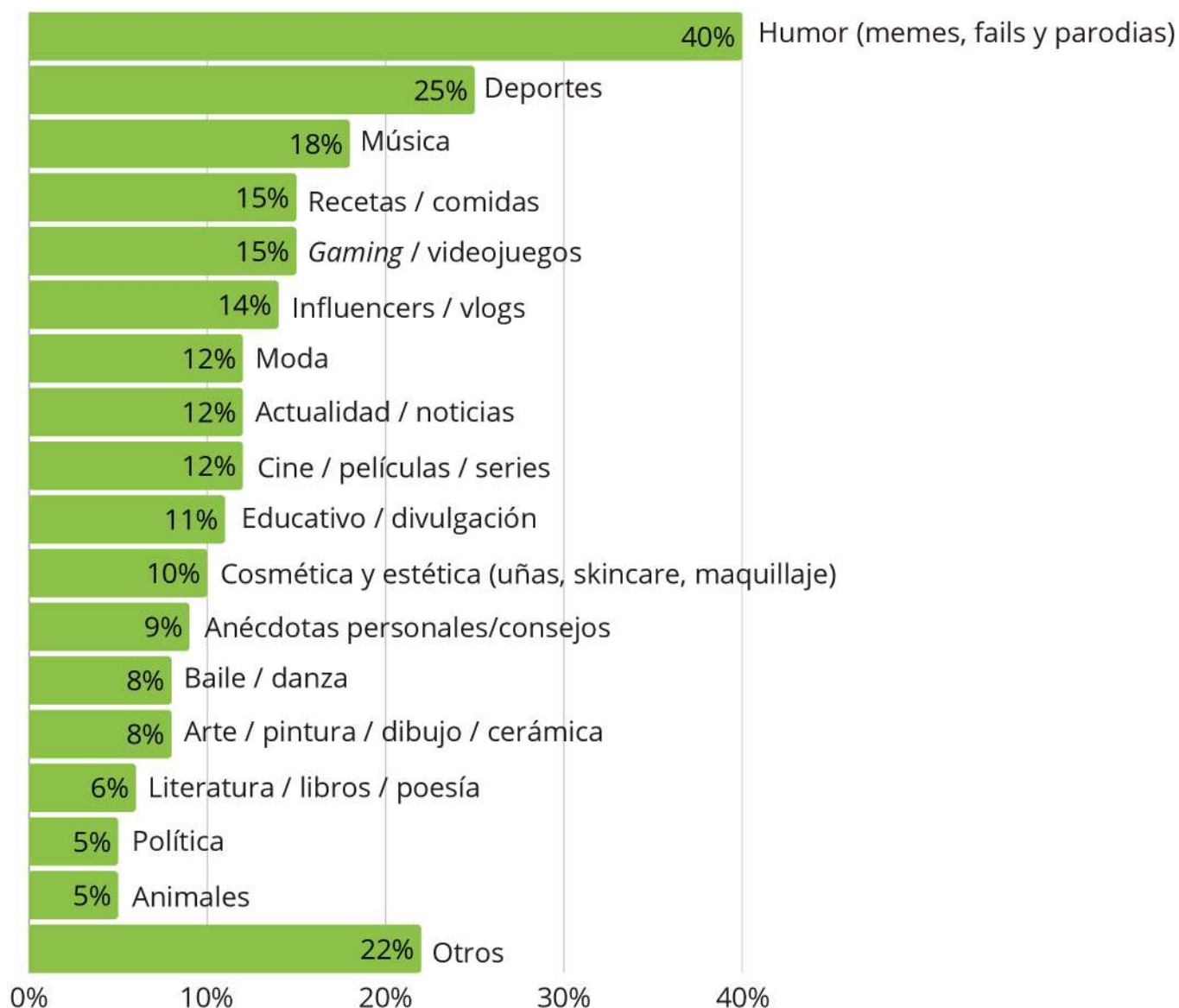


Instagram aparece con más menciones entre mayores de 15 años y Twitter es muy superior en el rango de 17 a 19 años. Las referencias a Facebook también son algo mayores en este rango. Asimismo, entre las mujeres hay más alusiones a Tik Tok y Pinterest.

En cuanto a los contenidos, el humor lidera las preferencias, seguido de los deportes.

¿Qué tipos de contenidos mirás en las redes sociales?

Respuestas múltiples. Base: quienes usaron redes sociales este año, 430 casos.



Con porcentajes menores nombran contenidos de amigos/conocidos/familiares y recomendaciones de lugares/salidas (4%) y de decoración (3%). En otras respuestas hacen referencia a temáticas muy diversas tales como autos y motos, coaching de canto o actuación, artesanías, manualidades, tecnología, salud mental, medioambiente, teatro, terror, viajes, naturaleza, gimnasia, limpieza de la casa, medicina, frases motivadoras, curiosidades, casos policiales, gente peleándose, gente comiendo, religión, entre otras.

Las alusiones a contenidos educativos /de divulgación, políticos y de actualidad / noticias son superiores entre jóvenes de 17 a 19 años.

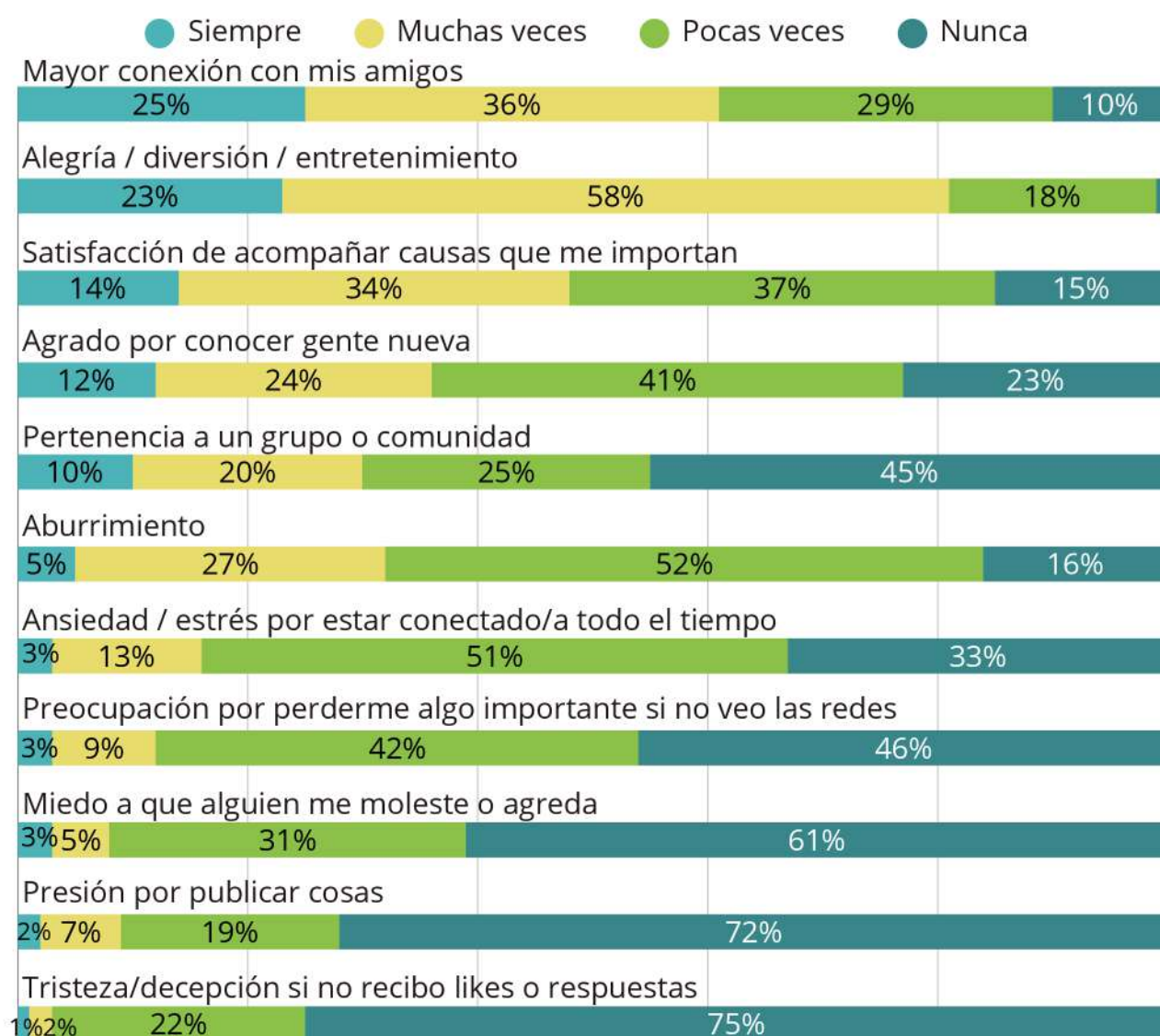
Además, entre los varones observamos una tendencia mayor a mencionar contenidos sobre deportes y videojuegos, mientras que entre las mujeres hay más referencias a arte, baile, literatura, recomendaciones de lugares y animales.

También hay inclinaciones según los tipos de escuelas. Los estudiantes de las artísticas señalan más los contenidos de arte, baile/danza, literatura y política. Los contenidos sobre videojuegos aparecen en mayor proporción entre quienes asisten a escuelas técnicas y los de deportes entre estudiantes de escuelas normales.

¿Con qué frecuencia sentís estas emociones al usar redes sociales?

Base: quienes usaron redes sociales este año, 430 casos.

Los números indican porcentajes.





La ansiedad o estrés por estar en permanente conexión es algo mayor entre jóvenes de 17 a 19 años.

La sensación de que las redes permiten lazos más estrechos con amistades aparece con proporciones superiores en el rango de 13 a 14 años y es superior entre los varones. También muestra porcentajes más elevados entre jóvenes residentes en la Ciudad de Buenos Aires.

El aburrimiento es algo más elevado entre las mujeres y entre jóvenes cuyo principal sostén de hogar tiene un nivel educativo alto. También muestra porcentajes superiores entre estudiantes de escuelas medias y artísticas.

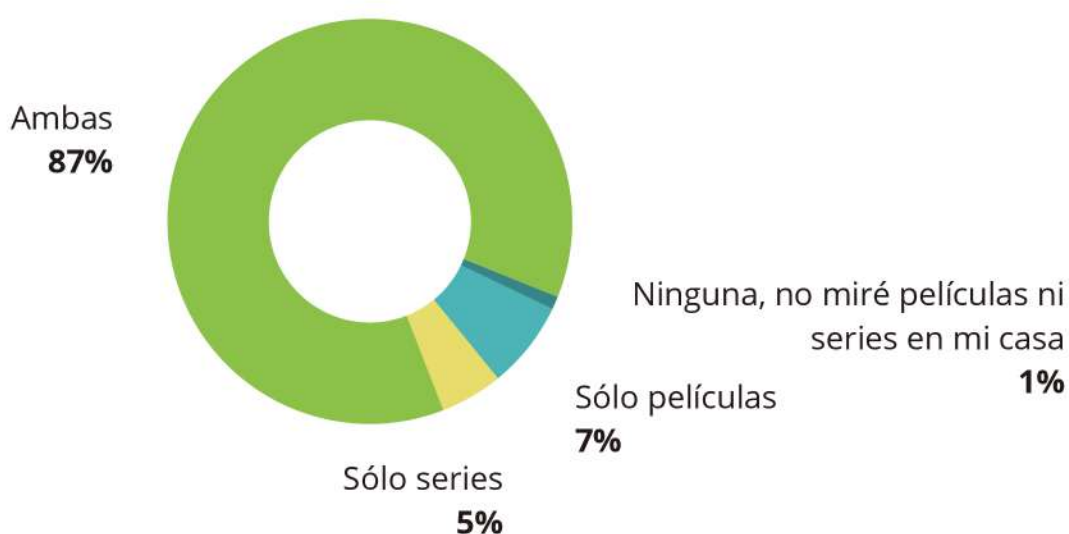
La satisfacción de acompañar causas relevantes es mayor entre las mujeres, estudiantes de escuelas artísticas y crece con la edad.

Por último, pese a que el temor a posibles agresiones no es una emoción preponderante, sí resulta relevante subrayar que muestra una tendencia más elevada entre las mujeres.

Películas y series en el hogar

El consumo audiovisual en el hogar se presenta como una práctica extendida y muy frecuente, sostenida por el acceso a plataformas de streaming y dispositivos digitales. Casi la totalidad de las personas consultadas vio películas y/o series y, además, la mitad de ellas lo hizo en forma intensiva, es decir, entre tres veces por semana y todos los días.

En este año, ¿viste películas y/o series en tu casa?





Las respuestas de frecuencia fueron recodificadas de esta manera:

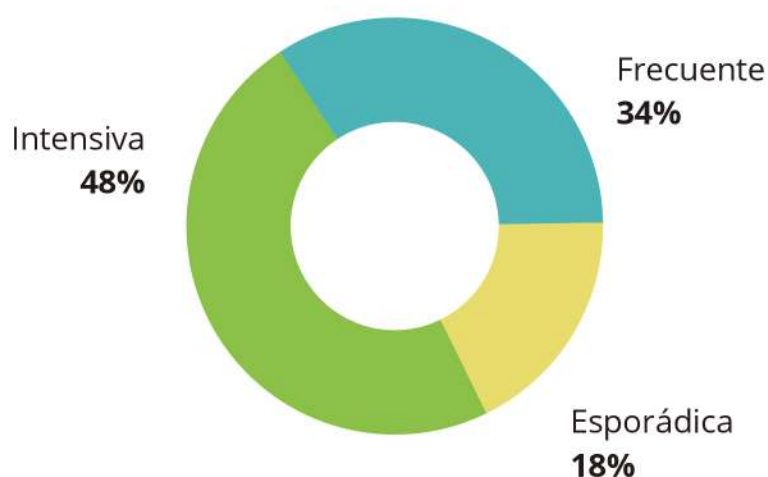
“Todos los días” y “Entre 3 y 5 veces por semana”: intensiva.

“Una o dos veces por semana”: frecuente.

“Una vez cada 15 días” y “una vez por mes o menos”: esporádica.

En este año ¿con qué frecuencia viste películas y/o series en tu casa?

Base: quienes vieron películas y/o series en su casa este año: 429 casos.

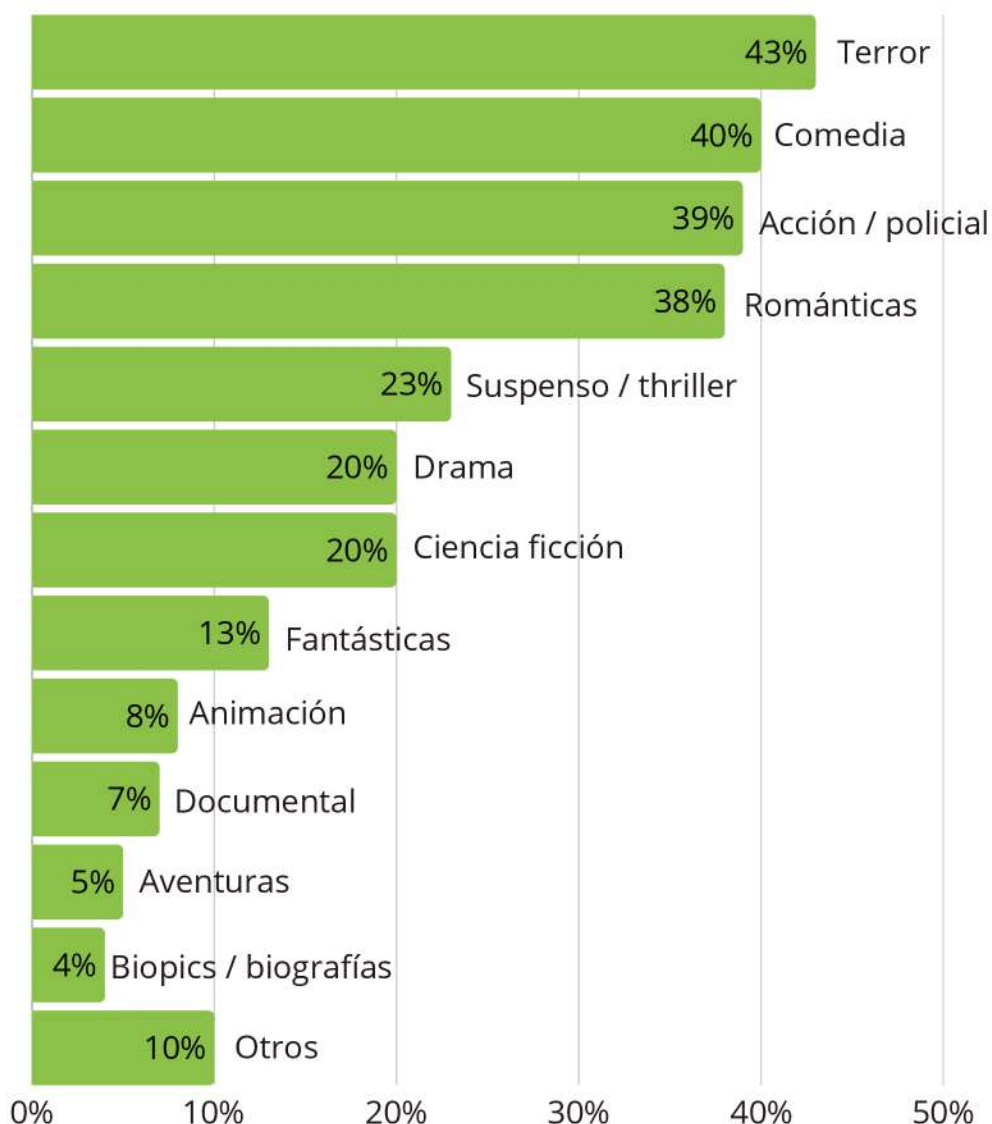


La frecuencia intensiva de consumo de películas y/o series en el hogar muestra proporciones superiores entre las mujeres (52% frente a 39% en varones).

En cuanto a los géneros de preferencia, mencionan tres en promedio. Los más nombrados son terror, comedia, acción/policial y romance.

¿Qué tipos de historias preferís cuando ves películas o series (géneros)?

Respuestas múltiples. Base: quienes vieron películas y/o series en su casa este año: 429 casos.



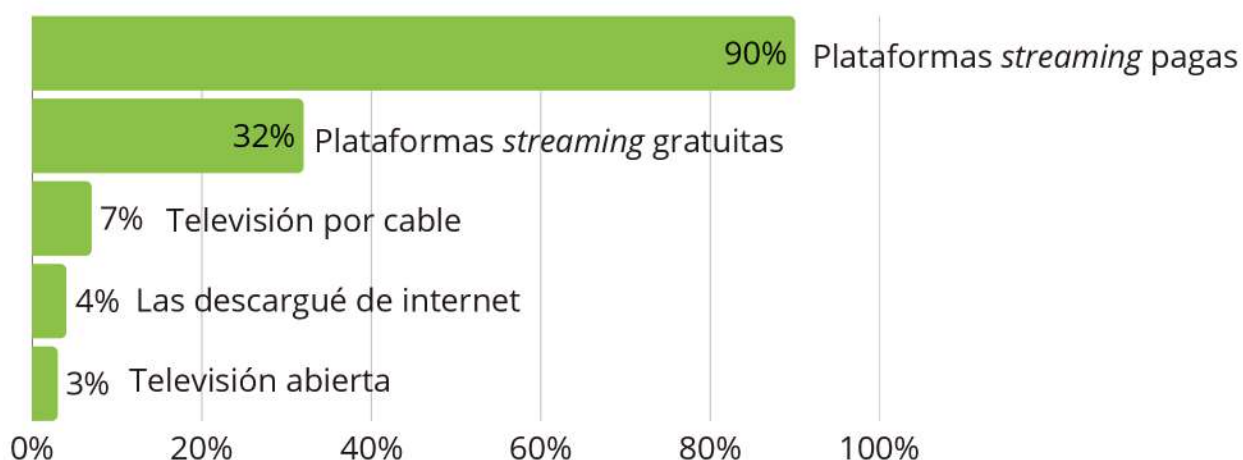
En otras respuestas indican otros géneros como musicales, clásicas, novelas, bélicas, pero también algunas personas se refieren a temáticas, como películas sobre narcos, deportes, videojuegos o juveniles / adolescentes.

Los géneros romántico, fantástico y drama son más nombrados por las mujeres, mientras que entre los varones aparecen en mayor proporción comedia y acción / policiales. Además, el interés por el género documental aumenta con la edad de las personas encuestadas.

Las plataformas *streaming* pagas aparecen en primer lugar con un porcentaje muy superior: nueve de cada diez jóvenes las usan, sin distinciones muy significativas según nivel socioeconómico.

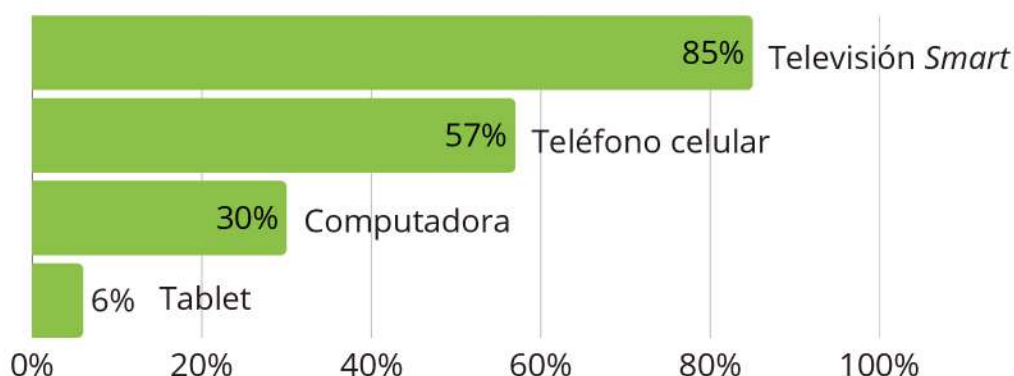
En este año, ¿a través de qué medios accediste a las películas y/o series que viste en tu casa?

Respuesta múltiple. Base: quienes vieron películas y/o series en su casa este año: 429 casos.



En este año, ¿qué dispositivos utilizaste para ver películas y/o series?

Respuesta múltiple. Base: quienes vieron películas y/o series en su casa este año: 429 casos.



Los dispositivos especiales (Chromecast, Apple TV), las consolas de videojuegos y la computadora conectada a la televisión tienen proporciones del 1%.

Videojuegos

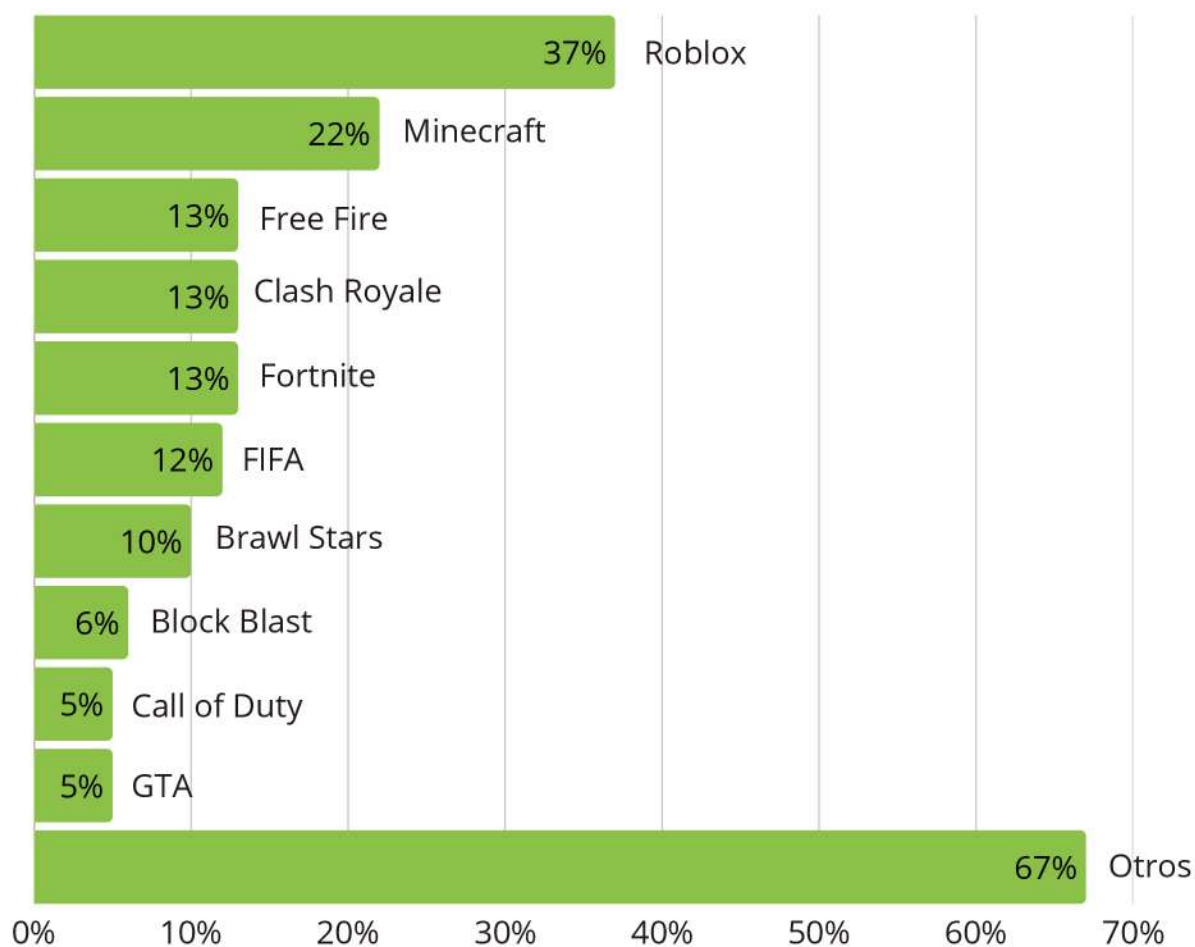
El universo de los videojuegos constituye una práctica cultural muy relevante, con altos niveles de participación y frecuencia. El 85% de los jóvenes jugó este año y el 63% lo hizo con una frecuencia intensiva (tres veces por semana o más).

Este hábito cultural aparece con mayor proporción entre los varones (97% en comparación con el 76% de las mujeres) y entre estudiantes de escuelas medias y técnicas.

La consulta sobre cuáles son los videojuegos que usan se realizó a través de una pregunta abierta que luego fue codificada. Si bien a continuación se muestran los más mencionados, es importante subrayar que nombraron en total 200 juegos, razón por la cual es alta la proporción de la respuesta "otros".

En este año ¿qué videojuegos jugaste?

Pregunta abierta codificada. Respuesta múltiple. Base: quienes jugaron videojuegos este año, 366 casos.



Roblox es más mencionado en el rango de 13 a 14 años. Las mujeres también tienden a nombrar Roblox y Block Blast. En cambio, Fortnite, GTA, FIFA y Clash Royale aparecen más entre varones.

Free Fire indica mayores proporciones entre estudiantes de nivel socioeconómico bajo y cuyo principal sostén de hogar cuenta con un nivel educativo bajo. FIFA, en cambio, aparece más mencionado entre estudiantes de nivel socioeconómico alto.

En cuanto a los tipos de escuelas, Minecraft es más elegido por estudiantes de escuelas artísticas, Free Fire entre jóvenes de escuelas media y normal. Por su parte, las referencias a FIFA y Clash Royale indican porcentajes mayores entre asistentes a instituciones técnicas, medias y normales y muy bajos en artísticas.

Las respuestas de frecuencia fueron recodificadas de esta manera:

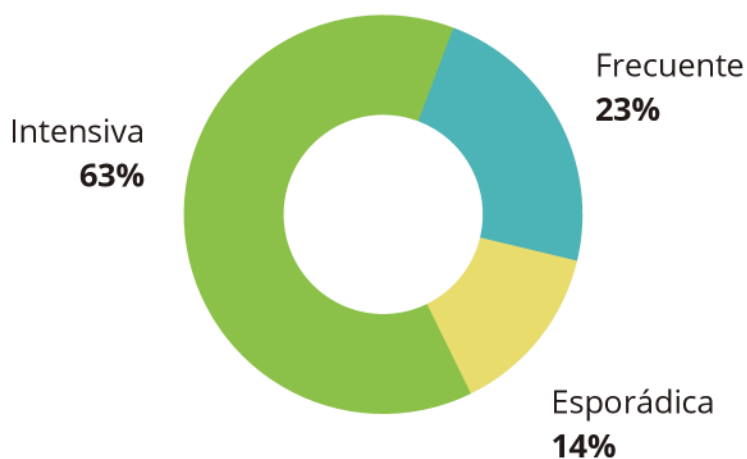
“Todos los días” y “Entre 3 y 5 veces por semana”: intensiva.

“Una o dos veces por semana”: frecuente.

“Una vez cada 15 días” y “una vez por mes o menos”: esporádica.

Este año, ¿con qué frecuencia jugaste a videojuegos?

Base: quienes jugaron videojuegos este año, 366 casos.

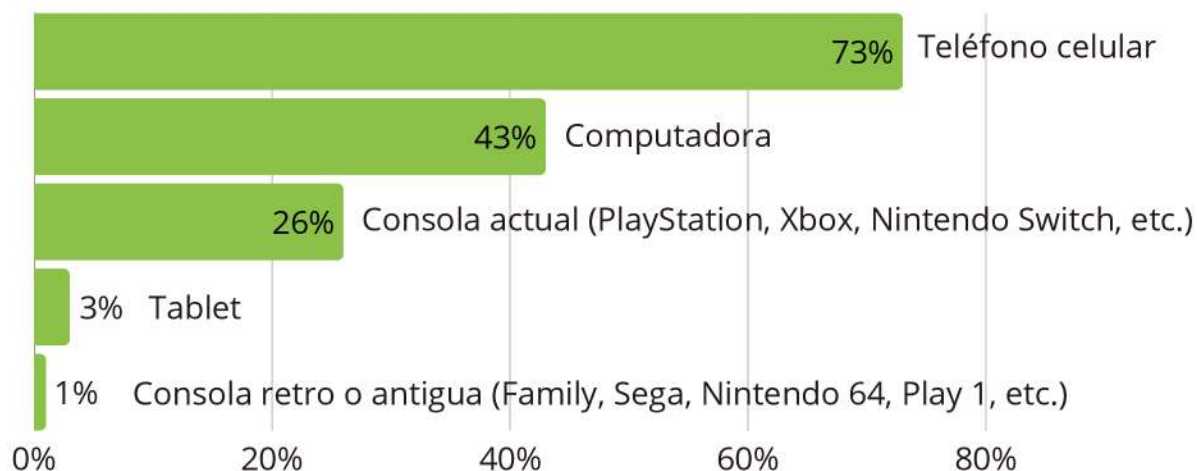


La frecuencia intensiva es mayor entre los varones: 81% en comparación con el 47% de las mujeres. Además, el uso intensivo decrece a medida que aumenta el nivel educativo del principal sostén de hogar.

El juego con muy alta frecuencia también es superior entre estudiantes de escuelas técnicas. En cambio, la frecuencia esporádica es mayor entre jóvenes asistentes a instituciones artísticas.

En este año, ¿qué dispositivos utilizaste para jugar videojuegos?

Respuesta múltiple. Base: quienes jugaron videojuegos este año, 366 casos.



El uso del teléfono celular para jugar es superior en el rango de 13 a 14 años y entre las mujeres. La mención a la computadora crece con la edad y aparece con más porcentaje entre jóvenes de 17 a 19 años.

Las referencias al celular con este fin también son superiores entre estudiantes de nivel socioeconómico bajo, mientras que el uso de la computadora y las consolas tienden a ser más mencionadas entre estudiantes de nivel medio y sobre todo alto.



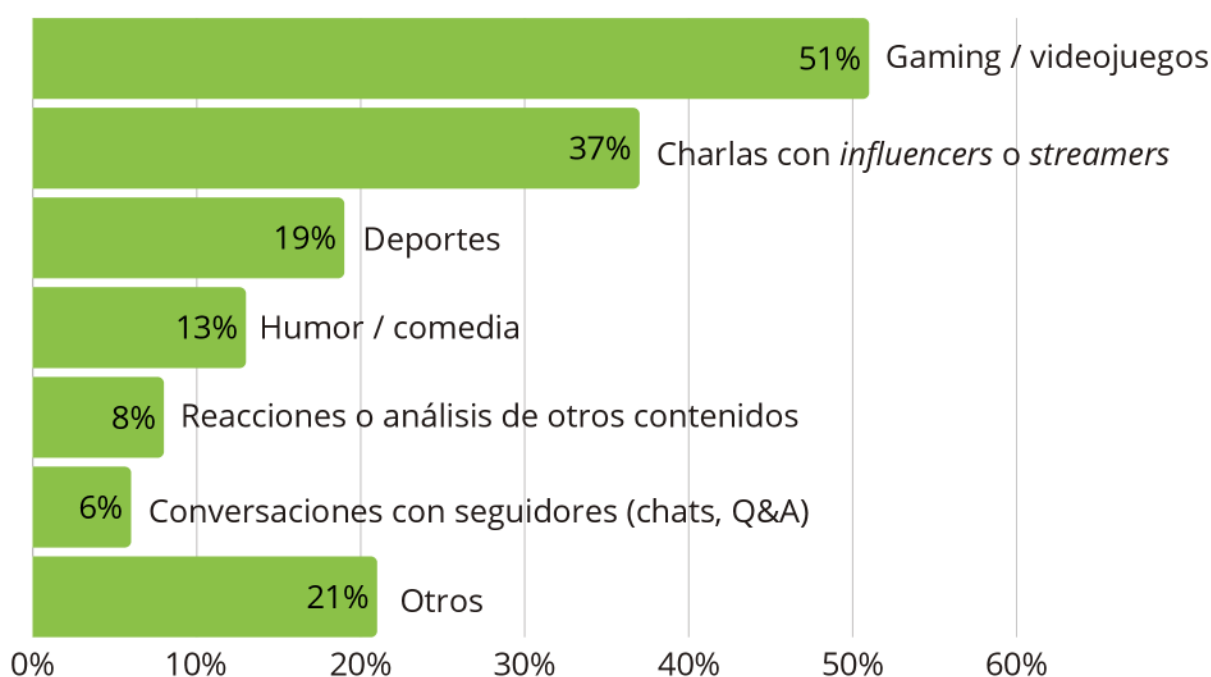
Plataformas y canales de *streaming*

45% de las personas encuestadas usó este año plataformas/canales de transmisión en vivo (*streaming*) y un tercio de ellas lo hizo en forma intensiva. El uso es mayor entre los varones (55% en comparación con el 38% de las mujeres), con un leve ascenso a medida que aumenta la edad.

Las transmisiones en vivo consolidan nuevas formas de interacción digital, donde el *gaming* ocupa un lugar central, pero se diversifica hacia otros contenidos.

¿Qué tipo de contenidos preferís ver en las plataformas/canales de transmisión en vivo (*streaming*)?

Respuesta múltiple. Base: quienes usaron plataformas y canales de streaming este año: 196 casos.



Con porcentajes menores al 3% aparecen contenidos de música en vivo, artes visuales, cocina o recetas y artes escénicas (danza, teatro, performance).

Una proporción importante menciona otras respuestas, entre las que se encuentran: ciencia, adicciones, entretenimiento, historia, filosofía, películas, biología, física y química, política, turismo, películas, idiomas, IRL (In Real Life o "en la vida real").

Los contenidos sobre videojuegos y deportes son más señalados por varones, mientras que las charlas con *influencers* o *streamers* aparecen con más porcentaje entre mujeres.

Las respuestas de frecuencia fueron recodificadas de esta manera:

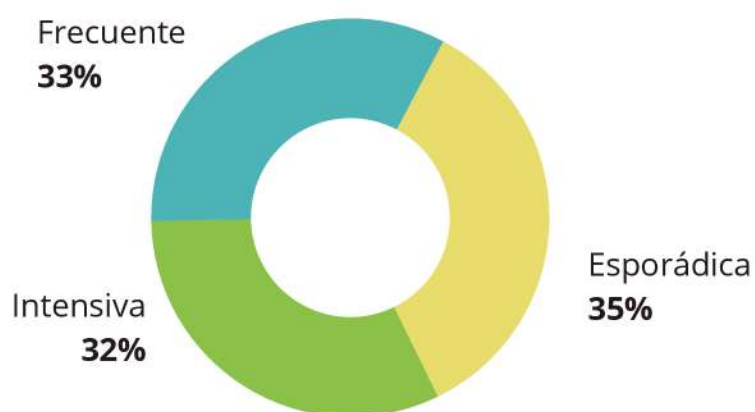
“Todos los días” y “Entre 3 y 5 veces por semana”: intensiva.

“Una o dos veces por semana”: frecuente.

“Una vez cada 15 días” y “una vez por mes o menos”: esporádica.

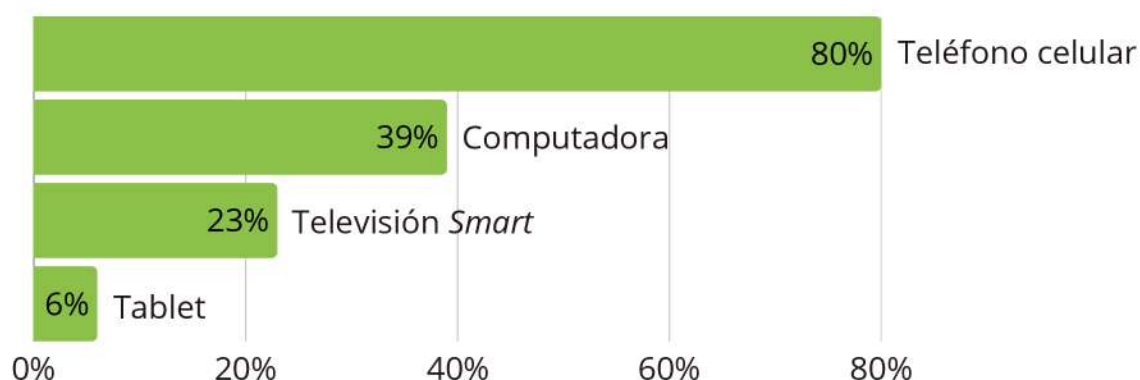
En este año ¿con qué frecuencia viste contenidos en plataformas/canales de transmisión en vivo (*streaming*)?

Base: quienes usaron plataformas y canales de *streaming* este año: 196 casos.



En este año, ¿qué dispositivos utilizaste para ver contenidos en plataformas/canales de transmisión en vivo (*streaming*)?

Respuesta múltiple. Base: quienes usaron plataformas y canales de *streaming* este año: 196 casos.



La frecuencia intensiva de consumo de plataformas/canales *streaming* es superior entre quienes lo hacen a través de la computadora en comparación con quienes acceden mediante el celular.

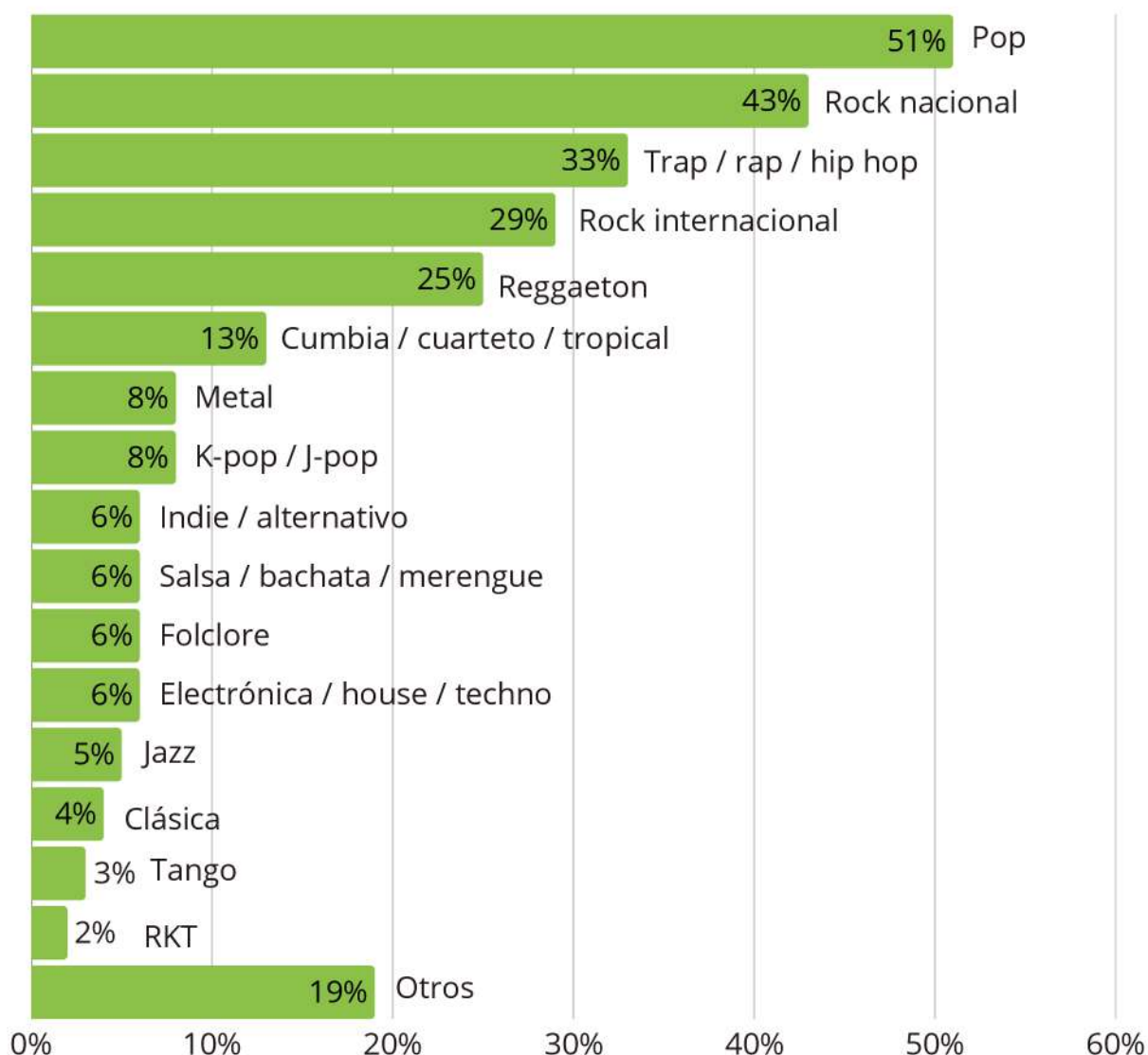
Música

La escucha de música es una práctica cultural universal y cotidiana entre los jóvenes, mediada principalmente por plataformas digitales y dispositivos móviles. El 99% escuchó música este año y el 94% lo hizo en forma intensiva (entre tres veces por semana y todos los días).

Los resultados muestran la diversidad de géneros preferidos y las variaciones según edad, género y nivel socioeconómico, reflejando la heterogeneidad del gusto musical juvenil. Mencionan tres géneros preferidos en promedio, encabezando las opciones el pop y el rock nacional.

¿Cuáles son tus géneros musicales preferidos?

Respuesta múltiple. Base: quienes escucharon música este año: 428 casos.



En otras respuestas indican baladas, romántica, blues, bossa nova, country, funk, guaracha, reggae, gótico, vocaloid, entre otros.

Los varones mencionan los géneros trap/rap/hip hop y cumbia/cuarteto/tropical en mayor proporción que las mujeres, mientras que entre ellas el pop y el rock nacional muestran porcentajes muy superiores.

La referencia a ciertos géneros también aumenta con la edad, como el rock internacional, el metal y el reggaetón.

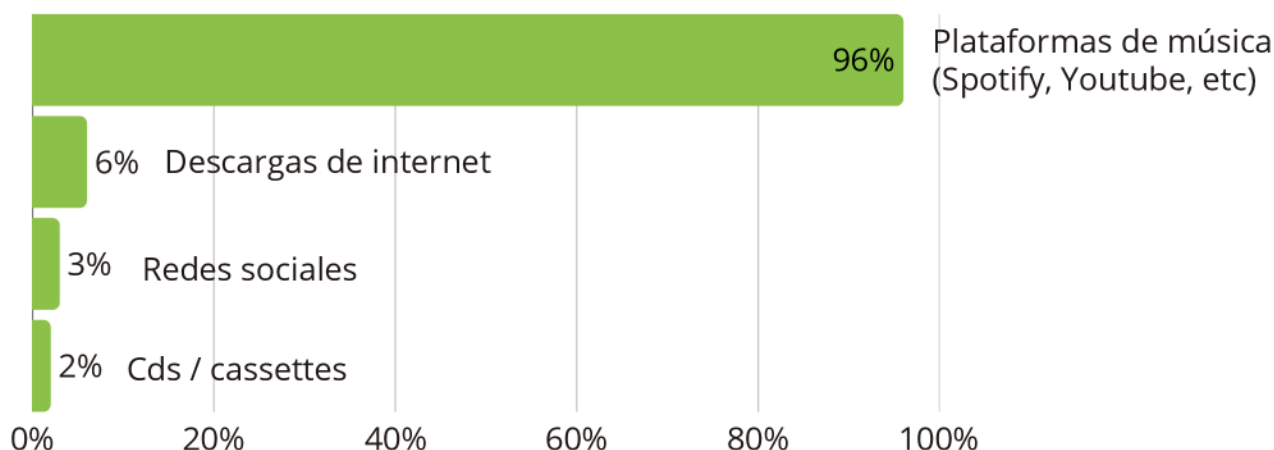
Asimismo, los estilos musicales metal, pop y rock internacional son más señalados por estudiantes de nivel socioeconómico alto, al tiempo que el género trap/rap/hip hop aparece en una proporción más elevada entre jóvenes de nivel socioeconómico medio y la salsa/bachata/merengue en mayor medida en los sectores medio y bajo en comparación con el nivel alto. Además, el género salsa/bachata/merengue también se nombra más entre jóvenes migrantes (22% frente a 4% de argentinos).

En cuanto a los tipos de escuelas, entre estudiantes de las artísticas se menciona más el pop y el rock nacional; el reggaetón en las escuelas normales y técnicas y la cumbia/cuarteto/tropical aparece sobre todo en estudiantes de escuelas técnicas.



En este año, ¿de qué forma accediste a la música que escuchaste?

Respuesta múltiple. Base: quienes escucharon música este año: 428 casos.

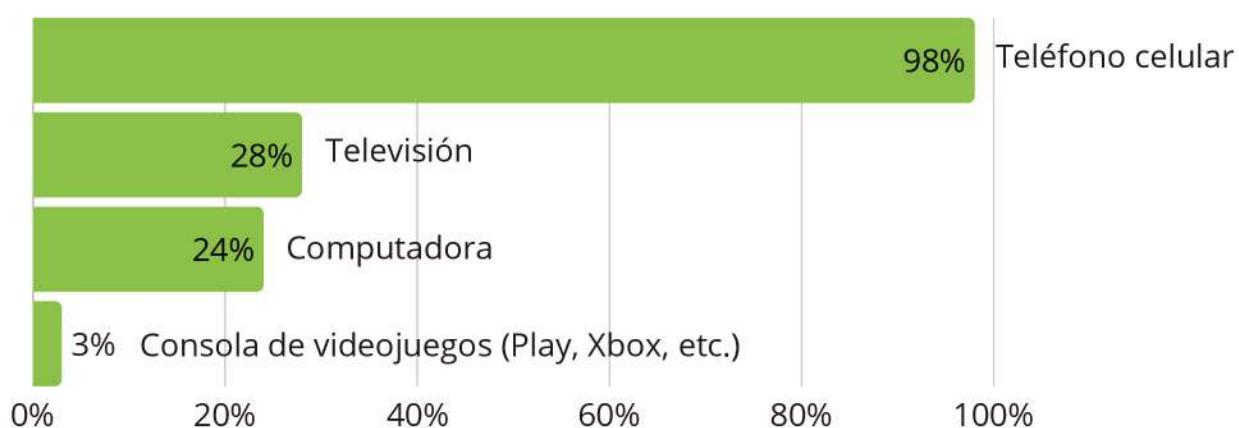


Con proporciones del 1% aparecen los canales de televisión musicales, la radio y los vinilos.



En este año, ¿qué dispositivos utilizaste para escuchar música?

Respuesta múltiple. Base: quienes escucharon música este año: 428 casos.

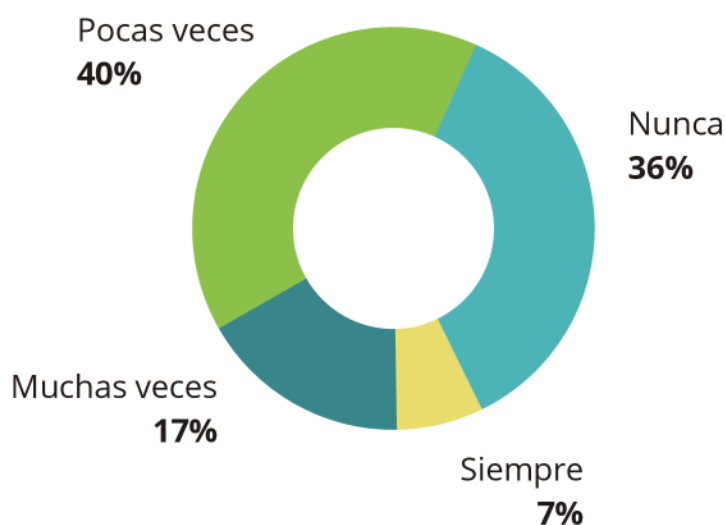


Con porcentajes del 2% o menores aparecen la Tablet, la radio, el reproductor de CD o equipo de música y el reproductor MP3 / MP4.

Simultaneidad de pantallas, dispositivos y actividades

La encuesta confirma la instalación de la multitarea digital en la vida cotidiana de jóvenes estudiantes. La simultaneidad de pantallas y actividades evidencia nuevas formas de gestionar la atención y subraya la centralidad de los dispositivos en la organización de la experiencia cultural y social. Se observa así que seis de cada diez jóvenes realizan actividades paralelas en diferentes dispositivos y que dos de ellos lo hacen siempre o casi siempre.

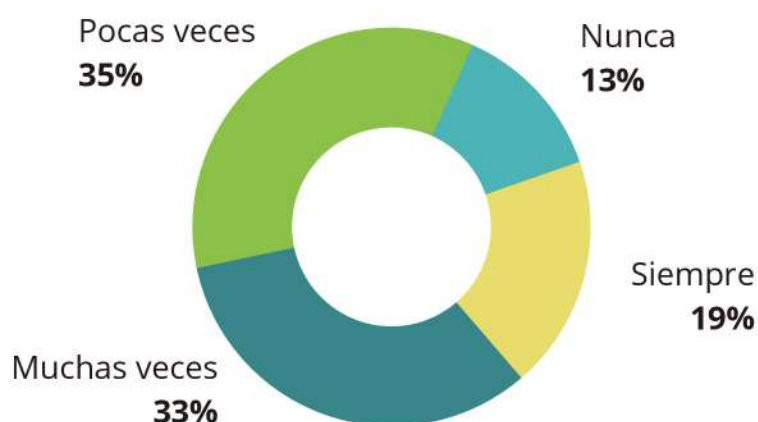
Cuando estás haciendo algo en un dispositivo (celular, la computadora, consola, etc), ¿solés hacer al mismo tiempo otra cosa en otro dispositivo?



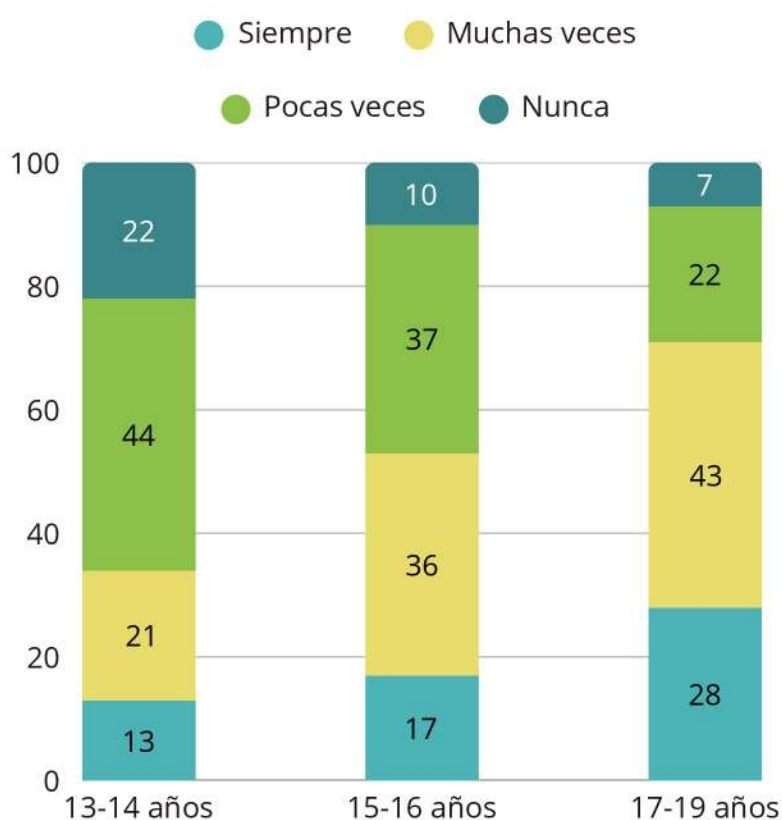
La simultaneidad de pantallas y dispositivos es menor entre los más chicos, sobre todo en el rango de 13 a 14 años: 47% responden que no lo hacen nunca en ese segmento. En cambio, las respuestas "siempre" y "muchas veces" crecen con la edad.

También hay un porcentaje alto de simultaneidad entre actividades digitales y no digitales: sólo uno de cada diez no ingresa a un dispositivo en paralelo mientras realiza sus ocupaciones y tareas cotidianas.

Cuando estás haciendo alguna actividad cotidiana (como estudiar, hacer tareas del hogar, cocinar, comer, etc.), ¿usás también algún dispositivo al mismo tiempo?



La simultaneidad entre uso de pantallas y otras actividades cotidianas es superior entre los más grandes, sobre todo en el rango de 17 a 19 años, como se advierte en el siguiente gráfico (los números indican porcentajes):



Consideraciones finales

En 2009 se realizó un trabajo de indagación sobre prácticas y consumos culturales de adolescentes que participaban del Programa Formación de Espectadores, cuyos resultados se plasmaron en el libro de Ana Durán y Sonia Jaroslavsky (2012) *Cómo formar jóvenes espectadores en la era digital*. Ya en ese momento se observaba un alto acceso tecnológico: 90% poseía teléfono celular; 77% tenía computadora en su hogar y 80% veía televisión diariamente. Y en cuanto a las salidas, predominaban las casas de amigos (27%) y esquina/calle (20%). Además, mensualmente asistían al shopping (26%), al cine (22%), a recitales (6%), museos (5%) y al teatro (5,6%).

Quince años después, este nuevo estudio nos permite arribar a algunas conclusiones comparativas, aunque con cautela metodológica debido a las diferencias en los instrumentos y escalas de medición. En 2009 se utilizó un dispositivo que combinó encuestas a estudiantes, grupos focales y entrevistas a docentes, mientras que la medición actual consistió en una encuesta que incluyó nuevas variables. Las transformaciones en las dinámicas de consumo de la última década obligaron a ampliar la cobertura temática incluyendo otras prácticas presenciales y mediatizadas, como las redes sociales, el consumo audiovisual en plataformas, los videojuegos, el *streaming* en vivo, la lectura que combina soportes en papel y digital, la música digital y la multitarea.

La comparación entre ambas investigaciones nos permite identificar algunas transformaciones:

- Actividades presenciales y salidas: los amigos siguen siendo núcleo central de organización de la experiencia cultural. En 2025 crecen las salidas a museos, centros culturales y teatro especialmente en estudiantes de escuelas artísticas y de nivel socioeconómico alto.
- Fuentes de información y mediadores: del triángulo amigos-TV-web de 2009 se pasa a amigos-Instagram-TikTok en 2025.
- Acceso tecnológico y multitarea: en 2025 se refuerza la tendencia a simultaneidad de tareas y actividades presenciales y digitales con la centralidad del uso del teléfono celular.
- Consumo audiovisual hogareño: se advierte un tránsito de la TV abierta o por cable al uso de plataformas streaming.
- Crece la lectura de libros, combinando soportes en papel y digital.
- El consumo de música es mayormente digitalizado.

Ahora bien, enfocándonos en la investigación actual, identificamos tendencias transversales que resulta relevante destacar en relación con el énfasis en la construcción de ciudadanía cultural que orienta al Programa de Formación de

Espectadores: la combinación entre prácticas mediatizadas y presenciales, la centralidad del teléfono celular, las desigualdades socioeconómicas y educativas y las segmentaciones de género.

Combinación de prácticas mediatizadas y presenciales. Las actividades realizadas en el entorno digital conviven y se complementan con la lectura de libros en papel, las salidas culturales a espacios como cines, museos o teatros y, sobre todo, los encuentros presenciales dentro de sus círculos afectivos. En este punto, se observa la primacía de la sociabilidad entre pares: las amistades son la compañía principal para salidas y prácticas culturales, aunque la familia sigue teniendo peso entre los más chicos. Esto muestra que los consumos digitales no sustituyen las experiencias presenciales, sino que se entrelazan con ellas.

Centralidad del teléfono celular en casi todas las prácticas digitales juveniles. El protagonismo de este dispositivo habla de la transformación en los modos de socialización y de organización del consumo cultural. Mientras que en el pasado la televisión en el living del hogar estructuraba experiencias colectivas en torno a la familia, hoy el celular habilita consumos individualizados, portátiles y ubicuos, donde cada joven selecciona contenidos, géneros y tiempos de acceso. Esto no implica la desaparición de experiencias compartidas, ya que los consumos pueden resignificarse en otros ámbitos, ya sea presenciales como las actividades con amistades o digitales como las redes sociales o los videojuegos.

Desigualdades socioeconómicas y educativas. Mientras que las actividades culturales presenciales —asistencia a museos, teatro, centros culturales o recitales— muestran una participación mayor entre jóvenes de sectores altos y estudiantes de escuelas artísticas, en los sectores bajos estas experiencias aparecen más restringidas. En contraposición, los consumos digitales —redes sociales, música en *streaming*, videojuegos, series y películas en plataformas— emergen como prácticas más transversales a todos los grupos sociales. En este sentido, el consumo digital puede interpretarse como un espacio de democratización relativa del acceso cultural, aunque no necesariamente equitativo, ya que las diferencias se desplazan a la calidad de las conexiones, los dispositivos disponibles y la mediación educativa. No obstante, ciertas experiencias presenciales en el campo cultural siguen marcadas por desigualdades de clase y recursos escolares y familiares disponibles para convertirlas en prácticas habituales.

Segmentaciones de género en los consumos culturales juveniles que tienden a reproducir y reforzar gustos y roles asociados a estereotipos tradicionales. Los varones se inclinan en mayor medida por deportes como el fútbol o el boxeo, por géneros audiovisuales vinculados a la acción, lo policial o la ciencia ficción, y por videojuegos de competencia y estrategia, en sintonía con un mandato cultural que

privilegia la fuerza, la destreza física y la competitividad. Las mujeres, en cambio, aparecen sobrerrepresentadas en prácticas como la danza y el vóley, en la lectura de libros —particularmente géneros románticos y fantásticos—, en el consumo audiovisual de historias románticas y dramáticas, y en la preferencia por redes sociales visuales y expresivas como TikTok y Pinterest, lo cual reproduce la asociación entre feminidad, sensibilidad y expresividad emocional. Estas diferencias expresan cómo la socialización de género orienta las trayectorias culturales y condiciona las elecciones. No obstante, los resultados también dan cuenta de ciertos espacios de resignificación, donde una parte de los jóvenes elige actividades desplazadas de los estereotipos genéricos.

Los datos de este estudio, además de permitirnos caracterizar una parte de los públicos juveniles contemporáneos, también ofrecen claves analíticas para el rediseño y la actualización de estrategias del Programa de Formación de Espectadores, así como también orientaciones para las políticas culturales y educativas en general.

En lo que respecta al Programa, la hibridación entre lo digital y lo presencial muestra que se trata de esferas complementarias que requieren propuestas capaces de articular lenguajes y espacios diversos. La centralidad del uso de redes sociales, videojuegos y *streaming* audiovisual y musical en las prácticas juveniles conduce a repensar estrategias de mediación cultural que dialoguen con esos lenguajes y plataformas. La interrelación con el mundo digital, la difusión de actividades a través de redes y el uso de narrativas cercanas al consumo cotidiano de los jóvenes pueden potenciar y enriquecer el impacto del Programa. Asimismo, la simultaneidad de pantallas y actividades revela que una parte importante de los estudiantes gestiona la atención en un entorno de hiperconexión. Esto plantea un desafío pedagógico: las propuestas del Programa no deberían solo ofrecer experiencias de participación en propuestas culturales, sino también espacios de desaceleración y desconexión, donde la vivencia artística se distinga de la multitarea cotidiana y de lugar a otras formas de percepción, reflexión y socialización.

La persistencia de segmentaciones de género y de desigualdades socioeconómicas en la participación cultural reafirman los desafíos históricos que ha tenido el Programa: generar curadurías diversas, atendiendo a la pluralidad de intereses y motivaciones y promoviendo cruces que permitan ampliar horizontes, habilitar el acceso a manifestaciones artísticas menos presentes en los consumos cotidianos, intentando reducir barreras de acceso, sobre todo simbólicas, y poniendo en discusión los estereotipos de género a través de estrategias de acompañamiento, accesibilidad y mediación que faciliten la participación sostenida en experiencias culturales diversas. De este modo, el Programa puede consolidarse como un puente entre los circuitos culturales hegemónicos del mercado digital y las experiencias artísticas que construyen ciudadanía cultural.

Bibliografía

Durán, A. (2017). Nuevos públicos, artes escénicas y escuela. Cuando los jóvenes devienen espectadores. Editorial Leviatán. Buenos Aires.

Instituto de Estadística y Censos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (2025). Ingresos en la Ciudad de Buenos Aires. 1er. trimestre de 2025
https://www.estadisticaciudad.gob.ar/eyc/wp-content/uploads/2025/06/ir_2025_1958.pdf

Jaroslavsky, S., Durán, A. (2012) Cómo formar jóvenes espectadores en la era digital: una experiencia desde el ámbito del Estado con adolescentes de las escuelas de la ciudad de Buenos Aires, Editorial Leviatán. Buenos Aires.

Equipo

Dirección de la investigación: Sonia Jaroslavsky (Formación de espectadores) y Mariana Aramburu (Enfoque Consumos Culturales).

Encuestas equipo Formación de Espectadores: Florencia Fernández Feijoo, Laura Lazzaro, Sonia Jaroslavsky, Pedro Antony, Franco Gentile, Paula Andrada, Agustina Piñeiro, Belén Parrilla.

Gestión educativa encuesta: Laura Lazzaro, Franco Gentile.

Equipo Enfoque Consumos Culturales para esta investigación: Mariana Aramburu, Leandro González, Juan Manuel Alonso.

Programación de encuesta: Agustín Pannunzio, Web Opinion.

Diseño: Nahuel Padrevecchi.

Agradecimientos: Marina Moguillansky, Agustín Valle y Griselda Bustelo.
Buenos Aires, octubre de 2025.

Contacto

Programa Formación de Espectadores

Dirección General de Escuela Abierta a la Comunidad.
Subsecretaría de Gestión del Aprendizaje
Ministerio de Educación G.C.B.A.

Email: formaciondeespectadores@gmail.com

WEB: www.formaciondeespectadores.com.ar

IG: @formacion_de_espectadores

Enfoque Consumos Culturales

Email: info@enfoqueconsumosculturales.org.ar

WEB: <https://enfoqueconsumosculturales.org.ar/>

IG: @enfoquecc