

CULTURAS INDEPENDIENTES

Caracterización y distribución geográfica de las organizaciones culturales urbanas con programación en vivo de la Ciudad de Buenos Aires.

2018-2019



Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

Culturas independientes: caracterización y distribución geográfica de las organizaciones culturales urbanas con programación en vivo de la Ciudad de Buenos Aires, 2018-2019. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ministerio de Cultura del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2019.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: [descarga](#)

ISBN 978-987-1358-72-4

1. Dinámica Cultural. 2. Gestión Cultural. I. Título
CDD 306.48

El material incluido en esta publicación puede ser reproducido total o parcialmente, por medios mecánicos o electrónicos, siempre que sea citada la fuente y autoría.

CULTURAS INDEPENDIENTES



Caracterización y distribución geográfica
de las organizaciones culturales urbanas
con programación en vivo de la
Ciudad de Buenos Aires.



2018-2019

Informe Final



AUTORIDADES

GOBIERNO DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES

Jefe de Gobierno:

Horacio Rodríguez Larreta

Vicejefe de Gobierno:

Diego Santilli

Jefe de Gabinete:

Felipe Miguel

Ministro de Cultura:

Enrique Avogadro

Subsecretaria de Políticas Culturales y Nuevas Audiencias:

Luciana Blasco

EQUIPO DE TRABAJO

Dirección General de la Investigación:

Dr. Matías Zarlenga (IIAC-UNTREF)

Análisis y elaboración del Informe:

Dr. Matías Zarlenga (IIAC-UNTREF),

Lic. Sabrina Cassini (IIAC-UNTREF)

Dr. Guillermo Quiña (CONICET-UNCo)

Lic. Adriana Benzaquén (OCPPC-CCC)

Mesas de Diagnóstico y Diseño de cuestionario:

Lic. Adriana Benzaquén (OCPPC-CCC)

Dra. Romina Sánchez Salinas (OCPPC-CCC)

Mg. Melina Seldes (CILEM)

Lic. Sabrina Cassini (IIAC-UNTREF)

Lic. Luis Sanjurjo (OCPPC-CCC)

Lic. Emiliano Fuentes Firmani (IIAC-UNTREF)

Coordinación Operativa de la Investigación:

Lic. Gabriel Gasparrou (IIAC-UNTREF)

Coordinación de Campo:

Lic. Rocío Bustamante (IIAC-UNTREF)

Lic. Nicolás Sticotti (UNTREF)

Asistencia Estadística:

Lic. Diego Masello (CIEA-UNTREF)

Asistencia Geográfica:

Lic. Adrián Iulita (CIGG-UNTREF)

Téc. Cecilia Ayelen Berón (ICO-UNGS)

Diseño gráfico:

Rodrigo Martínez Ruiz

Fotografía:

Gentileza de espacios culturales independientes

Dirección del proyecto:
Instituto de investigaciones en Arte y
Cultura Dr. Norberto Griffo (IIAC) de la
Universidad Tres de Febrero

Organizaciones participantes:
Centro interdisciplinario
de Estudios Avanzados
(CIEA) de la Universidad
Tres de Febrero

Observatorio de Culturas
Políticas y Políticas
Culturales (OCPPC)
del Centro Cultural de la Coope-
ración "Floreál Gorin" (CCC)

IIAC
Instituto de Investigaciones en
Arte y Cultura Dr. Norberto Griffo

UNTREF
UNIVERSIDAD NACIONAL
DE TRES DE FEBRERO

CIEA
Centro Interdisciplinario
de Estudios Avanzados





ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	10
Presentación de la Investigación	11
Equipo de trabajo y estructura del Informe	12
 PARTE I:	
FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	13
Capítulo 1: Culturas Independientes	14
1.1. A qué llamamos independiente	14
1.2. El desafío de definir lo independiente	15
1.3. Hacia una historia de la cultura independiente en la Ciudad de Buenos Aires	16
1.4. Los espacios culturales independientes	17
1.4.a. Salas de Teatro independiente	18
1.4.b. Centros Culturales	19
1.4.c. Clubes de Música en Vivo	20
1.4.d. Milongas	21
 Capítulo 2: Marco Teórico y Conceptual	23
2.1. Estudios sobre espacios culturales que programan en vivo	23
2.2. Hacia una sociología de las organizaciones culturales urbanas	24
2.3. Elementos para un análisis de las organizaciones culturales urbanas que programan en vivo desde una perspectiva sociológica	26
 Capítulo 3 - Diseño metodológico	31
3.1. Universo de análisis	31
3.1.a. Definición del universo de análisis y delimitación geográfica	31
3.1.b. Base de datos y Población analizada	34
3.1.c. Definición de la muestra	37
3.1.d. Unidad de Análisis y operacionalización de variables	37
3.3. Mesas de diagnóstico y diseño de cuestionario	37
3.4. Recogida de información y Modalidad de Análisis	39
 PARTE II:	
CARACTERIZACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES QUE PROGRAMAN EN VIVO	42
Capítulo 4: Configuración Social de las organizaciones culturales	45
4.1. Regulaciones normativas o aspectos formales de las organizaciones culturales	45
4.2. Marcos cognitivos-culturales y formas de sociabilidad de las organizaciones culturales	49
 Capítulo 5: Configuración material de las organizaciones culturales	53
5.1. Características espaciales de las organizaciones culturales	53
5.1.a. Tipo de inmueble	53
5.1.b. Titularidad del inmueble	54
5.1.c. Razones de la elección del inmueble y mudanza	55
5.1.d. Características del inmueble	58
5.1.e. Espacio de guardado y adaptabilidad para la programación	59

5.2. Características del Espacio Escénico	61
5.2.a. Ambientes, dimensiones y aforo	62
5.2.b. Características y adaptabilidad para la programación	64
5.3. Equipamiento y tecnología	68
5.4. Gestión y planificación de las organizaciones culturales	70
Capítulo 6: Equipos de trabajo y personas que integran las organizaciones culturales	74
6.1. Integrantes, equipos de trabajo y roles	74
6.2. Características sociodemográficas de las personas que realizan tareas de programación y organización	76
6.3. Tipos, canales y forma de capacitación	79
Capítulo 7: Configuración económica de las organizaciones culturales	82
7.1. Fuentes de Ingresos	82
7.2. Subsidios	84
7.3. Distribución de Ingresos	86
7.4. Gastos y Excedentes	88
Capítulo 8: Programación de las organizaciones culturales	90
8.1. Criterios y Tipos de programación	90
8.2. Formas y finalidades de programación	95
8.3. Modalidades de promoción de la programación	102
8.4. Caracterización y percepción de públicos	104
Capítulo 9: Reflexiones sobre géneros y organizaciones culturales	107
9.1. Cantidad de personas involucradas en la organización según géneros	108
9.2. Roles dentro de la organización según géneros	110
9.3. Formas de contratación según géneros	112
9.4. Toma de decisiones según géneros	113
9.5. Protocolos sobre violencias y disidencias	115
9.6. Programación para disidencias	115
PARTE III:	
EL ENTORNO DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES	117
Capítulo 10: Entorno organizacional, problemas y demandas de las organizaciones culturales	119
10.1. Pertenencia a organizaciones, plataformas, redes y cámaras	119
10.2. Problemas y demandas	121
Capítulo 11: Entorno urbano de las organizaciones culturales: aspectos físicos, jurídicos-identitarios y distribución espacial	124
11.1. Distribución de organizaciones culturales según barrio	124
11.1.a. Distribución total de organizaciones culturales según barrio	124
11.1.b. Distribución Salas de Teatros según barrio	126
11.1.c. Distribución Clubes de Música según barrio	128
11.1.d. Distribución Centros Culturales según barrio	130



ÍNDICE

11.1.e. Distribución Milongas según barrio	133
11.2. Distribución de organizaciones culturales según avenidas principales	135
11.2.a. Distribución total de organizaciones culturales según avenidas principales	135
11.2.b. Distribución Salas de Teatros según avenidas principales	138
11.2.c. Distribución Clubes de Música en vivo según avenidas principales	141
11.2.d. Distribución Centros Culturales según avenidas principales	144
11.2.e. Distribución Milongas según avenidas principales	147
11.3. Distribución de organizaciones culturales según líneas de subte	150
11.3.a. Distribución total de organizaciones culturales según líneas de subte	150
11.3.b. Distribución Salas de Teatros según líneas de subte	151
11.3.c. Distribución Clubes de Música en vivo según líneas de subte	153
11.3.d. Distribución Centros Culturales según líneas de subte	154
11.3.e. Distribución Milongas según líneas de Subte	156
11.4. Densidad urbana de las organizaciones culturales	158
11.4.a. Densidad total de organizaciones culturales	158
11.4.b. Densidad de Salas de Teatros	159
11.4.c. Densidad de Clubes de Música en vivo	160
11.4.d. Densidad de Centros Culturales	161
11.4.e. Densidad de Milongas	162
Capítulo 12. Entorno urbano: aspectos sociodemográficos	164
12.1. Distribución de organizaciones culturales según cantidad de población	164
12.1.a. Distribución total de organizaciones culturales según cantidad de población, densidad y oferta	164
12.1.b. Distribución de Salas de Teatro según cantidad de población	170
12.1.c. Distribución Clubes de Música en vivo según cantidad de población	172
12.1.d. Distribución Centros Culturales según cantidad de población	173
12.1.e. Distribución Milongas según cantidad de población	175
12.2. Distribución de organizaciones culturales según edad	177
12.2.a. Distribución total de organizaciones culturales según edad	178
12.2.b. Distribución Salas de Teatros según edad	181
12.2.c. Distribución Clubes de Música en vivo según edad	183
12.2.d. Distribución Centros Culturales según edad	184
12.2.e. Distribución Milongas según edad	186
12.3. Distribución de organizaciones culturales según nivel educativo	189
12.3.a. Distribución total de organizaciones culturales según nivel educativo	189
12.3.b. Distribución Salas de Teatros según nivel educativo	192
12.3.c. Distribución Clubes de Música en vivo según nivel educativo	193
12.3.d. Distribución Centros Culturales según nivel educativo	195
12.3.e. Distribución Milongas según nivel educativo	197
CONCLUSIONES	199
REFERENCIAS	207
ÍNDICE DE FIGURAS, TABLAS Y MAPAS	212
Índice de Figuras	212



ÍNDICE

Índice de Tablas	214
Índice de Mapas	216

ANEXOS	218
---------------	------------

Anexo 1: Aclaraciones metodológicas	218
Anexo 2: Tablas Configuración social de las organizaciones culturales	225
Anexo 3: Tablas Configuración material de las organizaciones culturales	228
Anexo 4: Tablas Equipos de trabajo e integrantes de las organizaciones culturales	235
Anexo 5: Tablas Configuración económica de las organizaciones culturales	237
Anexo 6: Tablas Programación de las organizaciones culturales	241
Anexo 7: Tablas géneros y organizaciones culturales	248
Anexo 8: Tablas entorno organizacional de las organizaciones culturales	250
Anexo 9: Cantidad total de organizaciones culturales independientes distribuidos según barrios de la Ciudad de Buenos Aires	253
Anexo 10: Cantidad de organizaciones culturales independientes distribuidos según ejes viales principales de la Ciudad de Buenos Aires	254
Anexo 11: Cantidad de organizaciones culturales independientes distribuidos según líneas de subte de la Ciudad de Buenos Aires	255

INTRODUCCIÓN



PRESENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El propósito principal del presente Informe de Investigación es analizar las organizaciones culturales que programan en vivo, que forman parte del llamado sector cultural independiente de la Ciudad de Buenos Aires. Para esta finalidad, se realizó un relevamiento, georreferenciación y descripción de las características principales, demandas, problemas y necesidades del sector cultural independiente que programa en vivo, tomando como universo de análisis las Salas de Teatro, los Centros Culturales, los Clubes de Música en vivo y las Milongas de la ciudad durante el año 2018.

1 La investigación buscó, **en primer lugar**, generar dimensiones de análisis que permitan caracterizar los aspectos principales, demandas, necesidades y problemas del sector cultural independiente de la Ciudad de Buenos Aires a partir de una modalidad participativa que involucró activamente a espacios, organizaciones y redes de cada sector de la cultura independiente. Esta tarea supuso, por un lado, la realización de diagnósticos colectivos a partir de contactos con diversas personas que representan a cada sector, que permitió relevar rápida y ágilmente las necesidades de cada organización en términos de información y sistematización. Por otro, la puesta en práctica de metodologías de planificación participativa y la comprensión de los nuevos datos e información ya disponible, determinando su actualidad y alcance.

2 **En segundo lugar**, se buscó generar indicadores empíricos que permitan medir las características principales de las organizaciones culturales analizadas a partir del desarrollo conceptual de indicadores novedosos. Esta meta supuso el análisis de iniciativas similares y diseño de nuevos contenidos que permitan posicionar una mirada original sobre el análisis y mapeo del sector cultural independiente, proponiendo indicadores hasta ahora no considerados en los análisis tradicionales de la cultura. En este sentido, se trabajó a partir de una perspectiva próxima a la sociología de las organizaciones culturales urbanas. Esta perspectiva permitió, en primer lugar, definir a las Salas de Teatro, Centros Culturales, Clubes de Música y Milongas analizadas como tipos particulares de organizaciones culturales urbanas. En segundo lugar, esta mirada facilitó la construcción de indicadores desde una perspectiva articulada, que incluyó dimensiones como la configuración social (regulaciones formales y redes informales), material (características espaciales, escénicas, equipamiento técnico y herramientas de gestión) y económica; las características de sus equipos de trabajo e integrantes, y los modos, finalidades y tipos de programación.

3 **En tercer lugar**, esta investigación se propuso mapear las organizaciones culturales analizadas según sector (Salas de Teatro, Centros Culturales, Clubes de Música en vivo y Milongas) para establecer algún tipo de explicación de su distribución geográfica de acuerdo con variables urbanas y sociodemográficas. En este sentido, se realizó una cartografía y georreferenciación de las Salas de Teatro, Centros Culturales, Clubes de Música en Vivo y Milongas que forman parte del sector independiente de la ciudad, detectando las zonas urbanas de mayor concentración y densidad. También, se buscó entender su distribución espacial de acuerdo con las principales variables de la estructura física (avenidas y líneas de subte), jurídico-identitaria (barrios) y aspectos sociodemográficos (población, edad y nivel educativo) de la ciudad.

Esta investigación incorporó, a su vez, una perspectiva no sexista, tanto en su lenguaje, como en la construcción de indicadores y en la forma de análisis de datos. De este modo, no solo se buscó avanzar en una mejor comprensión del sistema de distribución de roles y recursos, sino repensar la división del trabajo según géneros en las organizaciones culturales.

Finalmente, dada la poca cantidad de estudios que han analizado al sector cultural independiente desde un enfoque cuantitativo e integral se privilegió un análisis y lectura de datos del tipo descriptiva, con los propósitos de brindar un panorama de las características más relevantes y significativas de las diferentes organizaciones y sectores de la cultura independiente y su inscripción urbana. Será tarea de ulteriores análisis poder establecer correlaciones entre las dimensiones expuestas en este informe con el propósito de lograr un mayor entendimiento y comprensión del sector.

EQUIPO DE TRABAJO Y ESTRUCTURA DEL INFORME

La investigación se desarrolló entre los meses de **agosto de 2018** y **marzo de 2019** y contó con el financiamiento de la Subsecretaría de Nuevas Audiencias y Políticas Culturales del Ministerio de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires.

El desarrollo de la investigación fue coordinado desde el Grupo de estudio sobre Políticas y Dinámicas Culturales Urbanas del Instituto de Investigaciones en Arte y Cultura “Dr. Norberto Griffa” (IIAC) de la Universidad Nacional de Tres de Febrero (UNTREF) en colaboración con el Centro Interdisciplinarios de Estudios Avanzados (CIEA) y del Centro de Investigaciones Geográficas y Geotecnológicas (CIGG) de la UNTREF. También contó con la participación de personas investigadoras del Observatorio de Culturas Políticas y Políticas Culturales (OCPPC) del Centro Cultural de la Cooperación “Floreal Gorini” (CCC); del Centro de Investigaciones Líneas en Movimiento (CILEM) y del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

El informe se estructura en tres partes. En la **primera parte** se exponen los fundamentos de la investigación, donde se identifican las principales vertientes en el análisis del sector cultural independiente de la Ciudad de Buenos Aires (Capítulo 1), el marco teórico-conceptual utilizado (Capítulo 2) y el diseño de investigación empleado (Capítulo 3). En la **segunda parte** se exponen los resultados de la investigación de acuerdo con las principales características de las organizaciones culturales detectadas: su configuración social (capítulo 4), su configuración material (capítulo 5), sus equipos de trabajo e integrantes (capítulo 6), su configuración económica (Capítulo 7), su programación (Capítulo 8) y géneros (Capítulo 9). En la **tercera parte**, se analiza el entorno organizacional (Capítulo 10) y urbano de las organizaciones culturales, detectando su inscripción geográfica en términos físicos y jurídicos-identitarios (Capítulo 11) y sociodemográficos (Capítulo 12).



FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO 1: CULTURAS INDEPENDIENTES

1.1. A QUÉ LLAMAMOS INDEPENDIENTE

Cuando se habla de independencia en la cultura suele darse por sentado que el término incluye a personas que se dedican a la música, a la producción, a la gestión, agrupaciones artísticas, entre otros, pero también a salas, clubes, centros culturales y organizaciones de distinto tipo e inclusive redes, vínculos, lógicas y dinámicas de funcionamiento. ¿Es adecuado nominar a todos por igual bajo el término independiente? ¿De qué estamos hablando cuando decimos “cultura independiente”? ¿Se diferencia de la dinámica comercial propia de las industrias de la cultura? ¿Mantiene algún tipo de relación con éstas? ¿De qué modo?

Con la intención de clarificar aquello a que aludimos como independiente, corresponde identificar a sus “componentes”, que podemos agrupar en tres categorías: personas que trabajan en la producción artística, productos y organizaciones.

Las **personas que trabajan en la producción artística** son todas aquellas que llevan a cabo su actividad o que contribuyen con ella, como por ejemplo personas que se dedican a la música, al teatro, a la danza, al sector técnico de sonido, de escenografía, de vestuario, iluminación, etcétera. Esto es, básicamente, el conjunto de trabajadores de la cultura independiente, quienes, más allá de sus particularidades profesionales y de las diferentes modalidades de funcionamiento de cada sector cultural, comparten numerosas características. Entre ellas, y en el actual contexto de un proceso de profesionalización de la actividad cultural en América Latina (Bayardo, 2009), la mayormente condición informal de sus vínculos laborales, la importancia de las relaciones personales directas (amistad, parentesco) en la conformación de equipos y redes de trabajo, así como la asunción de tareas de gestión o administración por propia cuenta.

Las características salientes, acaso, de quienes se desenvuelven como artistas, técnicos, profesionales o especialistas en alguna actividad de la producción cultural independiente, consiste en una suerte de involucramiento con la propuesta artística, cultural o estética que va más allá de lo estrictamente laboral y que, de acuerdo a diversos estudios (Hesmondhalgh y Baker, 2013; Ochoa, 2003; Yúdice, 2007), provee una recompensa simbólica no monetaria que en ocasiones balancea los escasos ingresos que obtienen por su trabajo. Dicha recompensa puede ser estética (esto es, la participación en una propuesta estética de una persona trabajadora que se ve realizada como artista o profesional), política (allí donde se es parte de una construcción colectiva con una finalidad de intervención política en relación con una temática o problema específico), incluso económica (cuando se reconoce el aporte del trabajo realizado en la propia trayectoria, para obtener mejores contrataciones en el futuro) o bien una combinación de varias. Pero también puede darse en términos de libertad y hasta distinción, tal como refieren Hesmondhalgh y Baker (2013) respecto de la alta valoración de quienes trabajan en las industrias creativas en Inglaterra hacían de la disponibilidad de tiempo de ocio en días y horarios inhabituales para quienes deben realizar tareas de oficina o talleres de modo regular y cotidiano: visitar una muestra de fotografía un martes al mediodía o salir a hacer ejercicio un jueves a las once de la mañana es considerado un privilegio, aunque la contracara sea tener que trabajar un sábado de madrugada para terminar algún proyecto u obra con fecha de entrega para el lunes siguiente u obtener un descanso en la actividad recién después de 20 extenuantes horas de trabajo domiciliario.

El segundo componente lo constituyen los **productos** resultados de su trabajo, es decir, todas las obras, bienes y servicios frutos de la actividad llevada a cabo por quienes producen: espectáculos de danza, clases de baile, obras musicales y teatrales, talleres de formación, muestras de distinto tipo, etcétera. Si bien es cierto que constituyen mercancías en términos estrictos, esto es, son productos del trabajo humano que se ofertan en el mercado de la cultura para ser consumidos o incorporados en un proceso de trabajo mayor, tienen varias particularidades: se despliegan o circulan en espacios locales –aunque en ocasiones puedan trascenderlos–, mantienen una escala reducida que difícilmente llega a masificarse, cuyo contenido se suele vincular con particularidades sociales y culturales locales y, si bien no desaparece, el lucro tiende a ser desplazado por objetivos artísticos, sociales o estéticos.

Durante muchos años las obras reconocidas como “independientes” fueron también nominadas como “alternativas”, “underground” o “no comerciales”, asumiendo implícitamente que su despliegue tenía lugar en los márgenes de los mercados de la cultura y que ello sucedía, por tanto, en ausencia de lucro y relaciones de explotación. Desde los años 80 en adelante, sin embargo, las industrias culturales, en especial las fonográficas, editoriales y audiovisuales, han desplegado y potenciado progresivamente la articulación de grandes estudios de cine, sellos discográficos y casas editoriales con emprendimientos de reducido tamaño y alcance local, que mayormente se fueron constituyendo en proveedoras de obras (o, como se usa decir en la actualidad, de “contenidos”) cuya comercialización, distribución y publicidad quedaba en manos de grandes empresas multinacionales y consorcios multimediáticos. Este desarrollo fue poco a poco modificando la percepción de lo independiente como un ámbito de producciones necesariamente apartado de los circuitos comerciales de la cultura, para comenzar a reconocerse como un conjunto de producciones que potencialmente pueden incorporarse a los grandes circuitos de las industrias culturales, aunque se orientan por una apuesta estética o artística antes que comercial y tienden a anclarse a los ámbitos locales en que son generados antes que los circuitos globales.

Por último, con independiente nos referimos también a las **organizaciones** o **espacios** en que dichas producciones son llevadas a cabo, entre las cuales se encuentran Clubes de Música, Centros Culturales, Salas de Teatro, entre otros. Existen numerosas diferencias en términos de características, aunque puede notarse un conjunto de particularidades que las atraviesan: su reducida escala en términos de tamaño y cantidad de público, su mayormente escasa división del trabajo en la gestión o administración, su fuerte inscripción en circuitos locales o barriales y, como contracara, su escasa o fragmentada vinculación con grandes empresas, productoras o empresas de espectáculos así como una carencia de integración de sus negocios con empresas y cadenas de medios audiovisuales, propia de las grandes industrias de la cultura.

1.2. EL DESAFÍO DE DEFINIR LO INDEPENDIENTE

Una de las mayores dificultades en el ámbito de la cultura en Argentina se aloja en la delimitación de aquello que se denomina “independiente.” ¿Es la cultura independiente aquella llevada a cabo de modo autogestivo por quienes desarrollan una actividad artística? ¿Es la que se encuentra fuera de los circuitos comerciales de los grandes espectáculos? ¿Carecen de fines de lucro? ¿Comprende a quienes reciben subsidios de parte del Estado para subsistir? ¿Son las que se oponen en términos estéticos e ideológicos a la industria de la cultura y el entretenimiento?

Si bien existen diferentes posturas al respecto, es importante dejar en claro que ninguna de estas preguntas tiene una respuesta terminante. La cultura independiente se nutre de todas ellas: del crecimiento de la autogestión artística y la figura del artista gestor, del crecimiento de los circuitos barriales extracomerciales de la cultura, de la finalidad de lucro de múltiples espacios, salas, profesionales y microempresas del sector, de subsidios estatales que compensan los ingresos allí donde éstos no bastan para la subsistencia de los proyectos culturales y de la crítica a la homogeneización de las estéticas y propuestas propias de las grandes empresas y negocios de la cultura metropolitana.

Una de las alternativas a la que se ha apelado en términos conceptuales ha sido definir a la cultura independiente en términos relacionales por su contrario, es decir, por aquello que no es: estrictamente comercial o lucrativa, transnacional o global, integrada horizontalmente y de gran escala o masiva, tanto en el ámbito local (Hantouch y Sánchez Salinas, 2018; Benito, 2017a; Lunardelli, 2002; Quiña, 2012; Vecino, 2011) como en otras partes del mundo (Hesmondhalgh, 1999; King, 2014; Newman, 2009; Ochoa, 2003; Waits, 2007; Zallo, 1992). Sin embargo, desde que en los años 80 se ha reconocido la importancia económica de las industrias de la cultura, primero por la UNESCO y luego por distintos gobiernos de América Latina, y las diferentes compañías globales de la cultura (audiovisuales, fonográficas, escénicas, televisivas, entre otras) se volcaron hacia la tercerización u outsourcing en la producción de contenidos, la articulación entre grandes empresas del entretenimiento, pequeñas compañías y hasta microemprendimientos o proyectos autogestionados de las distintas ramas del sector cultural se ha venido fortaleciendo hasta nuestros días (Bulloni Yaquina, 2013; Hartley, 2005; Leadbetter & Oakley, 1999; Palmeiro, 2004; Staiger, 2013). Dicho fortalecimiento, por su parte, se ha potenciado con el desarrollo y masificación de las tecnologías digitales de información y comunicación (Yúdice, 2007), que han dado lugar a la consolidación de plataformas globales de contenidos culturales y transformado el consumo cultural a escala planetaria. En este marco, pues, resulta cada vez más dificultoso delimitar un ámbito exclusivo de la llamada cultura independiente, en la medida en que el entramado cultural está constituido por articulaciones entre compañías, emprendimientos, proyectos y espacios de la más diversa escala, globales, regionales y locales. ¿Es de tal modo un concepto inútil para la investigación, la gestión y el diseño de políticas? ¿Por qué entonces empeñarnos en sostener la noción de una “cultura independiente”?

1.3. HACIA UNA HISTORIA DE LA CULTURA INDEPENDIENTE EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Existen múltiples razones, por otro lado, para reivindicar la importancia de una producción cultural independiente, especialmente en la Ciudad de Buenos Aires, que resulta fundamental no pasar por alto en el marco del presente estudio.

Primero, el reclamo por una independencia cultural se encuentra arraigado en los orígenes del arte y la cultura argentinos: desde la llamada generación del '37 la producción artística local, en especial la literatura, se reclamó la independencia de lo que entonces representaba la cultura dominante –naturalmente distante de los intereses comerciales que moviliza hoy día– como pilar para la constitución de una cultura específicamente argentina. Si bien es cierto que dicho reclamo se asentó sobre lo ideológico y lo político, también lo es que representó un antecedente para los desarrollos culturales de las décadas subsiguientes más allá de las letras (Ghirardi, 2007; Quiña, 2013).

Segundo, a lo anterior se sumó un desarrollo de la producción cultural independiente que tuvo epicentro en el ámbito

teatral (pero no se limitó a éste) durante el segundo cuarto del siglo XX en la Ciudad de Buenos Aires, principalmente diferenciándose del sainete criollo y la oferta teatral comercial de entonces, de los cuales el más conocido fue el Teatro del Pueblo, pero que más allá de éste contribuyó a la consolidación de una oferta cultural independiente en términos artísticos, estéticos y hasta políticos, que caracterizarían a esta ciudad como una de las capitales teatrales a nivel mundial (Carilla, 1958; Marial, 1955; Pelletieri, 2006).

Tercero, la Ciudad de Buenos Aires tiene una rica historia de cultura independiente en el campo de la música, desde los mismos inicios del rock local hacia fines de los años 60 y principios de los 70, que alimentó múltiples iniciativas autogestivas y emprendimientos ajenos a los ámbitos comerciales de la industria discográfica, que confluyó asimismo con otros espacios artísticos y culturales, como el Instituto Di Tella y el ámbito teatral independiente porteño, con el que se vinculaban personas que se desarrollan en la música y artistas que fueron partícipes de su desarrollo (Alabarces, 1993; Pujol, 2002; Vila, 1989).

Por último, hacia fines de la década de 1990 y los principios los años 2000, la cultura independiente volvió a ser erigida como distintivo local, de la mano del surgimiento y desarrollo de Centros Culturales barriales, fábricas recuperadas que se convirtieron en salas de espectáculos autogestionadas y grupos de artistas que en el marco de la crisis económica se vincularon con organizaciones sociales y políticas (Corti, 2007; Molinari y Uhart, 2005; Quiña, 2009). La independencia cultural, entonces, volvió a ser reconocida en relación con el reclamo político y social que le había dado forma en épocas anteriores, pero ahora centrada en la importancia que adquiriría la autogestión como empoderamiento de los artistas y productores culturales de la mano de una creciente utilización de las nuevas tecnologías en la comunicación y difusión de la oferta cultural. Este desarrollo, más reciente, aportó una notoria cuota de complejidad a la oferta cultural independiente de la ciudad, que atraviesa los distintos ámbitos que la constituyen.

Con ello, queremos sostener que la Ciudad de Buenos Aires cuenta con una valiosa y constitutiva historia en términos de cultura independiente, que más allá de lo terminológico, cuenta con diferentes momentos, primero literario, luego teatral, musical y posteriormente autogestivo, a lo largo a través del cual se fue forjando un espacio propio de cultura independiente local que exige un abordaje que, sin eludir su complejidad y diversidad constitutiva, reconozca su naturaleza como tal.

Naturalmente, la consolidación de los distintos ámbitos, polos y ofertas de cultura independiente guarda una valiosa heterogeneidad en virtud de las características de su producción, sus actores y desarrollos históricos particulares en la ciudad, aunque existen elementos comunes que permiten abordar su realidad hoy en la ciudad.

1.4. LOS ESPACIOS CULTURALES INDEPENDIENTES

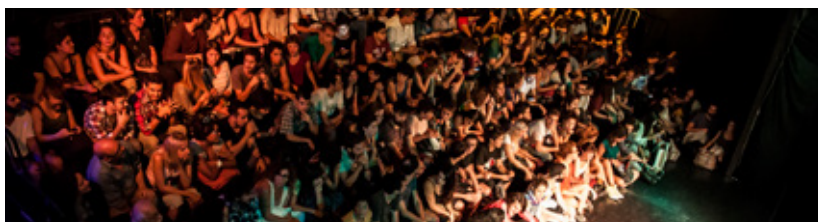
La presente investigación se centra en caracterizar organizaciones culturales en cuyos espacios circulan productos y personas productoras de gran parte de la llamada “cultura independiente” de la ciudad: las Salas de Teatro, los Centros Culturales, los Clubes de Música en vivo y las Milongas. Esta clase de organizaciones han sido analizadas principalmente desde perspectivas cualitativas que buscaron explorar y describir dichas producciones en sí mismas, en algunos casos de modo más exitoso que otros.

1.4.A. SALAS DE TEATRO INDEPENDIENTE

El **teatro independiente** es acaso, en virtud de su mayor trayectoria en la ciudad, el que primero ha sido estudiado de manera sistemática, especialmente desde la historia cultural y del teatro. Tal como hemos apuntado más arriba, el teatro independiente guarda una larga historia en la ciudad que se remonta a la década de 1920, con los primeros grupos teatrales no comerciales, de carácter político y vinculados con el socialismo y el anarquismo, como el grupo Teatro Proletario (Safta, 2003). Sin embargo, se considera que la creación del Teatro del Pueblo el 30 de noviembre de 1930 dio comienzo al proceso que consolidaría un nuevo teatro en la Ciudad de Buenos Aires (Fischer y Ogás Puga, 2006; Larra, 1978; Marial, 1955; Pellettieri, 2006). Creado y dirigido por Leónidas Barletta, integrante del llamado grupo de Boedo, fue, según Marial, “el primer teatro independiente de vida orgánica” (1955: 58). Según Dubatti (2006), el teatro independiente se enfrentaba a cuatro características del teatro de su tiempo: personas consideradas artistas “estrella” que encabezaban las compañías, personas empresarias y artistas del circuito comercial –sostenido en gran medida por el sainete y grotesco criollos– integrantes de elencos que sin profesionales copiaban las maneras de éstos y personas funcionarias del teatro oficial gubernamental. Para sostener y encarar ese enfrentamiento se valió de una independencia de la “industria de la escena comercial”, dando lugar a una “modernización” que colaboró en la renovación del repertorio teatral recuperando la producción dramática europea de entonces con una finalidad didáctica de formación de públicos (Ogas Puga, 2011). Según Quiña (2013: 8) “el proceso modernizador que tuvo lugar con el teatro independiente no solo actualizó la dimensión cultural respecto del ascenso social de vastos sectores de la población, sino que además tuvo el mérito de haber abierto una posibilidad histórica para la aparición y el desarrollo de producciones culturales distintas a las patrocinadas por los grandes capitales de la industria cultural” en la Ciudad de Buenos Aires.

Lo independiente en el teatro fue, primeramente, una independencia de la taquilla y, seguidamente, una apuesta didáctica formativa y artística, aunque su legado fue, a medida que se fortalecía a lo largo de los años, mucho más allá de eso, al contribuir de modo decisivo en la consolidación de un circuito teatral urbano propio.

En los últimos diez años, desde el ámbito de estudio de las ciencias de la gestión (especialmente desde la gestión cultural), se han desarrollado aproximaciones hacia los modos en que se sostienen los teatros independientes así como su inscripción en (y tensión con) las industrias culturales (De León, 2011; Medina, Fernández y Massolo, 2017; Travnik, 2015; Vieites, 2009). Este conjunto de trabajos coincide, en líneas generales, en señalar la necesidad de profesionalizar la gestión teatral como clave para alcanzar la sustentabilidad de los proyectos en un contexto en que se han diversificado las fuentes de financiamiento, se reducen los plazos de cartel y los públicos exigen una interacción en la cual el manejo de las nuevas tecnologías resulta crucial. Desde esta perspectiva se aprecia la necesidad, cada vez más grande, de que el teatro independiente se valga de la gestión cultural y de la producción ejecutiva para el armado de sus iniciativas.



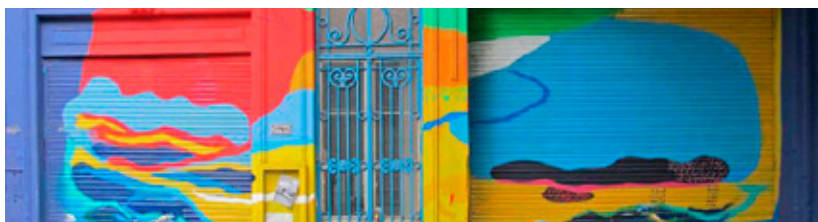
1.4.B. CENTROS CULTURALES

Los **Centros Culturales** han sido objeto de estudio mucho más reciente por parte de la sociología de la cultura, en especial hacia fines de la década de 1990 y durante los años posteriores a la crisis económica de 2001, cuando tuvo lugar el particular fenómeno de las “fábricas recuperadas” en cuyos espacios se ofrecían charlas, talleres, exposiciones y conciertos de todo tipo. Entonces, la actividad cultural se hizo eco de la crisis social, económica y política en un proceso que articuló movimientos artísticos y producciones culturales con organizaciones sociales, sindicales y políticas (Wortman, 2009).

Sin embargo, también la historia política nos permite comprender su verdadera importancia en la construcción del lugar que la cultura ocupó y ocupa en la ciudad, dado que fueron también las corrientes anarquistas y socialistas de principios de siglo XX las que dieron origen a una multiplicidad de espacios culturales en que se dictaban conferencias y talleres, se interpretaban obras teatrales o se realizaban encuentros festivos (Corbiere, 1971; Suriano, 2001). Su legado es innegable en términos de haber consolidado a la Ciudad de Buenos Aires como faro cultural e intelectual de la región, pero también en cuanto a haber sentado las bases de una construcción cultural ajena al Estado (en términos, si se quiere, de autonomía y autogestión) pero asimismo de independencia respecto del mercado (en la medida en que su propuesta cultural y artística se planteaba en abierta crítica y disputa con el capitalismo).

Se les ha reconocido, asimismo, como parte del programa sostenido durante los años ochenta para incentivar y revitalizar el vínculo vecinal y comunitario tras los años de la última dictadura cívico-militar (Benito, 2017b; Pino Villar, 2016; Valente, 2018), lo que habla del reconocimiento de su importancia en la recuperación y construcción de los lazos sociales en el plano local. Asimismo, su inscripción en la territorialidad urbana es profundamente barrial, lo cual se manifestó notoriamente durante los años 1980, cuando diversos barrios porteños se constituyeron en espacios de la producción cultural emergente y alternativa, como Belgrano, Palermo, Balvanera o San Telmo (Lucena, 2018; Martínez, 2013).

Es por ello que, después, en el marco de una profunda crisis social, económica y política, la trama cultural de la ciudad representó un refugio muy valioso de protesta social y expresión política y los Centros Culturales en distintos puntos de la ciudad se constituyeron en polos productores de oferta cultural ajena a las políticas estatales y las industrias culturales así como articuladores de producciones artísticas y culturales de distinto tipo (escénicas, visuales, musicales, etcétera) con movimientos asamblearios barriales, organizaciones sindicales y sociales, movimientos de trabajadores sin trabajo y ahorristas estafados por los bancos (Giunta, 2009; Levalle, 2016; Wortman, 2009). Los Centros Culturales, por tanto, son parte fundamental de la trama social urbana, nutriendo a la cultura independiente porteña de un fuerte impulso autogestivo y comunitarista.



1.4.C. CLUBES DE MÚSICA EN VIVO

Otro de los nudos de producción de cultura independiente tiene la impronta de los **Clubes de Música en vivo**. Si bien esta nominación es reciente y surge de la legislación local en materia de espectáculos musicales, existe una rica historia de poco más de cincuenta años de música independiente en la Ciudad de Buenos Aires que la historiografía cultural ubica en 1968 con la fundación de “Mandioca”, que era tanto un sello discográfico de música independiente como una productora de conciertos en vivo (Fernández Bitar, 1987). El surgimiento de toda una serie de producciones musicales novedosas hacia fines de los años sesenta estuvo marcado por la oposición al conjunto de personas que se dedican a la música en forma “comercial” de la llamada “Nueva Ola”, un término acuñado a principios de los años sesenta por la compañía discográfica RCA Victor, que entonces difundía sus lanzamientos discográficos mediante programas televisivos musicales como “El Club del Clan” o “Alta Tensión”, y que se asociaban a modelos globales de consumo juveniles en el marco del fuerte crecimiento de la economía global durante la segunda posguerra (Pujol 2002; Quiña, 2013).

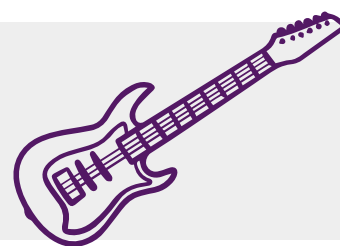
Fue el rock en español que encarnaban grupos como Manal o como “Moris”, “Pajarito” Zaguri o “Tanguito” el que enfrentó simbólicamente hacia fines de la década a la producción musical de los grandes sellos. Si bien este fenómeno se centró en el ámbito de la industria discográfica, impulsó asimismo la actividad en vivo de pequeña escala, tanto privada como autogestionada, fruto de lo cual surgieron luego tanto producciones en vivo de música independiente (como Mambo Show, asociada a Mandioca, hacia 1969) o experiencias autogestivas de más largo alcance como MIA (Músicos Independientes Asociados, en 1975) (Fernández Bitar, 1987). El sello Mandioca fue pionero en articular la edición discográfica (y la producción de música en vivo) con nociones de libertad artística y afecto en el vínculo entre personas que se dedican a la música, a la edición y al público de modo que su fin no era reducible al mero interés de ganancia aunque tampoco dejaba de ser una empresa, que luego sería absorbida por el sello Microfón (Quiña, 2013). De manera que la independencia en la música se ubicó, desde estos primeros momentos, en la tensión entre libertad creativa y mercado, tensión que la constituye hasta nuestros días.

Ahora bien, también la actividad en vivo fue uno de los pilares de la movida cultural porteña durante la posdictadura en los años ochenta, articulándose con la referida producción cultural emergente y alternativa en espacios como el Parakultural o Cemento, entre otros, donde tocaron bandas como Virus, Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota, Sumo o Los Twist (López, 2012; Lucena, 2018; Lunardelli, 2002). Durante la década siguiente (especialmente en su segunda mitad) surgieron en la ciudad innumerables sellos, salas y emprendimientos de música en vivo en pequeña escala, en gran medida articulados entre sí, aunque todo ese espacio se vio profundamente transformado tras la llamada “tragedia de Cromañón”,¹ cuando muchas salas de concierto de pequeña escala (autogestionadas o de carácter privado) fueron clausuradas por el gobierno de la ciudad en estricta aplicación de la normativa vigente para habilitaciones de espectáculos en vivo aunque animadas más por la fuerte crítica del momento que por una efectiva legislación sobre el tema (Corti, 2009; Lamacchia, 2012; Provéndola, 2015). Según Quiña (2014: 10), esto implicó un proceso de “sometimiento de la actividad musical en vivo a la dinámica de acumulación de capital, poniéndola en sintonía con el resto del sistema de negocios de la industria cultural ya que en los hechos obligaba a las salas a una capitalización que les permitiera afrontar los costos de ajustarse a la nueva normativa para permanecer abiertas”, lo que afectó especialmente a las de tipo autogestionadas o comunitarias. Precisamente, la normativa surgida de

1. Así se conoce al incendio, el 30 de diciembre de 2004, de la discoteca “República Cromañón” en la Ciudad de Buenos Aires, donde fallecieron casi 200 personas durante un concierto de rock.

este proceso es la que consagra la figura de “club de música” como espacio reconocido de producción de música independiente en vivo en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires, con lo cual su definición se encuentra atravesada por la dimensión económica.

En síntesis, en el ámbito musical, de acuerdo con estudios realizados desde el campo de la sociología y la antropología de la cultura, la independencia se plantea en términos económicos o de mercado, a la vez que se vale fuertemente de vínculos de amistad y afinidad entre sus actores (Cassini, 2018; Boix, 2017; Lamacchia, 2012; Vecino, 2011).



1.4.D. MILONGAS

Por último, las **Milongas** se encuentran escasamente estudiadas y son acaso consideradas por investigaciones de performance y la antropología cultural desde hace no más de veinte años, si bien hay investigaciones realizadas desde la etnomusicología que datan de la década de 1970. Las Milongas se constituyeron como espacios de baile de tango en clubes sociales, salones o bien salas privadas hacia la década de 1940, extendiéndose durante la década siguiente y decayendo como fenómeno social urbano hacia los primeros años de la década de 1960 tras la incorporación de nuevas músicas en los ámbitos de diversión nocturna, especialmente vinculadas con la llamada “nueva ola”, arriba mencionada. Desde entonces, el baile de tango comenzó a relegarse a escuelas de baile, encuentros de amateurs, entusiastas y algunos clubes sociales (Pujol, 1999; Taylor, 1976 y 1998), en tanto sectores juveniles urbanos se volcaban hacia la música rock como nuevo consumo identitario en clave global.

Según apunta Carozzi (2009), quien reconoce la marcada territorialidad urbana de las Milongas, fue hacia los primeros años de la década de 1980 cuando personas que se dedican al baile se propusieron difundir la enseñanza de baile que venían realizando los milongueros más famosos, especialmente en el centro de la ciudad, cuyos ex-alumnos y ayudantes aportaron luego a difundir en distintos puntos de la ciudad.

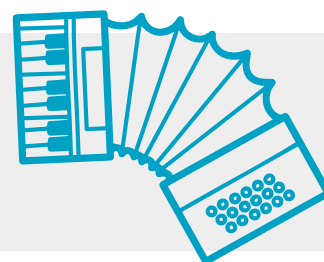
Sin embargo, es hacia comienzos de la década de 1990 cuando el baile de tango y las Milongas alcanzaron visibilidad más allá de quienes las frecuentaban, siendo objeto de políticas públicas locales y nacionales que, en líneas generales, procuraron inscribir al tango en una promoción del turismo internacional antes que en el reconocimiento de su importancia en la economía local (Morel, 2009). En esta línea, pueden leerse la creación de la Academia Nacional del Tango en 1990 (Decreto P.E.N. N°1235) y la Ley Nacional del Tango (N° 24.684) en 1996, a escala nacional, o el reconocimiento del tango como parte integrante del patrimonio cultural de la Ciudad de Buenos Aires en 1998 (Ley N° 130) a escala local, donde durante la siguiente década se constituiría en objeto de festivales, competencias y celebraciones, como el Festival BA Tango.

Cecconi (2010) señala tres territorios donde se concentran habitualmente las Milongas en la ciudad; uno centrado en la zona de los barrios del eje sur (San Telmo, Monserrat), otro en el eje centro-norte (barrios de Palermo, Almagro y Villa Crespo) y un último disperso en barrios más alejados del centro, hacia el oeste (Mataderos, Villa Urquiza y Flores). Allí, según la autora, pueden reconocerse dos tipos de milonga: las tradicionales u ortodoxas (aquellas donde se observan reglas de vestimenta y conducta) y las jóvenes (de carácter más informal aunque no menos regulares); mientras las primeras se encuentran en los tres circuitos, las segundas tienden a concentrarse en la zona centro-norte.

Por su parte, si bien la importancia del tango ha tendido a concentrarse (desde la mirada oficial) en el valor patrimonial y turístico, merece destacarse el trabajo realizado por Jorge Marchini (OIC, 2007) respecto del valor económico del tango, que incluye Milongas, pero también una industria de vestimenta y calzado, además de discográfica y de espectáculos musicales en vivo.

En lo que hace a la gestión, no existen trabajos que se dediquen a las Milongas, aunque Morel (2016, 2018) ha llamado la atención acerca de la importancia de la musicalización y la presencia de jóvenes organizadores en el crecimiento de las Milongas no tradicionales en distintos barrios de la ciudad.

En relación con la independencia, las Milongas no parecen particularmente interesadas en representarse como parte de la cultura alternativa, no comercial o industrial, en la medida en que en sí mismas forman parte de la vida social urbana y barrial, organizada por los propios profesores, bailarines y entusiastas antes que por empresas o grandes consorcios de música. Sin embargo, debe notarse un cierto movimiento independiente, aunque más enfrentado a la lógica de la producción de festivales de gran envergadura que organiza el Estado nacional y local que a una dinámica comercial propia del medio, que ha tomado visibilidad desde el año 2010, cuando se ha organizado el Festival de Tango Independiente (en respuesta al Festival de Tango oficial programado por el Gobierno de la Ciudad), que busca plantear la pertenencia barrial e identitaria del baile de tango frente a la espectacularización del tango “for export” de los grandes festivales (Broclain, 2012; Morel 2013).



CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. ESTUDIOS SOBRE ESPACIOS CULTURALES QUE PROGRAMAN EN VIVO

Como observamos en el capítulo anterior, la literatura que se ha interesado por el estudio de la llamada “cultura independiente” ha centrado sus investigaciones en caracterizar (desde diferentes puntos de vista) a las personas y grupos que la practican, sus formas de organización, criterios y sistemas de producción que realizan y en delimitar su especificidad como sector. En este sentido, el foco de análisis de estas investigaciones han sido las personas productoras culturales (i.e. los músicos y músicas independientes), las agrupaciones a las que pertenecen (i.e. una compañía de teatro independiente), criterios, bienes y servicios culturales que producen (i.e. criterios estéticos y de contenido por sobre criterios comerciales) y su especificidad como “escena”, “sector” o “cultura” (i.e. sentimientos, significados, valores, prácticas, modos de hacer y de relacionarse alternativos u opuestas a la cultura oficial y/o comercial).

Dentro de este marco, análisis previos han tendido a caracterizar o definir a la actividad independiente en un juego de tensiones o gradientes entre: profesional y amateur (para definir las condiciones de trabajo de sus grupos y las personas que producen); horizontal y vertical (para dar cuenta de sus formas de hacer y organizarse); comercial y no-comercial (para definir criterios estéticos y producciones); asociativo y comunitario (para caracterizar sus formas de sociabilidad y valores). Así, se caracteriza a quiénes se dedican a la producción cultural independiente como personas profesionales, pero mal remuneradas. A las agrupaciones y compañías (de música o teatrales) como ámbitos de trabajo que se basan en relaciones horizontales, pero en muchos casos organizadas bajo liderazgos fuertes. A sus iniciativas culturales como “singulares”, “alternativas” o “emergentes” (en relación con sus contenidos y formas), pero con el permanente riesgo de truncarse por falta de sustentabilidad o debiéndose adaptar a criterios más comerciales para poder desarrollarse. Y una cultura que prioriza valores comunitaristas y de amistad, pero que para poder garantizar la sustentabilidad muchas veces debe adaptar sus prácticas a criterios más asociativos o comerciales.

Sin embargo, espacios y organizaciones donde la llamada cultura independiente desarrolla sus actividades y acontece “en vivo” (i.e. Salas de Teatro, Centros Culturales, Clubes de Música, etc.) han sido escasamente considerados². Revisando la literatura que toma como unidad de análisis a esta clase de espacios y a las organizaciones que gestionan estas propuestas se pueden identificar dos claras vertientes. Por un lado, las investigaciones provenientes de las ciencias sociales (particularmente la sociología y las ciencias políticas), que han analizado espacios desde el punto de vista de sus modos de organización (desde la política y economía), sus formas de sociabilidad (sentidos de pertenencia e identidad), su repertorio o programación y sus intervenciones en la arena pública. Por otro, investigaciones vinculadas con las llamadas ciencias de la gestión (especialmente estudios en gestión cultural), que han centrado sus investigaciones en cuestiones relativas a la administración de espacios, en términos de comunicación interna, planificación, sustentabilidad, etc.

Dentro de la primera perspectiva, se pueden distinguir diferentes vertientes según el aspecto o características de la organización en las que se centran para su análisis. Así, existe una importante línea de análisis que, en relación

2. Esto marca una diferencia respecto a las investigaciones sobre sellos discográficos y editoriales independientes, de más larga tradición, y centradas principalmente en aspectos económicos, como su tamaño (analizado a partir de la inversión inicial y la cantidad de personas que allí trabajan), su escala (volumen de producción y ventas) y producción (oferta cultural).

con asambleas barriales y fábricas recuperadas, han estudiado cómo esta clase de espacios se organizan desde el punto de vista de los sistemas de toma de decisiones internas (para analizar cuestiones relativas a la horizontalidad y democracia en su funcionamiento) y sus sistemas de regulación económica (autogestión y equidad entre sus integrantes). Esta clase de investigaciones suele caracterizar espacios culturales como “autogestivos” más que como “independientes”. Una segunda línea de investigación, más próxima a la sociología de la cultura y estudios culturales, se ha interesado por las formas de sociabilidad, valores, sentimientos y sensibilidades que se juegan en esta clase de espacios, destacando lazos de cercanía, la comunalidad y amistad que caracterizan las relaciones entre sus miembros y modos de programación emergentes. Finalmente, existen análisis más recientes, centrados en las formas de organización políticas e intervenciones en la esfera pública (en cuanto a acciones y sistemas de organización común) de esta clase de espacios; caracterizando a las organizaciones de la cultura independiente como un sector con una gran movilización política (Hantouch y Sánchez Salinas, 2018).

La segunda vertiente, vinculada con las ciencias de la gestión, es quizá la que más visibilidad ha tenido para analizar espacios u organizaciones recientemente. El impulso que han cobrado esta vertiente se vincula con la creación de carreras de grado y posgrado en gestión cultural en distintas Universidades de América Latina, situación que ha contribuido a construir un campo específico de interés en torno de modos y estrategias de gestión en relación con las producciones culturales. Este tipo de investigaciones es el que ha centrado sus indagaciones en entender las características de gestión que hacen al funcionamiento de estas organizaciones en términos de su planificación, sustentabilidad económica, comunicación interna y externa, personas trabajadoras, etc. Dentro de sus investigaciones se suelen identificar problemáticas centrales que caracterizan a los espacios culturales independientes que programan en vivo: el grado o nivel profesionalidad en sus formas de gestión y la sustentabilidad de sus iniciativas en términos económicos y de planificación.

2.2. HACIA UNA SOCIOLOGÍA DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES URBANAS

Como hemos podido observar, las investigaciones sobre espacios culturales que programan en vivo (Salas de Teatros, Centros Culturales, Clubes de Música, etc.) han centrado sus análisis en alguna de las dimensiones que hacen a la vida y funcionamiento de esta clase de organizaciones, ya sea atendiendo a su configuración económica, a mecanismos empleados en la toma de decisiones, a las sensibilidades y sentimientos emergentes, las formas de sociabilidad generadas entre sus integrantes, las formas de gestión y planificación o al tipo de programación, etc. Sin embargo, estas características han sido abordadas de forma fragmentaria, resultando necesario una perspectiva que incluya estas dimensiones, pero articuladas de una manera orgánica e integral. A su vez, salvo excepciones, existe una ausencia de análisis que aborden a esta clase de espacios con una mirada cuantitativa. Usualmente, existe una fuerte predominancia de estudios cualitativos, basados en análisis de casos, usando como principales técnicas de recolección las entrevistas, la observación participante, el análisis de documentos, etc. Tampoco existe un consenso en la definición y conceptualización esta clase de espacios -más allá de su especificidad como sala de teatro, centro cultural o club de música- que sirva como base para su identificación y caracterización.

La presente investigación se ocupa del análisis de espacios culturales que programan en vivo en la Ciudad de Buenos Aires de forma integral, comparada y desde un enfoque cuantitativo. Para este propósito se parte de una perspectiva de análisis próxima a la **sociología cultural urbana** que entiende a la ciudad como un espacio condicionante y condicionado por procesos socio-culturales que permiten explicar la génesis y configuración de determinados procesos culturales urbanos. Esta mirada recupera de la geografía económica la dimensión territorial para conectarla con las interacciones y relaciones sociales que definen a la ciudad y que ayudan a definir formas de sociabilidad, modos de percibir y significar asociados al lugar. De la historia cultural urbana, recupera la conexión entre ciudad y producciones culturales para conectarlas con las dinámicas sociales que las mediatizan. De la planificación cultural urbana y los estudios en políticas culturales urbanas recupera la importancia de las intervenciones y formas de regulación vinculadas con el sector cultural de la ciudad para conectar estas variables con las relaciones de fuerza y las dinámicas de colaboración, conflicto y dependencia de trabajadores de la cultura, agrupaciones y organizaciones que las definen. Finalmente, de la antropología cultural urbana recupera la dimensión cultural vinculada con sentidos, significaciones e identidades conectándolos con las tramas socio-territoriales que las configuran y definen.

Para sustentar teóricamente esta mirada, nos servimos especialmente de aportes de la sociología de las organizaciones (DiMaggio & Anheier, 1990; Scott, 2001). De larga tradición en el contexto anglosajón, esta corriente ha generado interesantes aportes para entender a las organizaciones en general y las organizaciones artísticas en particular. Desde esta perspectiva, se han elaborado herramientas analíticas y operativas para definir conceptualmente a las organizaciones artísticas [arts organizations] de gran relevancia, pero escaso impacto en el contexto local por falta de traducciones. Estas investigaciones no solo han conceptualizado, sino también clasificado a las organizaciones artísticas de acuerdo con sus características y finalidades (compañías teatrales, Salas de Teatros, bandas y espacios de programación, compañías de danza, etc.); su tamaño y las dimensiones que hacen a su análisis y medición (Chang, 2010); su estructura legal, resaltando su especificidad organizacional y presupuestaria según si son organizaciones sin fines de lucro o con fines de lucro (DiMaggio & Anheier, 1990; Kushner & Poole, 1996) ; o generado tipologías a partir de clasificar sus componentes y estructura de funcionamiento (Halliday, Powell, & Granfors, 2006; Rushton, 2014).

A partir de estos aportes y perspectivas, entendemos a los espacios culturales (Salas de Teatro, Centros Culturales y Clubes de Música en vivo) y las Milongas analizadas en este estudio como un tipo específico de **organización cultural urbana**, caracterizadas por programar actividades y eventos en vivo en un espacio determinado. Con este enfoque, entendemos por **organización** a una agrupación de personas que establecen vínculos de cooperación entre sí, con cierto grado de previsibilidad y formalidad, para lograr determinadas metas y finalidades según recursos disponibles en un entorno determinado. Hablamos de **organización cultural** cuando las metas y propósitos de la organización están vinculados con el desarrollo de actividades artístico-culturales y afines en un espacio determinado. Hablamos de **organizaciones culturales urbanas** cuando el entorno donde las organizaciones culturales desarrollan sus actividades son las ciudades, afectando y viéndose afectadas por algunos aspectos de estas. Finalmente, entendemos por **organizaciones culturales urbanas que programan en vivo**, aquellas organizaciones culturales que, dentro de sus metas y actividades, incluyen programación en vivo (conciertos de música, actividades escénicas, bailes, etc.) en un espacio físico relativamente estable y acondicionado para tales finalidades.

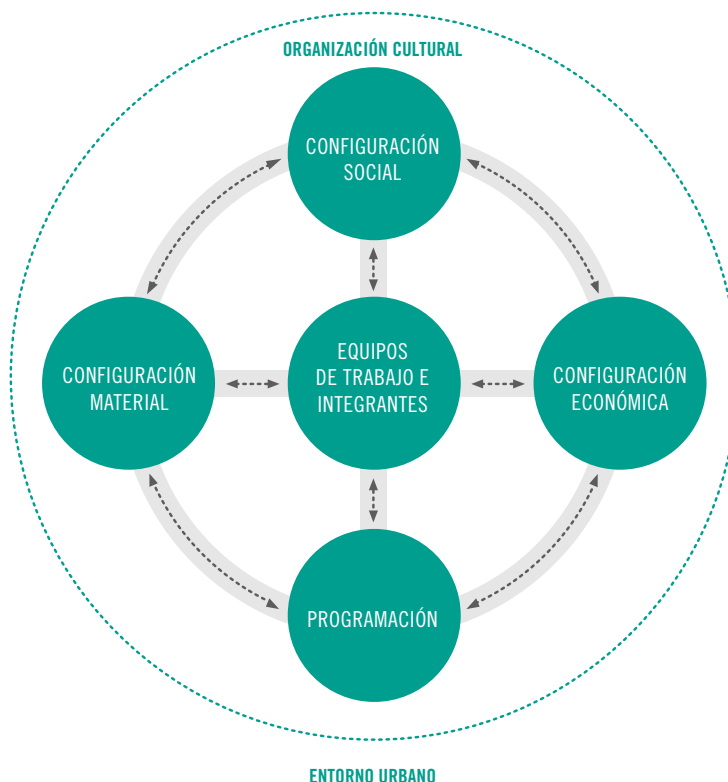
La utilización de este marco conceptual posee muchas ventajas. En primer lugar, permite analizar comparativamente

espacios de diverso tipo como Salas de Teatro, Centros Culturales y Clubes de Música en vivo. En segundo lugar, comparar esta clase de organizaciones culturales con otras organizaciones que generalmente no disponen de un espacio propio como son las Milongas. Finalmente, evita reducir los espacios culturales y Milongas a ser entendidas únicamente como unidades productivas (empresas, emprendimientos, etc.) para ser analizadas unidimensionalmente desde el punto de vista económico. La variedad de las organizaciones culturales analizadas de acuerdo con su tipo, estructura, tamaño y finalidades es tan grande que la categoría de organización y sus componentes resulta más apropiada para su estudio.

2.3. ELEMENTOS PARA UN ANÁLISIS DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES URBANAS QUE PROGRAMAN EN VIVO DESDE UNA PERSPECTIVA SOCIOLÓGICA

Desde un punto de vista analítico, dentro de las organizaciones culturales urbanas que programan en vivo se pueden distinguir características que hacen a su funcionamiento y al desarrollo de sus actividades y programación. Para distinguirlas nos basamos en algunos análisis de sociología de las organizaciones (especialmente las investigaciones de Richard Scott y Paul DiMaggio) aportes de la sociología de la cultura (particularmente Erving Goffman), de la sociología urbana (Thomas Gieryn y Harvey Molotch) y de la economía social (Luis Razeto). Desde esta perspectiva, identificamos algunas características que, interrelacionadas entre sí, hacen a la vida y funcionamiento de las organizaciones culturales, a saber: su configuración social, material y económica, sus equipos de trabajo e integrantes, su programación y el entorno urbano donde se emplazan (*Ver figura 1*).

Figura 1: Esquema conceptual de las organizaciones culturales urbanas que programan en vivo



Fuente: elaboración propia en base a Richard Scott (2001)

Configuración Social de las organizaciones culturales: Siguiendo a Richard Scott (2001) entendemos por configuración social a patrones de conducta estables o regulares que definen las maneras en que se relacionan las personas que participan de forma permanente o esporádica (sean personas con alta responsabilidad, personas contratadas, personas voluntarias y/o pasantes) en una organización cultural. Dentro de las configuraciones sociales distinguimos, a su vez, regulaciones normativas (asociadas a los aspectos formales de una organización) y marcos cognitivos-culturales y redes de sociabilidad (asociados con aspectos informales que hacen a la vida de una organización).

Regulaciones normativas [Aspectos formales]: Por regulaciones normativas entendemos valores, normas y roles que regulan de forma más o menos estable la conducta e interacciones de quiénes participan en una organización de acuerdo con ciertas metas. Dentro de este marco, los valores están asociados a dimensiones para definir las pautas de conducta y las formas de interacción recíproca entre sus participantes. Las normas refieren a las reglas (explícitas) que regulan o buscan regular su conducta e interacciones. Finalmente, los roles, a determinadas posiciones y tareas asumidas, que definen la conducta de sus participantes y sus formas de relación.

Marcos cognitivos-culturales y redes de sociabilidad [Aspectos informales]: Los marcos cognitivos-culturales remiten a las creencias, significados compartidos por quienes participan de una organización acerca de su situación e intereses. Las redes de sociabilidad son las interacciones recíprocas y sentimientos concretos y efectivos que se dan con cierta regularidad, estabilidad y constancia entre quienes integran una organización independientemente de las normas establecidas. Dentro de esta dimensión, se pueden distinguir patrones de interacciones recíprocas que, estabilizadas en el tiempo, definen ciertas jerarquías, sentimientos y sensibilidades entre quienes participan de una organización.

Siguiendo a Scott (2001) podemos identificar grados de formalidad dentro de las configuraciones sociales de las organizaciones culturales. En este sentido, decimos que la configuración social de una determinada organización cultural es formal cuando las posiciones, relaciones y roles entre sus participantes han sido explícitamente especificadas y definidas independientemente de las características personales y las relaciones establecidas. Por el contrario, definimos como configuraciones sociales informales a aquellas organizaciones culturales en las que estas posiciones, relaciones y roles son más laxas y no están asociadas a normas o funciones pre-establecidas sino a las características y relaciones desarrolladas entre sus participantes a lo largo del tiempo de forma informal o no pre-establecida.

Equipos de trabajo e integrantes de las organizaciones culturales: Siguiendo a Goffman (2009) entendemos por equipo, y más precisamente por equipo de trabajo, al grupo de personas que cooperan entre sí con el fin de llevar adelante las diferentes tareas (centrales y auxiliares) dentro de una organización cultural determinada (independientemente del tipo de contratación). Analíticamente identificamos diferentes equipos de trabajo según las áreas y roles dentro de una organización cultural:

Equipos de Coordinación: Es el equipo de personas que encarna los roles vinculados con las decisiones en las orientaciones estéticas, políticas y organizacionales. Dentro del equipo de coordinación se pueden distinguir personas que realizan tareas de coordinación o dirección general y quienes se encargan de la coordinación de las diferentes áreas vinculadas con la programación y formación de la organización.

Equipo de Programación: Es el equipo de personas encargadas de definir criterios, seleccionar determinadas actividades y repertorios, y garantizar su desarrollo dentro de una organización cultural.

Equipos de Gestión: Es el equipo de personas que encarna los roles vinculados con las tareas de gestión y administración de las personas trabajadoras y materiales de una organización. Incluye tareas administrativas, de obtención y gestión de recursos financieros y materiales, tareas complementarias y de logística dentro de una organización y tareas de comunicación.

Equipos Técnicos: Es el equipo de personas que encarnan los roles de asistencia técnica dentro de una organización. Por lo general, integrantes de un equipo técnico tienen un saber-hacer específico que se establece en función de valorizar las actividades y repertorios programados desde un punto de vista técnico y artístico-cultural.

Equipos de asistentes: Es el equipo de personas que se encargan de las tareas de mantenimiento y funcionamiento del espacio donde se desarrollan las actividades y programación de las organizaciones culturales.

Una persona o grupo de personas puede participar dentro de uno o más equipos de trabajo cubriendo diferentes roles dentro de la organización cultural. En este sentido, una organización determinada puede contar con más equipos de trabajos que integrantes o a la inversa. Las personas o grupos de personas que participan de los equipos de trabajo poseen determinados atributos (afinidades, trayectoria, formación, conocimientos, etc.) que las vinculan de algún modo con las organizaciones culturales donde desarrollan sus actividades. Para el análisis de las personas que integran los equipos de trabajo de una organización cultural, en la presente investigación incluimos: (1) algunas características sociodemográficas y de formación de las personas que conforman los equipos de coordinación y programación; y (2) las formas empleadas para el reclutamiento, retención y promoción de las personas que conforman sus equipos de trabajo.

Configuración material de las organizaciones culturales: La configuración material remite a recursos físicos, humanos y de gestión que se emplean para el desarrollo de las actividades y programación de una organización cultural. Estos recursos incluyen el inmueble donde se trabaja, los lugares donde se almacenan objetos, las máquinas, herramientas y equipos que se utilizan, implementos con que se prestan servicios, saberes y habilidades de sus integrantes, y las formas de gestión empleadas. Dentro de la configuración material distinguimos analíticamente las siguientes dimensiones:

Espacialidad: La espacialidad remite a las características, dimensiones, recursos (fijos y móviles) y usos del espacio en su conjunto (el inmueble dónde se desarrollan las actividades), de los espacios escénicos (el lugar donde se programan las actividades en “vivo”), de formación y exhibición destinados al desarrollo de actividades artístico-culturales y complementarias por parte de una organización cultural. Las características espaciales hacen a la forma y tipo de programación (Gieryn, 2000 y 2006).

Tecnología: La tecnología remite tanto a los recursos físicos (equipamiento y maquinarias) como a las capacidades y conocimientos de las personas que integran los distintos equipos de trabajo utilizadas por una organización para cumplir con sus metas y propósitos.

Gestión: La gestión remite a las informaciones y saberes necesarios para el funcionamiento de una organización, garantizar el desarrollo de sus actividades y programación. Estos saberes incluyen herramientas de planificación y gestión, mecanismos empleados en la toma de decisiones, y las áreas o formas en que se estructura una organización cultural.

Configuración económica de las organizaciones culturales: Siguiendo a Razeto (1999) entendemos por configuración económica a las formas en que una organización cultural regula las relaciones con su entorno para la obtención de recursos, los distribuye y utiliza, con el fin de garantizar su funcionamiento, lograr las metas y propósitos planteados y desarrollar sus actividades y programación. Dentro de la configuración económica de una organización cultural podemos distinguir:

Ingresos: Remite a los recursos que se obtienen en una organización cultural para garantizar su funcionamiento y permitir el desarrollo de sus actividades y programación.

Distribución de ingresos: Remite a criterios y formas de distribución de recursos entre quienes integran una organización para garantizar su funcionamiento.

Gastos y Excedentes: Remite a los gastos fijos y variables que una organización cultural afronta para garantizar su correcto funcionamiento y desarrollo de sus actividades, y el destino que le da a sus excedentes.

Metas de las organizaciones culturales: Las metas de una organización remiten al conjunto de finalidades esperadas y estrategias proyectadas que equipos y participantes de una organización pretenden alcanzar a partir del desarrollo de ciertas actividades y tareas (Scott, 2001).

Programación de las organizaciones culturales: La programación refiere a criterios y procesos de selección y al desarrollo de obras, proyectos, investigaciones, seminarios, charlas, etc. que conforman la oferta cultural y perfil de una organización (Cassini, Seldes y Merengo, 2018). El tipo de programación suele relacionarse tanto con la identidad de una organización cultural como con su materialidad y economía. Dentro de la programación, y con finalidades analíticas, se puede distinguir entre:

Criterios y Tipos de programación: Refiere a criterios empleados por quienes participan de una organización para definir un determinado repertorio y actividades a desarrollar. La forma de programación remite efectivamente al número y tipo de obras, iniciativas y actividades programadas.

Finalidad de la programación: La finalidad de la programación remite al para qué se programa y aparece asociado a las metas, propósitos e identidades de la organización cultural.

Formas de programación: Remite a las prácticas, saberes y asistencias necesarias para llevar adelante una programación. Estas incluyen tanto tareas de producción, co-producción y asistencia técnicas como acuerdos económicos con las agrupaciones programadas.

Entorno/ambiente de las organizaciones culturales: Por entorno/ambiente entendemos al contexto tecnológico, urbano, social, cultural y organizacional en que se inscriben las organizaciones culturales. El entorno es una variable que afecta y es afectada por las organizaciones culturales (Scott, 2001). Desde un punto de vista analítico, y de acuerdo con la perspectiva adoptada para esta investigación, se distinguen dos aspectos relevantes del entorno:

Entorno urbano: remite a las características geográficas donde se inscriben las organizaciones culturales en términos de su ubicación (grado de agrupamiento, dispersión y densidad) e inserción (según aspectos sociodemográficos y de infraestructura de la ciudad). Entendemos que las características del espacio urbano hacen a las formas de organización y tipos de programación de las organizaciones culturales (Molotch, 2003).

Entorno organizacional e institucional: remite a las redes de colaboración y conflicto con otras organizaciones, meta-organizaciones (cámaras, plataformas, etc.), instituciones, dependencias administrativas, etc. para la obtención de recursos, desarrollo de iniciativas, la asistencia técnica y legal, la provisión de servicios, la formación, etc.

CAPÍTULO 3 - DISEÑO METODOLÓGICO

3.1. UNIVERSO DE ANÁLISIS

3.1.A. DEFINICIÓN DEL UNIVERSO DE ANÁLISIS Y DELIMITACIÓN GEOGRÁFICA

El *universo de análisis* o *marco muestral* del presente informe se circunscribe al sector cultural independiente de la Ciudad de Buenos Aires que ha desarrollado de forma estable algún tipo de programación artística cultural en vivo en un espacio con capacidad no mayor a 300 personas durante el año 2018³. Dentro de este sector, y de acuerdo con finalidades metodológicas, se distinguen dos sub-universos de análisis: espacios culturales y milongas⁴.

El primer sub-universo de análisis se circunscribe a cada espacio cultural de la Ciudad de Buenos Aires con una capacidad de aforo no mayor a 300 personas, donde una persona responsable, agrupación u organización ha desarrollado de forma estable una programación artístico-cultural y/o afín en vivo durante el año 2018. Dentro de este sub-universo se realizó una segmentación según el tipo de programación principal, distinguiendo entre Salas de Teatro, Clubes de Música en vivo y Centros Culturales.



Salas de Teatro: Incluye cada espacio cultural donde una persona responsable, agrupación u organización desarrolla como actividad principal algún tipo de programación escénica en vivo (teatro, performance, danza, etc.) y/o actividades de formación y dictado de seminarios/talleres afines en un espacio dedicado de forma exclusiva a estas prácticas con una capacidad de aforo no mayor a 300 personas dentro de la Ciudad de Buenos Aires.



Clubes de Música en Vivo: Incluye cada espacio cultural donde una persona responsable, agrupación u organización desarrolla como actividad principal algún tipo de programación musical en vivo de cualquier género, incluyendo o no actividades gastronómicas (bares) y/o de formación en espacios dedicados de forma exclusiva a estas prácticas con una capacidad de aforo no mayor a 300 personas dentro de la Ciudad de Buenos Aires.



Centros Culturales: Incluye cada espacio cultural donde una persona responsable, agrupación u organización desarrolla actividades artístico-culturales en vivo (escénicas y musicales), muestras visuales y audiovisuales, actividades de formación, talleres, seminarios y/o actividades gastronómicas en espacios dedicados de forma exclusiva a estas prácticas con una capacidad de aforo no mayor a 300 personas dentro de la Ciudad de Buenos Aires.

El segundo sub-universo de análisis se circunscribe a cada una de las Milongas que se han organizado en espacios cerrados o semi-cubiertos de forma estable en la Ciudad de Buenos Aires durante el año 2018.

3. La delimitación del sector cultural independiente que programa en vivo según cantidad de aforo se basa en la Ley N° 6.063 de Espacios Culturales Independientes (ECI) de la Ciudad de Buenos Aires sancionada en 2018.

4. Dentro de estos espacios -y de acuerdo con la definición de independiente- quedan excluidos los espacios Oficiales o Públicos dependientes del gobierno nacional o de la ciudad, también espacios de clara y explícita orientación comercial en términos de propósitos y programación.



Milongas: Incluye cada una de las Milongas (con o sin orquesta y personas que bailan) y/o clases y prácticas de tango en espacios cerrados o semi-cubiertos programadas por un grupo o una persona en el rol de organizadora de forma recurrente (semanal o mensual) durante el último año en la Ciudad de Buenos Aires.

Delimitación geográfica

El universo de espacios culturales y Milongas a ser analizado se acota al ámbito geográfico de la Ciudad de Buenos Aires. La ciudad se encuentra limitada por el Río de la Plata (al este y al norte), el Río Matanza-Riachuelo (al sur) y la Avenida General Paz (al norte y al oeste). Dentro de la Ciudad de Buenos Aires existen distintas divisiones territoriales, resultantes de transformaciones históricas, necesidades administrativas y políticas diversas. La división por Barrios es la división más afianzada en términos de historia e identidad y es la que se tomará como referencia principal para este análisis⁵. Actualmente la ciudad se divide en 48 barrios de acuerdo con las Ordenanzas 23.607 de 1972, 51.163 de 1996 (que incorpora Puerto Madero) y la Ley 1.907 de 2006 (que agrega Parque Chas).

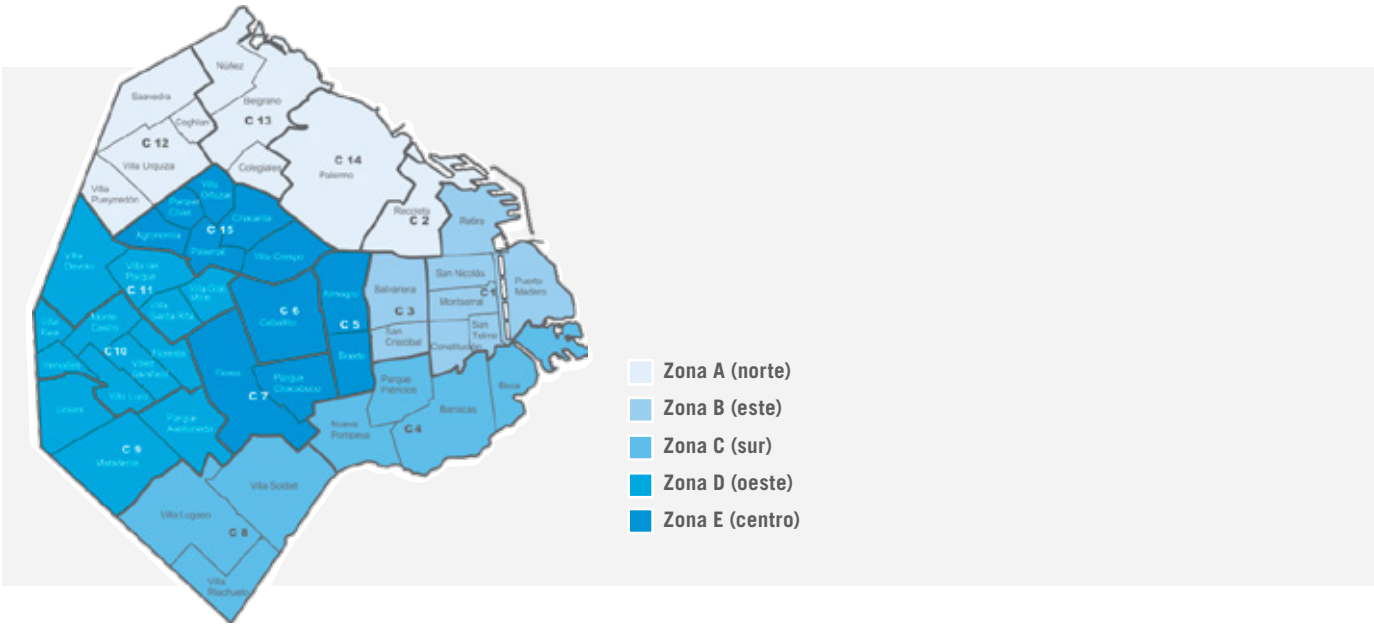
Cada barrio de la ciudad se puede agrupar en Zonas geográficas de acuerdo con su distribución espacial en términos de ejes Norte-Sur y Este-Oeste. Esta manera de zonificar la ciudad será de utilidad para el presente análisis⁶. De acuerdo con este criterio de agrupación, dentro de la Ciudad de Buenos Aires se distinguen 5 Zonas: Zona A (correspondientes a los barrios del Norte de la ciudad), Zona B (que incluye los barrios del Este de la ciudad), Zona C (que agrupa a los barrios del Sur), Zona D (que delimita a los barrios del oeste), Zona E (que incorpora a los barrios del Centro). A continuación, se presenta un mapa (Ver Mapa 1) y cuadro (Ver Tabla 1) con la información de los barrios y zonas en las que se divide la Ciudad de Buenos Aires.

Además de la división por barrios y zonas, se incluyeron en el presente análisis aspectos de infraestructura urbana y sociodemográficos. Se tomarán como referencia, en primer lugar, la totalidad de líneas de subterráneos (A, B, C, D, E y H) y las principales avenidas de la ciudad: Cabildo-Santa Fe, Córdoba, Corrientes, Rivadavia, Belgrano, Independencia, San Juan, Juan B. Justo, Pueyrredón-Jujuy, Callao-Entre Ríos en una zona de influencia de 500 metros por lado de cada eje vial. En segundo lugar, como aspectos sociodemográficos se tuvieron en cuenta cantidad de población, edad y nivel educativo de acuerdo con datos del Censo Nacional de 2010.

5. Además de la delimitación por Barrios se pueden distinguir divisiones por Circunscripciones Electorales (CE), por Distritos Escolares (DE), por Centros de Gestión y Participación (CGP), por Comunas y Zonas.

6. Más allá de otro tipo de agrupamientos de barrios (por Comunas, CE, DE, CGP u otros).

Mapa 1: Mapa de la Ciudad de Buenos Aires dividido en Barrios, Zonas y Comunas



Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA).

Tabla 1: Barrios de la Ciudad de Buenos Aires según Zonas

ZONAS	BARRIOS
Zona A (Norte)	RECOLETA
	COGHLAN, SAAVEDRA, VILLA PUEYRREDÓN, VILLA URQUIZA
	BELGRANO, COLEGIALES, NÚÑEZ
	PALERMO
Zona B (Este)	CONSTITUCIÓN, MONSERRAT, PUERTO MADERO, RETIRO, SAN NICOLÁS, SAN TELMO
	BALVANERA, SAN CRISTÓBAL
Zona C (Sur)	BARRACAS, BOCA, NUEVA POMPEYA, PARQUE PATRICIOS
	VILLA LUGANO, VILLA RIACHUELO, VILLA SOLDATI
Zona D (Oeste)	LINIERS, MATADEROS, PARQUE AVELLANEDA
	FLORESTA, MONTE CASTRO, VÉLEZ SÁRSFIELD, VERSALLES, VILLA LURO, VILLA REAL
	VILLA DEL PARQUE, VILLA DEVOTO, VILLA GENERAL MITRE, VILLA SANTA RITA
Zona E (Centro)	ALMAGRO, BOEDO
	CABALLITO
	FLORES, PARQUE CHACABUCO
	AGRONOMÍA, CHACARITA, PARQUE CHAS, PATERNAL, VILLA CRESPO, VILLA ORTÚZAR

Fuente: elaboración propia

3.1.B. BASE DE DATOS Y POBLACIÓN ANALIZADA

El armado de una base de datos fiable, sobre la cual identificar cada caso o unidad muestral, resultó una tarea compleja, dada la existencia de diferentes fuentes y la dificultad en la propia definición de lo independiente como criterio de recorte. Las problemáticas que señalan Kaple, Rivkin-fish, Louch, Morris y Dimaggio (2009) para la creación de una base de datos estandarizada para el análisis comparativo de organizaciones artísticas en Estados Unidos puede replicarse aquí. La primera dificultad radica en la ausencia de una definición conceptual sobre organizaciones culturales u organizaciones artísticas – en nuestro caso organizaciones culturales que programan en vivo- que permita determinar su cantidad, independientemente de su tamaño, tipo, características y actividad. La mayoría de las bases de datos, o bien caracterizan las organizaciones culturales como unidades productivas (lo que implica la exclusión de un número significativo de éstas de sus listados) -como es el caso de las bases de los censos económicos nacionales o de la ciudad- o bien, tienen un tratamiento sectorial que termina por fragmentar la información según disciplinas (escénicas, visuales, audiovisuales, etc.).

La segunda dificultad radica, precisamente, en los inconvenientes para caracterizar el tipo de organización cultural, no sólo en función del sector de actividad en el que se inscriben sino en cuanto a otras dimensiones que hacen a su caracterización. Kaple et. al. (2009) señalan algunos de estos inconvenientes para la configuración de bases de datos unificadas de organizaciones artísticas de los Estados Unidos. Así, encuentran divergencias en las distintas bases de datos que analizan de acuerdo con criterios de clasificación de las organizaciones artísticas según su tipo (como, por ejemplo, la definición de lo que se entiende por sala de teatro o compañía teatral), su orientación (bajo qué términos clasifican a las organizaciones artísticas de acuerdo a los servicios que presta), su regularidad (cómo definen si son organizaciones que realizan su actividad artístico-cultural de forma permanente o por temporada), su disciplina (las formas en que clasifican a las organizaciones artísticas según el tipo de actividad que desarrollan: teatro, música, artes visuales, etc.), su estructura normativa (criterios empleados para definir si son organizaciones culturales con fines de lucro o sin fines de lucro), etc. Aquí, esta dificultad supone confrontar bases de datos con criterios de clasificación divergentes en términos de sistemas de programación que desarrollan las organizaciones culturales analizadas. ¿Cómo definir a una organización cultural que programa principalmente teatro pero que también realiza ciclos literarios o actividades de formación? ¿Como sala de teatro o como centro cultural?

Finalmente, la tercera y más significativa de las dificultades radica en la propia definición de independiente. Características, a priori más simples de definir, como, por ejemplo, el tamaño de las organizaciones culturales ya reviste numerosas complicaciones⁷. La definición de independiente es una arena de discusión que atraviesa disciplinas, enfoques, formas de clasificación y objetos de análisis que imposibilitan una definición taxativa y unívoca (Ver sección 1.2 del presente informe). ¿Qué criterios a priori debemos seguir para definir lo independiente de las organizaciones culturales que programan en vivo? ¿Su tamaño, orientación, sistema de programación, modo de funcionamiento? ¿Qué bases de datos utilizar para el análisis?

Esta serie de dificultades nos llevaron, en primer lugar, a utilizar la capacidad de aforo como criterio de selección de las organizaciones culturales que programan en vivo a ser analizadas, según lo establece la ley de Espacios Culturales Independientes (ECI) de la Ciudad de Buenos Aires. En segundo lugar, a buscar bases de datos que

7. Ver la investigación de Woong Jo Chang (2010) sobre cómo distintas fuentes censales clasifican a las organizaciones artísticas “pequeñas” para el armado de bases y las divergencias existentes según el enfoque en distintos Estados de Estados Unidos.

hayan utilizado este criterio u otro similar para su identificación. Finalmente, a contrastar esta información con bases de datos de las propias organizaciones y redes sectoriales que nuclean y representan espacios y organizaciones que programan en vivo caracterizadas como “independientes” (basadas en criterios de afiliación más afines a cuestiones de problemáticas comunes, programación e identidad). Es así que, para la presente investigación hemos utilizado las bases de datos provenientes del SInCA⁸, BAMúsica⁹, del sitio web HoyMilongas¹⁰, y de las redes y organizaciones que nuclean a gran parte de las Salas de Teatro independiente (ARTEI¹¹ y ESCENA¹²), a Clubes de Música en vivo (CLUMVI¹³), a Centros Culturales (MECA¹⁴) y Milongas (AOM¹⁵) y al sector cultural independiente en su totalidad (Cultura Unida¹⁶) actualizados a 2018. Tanto la base de datos del SInCA – basada principalmente en datos aportados por el Instituto Nacional del Teatro (INT)¹⁷ y ProTeatro¹⁸ – como la de BaMúsica se centran en una definición de independiente de acuerdo con el tamaño de espacios (medible por su capacidad de aforo) de acuerdo con los regímenes de promoción sectorial. Mientras que las bases de ARTEI, ESCENA, CLUMVI, MECA, Construyendo Cultura y AOM están constituidas por espacios y organizaciones de acuerdo con criterios de programación, identidad y problemáticas comunes. Estas bases, a su vez, fueron actualizadas por el relevamiento de campo hecho durante los meses de noviembre, diciembre de 2018 y enero de 2019.



8. Sistema Nacional de Información Cultural Argentino (SInCA). La información obtenida de la base de datos del SInCA (actualizada a 2017) se depuró según criterios geográficos (Ciudad de Buenos Aires), tipo de dato (espacios culturales), disciplina (artes escénicas) y tipo de espacio (privado independiente). Ver: <https://www.sinca.gob.ar/BuscarDatosBasicos.aspx> (última entrada 26 de diciembre de 2018).

9. Buenos Aires Música es el Régimen de Concertación para la Promoción de la Actividad Musical No dependiente del Ámbito Oficial de la Ciudad de Buenos Aires. Tiene por finalidad proteger y fomentar la actividad musical en vivo en todos sus géneros.

10. Sitio web donde se promocionan las Milongas de la Ciudad de Buenos Aires. Ver: <https://www.hoy-milonga.com/buenos-aires/es> (última entrada 26 de diciembre de 2018).

11. La Asociación Argentina del Teatro Independiente (ARTEI) es una asociación sin fines de lucro que tiene por finalidad el fomento y protección del Teatro Independiente.

12. Espacios Escénicos Autónomos (ESCENA) es una organización artística cultural que nuclea a más de 20 salas de teatro y danza de la Ciudad de Buenos Aires del circuito independiente y autogestionado de la escena porteña.

13. La Cámara de Clubes de Música en Vivo (CLUMVI) es una organización no gubernamental que tiene por finalidad el apoyo a los espacios culturales dedicados a la programación musical en vivo no comercial.

14. El Movimiento de Espacios Culturales y Artísticos (MECA) es una organización de espacios culturales autogestivos de la Ciudad de Buenos Aires que realiza acciones públicas, colaboraciones y festivales en pos de desarrollo del sector.

15. La Asociación de Organizadores de Milongas (AOM) tiene como objetivo principal nuclear a organizadores de milongas y prácticas de tango con el fin de mejorar las condiciones del sector.

16. Agrupación de diversos centros y espacios culturales de la Ciudad de Buenos Aires.

17. El Instituto Nacional del Teatro es un organismo dependiente del estado nacional que tiene por finalidad la promoción y apoyo de la actividad teatral en todo el territorio del país.

18. ProTeatro es un programa dependiente del Ministerio de Cultural del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires que tiene por finalidad el fomento y desarrollo de la actividad teatral no oficial de Buenos Aires a través de distintas líneas de subsidio.

A partir de estas fuentes, criterios de selección y actualización de la información se identificó una población de 459 espacios culturales y Milongas en la Ciudad de Buenos Aires. De los 459 casos identificados, 311 se corresponden a espacios culturales -sub-universo 1- (67,76%) y 148 a Milongas -sub-universo 2- (32,24%) (Ver Tabla 2).

Tabla 2: Cantidad de casos según sub-universos de análisis

SUB-UNIVERSO	POBLACIÓN	%TOTAL
Espacios culturales	311	67,76
Milongas	148	32,24
TOTAL	459	100

Fuente: elaboración propia a partir de datos del SInCA, BAMúsica, HoyMilongas y listas de espacios nucleados en ARTEI, ESCENA, MECA, CLUMVI y AOM actualizadas a 2018

Desagregados según sectores (de acuerdo con la programación principal), se identificaron un total de 192 Salas de Teatros (41,83%), 148 Milongas (32,24%), 76 Centros Culturales (16,56%) y 43 Clubes de Música en Vivo (9,37%) (Ver Tabla 3).¹⁹

Tabla 3: Cantidad de casos según sectores

SECTOR	POBLACIÓN	%TOTAL
Centros Culturales	76	16,56
Clubes de Música	43	9,37
Milongas	148	32,24
Salas de Teatro	192	41,83
TOTAL	459	100

Fuente: elaboración propia a partir de datos del SInCA, BAMúsica, HoyMilongas y listas de espacios participantes en ARTEI, ESCENA, MECA, CLUMVI y AOM actualizadas según relevamiento de campo a 2018.

Se identificó una población de 459 organizaciones culturales: 192 Salas de Teatros (41,83%), 148 Milongas (32,24%), 76 Centros Culturales (16,56%) y 43 Clubes de Música en Vivo (9,37%)”

19. Para un mayor entendimiento de la delimitación de casos del universo de estudio ver el Anexo 1 del presente informe.

3.1.C. DEFINICIÓN DE LA MUESTRA

La muestra para el análisis se definió teniendo en cuenta aspectos de programación y de pertenencia o no a redes u organizaciones sectoriales para garantizar su representatividad. Así, dentro del primer sub-universo de análisis (Salas de Teatro, Centros Culturales y Clubes de Música en Vivo) se seleccionó una muestra con probabilidad de selección conocida respecto al universo, representativa y estratificada de espacios culturales según criterios de programación y pertenencia a redes o cámaras sectoriales de la Ciudad de Buenos Aires durante el año 2018. Dentro de los criterios de programación, se realizó una selección representativa según si el espacio cultural desarrolla como actividad principal actividades escénicas (teatros); musicales (Clubes de Música en vivo) o diversas actividades (Centros Culturales) en vivo. Dentro de la pertenencia a redes y cámaras se realizó una selección representativa de acuerdo con la pertenencia o no de espacios culturales a redes, cámaras o espacios que nuclean como sector (ARTEI, ESCENA, MECA, Construyendo Cultura y CLUMVI). De acuerdo con este criterio muestral, se seleccionaron de forma aleatoria un total de 150 casos (muestra mínima) y 200 (muestra óptima) para tener un rango muestral con un margen de error entre 6,6% (máximo) y 5,2% (mínimo) con nivel de confianza del 95%²⁰.

La unidad de recolección fueron las personas responsables, referentes o agrupación de responsables o de referentes de los espacios culturales seleccionados. Dentro del segundo sub-universo de análisis (Milongas) se seleccionó una muestra con probabilidad de selección conocida respecto al universo, representativa y estratificada de Milongas según si las personas que las organizan pertenecen o no a redes, cámaras o espacios que nuclean como sector (AOM). La unidad de recolección fueron las personas organizadoras o responsables de las Milongas seleccionadas.

3.1.D UNIDAD DE ANÁLISIS Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

La unidad de análisis de espacios culturales (Salas de Teatro, Centros Culturales, Clubes de Música) y Milongas se centró en las cinco dimensiones principales que hacen a la vida y funcionamiento de una organización cultural, a saber: (1) su configuración social, (2) su configuración material, (3) sus equipos de trabajo e integrantes, (4) su configuración económica, (5) su programación y (6) entorno urbano y organizacional donde se emplazan. A partir de la definición conceptual de cada una de estas variables y dimensiones (Ver Sección 2.3. de este informe) se elaboraron definiciones operativas, dimensiones e indicadores factibles de ser medidos y analizados²¹.

3.3. MESAS DE DIAGNÓSTICO Y DISEÑO DE CUESTIONARIO

El sector cultural independiente que programa en vivo en la Ciudad de Buenos Aires, no solo es un sector políticamente movilizado sino con capacidad de reflexión sobre su propia práctica y quehacer como para excluir su voz y visión en una investigación de estas características. Por este motivo, se optó por la realización de mesas de diagnóstico con las personas que representan a las organizaciones y espacios de cada sector relevado (Salas de Teatro, Centros Culturales, Clubes de Música y Milongas) para la definición y ajuste de las dimensiones, indicadores y preguntas de análisis.

20. Para un mejor entendimiento de la estratificación de la muestra de casos empleada, ver Anexo 1.

21. En el Anexo 1 se detalla el sistema de operacionalización empleado para cada una de las variables seleccionadas

Las mesas de diagnóstico son dispositivos participativos, donde se ponen en discusión las dimensiones generales que definen el punto de partida de una investigación con el propósito de analizar colectivamente su relevancia, modificarlas o ratificarlas, ampliarlas y desarrollarlas en su especificidad con la meta de llegar a la definición de un cuestionario relevante y pertinente para cada espacio en particular y para cada sector en su conjunto (Poggiese, 1993).

Las mesas de diagnóstico se realizaron durante **septiembre y octubre de 2018** en diferentes locaciones de la ciudad (el Instituto de Investigación en Arte y Cultura de la Universidad Nacional de Tres de Febrero, el Observatorio de Culturas Políticas y Políticas Culturales del Centro Cultural de la Cooperación y algunas Salas de Teatro de la ciudad). Inicialmente, se trabajó con las cámaras y organizaciones que nuclean cada sector a partir de reuniones con sus representantes y autoridades. En un segundo momento, con las asambleas y espacios ampliados de discusión, donde participan todas las personas de cada asociación.

Con cada cámara y/o organización se realizaron reuniones preparatorias para definir la mejor estrategia de consulta interna en cada sector. De esta manera, cada agrupación aportó propuestas tanto para la identificación de datos clave (dimensiones, indicadores y preguntas que componen el cuestionario) como para la organización de las consultas y recolección de información.

Debido a la heterogeneidad del sector, las mesas de diagnóstico no siguieron una misma dinámica, sino que se adaptaron a las recomendaciones surgidas de las primeras reuniones realizadas con las personas que representan a cada cámara/ organización. En estas reuniones, representantes del equipo de investigación evaluaron el mejor camino de consulta y relevamiento de intereses y necesidades, teniendo en cuenta mecanismos asamblearios, dinámicas internas y de toma de decisiones de cada sector. Con el fin de respetar sistemas de trabajo y consenso de cada grupo, se realizaron reuniones con informantes clave, se participó en reuniones de comisiones, asambleas y se realizaron entrevistas durante aproximadamente dos meses con más de diez integrantes de las cinco organizaciones y sectores. Detallamos a continuación el proceso de trabajo y consulta impulsado con cada sector. Una vez concluidas las mesas de diagnóstico se trabajó en el diseño del cuestionario. Dadas las características del universo de análisis, se decidió realizar dos cuestionarios diferentes, uno para espacios culturales (Salas de Teatros, Centros Culturales y Clubes de Música) y otro para Milongas. El cuestionario de espacios culturales se dividió en 5 bloques de preguntas. El primer bloque incluye interrogantes sobre el emplazamiento urbano de los espacios. El segundo bloque agrupa preguntas sobre las características espaciales del inmueble y del espacio escénico. El tercer bloque se centra en conocer las características organizacionales de espacios: integrantes, administración del espacio, gestión de recursos e identidad. El cuarto bloque contiene preguntas relacionadas con la programación. Finalmente, el quinto bloque incluye preguntas sobre percepción de públicos y demandas. En total fueron 100 preguntas. El cuestionario de Milongas resultó similar al de espacios, pero más reducido en cantidad de preguntas, especialmente en los apartados sobre características espaciales y escénicas del inmueble, ya que las Milongas no cuentan con espacios propios donde desarrollar su actividad. En este sentido, el cuestionario de Milongas contó con un total de 87 preguntas.

El cuestionario se envió a integrantes de las organizaciones y cámaras de los sectores analizados para una última revisión y aprobación. El formato de ambos cuestionarios (espacios culturales y Milongas) fue tanto en papel (para realizar a través de encuestadores y encuestadoras) como virtual (para ser auto administrado) a través del programa de encuestas Survey Monkey.

3.4. RECOGIDA DE INFORMACIÓN Y MODALIDAD DE ANÁLISIS

La recogida de información se realizó a través de una encuesta virtual (auto administrada) y en papel (con encuestadores y encuestadoras) durante noviembre y diciembre de 2018 y enero de 2019 a cada una de las Salas de Teatro, Centros Culturales, Clubes de Música y Milongas seleccionadas en la muestra. Si bien se partió de criterios muestrales aleatorios, se incluyó, además, los espacios más representativos e icónicos de cada sector, con el propósito de ganar mayor significación en la encuesta. En campo, además, se relevó a todos los espacios del universo de análisis con el fin de actualizar la información de la base de datos para el análisis de georreferenciación.

En total se encuestaron a 161 espacios culturales y Milongas (un 35,08% de la población total) con un criterio de representatividad por sector y organización o cámara de pertenencia. De los 161 casos, 107 corresponden a espacios culturales -sub-universo 1- (34,41% del total del sub-universo) y 54 Milongas (36,49%) -sub-universo 2- (Ver tabla 4).

Tabla 4: Cantidad de encuestas realizadas por sub-universo de estudio

UNIVERSOS DE ESTUDIO	POBLACIÓN	ENCUESTAS COMPLETAS	%TOTAL
Espacios Culturales	311	107	34,41
Milongas	148	54	36,49
TOTAL	459	161	35,08

Fuente: elaboración propia a partir del relevamiento de campo

Desagregados por sector, se encuestaron un total de 29 Centros Culturales (38,16% del total del sector) -3 pertenecientes a ARTEI, 2 a Construyendo Cultura, 12 a MECA, 1 a CLUMVI y 11 no afiliados a ninguna red u organización-; 14 Clubes de Música en Vivo (32,56% del total del sector) -6 pertenecientes a CLUMVI, 6 sin pertenencia a ninguna organización, 1 perteneciente a AOM y 1 perteneciente a MECA- y 62 Salas de Teatro (33,33 % del total del sector) -9 pertenecientes a ESCENA, 34 a ARTEI y 21 sin pertenencia a ninguna red u organización. Dentro del segundo universo de análisis se encuestaron un total de 52 Milongas (36,49% del total del sector) -12 pertenecientes a AOM y 42 que no forman parte de ninguna red u organización (Ver Tabla 5).

Tabla 5: Cantidad de encuestas realizadas por sector

SECTOR	POBLACIÓN	ENCUESTAS COMPLETAS	%TOTAL
Centro Cultural	76	29	38,16
ARTEI	6	3	50
CLUMVI	1	1	100
CONSTRUYENDO CULTURA	8	2	25
MECA	25	12	48
Sin representación	36	11	30,56
Clubes de Música	43	14	32,56
AOM	1	1	100
CLUMVI	22	6	27,27
MECA	1	1	100
Sin representación	19	6	31,58
Milongas	148	54	36,49
AOM	35	12	34,29
Sin representación	113	42	37,17
Salas de Teatro	192	64	33,33
ARTEI	90	34	37,78
ESCENA	18	9	50
Sin representación	84	21	25
TOTALES	459	161	35,08

Fuente: elaboración propia a partir del relevamiento de campo

La encuesta se envió por correo electrónico en formato virtual a espacios culturales y Milongas pertenecientes a organizaciones, redes y cámaras sectoriales (para ser contestado de forma auto administrada) y en papel a espacios sin ninguna pertenencia a organizaciones, redes y cámaras (para ser contestada de forma presencial con encuestadores y encuestadoras). Dada la extensión del cuestionario, en ambas oportunidades se dio la opción a cada espacio de decidir cuál era el formato que le resulta más cómodo responder la encuesta (en papel con un encuestador/a o de forma virtual auto administrada).

En este sentido, se pudo constatar una mayor tasa de respuesta virtual en Salas de Teatros (62,50% online contra 37,50% en papel) y Centros Culturales (75,86% online contra 24,4% en papel) que en los Clubes de Música en vivo y las Milongas. Estos dos últimos sectores se inclinaron por contestar el cuestionario en papel con encuestador/a. El 78,57% de los Clubes de Música se inclinó por este formato (contra un 21,43% que lo hizo online) del mismo modo que las Milongas (64,81% online contra un 35,19% en papel) (Ver Tabla 6).

Tabla 6: Cantidad de encuestas contestadas según formato de la encuesta

SECTOR	ENCUESTA COMPLETA ONLINE	%TOTAL ONLINE	ENCUESTA COMPLETA PAPEL	%TOTAL PAPEL	%TOTAL
Centro Cultural	22	75,86	7	24,14	29
ARTEI	2	66,67	1	33,33	3
CLUMVI	1	100	0	0	1
CONSTRUYENDO CULTURA	2	100	0	0	2
MECA	9	75	3	25	12
Sin representación	8	72,73	3	27,27	11
Clubes de Música	3	21,43	11	78,57	14
AOM	0	0	1	100	1
CLUMVI	3	50	3	50	6
MECA	0	0	1	100	1
Sin representación	0	0	6	100	6
Milongas	19	35,19	35	64,81	54
AOM	6	50	6	50	12
Sin representación	13	30,95	29	69,05	42
Salas de Teatro	40	62,50	24	37,50	64
ARTEI	28	82,35	6	17,65	34
ESCENA	9	100	0	0	9
Sin representación	3	14,29	18	85,71	21
TOTALES	84	52,17	77	47,83	161

Fuente: elaboración propia a partir del relevamiento de campo

Una vez recogida la información, se pasó a su procesamiento, codificación y análisis. Se tomó la decisión de unificar las bases de espacios culturales y Milongas para poder tener una comparación entre dos sub-universos. Debido a la falta de investigaciones sobre el sector cultural independiente desde un enfoque cuantitativo e integral, se privilegió un análisis de frecuencia simple que atienda a las características de las organizaciones culturales independientes de manera global y comparativamente por sector. Esperamos que esta investigación sirva de base para futuros estudios que busque establecer correlaciones y construir taxonomías con el propósito de lograr un mayor entendimiento y comprensión del sector.

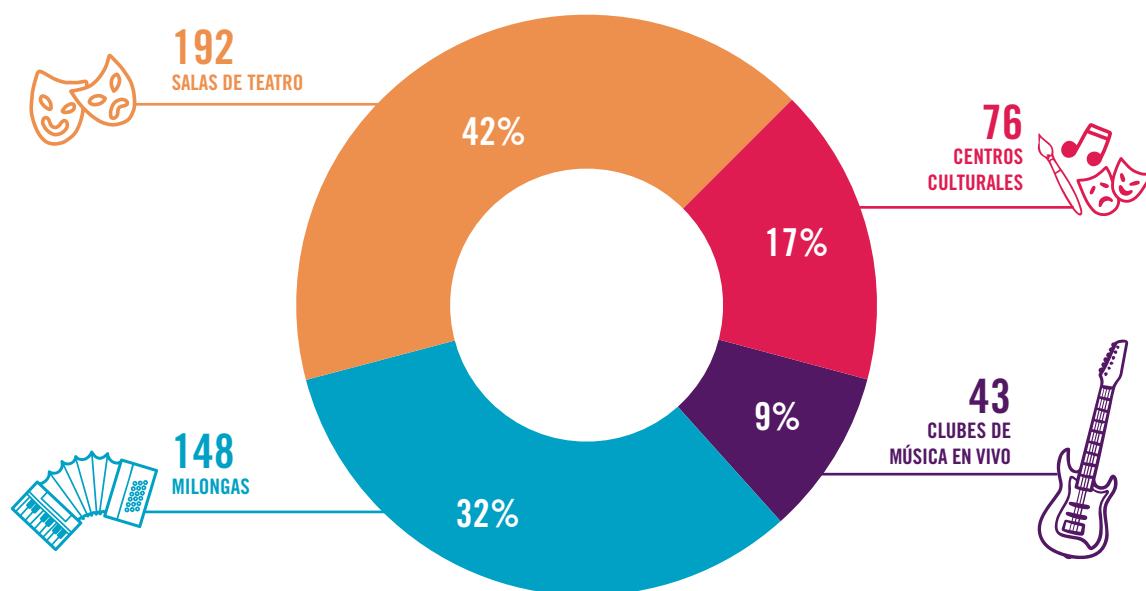
Para el análisis de los datos obtenidos se utilizó el programa informático SPSS, mientras que para el análisis de los datos geográficos el programa Q-GIS. La información obtenida en la investigación se trató de manera agregada (anonimizada) para garantizar la confidencialidad y no manipulación de datos de acuerdo con lo establecido por la Ley 25.326/2000 de protección de datos personales.

A vertical strip of various musical and party-related icons, including a guitar, piano keyboard, trumpet, saxophone, drums, and various musical notes and symbols.

La segunda parte del Informe tiene por finalidad describir y analizar las diferentes dimensiones que hacen a la vida y funcionamiento de las organizaciones culturales que programan en vivo pertenecientes al sector independiente de la Ciudad de Buenos Aires de acuerdo con su configuración social (capítulo 4), su configuración material (capítulo 5), sus equipos de trabajo e integrantes (capítulo 6), su configuración económica (Capítulo 7), su programación (Capítulo 8) y géneros (Capítulo 9).

De acuerdo con las bases de datos disponibles y el relevamiento de campo realizado, se detectaron un total de **459 organizaciones culturales que programan en vivo** (en adelante organizaciones culturales) que, dadas sus características de aforo, organizativas e identitarias, se corresponden al llamado sector cultural independiente de la Ciudad de Buenos Aires (Ver sección 3.1 de este Informe para comprender criterios y modos de definición de esta base). Dentro de las 459 organizaciones culturales se identificaron **192 Salas de Teatro (41,83%), 148 Milongas (32,24%), 76 Centros Culturales (16,56%) y 43 Clubes de Música en Vivo (9,37%)** (Ver figura 2).

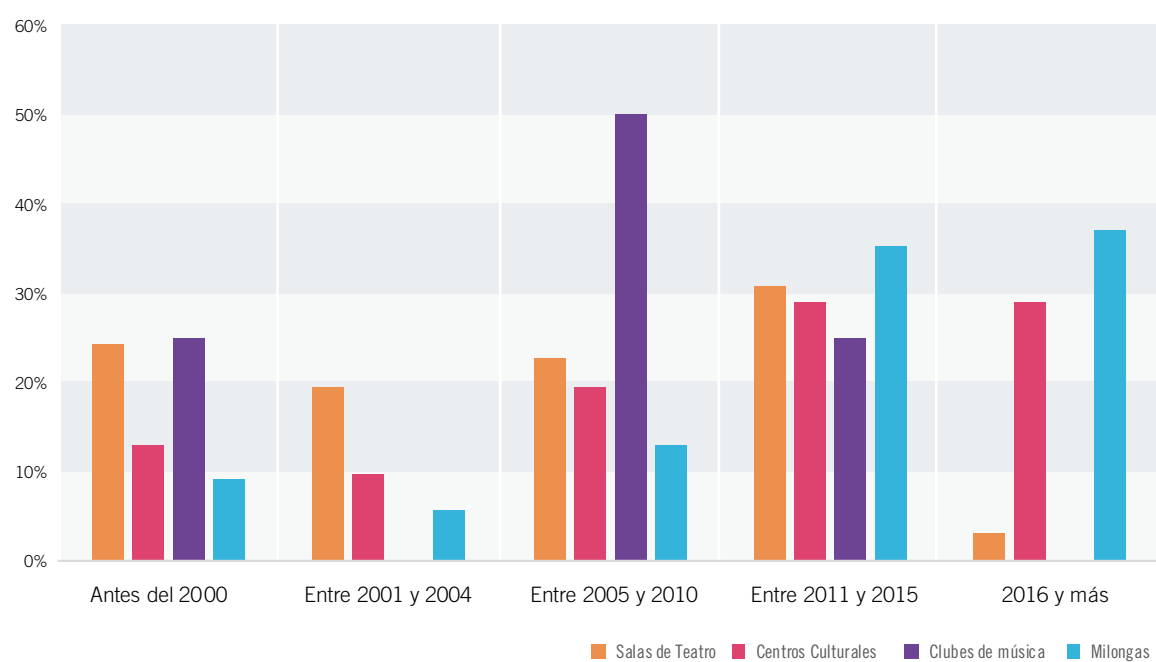
Figura 2: Universo de organizaciones culturales



Base: relevamiento UNTREF - Total espacios (n=459 casos)

La mayoría de las organizaciones culturales encuestadas abrieron sus puertas entre los años 2011 y 2015 (31,45%). Este patrón se repite entre las Salas de Teatros (30,65%) y Centros Culturales (29,03%), aunque en este último caso se detecta el mismo porcentaje de apertura después de 2016 (29,03%). Por su parte, la mitad de los Clubes de Música analizados inaugura sus espacios entre los años 2005 y 2010 (50%) y la mayoría de las Milongas estudiadas se ponen en funcionamiento en el último tiempo: 35,19% entre el año 2011 y 2015 y 37,04% después del año 2016 (Ver figura 3).

Figura 3 Año de apertura de las organizaciones culturales



Fuente: elaboración propia.



CAPÍTULO 4: CONFIGURACIÓN SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES

La configuración social remite a las formas estables que adquieren las relaciones sociales entre las personas que integran una organización cultural, que hacen a su vitalidad y modo de funcionamiento. Detectar estas configuraciones, de por sí fluidas y cambiantes, es entender la forma en que las personas definen implícita o explícitamente su conducta, las formas de relacionarse entre sí, los roles que ocupan y la manera en que se constituyen para lograr determinados propósitos como organización. Siguiendo a Scott (2003), analíticamente se pueden distinguir dos aspectos de la configuración social de una organización cultural: las regulaciones normativas (aspectos formales) y las formas de sociabilidad (aspectos informales).

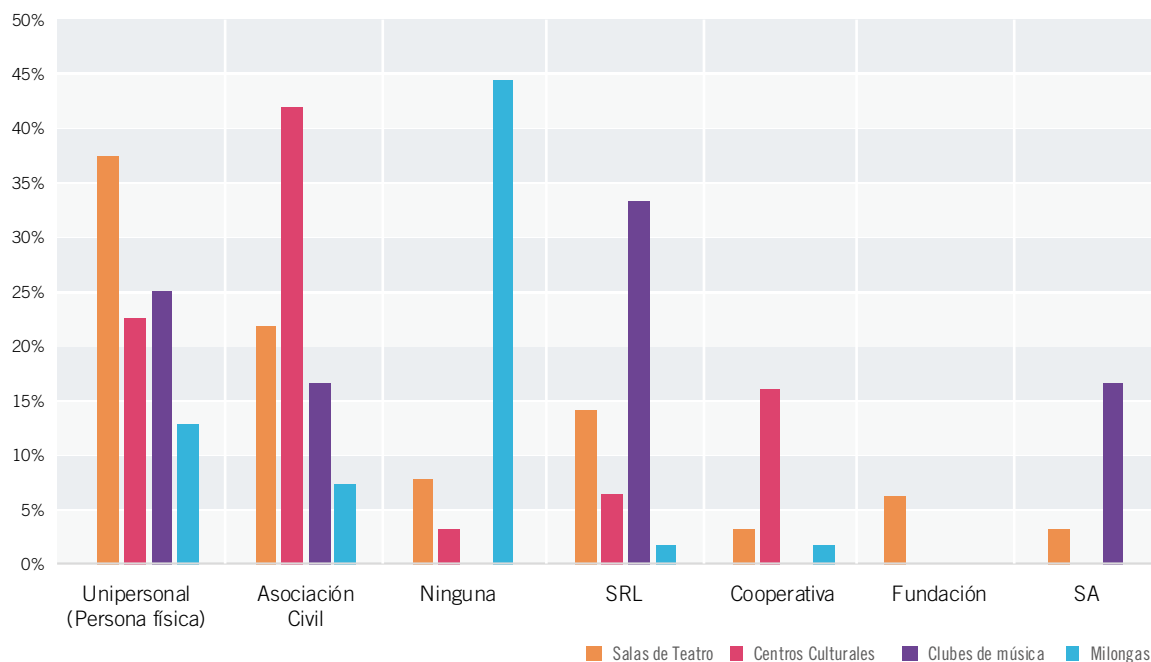
4.1. REGULACIONES NORMATIVAS O ASPECTOS FORMALES DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES

Las regulaciones normativas aluden a las reglas explícitas que definen y estabilizan las relaciones formales entre los miembros de una organización cultural hacia su interior y exterior y otorgan un principio de estabilidad para garantizar su funcionamiento. La existencia de este tipo de regulaciones normativas es un indicador del nivel de formalidad de una organización cultural. Para poder mensurar estos aspectos, hemos decidido preguntar sobre la figura legal en las que se constituyen las organizaciones culturales analizadas (Salas de Teatro, Centros Culturales, Clubes de Música en vivo y Milongas), las normas y protocolos que hacen a su funcionamiento interno, los vínculos formales entre sus integrantes, los mecanismos estables en la toma de decisiones y las áreas en las que se divide la organización y que influyen en la estabilidad de los roles de las personas que la integran.

Figura legal

En lo que se refiere a la figura legal, se puede constatar que, en su conjunto, más de la mitad de las organizaciones culturales se constituyen como **personas físicas** (25,47%) y **asociaciones civiles** (25,47%). Sin embargo, este dato debe ser analizado de acuerdo con la especificidad de cada sector, dado que existen marcadas diferencias según los distintos tipos de organizaciones culturales. **Se puede observar que una cantidad significativa de Centros Culturales se constituyen como asociaciones civiles (41,94%), mientras que las Salas de Teatro lo hacen como personas físicas (37,50%), los Clubes de Música como SRL (33,33%) y las Milongas no aparecen constituidas bajo ninguna figura legal preestablecida (44,44%) (Ver figura 4).**

Figura 4: Figura legal de las organizaciones culturales

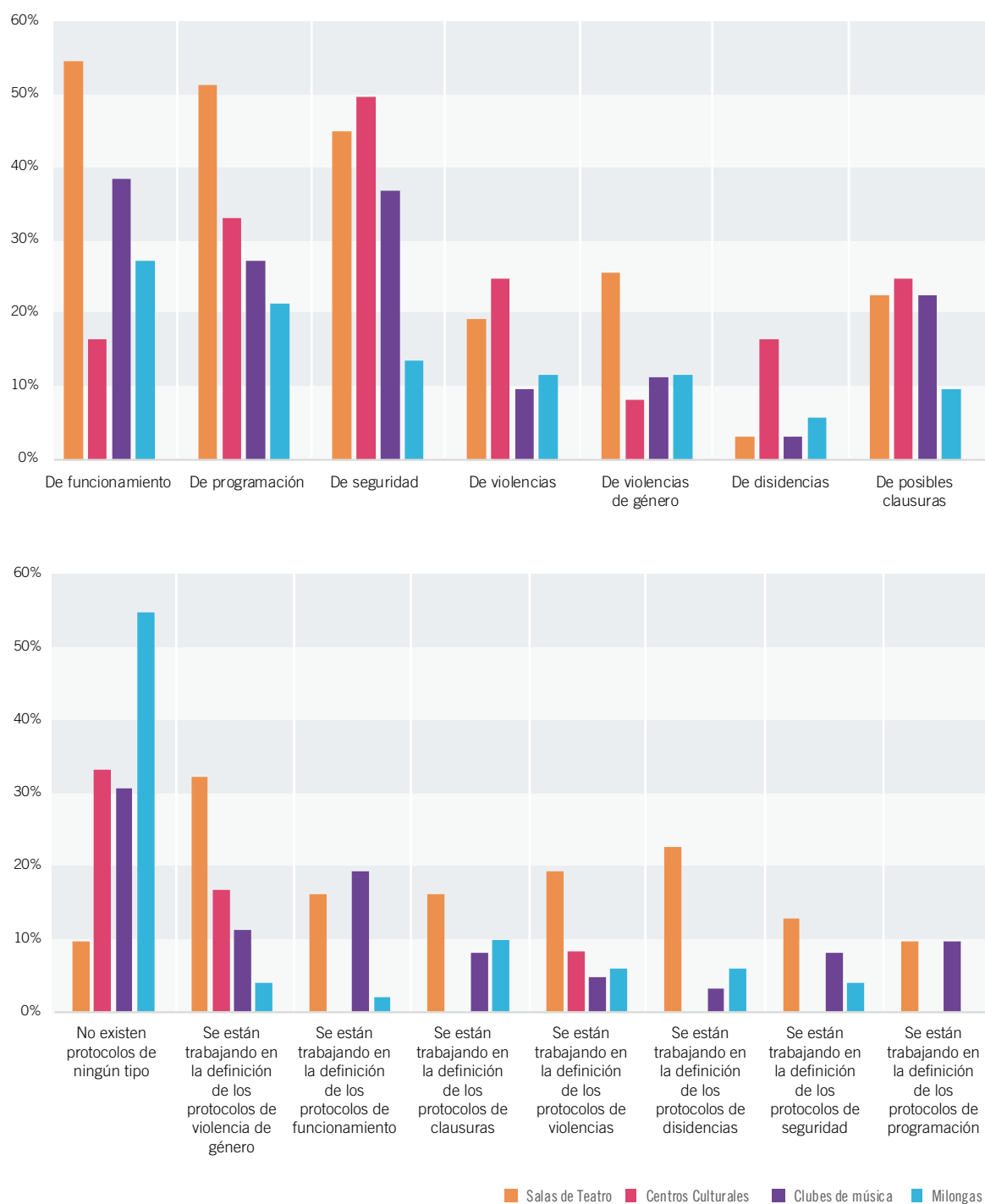


Fuente: elaboración propia.

Normas y protocolos

Las normas y/o protocolos son las reglas que las personas integrantes de una organización establecen para definir modalidades de actuación ante determinadas circunstancias (violencias, clausuras), para regular las formas de funcionar y/ o para programar dentro de cada espacio. La mayoría de las organizaciones culturales analizadas poseen algún **protocolo o norma que los regula**. En este sentido, se puede constatar que más de la mitad de los Centros Culturales poseen algún tipo de protocolo vinculado con su **funcionamiento** (54,84%), **programación** (51,61%) y/o **seguridad** (45,16%). Mientras que Clubes de Música se destacan por poseer alguna normativa interna respecto a cuestiones de seguridad (50,00%) y programación (33,33%) y las Salas de Teatro principalmente por cuestiones de funcionamiento (38,71%) y de seguridad (37,10%). Las Milongas son las que marcan la excepción, ya que más de la mitad de estas indicaron no poseer protocolos de ningún tipo (54,90%). Las milongas que mencionaron tener algún tipo de normativa o protocolo dijeron que era sobre cuestiones de funcionamiento (27,45%) y programación (21,57%) (Ver figura 5).

Figura 5: Figura legal de las organizaciones culturales



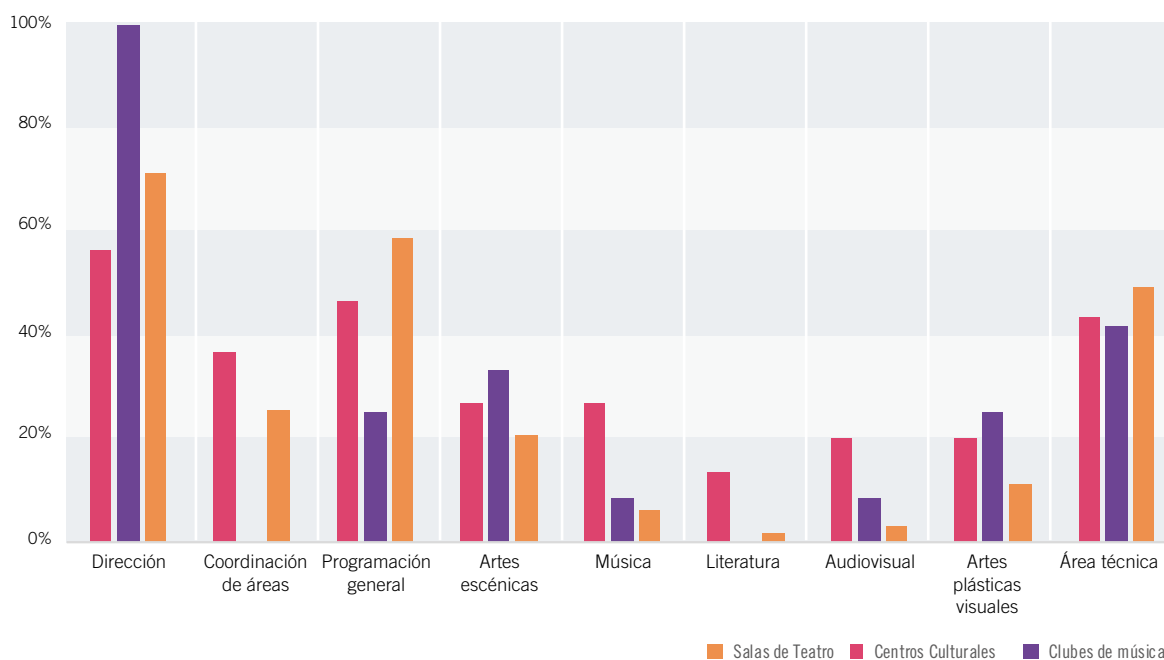
Fuente: elaboración propia.

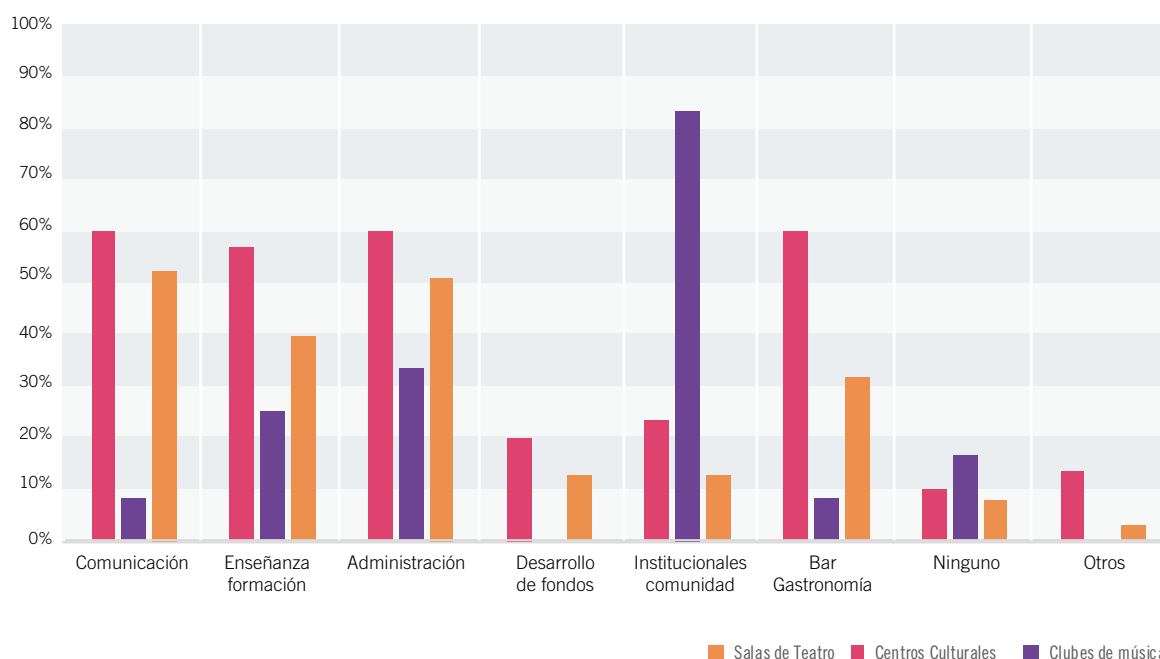
Áreas y Comisiones de las organizaciones

Otro indicador importante, que permite entender aspectos formales de una organización cultural, es la cantidad de áreas o comisiones en las que se divide. A este respecto podemos observar que la mayoría de las organizaciones culturales poseen al menos un **área de dirección** (70,48%) y un poco más de la mitad un **área de programación general** (51,43%), de **comunicación** (49,52%) y de **administración** (51,43%). Si atendemos a cada sector en particular se puede observar que Clubes de Música poseen una menor complejidad organizacional en términos de áreas o comisiones. En esta clase de organizaciones existe mayoritariamente un área de dirección (100,00%), de institucionales (83,33%) y de comunicación (41,67%). Por el contrario, los Centros Culturales, dada su programación, suelen dividirse en más áreas de trabajo. Más de la mitad de los Centros Culturales señalaron poseer al menos un área de dirección (56,67%), comunicación (60,00%), enseñanza y/o formación (56,67%) y administración (60,00%). Por su parte, la mayoría de las Salas de Teatros indicaron poseer al menos un área de dirección (71,43%), de programación general (58,73), de comunicación (52,38%) y administración (50,79%) (Ver figura 6).

La mayoría de las organizaciones culturales poseen al menos un área de dirección (70,48%) y un poco más de la mitad un área de programación general (51,43%), de comunicación (49,52%) y de administración (51,43%).

Figura 6: Áreas o Comisiones en las que se dividen las organizaciones culturales





Tipo de participación

En lo que respecta a los modos de vinculación formal de las personas que participan o colaboran con las organizaciones culturales, se advierte que **más de la mitad tiene un vínculo permanente con los espacios** (57,87%), mientras que el resto lo hace de forma puntual para la realización de una actividad, tarea o programación específica (42,13%). Este patrón se repite en todas las organizaciones culturales, pero resulta más marcado en las Salas de Teatros (61,08% sobre 38,92%), Clubes de Música (62,50% sobre 37,50%) y Milongas (58,33% sobre 41,67%) y menos en Centros Culturales (50,78% sobre 49,22%). Dentro de las personas que participan de forma permanente en las organizaciones culturales en su conjunto, **la mayoría lo hace de forma rentada** (66,86%) por sobre pasantes (29,68%) y voluntarias (3,46%). Este patrón de vinculación resulta similar en las Salas de Teatro (72,14%), Clubes de Música (85,71%), Centros Culturales (60,00%) y Milongas (59,57%).

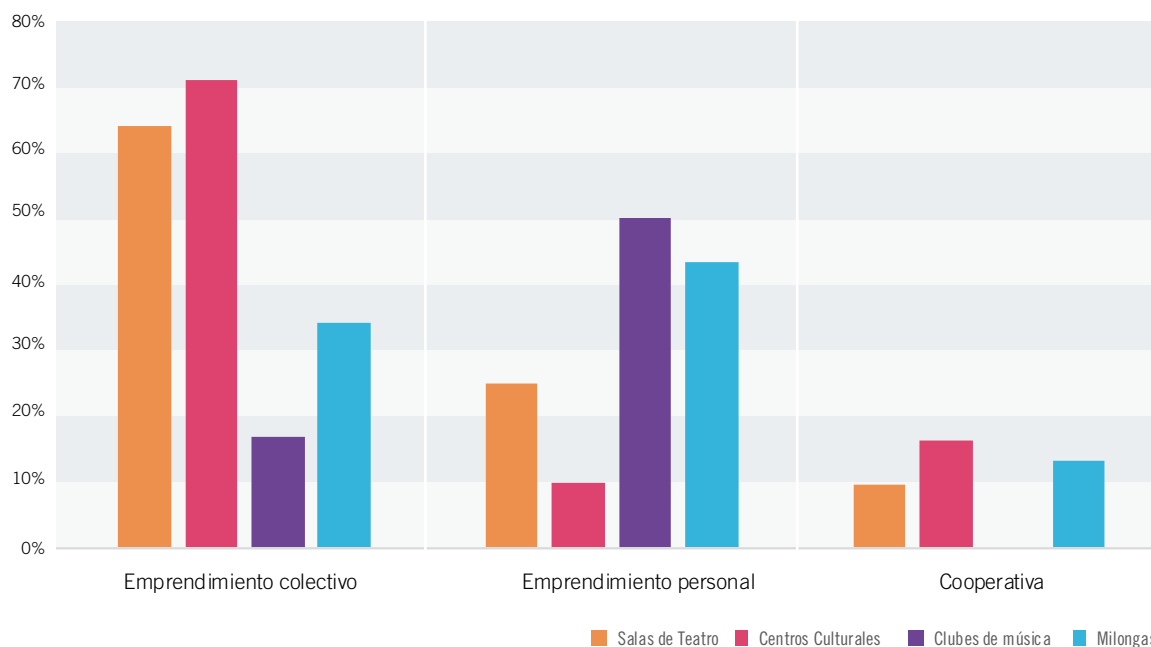
4.2. MARCOS COGNITIVOS-CULTURALES Y FORMAS DE SOCIABILIDAD DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES

Los aspectos menos formales de las configuraciones sociales son las maneras de relacionarse, las formas de sociabilidad, los sentimientos y sensibilidades generadas entre las personas integrantes de una organización, más allá de cualquier norma o regulación explícita preestablecida. Esta dimensión atiende a los aspectos vitales de una organización cultural y son un componente central para comprender su funcionamiento (Wortman 2018; Cassini, 2018). Captar estas características resulta muy difícil en investigaciones cuantitativas como la presente, siendo su análisis y comprensión más propio de abordajes del tipo cualitativos o etnográficos. Sin embargo, para

esta investigación se han formulado algunos interrogantes que buscaron caracterizar de forma general algunas de estas dimensiones.

Una forma de entender las maneras de funcionamiento de una organización cultural -independientemente de la forma jurídica que adquieren- es preguntar por su definición y caracterización en términos de su funcionamiento efectivo. En este sentido, más de la mitad de las organizaciones culturales analizadas han caracterizado a sus espacios como **emprendimientos colectivos** (51,88%), por sobre emprendimientos personales (30,00%) o cooperativas de hecho (11,25%). Esta caracterización se hace más evidente en las Salas de Teatro y Centros Culturales, donde la mayoría definen a sus espacios como emprendimientos colectivos (64,06% y 70,97% respectivamente). Por el contrario, Clubes de Música y Milongas tienden a caracterizar sus organizaciones como emprendimientos personales: un 50 % de los Clubes de Música y un 43,40% de las Milongas lo hacen de esta manera (Ver figura 7).

Figura 7: Modo de funcionamiento de las organizaciones culturales

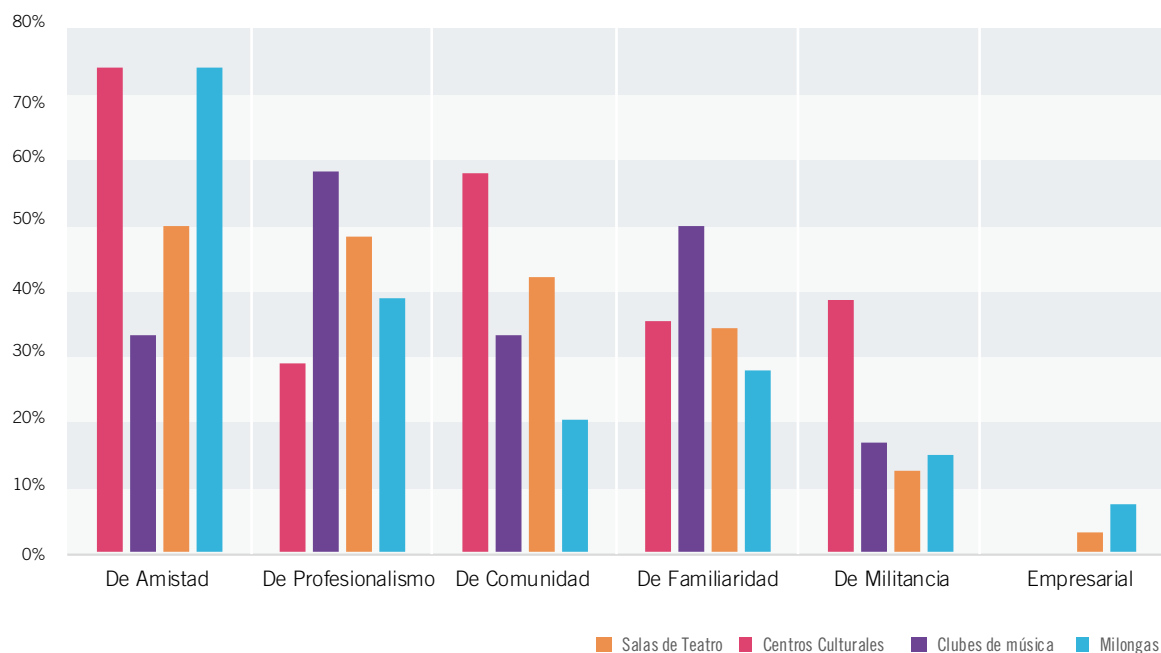


Fuente: elaboración propia.

La sociabilidad refiere a las formas regulares que adquieren las interacciones recíprocas entre quienes integran una organización, independientemente de las normas o regulaciones pre-establecidas que apuntan a regular su conducta. Para captar esta dimensión, se preguntó por la percepción del lazo social dominante que define las relaciones dentro de cada organización cultural a partir de categorías como: amistad, familiaridad, comunidad, militancia, profesionalismo, empresarial, etc. A partir de estas categorías, la mayoría de las organizaciones culturales definieron las relaciones entre las personas que las integran como de **amistad** (61,49%) y **profesionalismo** (42,24%). Este patrón de respuesta se repite en las Salas de Teatros y Milongas. Así, más de la mitad de las Salas de Teatro definen sus relaciones como de amistad (50,00%) y de profesionalismo (48,44%) pero también de comunidad (42,19%). La mayoría de las Milongas también lo hacen en este sentido (74,07% de amistad y 38,89% de profesionalidad). La diferencia respecto a este patrón de caracterización social aparece en Centros Culturales y Clubes de Música.

La mayoría de los Centros Culturales definen las relaciones entre las personas que integran sus organizaciones como de amistad (74,19%) y de comunidad (58,06%). Mientras que los Clubes de Música las caracterizan como de profesionalismo (58,33%) y familiaridad (50,00%) (Ver figura 8).

Figura 8: Percepción de la sociabilidad existentes entre los integrantes de las organizaciones culturales



Fuente: elaboración propia.

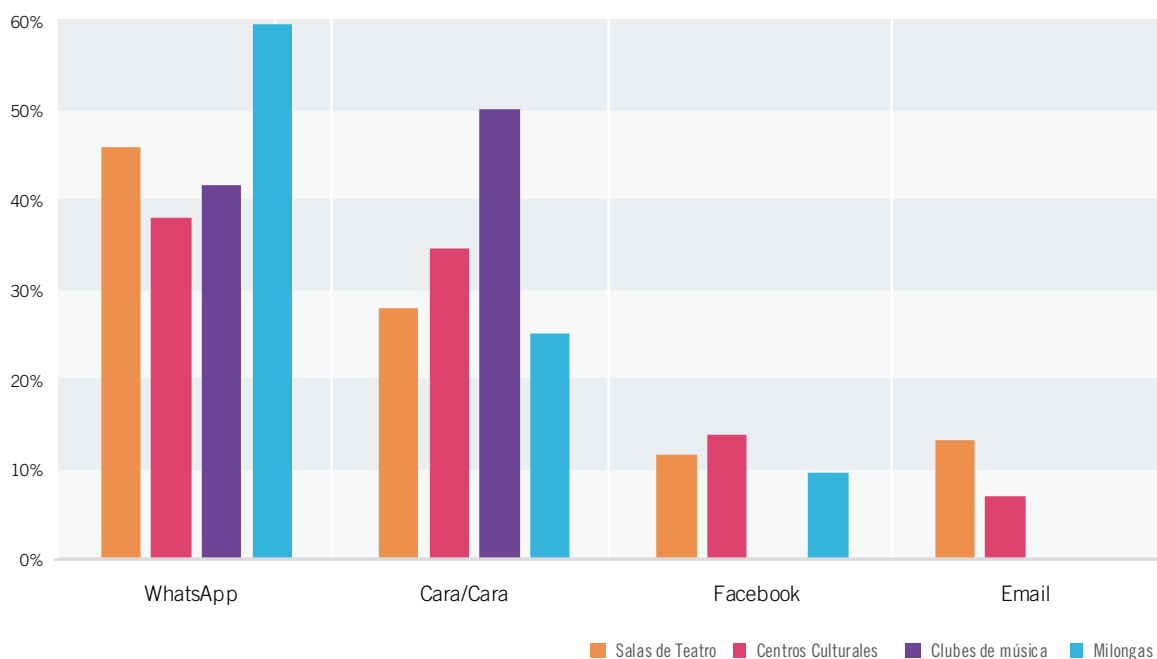
Independientemente de las modalidades preestablecidas para la toma de decisiones sobre diferentes aspectos de las organizaciones culturales (dirección general, cuestiones de programación, administrativas y de gestión), existen formas socialmente naturalizadas que tienen a reproducir desigualdades. **Cuando se preguntó sobre la toma de decisiones al interior de las organizaciones culturales según géneros, se pudo observar que, en más de la mitad de las organizaciones culturales encuestadas, los hombres son quienes toman las decisiones sobre la dirección general de la organización (54,66%) y cuestiones de programación (52,05%).** Este patrón se repite en las Salas de Teatro (55,32%), Centros Culturales (53,85%) y Clubes de Música (53,33%). En el capítulo 9 del presente informe se analizarán con más detenimiento alguna de estas desigualdades.

En más de la mitad de las organizaciones culturales encuestadas, los hombres son quienes toman las decisiones sobre la dirección general de la organización (54,66%) y cuestiones de programación (52,05%).

Formas de comunicación interna

Finalmente, las formas de comunicación entre las personas que integran una organización cultural también hacen al entendimiento de sus formas de relación. Cuando se les preguntó a las personas responsables de la totalidad de las organizaciones culturales analizadas cual era el principal medio de comunicación interno, la mayoría señaló WhatsApp (48,70%) y las comunicaciones cara a cara (29,87%) en primer lugar, quedando el correo electrónico (6,49%) relegado a un cuarto lugar detrás del Facebook (10,39%). Este patrón de comunicación interno se repite en la mayoría de las Salas de Teatro, Centros Culturales, Clubes de Música en Vivo y las Milongas (*Ver figura, 9*).

Figura 9: Medios de Comunicación internos utilizados por el equipo de trabajo de las organizaciones culturales (Categoría más elegida en primer lugar)



Fuente: elaboración propia.

CAPÍTULO 5: CONFIGURACIÓN MATERIAL DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES

La configuración material de una organización cultural remite, en primer lugar, a las características espaciales del inmueble donde se desarrollan las actividades (según tipo, titularidad, tamaño, lugar de guardado y dificultades para su adaptación) y del espacio escénico donde se desarrolla la programación (según cantidades, dimensiones, aforo, tipo y distribución de butacas, características del piso, de la caja escénica y dificultades para su adaptación). En segundo, a la tecnología disponible para el desarrollo de las actividades programadas y los recursos para su obtención. Finalmente, a las herramientas de gestión empleadas para el funcionamiento de la organización (planificación, registro de ingresos y egresos y revisiones de funcionamiento).



5.1. CARACTERÍSTICAS ESPACIALES DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES

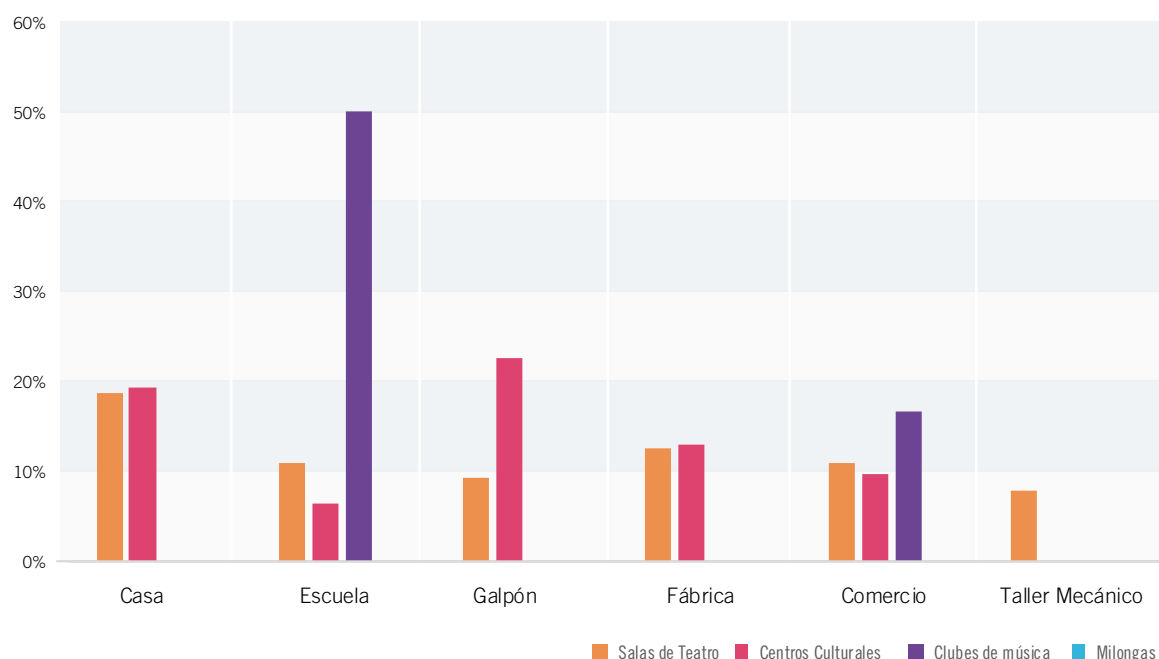
En esta sección daremos cuenta de las características espaciales de las organizaciones culturales, comenzando con algunos indicadores vinculados con la especificidad del inmueble, su titularidad, las razones que llevaron a su elección y/o mudanza, cantidad de ambientes, disponibilidad, tipos de usos (como el guardado de materiales) y las dificultades para su adaptación.

5.1.A. TIPO DE INMUEBLE

Uso previo del inmueble

En lo que respecta al uso previo del inmueble donde se emplazan las organizaciones culturales analizadas, observamos que las Salas de Teatro desarrollan sus actividades y programación en espacios que anteriormente han sido **casas** (18,75%), fábricas (12,50%), comercios (10,94%) y escuelas (10,94%). Respecto a los Centros Culturales se destacan por funcionar en antiguos **galpones** (22,58%), casas (19,40%) y fábricas (12,90%); mientras que los Clubes de Música desarrollan sus actividades en espacios que anteriormente fueron **escuelas** (50,00%) (Ver figura 10).

Figura 10: Uso previo del inmueble



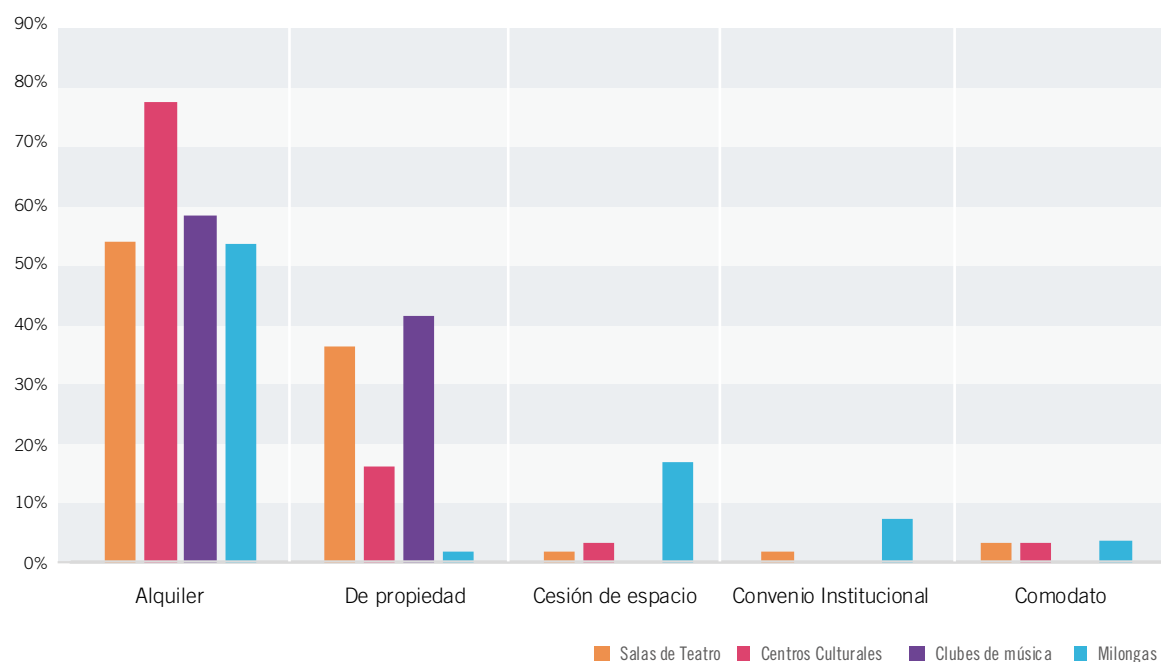
Fuente: elaboración propia.

A partir de estas observaciones, se puede inferir una relación entre el uso previo del inmueble y el tipo de programación que ofrecen las organizaciones culturales. Las Salas de Teatro funcionan en antiguas casas debido al formato de las obras que programan, como así también al tipo de experiencia que allí se vivencia; de carácter íntimo y cálido como el de un hogar. La elección de antiguas fábricas se debe también, a que muchas salas priorizan la programación de danza y puestas artísticas con mayor despliegue escénico. Los espacios que fueron escuelas, al igual que las ex casas, permiten tener diferentes habitaciones para diversos usos, tanto para talleres, como para guardados de escenografía y camarines, por ejemplo. El funcionamiento de Centros Culturales en antiguos galpones se debe a que suelen necesitar lugares grandes para el desarrollo de una programación amplia y ecléctica y este tipo de inmueble permite adaptarla a los distintos espacios.

5.1.B. TITULARIDAD DEL INMUEBLE

Sobre la titularidad del inmueble, observamos que la mayoría de las organizaciones culturales alquilan los espacios donde desarrollan sus actividades (58,75%). Los Centros Culturales se destacan por ser las organizaciones culturales con mayor cantidad de espacios alquilados (77,42%), seguidos por los Clubes de Música (58,33%), las Salas de Teatro (53,97%) y las Milongas (53,70%). Merece la pena destacar que las Milongas son las organizaciones que menos desarrollan sus actividades en espacios propios (apenas el 1,85%) en comparación con los Clubes de Música (41,67), Salas de Teatro (36,51%), y Centros Culturales (16,63%), desarrollando su programación en espacios cedidos (16,67%), o brindados por algún tipo de convenio institucional (7,41%) o comodato (3,70%), además de alquilados (53,70%) (Ver figura 11).

Figura 11: Titularidad del inmueble



Fuente: elaboración propia.

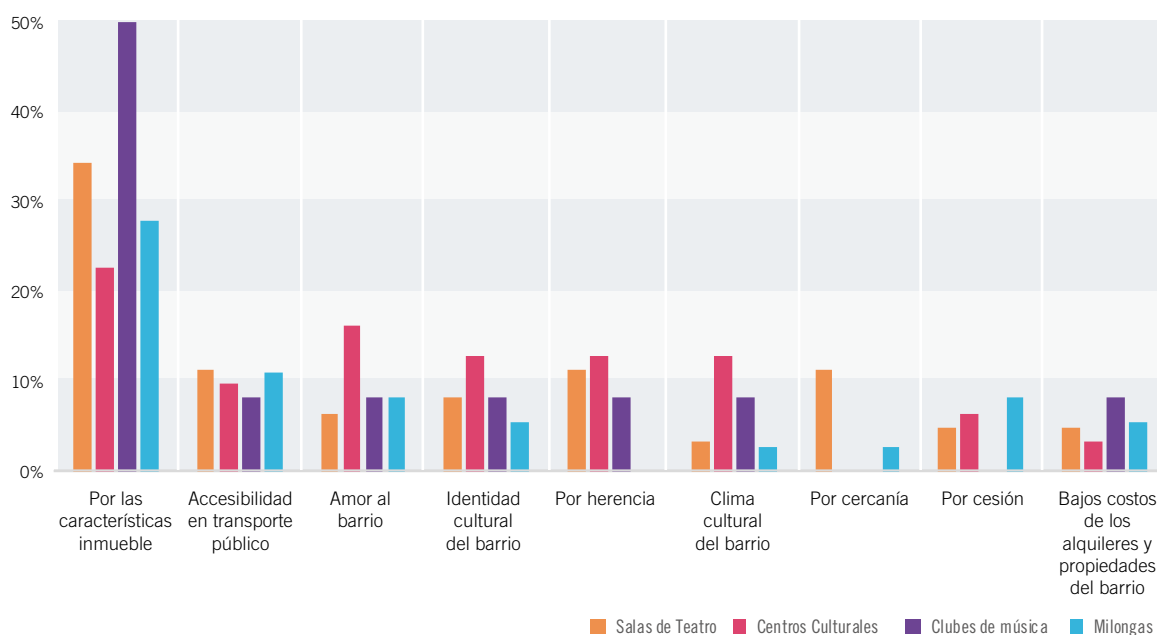
5.1.C. RAZONES DE LA ELECCIÓN DEL INMUEBLE Y MUDANZA

Al momento de indagar sobre las razones de selección del espacio, se observa que la mayoría de las organizaciones culturales han priorizado las características del inmueble como primera opción a la hora de elegir un espacio donde desarrollar su programación (31,40%). Esto se corrobora tanto en Salas de Teatros (34,40%), como en los Centros Culturales (22,50%), en los Clubes de Música (50%) y las Milongas (27,80%).

Ahora bien, si se presta atención a otras motivaciones, se puede observar que emergen con fuerza **razones urbanas**. Así, se constata que en las Salas de Teatros la identidad barrial (50,80%) y la accesibilidad del transporte público (50,80%) son tenidos en cuenta a la hora de elegir un espacio; apareciendo también como dato destacable, la elección del inmueble por el clima cultural del barrio (41,30%). Por su parte, los Centros Culturales han priorizado también las características del inmueble en primer lugar (80,60%), aunque la identidad cultural del barrio (48,40%) y la accesibilidad de transporte y el clima cultural (45,20%) aparece también como argumento. En cuanto a los Clubes de Música las características del inmueble representa más de la mitad de las motivaciones (75%) de las elecciones, seguido por identidad cultural del barrio con un 33%. Las Milongas denotan el mismo criterio de orden de elección que Salas de Teatro y Centros Culturales. Las características del inmueble aparecen como primera motivación para la elección de un espacio (69,80%), seguidos por la identidad cultural del barrio (48,10%), la accesibilidad del transporte público (45,30%) y el clima cultural (38,70%).

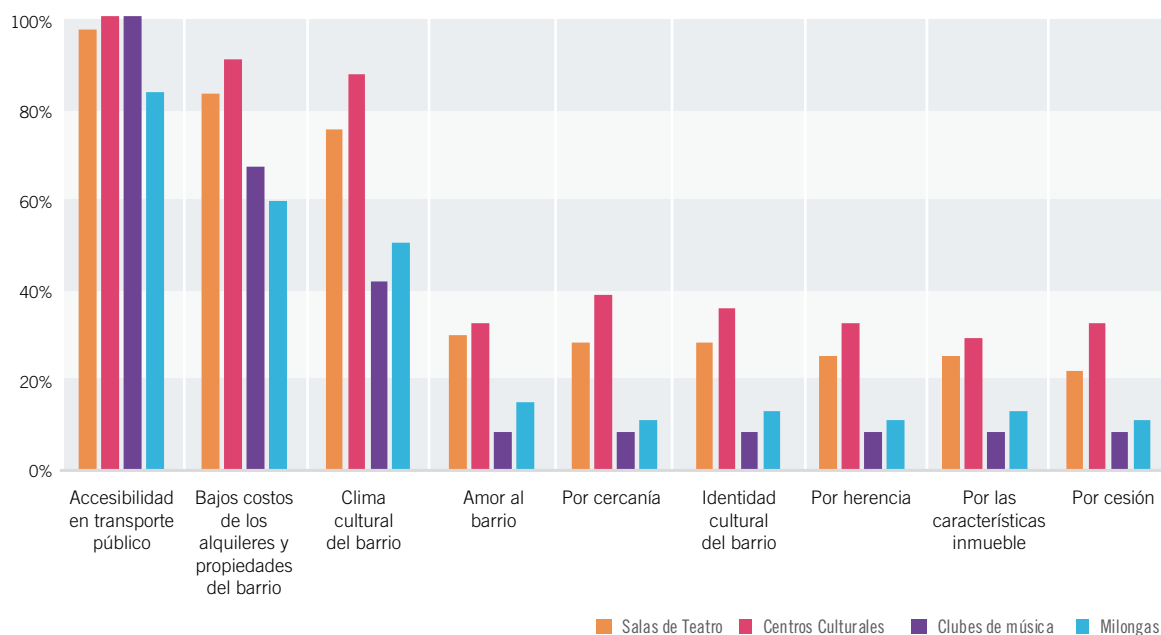
En cuanto al total de menciones, independientemente de su orden, merece la pena destacar la opción de accesibilidad del transporte público como la más mencionada en todos los casos. Casi el total de Teatros, Centros Culturales, Clubes de Música y Milongas han tenido en cuenta la cercanía al transporte público como criterio a la hora de la selección del inmueble (ver figuras 12 y 13).

Figura 12: Motivaciones para la elección del Inmueble (Categoría más elegida en primer lugar)



Fuente: elaboración propia.

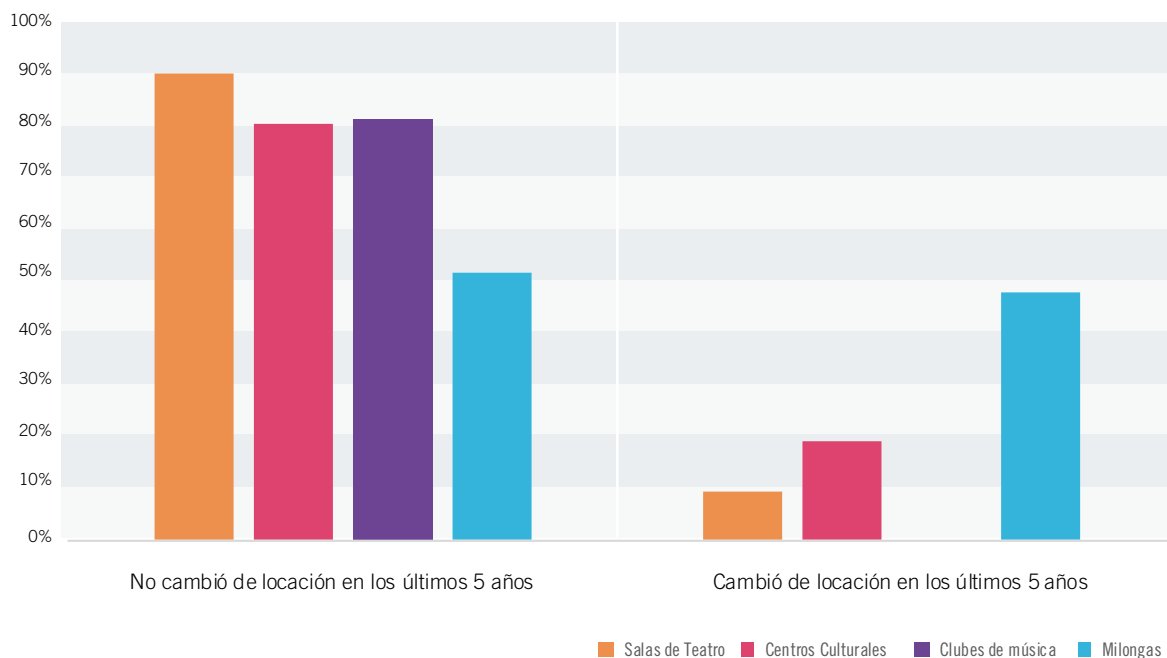
Figura 13: Motivaciones para la elección del Inmueble (Categorías más elegidas independientemente del lugar)



Fuente: elaboración propia.

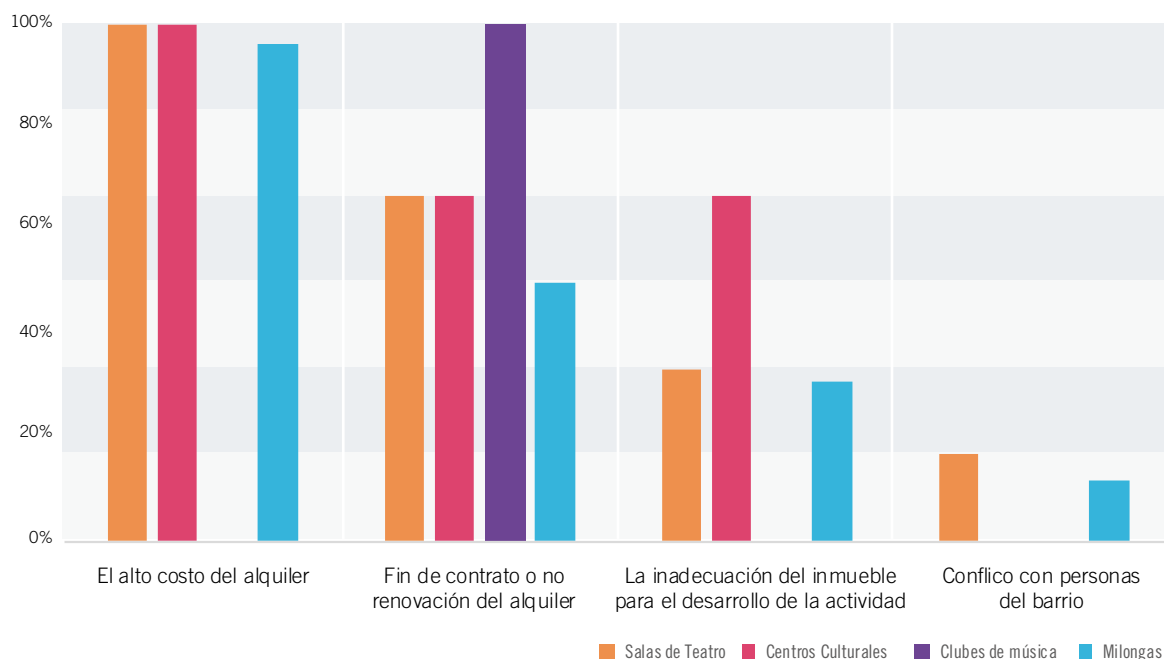
Se consultó a las organizaciones culturales analizadas si se **mudaron** de espacio, al menos una vez, en los últimos 5 años. Se destaca que las organizaciones culturales son espacios estables para el desarrollo de sus actividades. En este sentido, se observa que las Salas de Teatro (9,40%), los Centros Culturales (19,40%) y los Clubes de Música (18,18%) se han mudado pocas veces. Por el contrario, **casi la mitad de las Milongas encuestadas lo han hecho más de una vez (48,10%)**. **La principal razón de las mudanzas está relacionada con la suba de alquileres: 22,20% en las Salas de Teatros, 54,50% en los Centros Culturales y 55,60% en el caso de las Milongas**. Este motivo repercute fuertemente en los diferentes espacios culturales, ya que no cuentan con herramientas estatales o promociones inmobiliarias para garantizar la continuidad del funcionamiento de las actividades culturales. En reiteradas ocasiones, una vez puesto en valor el inmueble, tanto material, como cultural y simbólicamente, sufren grandes aumentos al finalizar su contrato de alquiler (ver figuras 14 y 15).

Figura 14: Cambio de locación en los últimos 5 años



Fuente: elaboración propia.

Figura 15: Motivaciones para el cambio de locación (Categorías más elegidas independientemente del lugar)



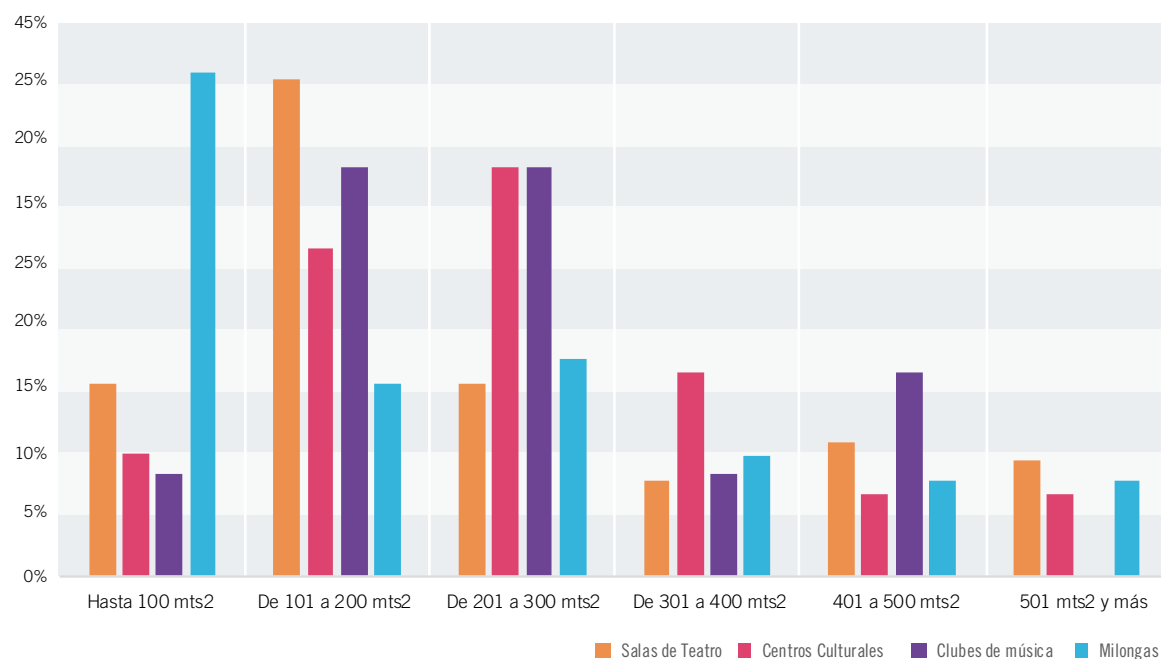
Fuente: elaboración propia.

5.1.D. CARACTERÍSTICAS DEL INMUEBLE

Cuando se consultó por la **cantidad de ambientes** del inmueble donde se desarrollan las actividades de las organizaciones culturales, se observa que más de la mitad de las Salas de Teatro (58,00%) y los Centros Culturales (58,00%) **se dividen en cuatro o más ambientes**; mientras que la mayoría de los espacios de los Clubes de Música se dividen en dos ambientes (75,00%). En concordancia con lo expuesto anteriormente, tanto Salas de Teatros como Centros Culturales tienen un uso más ecléctico del espacio, necesitando de varias habitaciones para dar uso de “sala”, de camarines, espacios de formación, bar con mesas en algunos casos, espacios de guardado, etc. Los Clubes de música y las milongas necesitan de ambientes más amplios por el tipo de actividad que realizan (Ver figura 16).

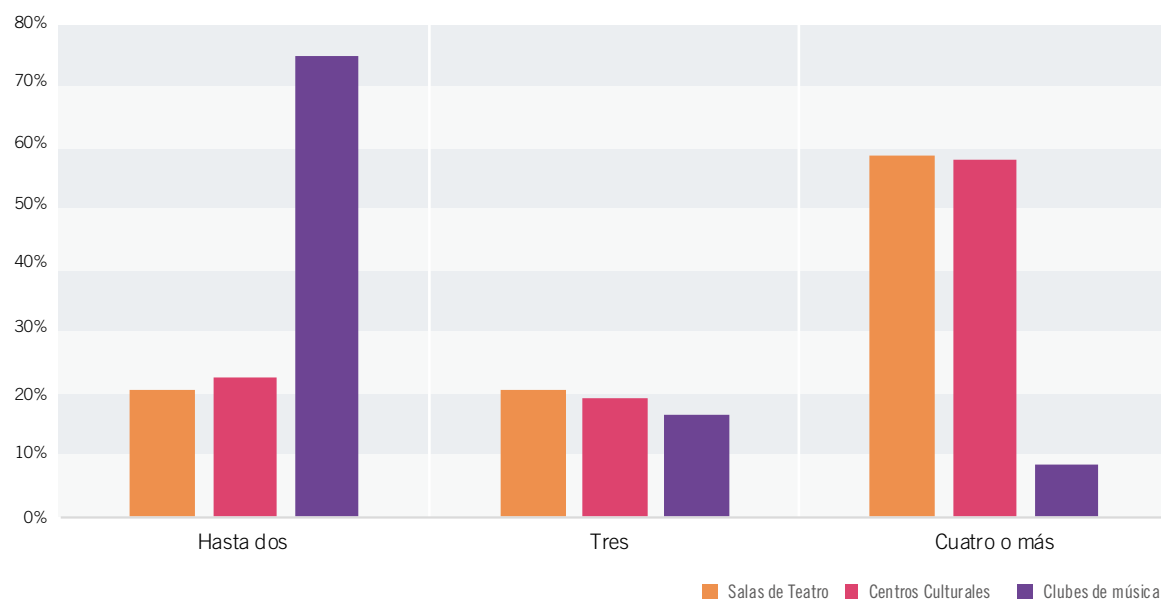


Figura 16: Superficie del inmueble (en m2)



Fuente: elaboración propia.

Figura 17: Cantidad de ambientes en los que se divide el inmueble



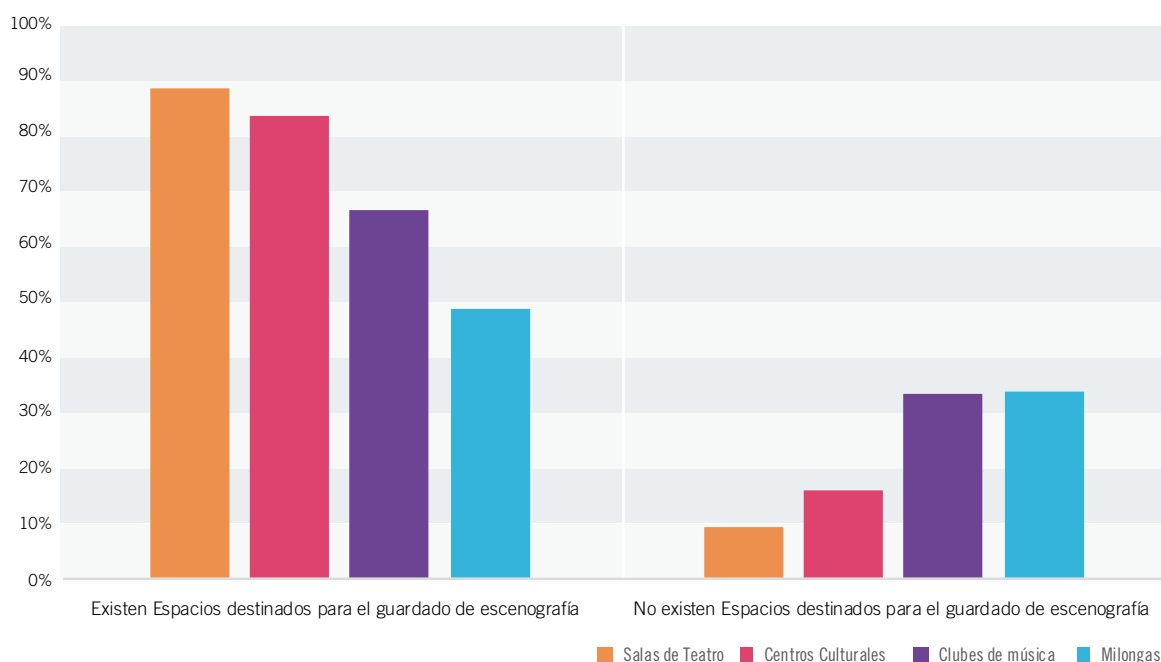
Fuente: elaboración propia.

5.1.E. ESPACIO DE GUARDADO Y ADAPTABILIDAD PARA LA PROGRAMACIÓN

En relación con la disponibilidad y tipo de espacios de guardado de materiales (escenografía, instrumentos, etc.) se observa que la mayoría de las Salas de Teatros (89,10%), Centros Culturales (83,90%) y Clubes de Música (66,70%) cuentan con un lugar apropiado para esta finalidad. En las Milongas estos se reparten entre un 49,10%

que afirma tener lugar y un 34% que no. Estas respuestas, también aparecen relacionadas al tipo de actividad que se realiza en cada organización. Por parte de las Salas Teatrales, las actividades que allí programan utilizan gran cantidad de objetos, escenografía, vestuarios, etc. y, además, las mismas se albergan en el espacio por un tiempo que generalmente se cuenta en semanas o meses. Esto requiere n lugar de guardado para que todas las obras que están en cartelera y/o ensayando puedan dejar y mover con facilidad sus materiales. En los Centros Culturales sucede una dinámica similar, pero entre distintas disciplinas artísticas. En esta clase de organizaciones conviven diariamente obras de teatro, muestras de artes plásticas, bandas, talleres, etc. (Ver figura 18).

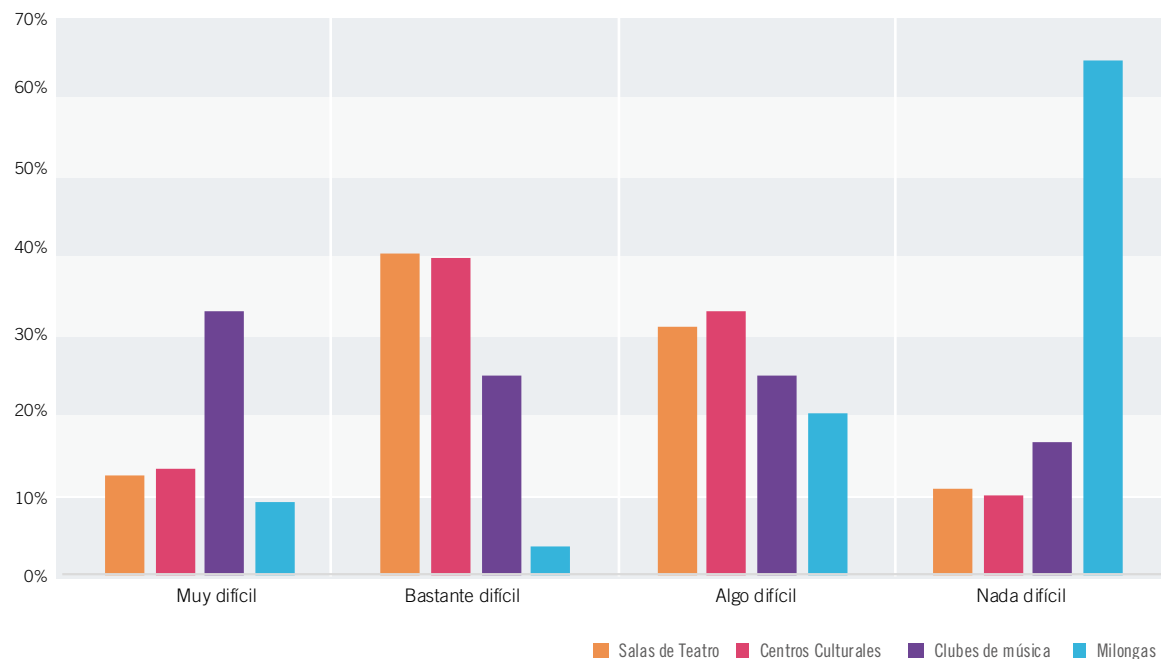
Figura 18: Existencia de Espacios para el Guardado de Escenografía



Fuente: elaboración propia.

Se indagó acerca del grado de dificultad que las organizaciones culturales analizadas tuvieron en adaptar el inmueble para el desarrollo de su actividad cultural. En el caso de las Salas de Teatros y Centros Culturales nos encontramos con respuestas similares, el 70% de las Salas de Teatro y Centros Culturales considera que fue bastante difícil o algo difícil adaptar el espacio para finalidades culturales. Este porcentaje resulta lógico teniendo en cuenta el tipo de uso que tenían los inmuebles con anterioridad y las necesidades habilitatorias a contemplar para poder hacer uso de este. En el caso de los Clubes de Música ambos grados de dificultad (algo y bastante) han sido elegidas por el 25% de casos respectivamente, aunque el grado de mayor dificultad sube al 33,30%. Esta última opción suele estar relacionada con temas acústicos necesarios para el buen funcionamiento del espacio y no tener inconvenientes con los vecinos por el uso del alto volumen de sonido. Por su parte, las Milongas han afirmado mayoritariamente no haber tenido dificultades para adaptar el espacio para el desarrollo de sus actividades (64,80%) (Ver figura 19).

Figura 19: Grado de dificultad en adaptar el inmueble para el desarrollo de la actividad



Fuente: elaboración propia.

5.2. CARACTERÍSTICAS DEL ESPACIO ESCÉNICO

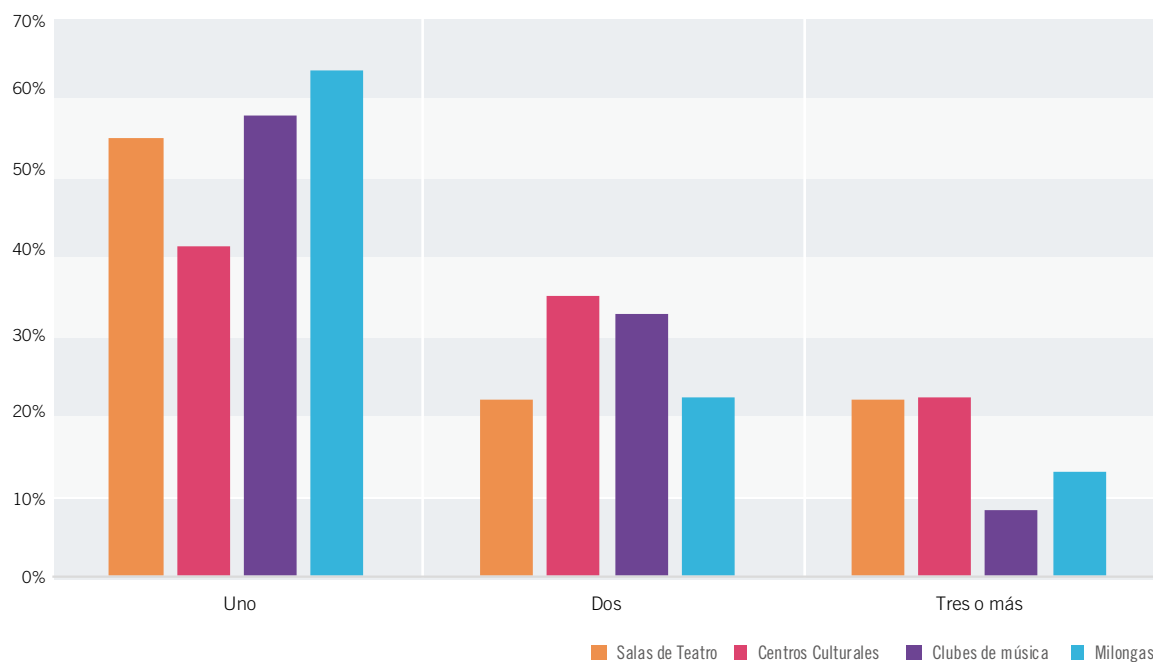
Esta sección se centra en el análisis de las características y tipos de espacios escénicos que disponen las organizaciones culturales. Para esta finalidad se tomaron en cuenta las dimensiones, aforo, tipo y distribución de butacas, características del piso y dificultades para su adaptación. Observando características generales de las organizaciones culturales en su conjunto y caracterizando aquellos rasgos significativos en cada uno de los sectores analizados (Salas de Teatros, Centros Culturales, Clubes de Música y Milongas).



5.2.A. AMBIENTES, DIMENSIONES Y AFORO

Al indagar la cantidad de ambientes del inmueble que se usa con finalidades artísticas, observamos que más de la mitad de las Salas de Teatro (55,60%), Clubes de Música (58,30%) y Milongas (64,20%) afirma tener solo una sala para estos propósitos; mientras que los Centros Culturales se reparten entre una (41,90%) y dos salas (35,50%) (Ver figura 20).

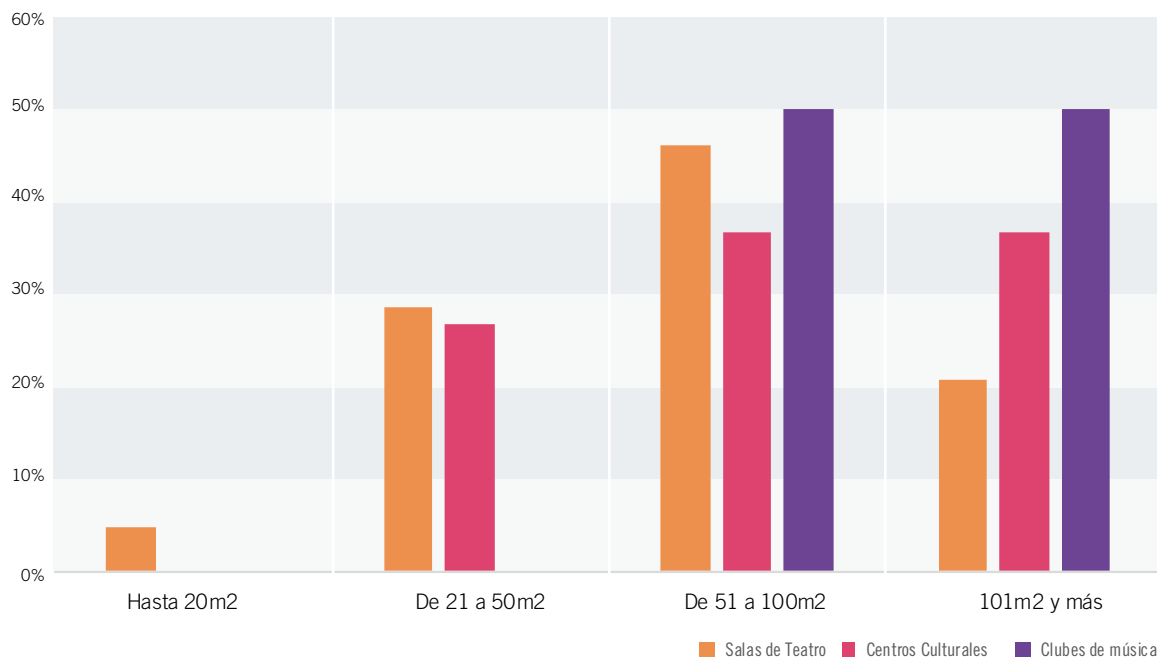
Figura 20: Cantidad de ambientes en las que se divide el inmueble



Fuente: elaboración propia.

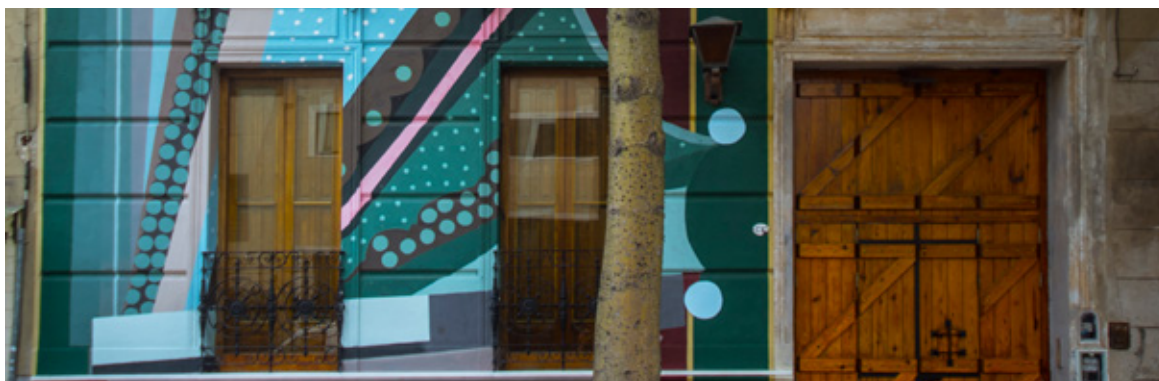
La superficie del espacio principal usado con finalidades artístico-culturales de las organizaciones culturales analizadas posee una media de 106,3 m². Dentro de este marco, casi la mitad de las Salas de Teatros encuestada afirma disponer de un espacio escénico principal con unas dimensiones entre 51 a 100m² (46,60%). Los Centros Culturales se encuentran repartidos entre espacios que cuentan con salas que miden de 51 a 100m² (36,70%) y 101m² a más (36,70%). Por su parte, los Clubes de Música se dividen por igual en espacios que disponen de salas entre 51 a 100m² (50,00%) y 101m² a más (50,00%). Si observamos la media de la superficie de las salas principales de las organizaciones culturales analizadas se destaca que las salas de mayor tamaño son las de los Clubes de Música (con una media de 163,92 m²), seguida por la de los Centros Culturales (con una media de 119,40 m²), siendo la de las Salas de Teatro las más pequeñas (con una media de 85,19 m²). Estas características están intrínsecamente relacionadas con el tipo de despliegue escénico, de formato más pequeño si lo comparamos con el sector comercial. Esto no influye en el resultado artístico, solamente describe una cuestión de escala y tipo de puesta de carácter más íntimo, donde la relación con la representación o concierto sucede cerca del público (Ver figura 21).

Figura 21: Superficie de la Sala Principal (en m2)



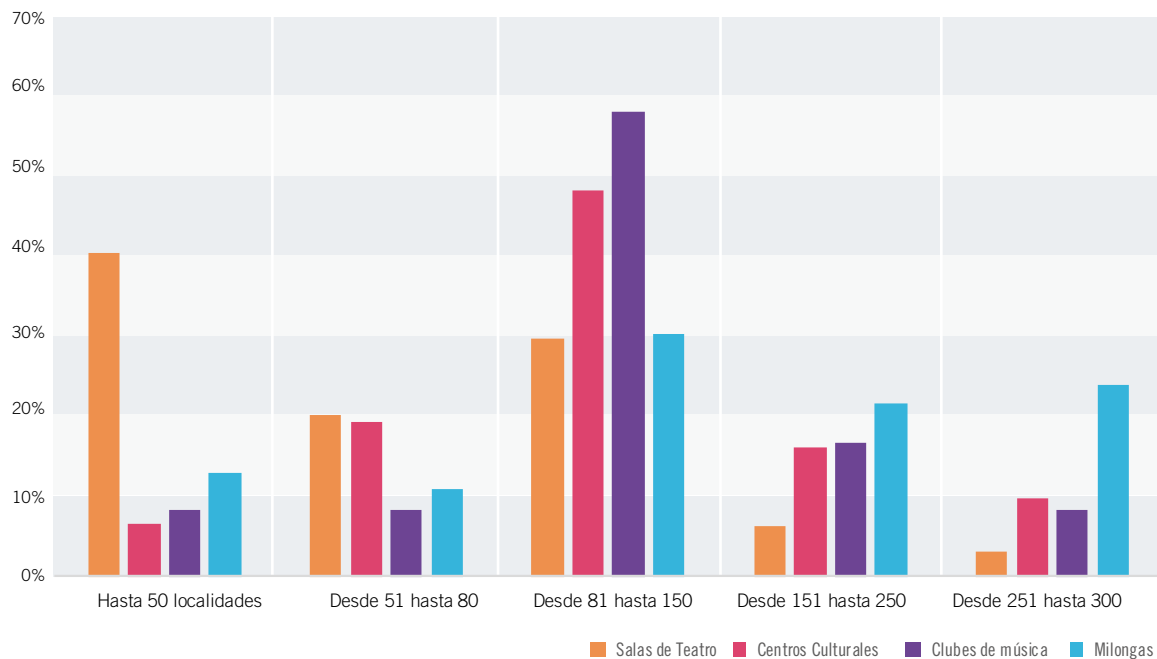
Fuente: elaboración propia.

La **media de aforo de las organizaciones culturales analizadas es de 133 localidades**. Divididas por sector, se puede constatar que la media de aforo de las Salas de Teatro se encuentra por debajo del promedio, con 90 localidades; mientras que los Clubes de Música (con una media de 135 localidades), los Centros Culturales (con una media de 142 localidades) y las Milongas (con una media de 188) se encuentran por encima. Estas variables están en concordancia con las características espaciales recientemente mencionadas, que dan cuenta de un tipo de programación y relación del público con el acontecimiento cultural más cercana; dando cuenta de un tipo de relación y carácter más familiar e íntimo (Ver figura 22).



En más de la mitad de las organizaciones culturales encuestadas, los hombres son quienes toman las decisiones sobre la dirección general de la organización (54,66%) y cuestiones de programación (52,05%).

Figura 22: Capacidad máxima de aforo del espacio

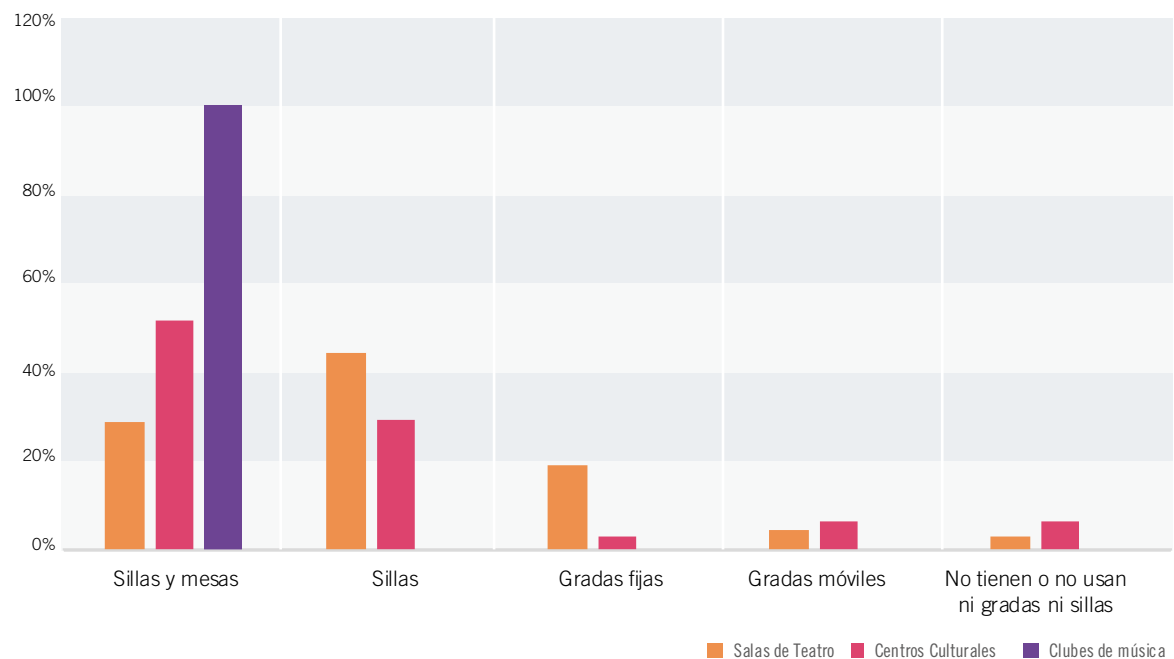


Fuente: elaboración propia

5.2.B. CARACTERÍSTICAS Y ADAPTABILIDAD PARA LA PROGRAMACIÓN

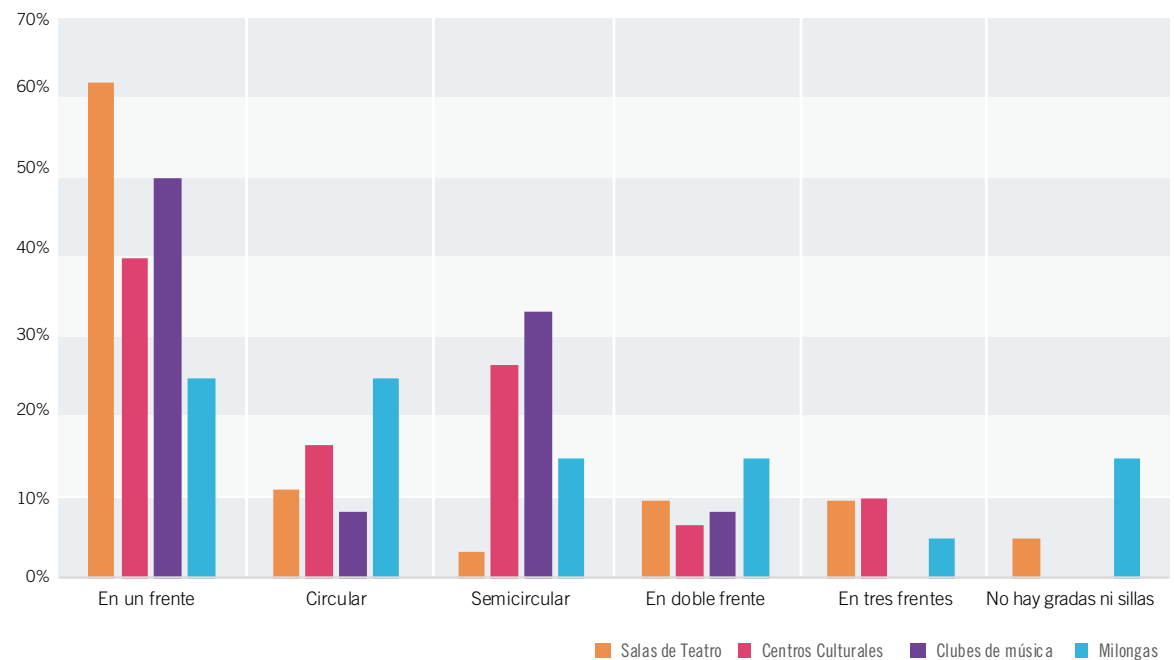
Siguiendo con las características del espacio donde se desarrollan las actividades artístico-culturales principales, observamos que el tipo y distribución de butacas de la sala principal varía según el sector de las organizaciones culturales analizadas. Casi la mitad de las Salas Teatrales dispone de sillas en su sala principal (44,44%); mientras que el mobiliario de la mayoría de los Centros Culturales (51,60%), Clubes de Música (51,60%) y Milongas (42,90%) está compuesto de sillas y mesas. La mayoría de las Salas de Teatro encuestadas disponen sus butacas en un solo frente (61,90%). Los Centros Culturales y Clubes de Música se reparten entre espacios con salas en donde la disposición de sillas o sillas y mesas es en un solo frente (40,00% y 50,00% respectivamente) o de modo semicircular (26,70% y 33,30% respectivamente) (Ver figuras 23 y 24).

Figura 23: Mobiliario de la Sala Principal



Fuente: elaboración propia.

Figura 24: Disposición del mobiliario de la Sala Principal

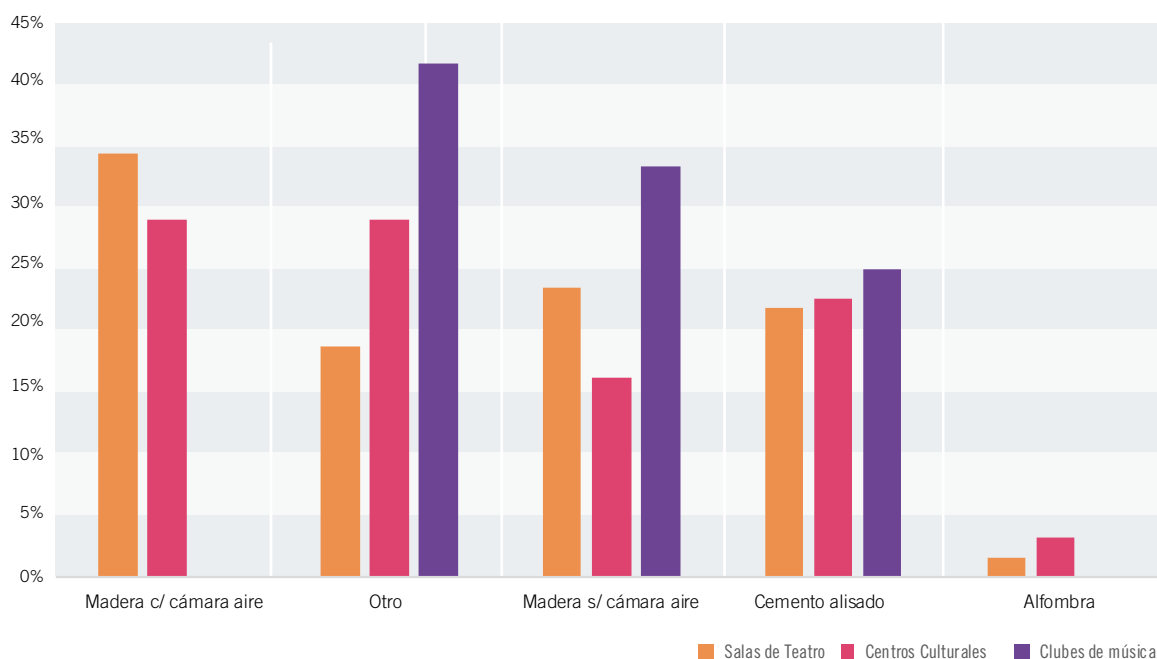


Fuente: elaboración propia.

La mayoría de las Salas Teatrales (65,60%) dispone de un escenario al ras del piso, es decir, no elevado. Lo mismo ocurre en los Centros Culturales (63,30%). Estas características permiten que el público y artistas estén a la misma altura, generando un tipo de puestas y presentaciones íntimas o por lo menos cercanas. La diferencia la marcan los Clubes de Música, donde más del 66,70% de los mismos disponen de un escenario elevado. En cuanto a las características materiales del piso del escenario, se observa que el 34,40% de las Salas de Teatro afirma tener piso de madera con cámara de aire, lo que permite realizar actividades escénicas de alto rendimiento físico, como por ejemplo la danza contemporánea (Ver figura 25).

En más de la mitad de los centros culturales y de las salas teatrales, el escenario principal no se encuentra elevado (está al ras del piso). En cambio, más de la mitad de los clubes de música, disponen de un escenario elevado.

Figura 25: Tipo de Piso de la Sala Principal

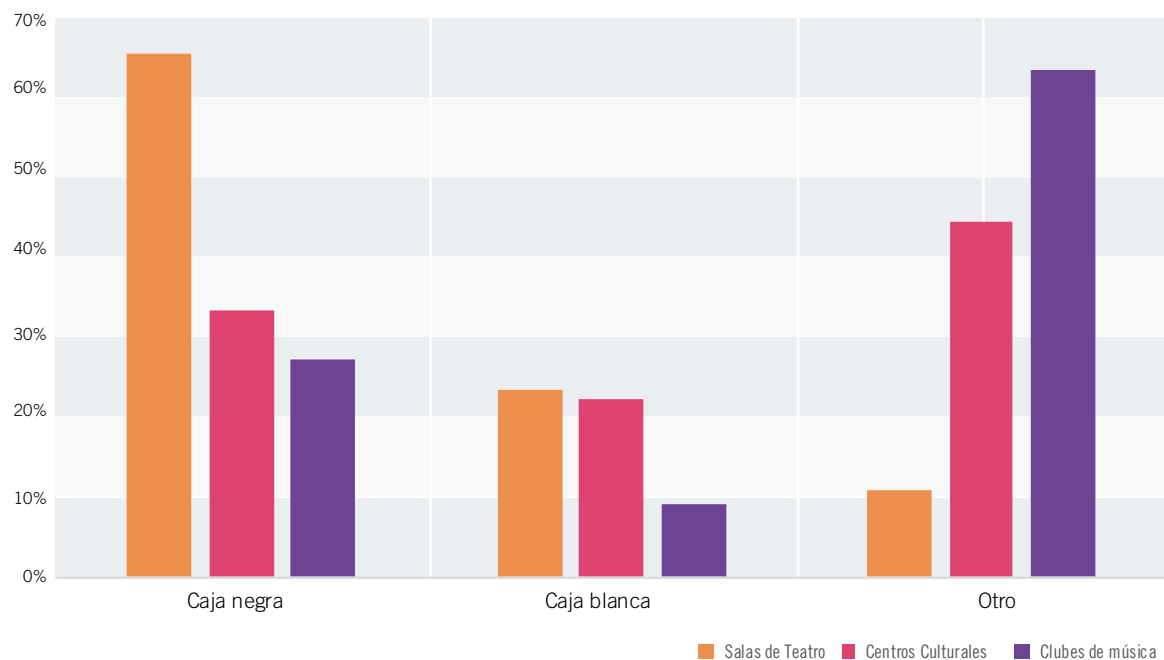


Fuente: elaboración propia.

Otro dato destacable, especialmente significativo para las Salas de Teatros, es que la mayoría afirma que su sala principal es del tipo “caja negra”²² (65,63%); siendo la altura del techo adecuada para realizar danzas aéreas solo en el 21,90% de las Salas. Similar porcentaje se registra en los Centros Culturales, donde el 26,70% afirma que su espacio permite llevar a cabo dicha actividad (Ver figura 26).

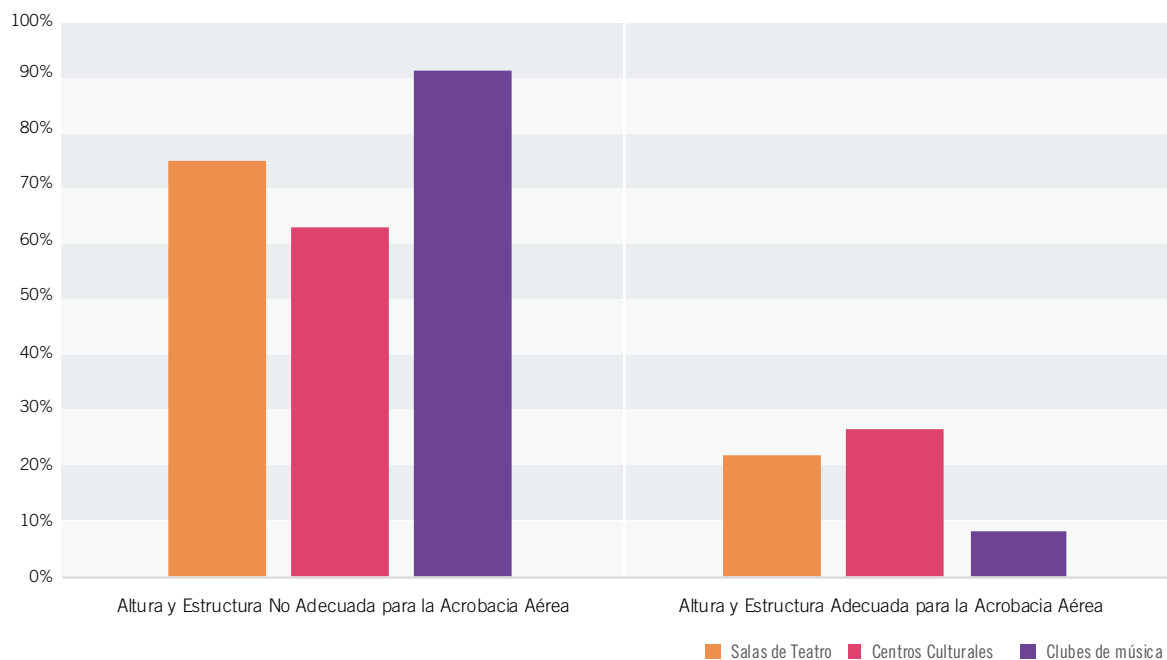
22. Se caracteriza por ser un escenario compuesto por cuatro paredes negras. Usualmente empleado en el teatro experimental.

Figura 26: Tipo de Espacio de la Sala Principal



Fuente: elaboración propia.

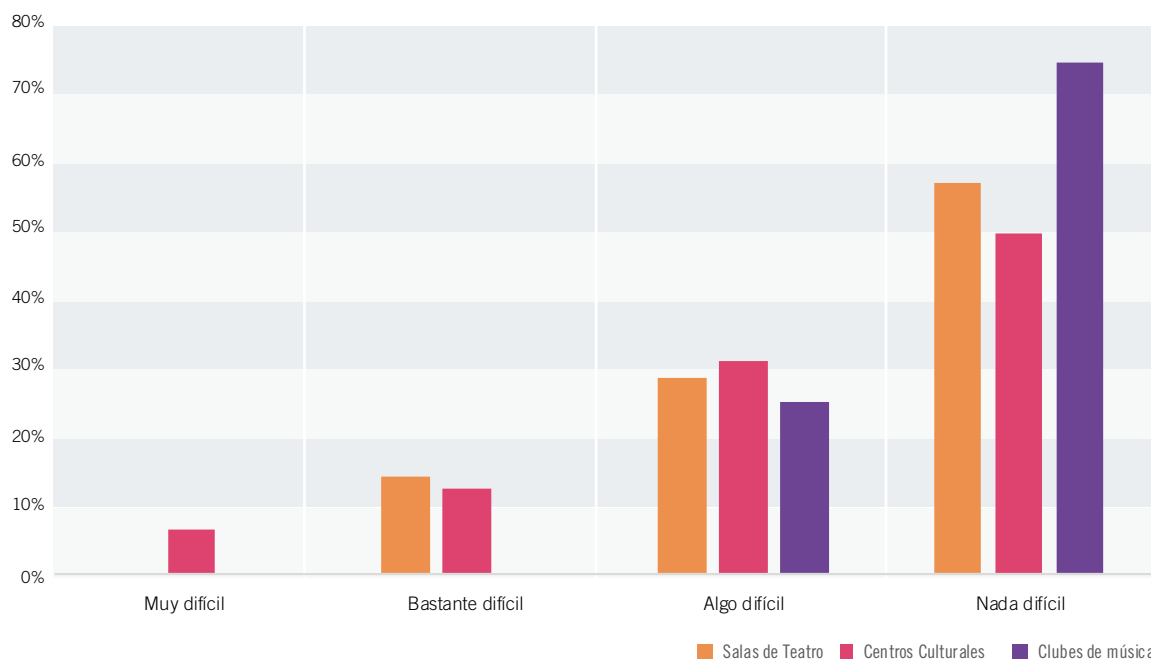
Figura 27: Adecuación de la Sala Principal para realizar Acrobacia Aérea



Fuente: elaboración propia.

La mayoría de las organizaciones culturales señala que la adaptabilidad de la sala principal para el desarrollo de la programación no ha sido fácil (56,10%), es decir que dichos espacios han trabajado para dar posibilidad de puesta a su tipo de programación. Esta dificultad se constata en la mayoría de las Salas de Teatro (58,70%), Centros Culturales (63,30%) y Clubes de Música (91,70%) (Ver figura 28).

Figura 28: Grado de Dificultad en adaptar la Sala Principal según las necesidades de la propuesta artístico-cultural



Fuente: elaboración propia.

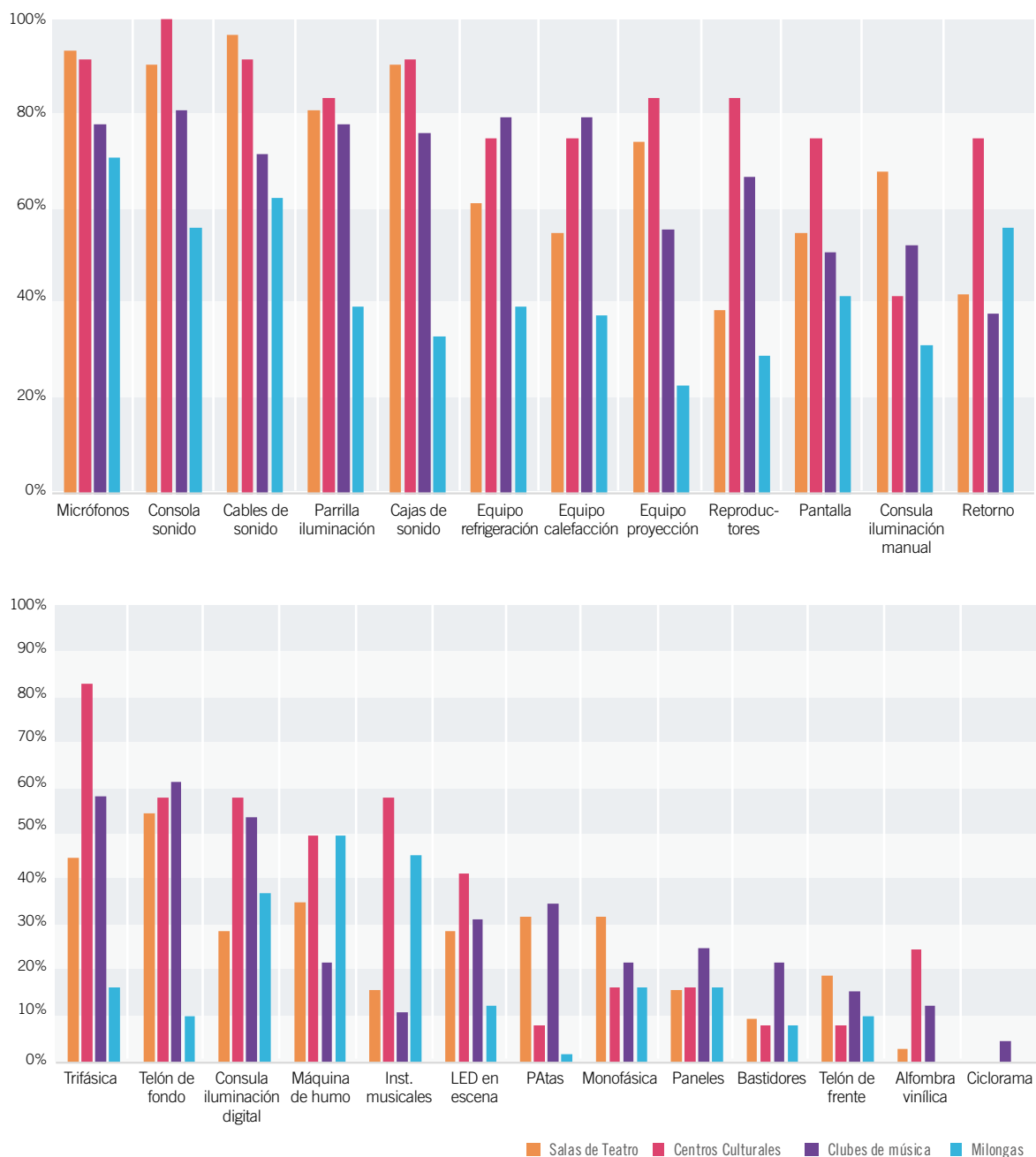
5.3. EQUIPAMIENTO Y TECNOLOGÍA

Esta sección tiene por finalidad identificar los recursos físicos (equipamiento y maquinarias) con los que cuentan las organizaciones culturales para el desarrollo de sus actividades y programación. A grandes rasgos, observamos que tanto los Centros Culturales como los Clubes de Música cuentan con más equipamiento técnico que las Salas de Teatro y más aun comparativamente con las Milongas. Parte de estas diferencias se deben a las necesidades específicas y materiales de cada sector.

La mayoría de las Salas de Teatro cuentan con consola de sonido (81,00%), parrilla de iluminación (77,80%) y cajas de sonido (76,20%). Por su parte, los Centros Culturales poseen en mayor proporción consola y cajas de sonido (90,30%) y parrilla de iluminación (80,60%) en su conjunto que las Salas de Teatro. La mayoría de los Clubes de Música se destacan por disponer de líneas trifásicas de energía eléctrica (83,30%), marcando una diferencia respecto de las Salas de Teatro (58,70%), Centros Culturales (45,20%), y Milongas (16,70%). Las Milongas son las organizaciones que cuentan con menos equipamiento técnico en comparación con las otras organizaciones culturales. Así mismo, observamos que el 56,20% tiene consola de sonido, el 70,80% de las mismas tiene micrófonos y que solo el 33,30% tiene cajas de sonido.

Respecto al equipamiento de Sala principal más de la mitad de las organizaciones culturales cuenta con algún tipo de pantalla: Teatro 50,80%, Centros Culturales 54,80%, Club de Música 75% y Milongas el 41,70%. Esta clase de equipamiento da cuenta del lugar que las artes visuales y audiovisuales tienen dentro de la programación en vínculo con otras disciplinas artísticas (Ver figura 29).

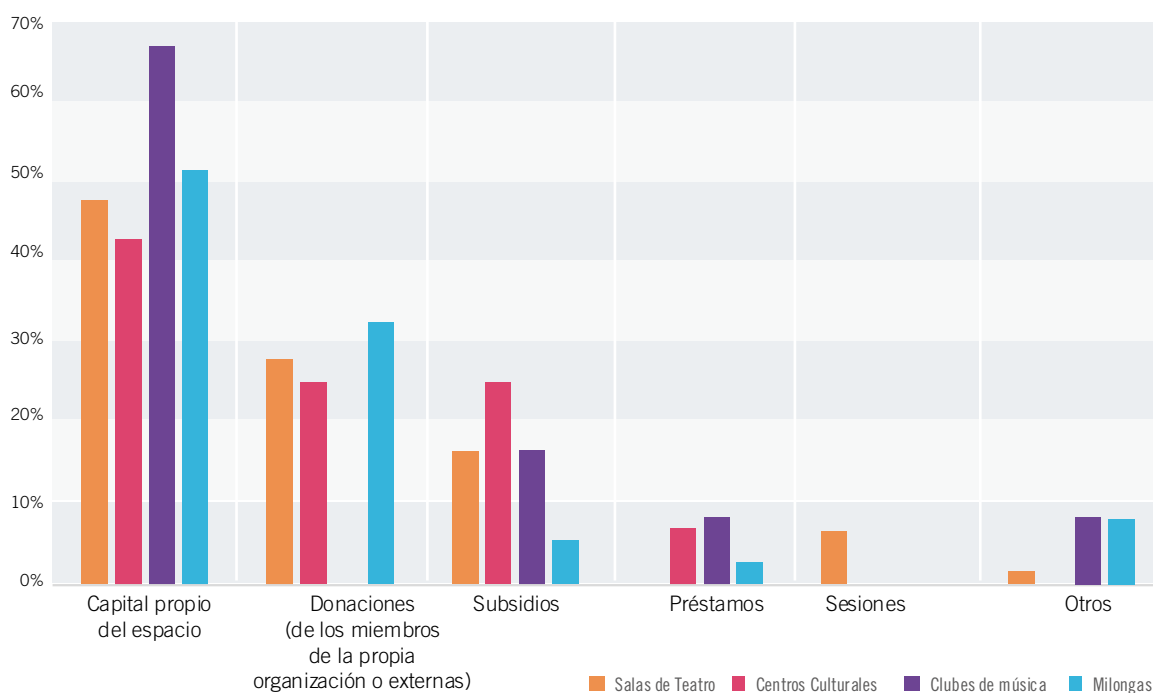
Figura 29: Equipamiento de las organizaciones culturales



Fuente: elaboración propia.

Aproximadamente la mitad de las organizaciones culturales han señalado en primer lugar que los fondos obtenidos para la compra de equipamiento provinieron de capitales propios: 47,50% en el caso de las Salas Teatrales; el 42,90% en los Centros Culturales, el 66,70% en los Clubes de Música y el 51,40% en las Milongas; destacándose como segunda opción las donaciones (Ver figura 30).

Figura 30: Origen de los fondos para el equipamiento del espacio (Categoría más elegida en primer lugar)



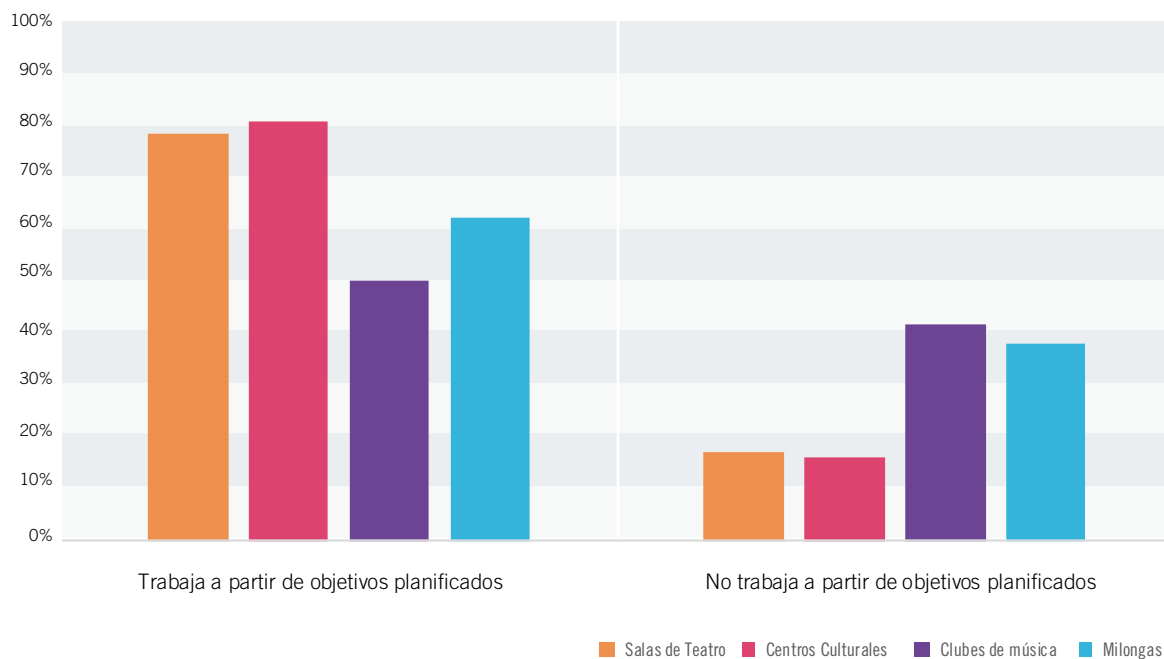
Fuente: elaboración propia.

5.4. GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES

Esta sección tiene por finalidad analizar las herramientas de gestión que disponen las organizaciones culturales para garantizar su funcionamiento y programación. Para entender estas herramientas, se preguntó si las organizaciones culturales **trabajan por objetivos, poseen registro de sus ingresos y egresos y si realizan revisiones de funcionamiento.**

Un gran número de las organizaciones culturales analizadas trabajan a partir de objetivos planificados. La mayoría de las Salas de Teatro (78,10%), Centros Culturales (80,60%), Milongas (62,30%) y la mitad de los Clubes de Música (50%) afirman planificar su funcionamiento y programación (Ver figura 31).

Figura 31: Planificación de objetivos dentro de la organización

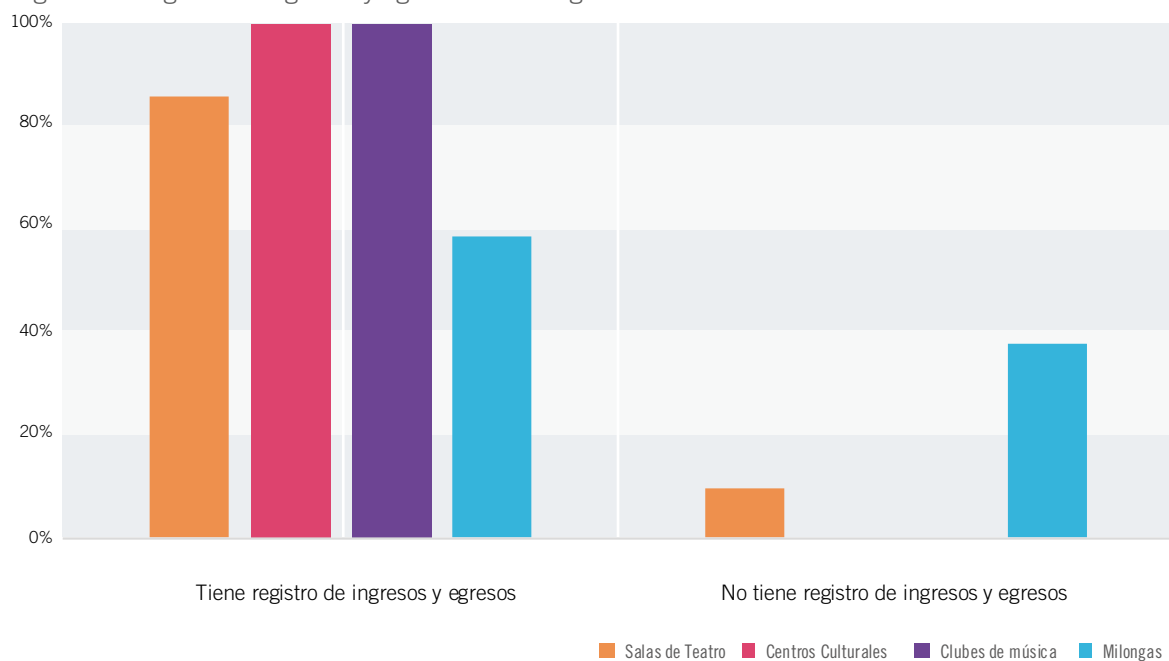


Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, la mayoría de las *organizaciones culturales* dicen tener algún tipo de **constancia y control de sus ingresos y egresos**. En este sentido, observamos que el total de Centros Culturales y Clubes de Música afirman llevar algún tipo de registro económico. Por su parte, el 85,90% de los Teatros afirma tener este tipo de registros, y en caso de las Milongas solo el 58,50% (Ver figura 32).

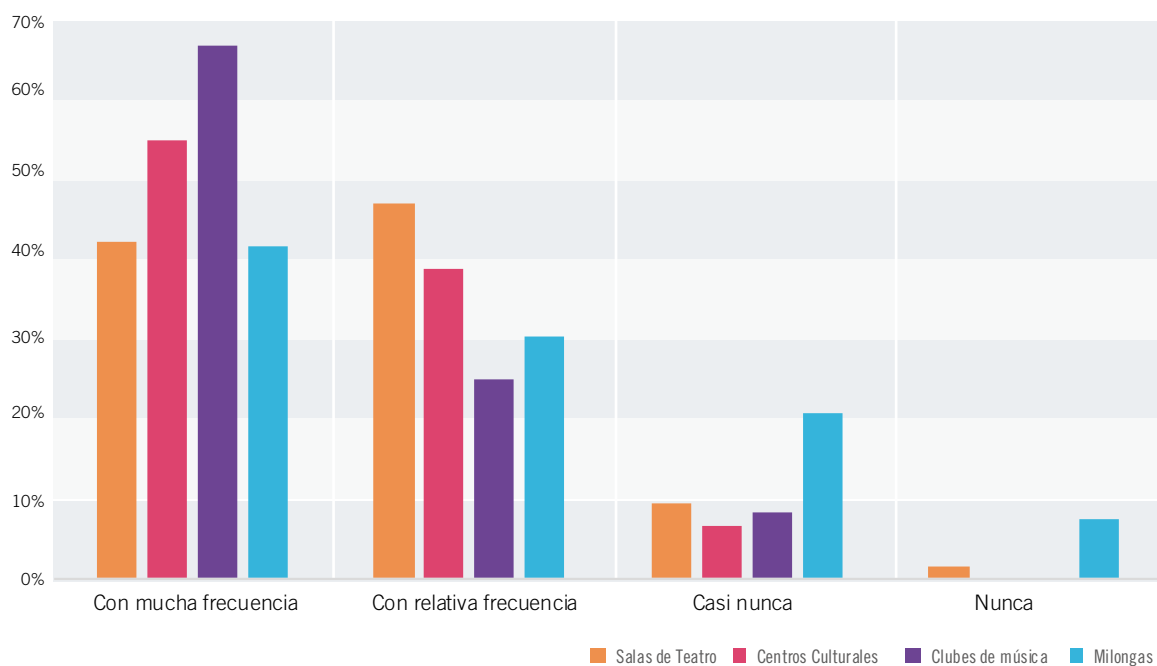
En la misma línea, se indagó con qué frecuencia realizan **revisiones de funcionamiento** de la programación y la administración del espacio. La mayoría de las *organizaciones culturales* sostiene que realizan revisiones con mucha y relativa frecuencia. Si atendemos a las particularidades de cada sector, observamos que menos de la mitad de las Salas de Teatro, afirman hacerlo con mucha (42,20%) y relativa frecuencia (46,90%); mientras que más de la mitad de los Centros Culturales afirman hacerlo con mucha frecuencia (54,80%) y menos de la mitad con relativa frecuencia (38,70%). En los Clubes de Música estos números varían levemente, siendo el 66,70% quienes afirman hacerlo con mucha frecuencia y el 25% con relativa frecuencia. Por su parte las Milongas, el 41,50% afirma hacerlo con mucha frecuencia, el 30,20% con relativa y el 20,80% casi nunca (Ver figura 33).

Figura 32: Registro de ingresos y egresos de las organizaciones culturales



Fuente: elaboración propia.

Figura 33: Realización de revisiones del financiamiento de las organizaciones culturales



Fuente: elaboración propia.

A lo largo del capítulo se observó que las Salas Teatrales son espacios más pequeños ediliciamente hablando, espacios íntimos, con una cercanía entre las obras y su público. Sus condiciones materiales en cuanto al equipamiento son básicas. Por parte, los Centros Culturales son espacios que acobijan una programación variada y como tal tienen características espaciales y técnicas que les permiten adecuar según la necesidad específica de cada noche. En relación con los Clubes de Música, se observa que **son los espacios con mayor adecuación edilicia y técnica según su especificidad de programación. Sus lógicas de planificación y registro son más racionales y, aparentemente, son los más profesionalizados dentro de las organizaciones culturales analizadas. Demuestran, por tanto, una lógica más profesional a diferencia de los otros espacios, los cuales denotan una lógica más colaborativa y asociativa.** Las Milongas por su parte, tienen condiciones más precarias en cuanto recursos generales, pero también son las que requieren menos especificidades técnicas y necesidades edilicias.



CAPÍTULO 6: EQUIPOS DE TRABAJO Y PERSONAS QUE INTEGRAN LAS ORGANIZACIONES SOCIALES

Toda organización cultural está conformada por equipos de trabajo encargados de llevar adelante diferentes tareas (centrales y auxiliares) que hacen posible su funcionamiento de acuerdo con determinados propósitos. Una persona o grupo de personas puede participar en uno o más equipos de trabajo cubriendo diferentes roles dentro de una organización cultural. Para esta investigación, y siguiendo algunos lineamientos planteados por Scott (2003), se indagó sobre las características de los equipos de trabajo de acuerdo con la cantidad y roles cubiertos por las personas que los integran, las características de algunos de sus integrantes en términos etarios, educativos y de formación y los mecanismos empleados para su contratación y capacitación.

6.1. INTEGRANTES, EQUIPOS DE TRABAJO Y ROLES

La media de **integrantes permanentes**²³ según género es de 5,8 hombres, 5,1 mujeres y 1,6 disidencias²⁴ por organización cultural. Mientras que la media de **integrantes circunstanciales**²⁵ es de 5,4 hombres, 5,1 mujeres y 2,8 disidencias. Los Centros Culturales tienen la media más alta de integrantes permanentes y circunstanciales: 9 hombres, 9,1 mujeres y 3,2 disidencias como integrantes permanentes y 6,6 hombres, 7,5 mujeres y 2,8 disidencias como integrantes circunstanciales por espacio. Le siguen Clubes de Música con una media de 7,8 hombres, 5,4 mujeres y 1 disidencia como integrantes permanentes y 5,4 hombres, 3 mujeres y 1 disidencia por *organización*. Las Salas de Teatro y las Milongas son las que tienen una media más baja de integrantes permanentes y circunstanciales. Las primeras tienen una media de 3,6 hombres, 3,8 mujeres y 1,7 disidencias como integrantes permanentes y 3,5 hombres, 3,7 mujeres y 2 disidencias como integrantes circunstanciales por sala; mientras que en las Milongas se puede observar una media de 2,9 hombres, 2,6 mujeres y ninguna disidencia entre sus integrantes permanentes y una media significativa entre sus integrantes circunstanciales: 6 hombres, 6,3 mujeres.

Para entender la conformación de los diferentes equipos de trabajo dentro de las *organizaciones culturales* analizadas se preguntó por la distribución de sus *integrantes permanentes* de acuerdo con las funciones desempeñadas en tareas asociadas a la coordinación general, la coordinación de áreas, cuestiones técnicas y de asistencia, cuestiones administrativas y de comunicación, actividades de formación y de mantenimiento y limpieza. Estas diferentes funciones son las que definen los equipos de trabajo de una *organización cultural*. El *equipo de coordinación general* está encargado de llevar adelante las orientaciones estéticas, políticas y organizacionales de las organizaciones culturales en su conjunto (independientemente de los mecanismos empleados en la toma de decisiones para las mismas). Las personas que integran los *equipos de coordinación de área* son las que cumplen roles vinculados con el desarrollo de actividades específicas dentro de la organización, como ciclos temáticos, programaciones por disciplina específica, etc. Los *equipos técnicos* están encargados de valorizar las actividades y repertorios programados dentro de una organización cultural desde un punto de vista técnico y artístico-cultural. Los *equipos de gestión* están conformados por

23. Por integrante permanente se entiende a las personas que cumplen una función o rol estable dentro de una organización (independientemente del tipo de contratación).

24. Se considera disidencias a todas aquellas personas que se encuentran fuera de los parámetros de la heteronormalidad y de las matrices de género binarias y biologicistas de mujeres y hombres (Peidro, 2017).

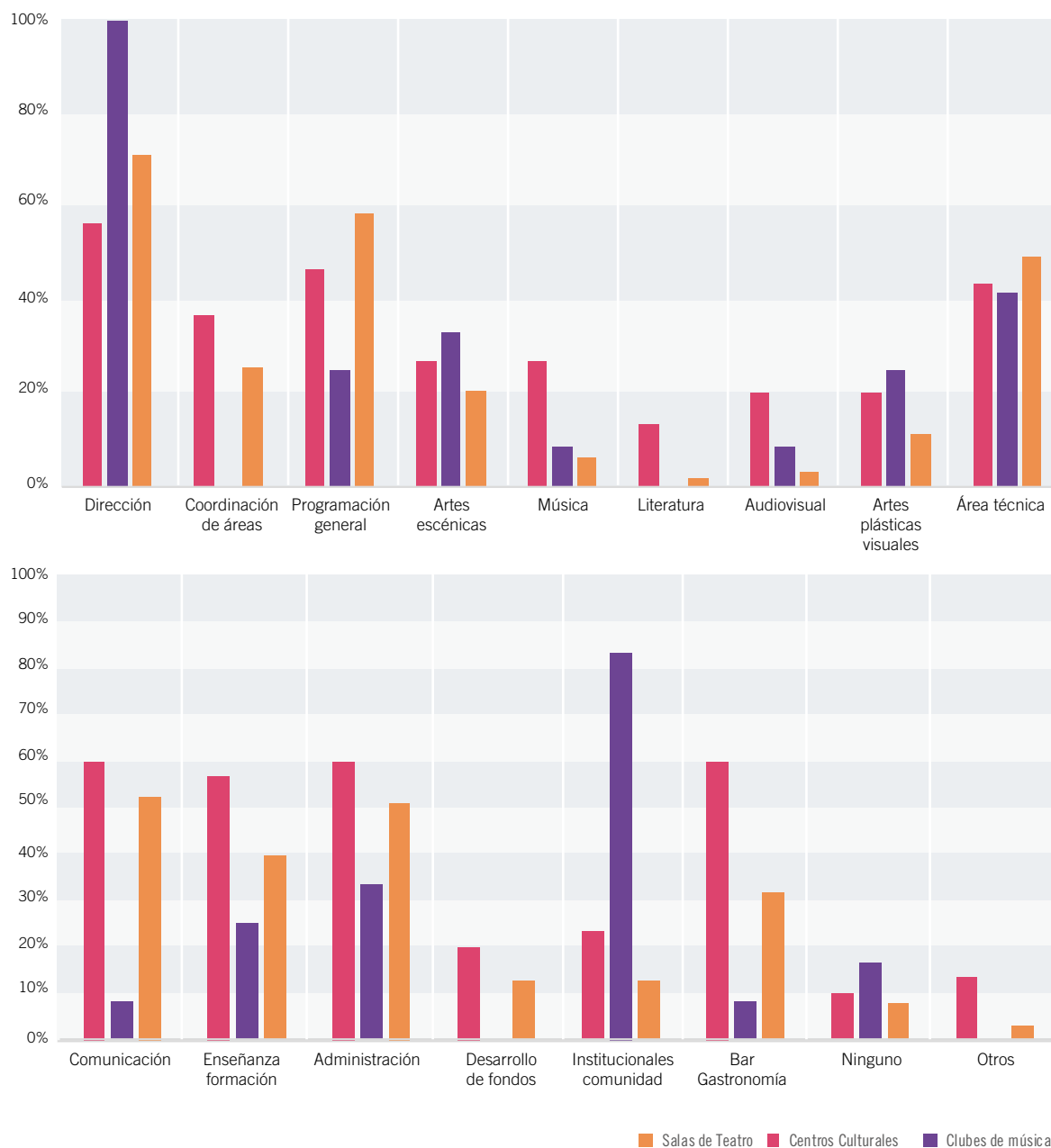
25. Por integrante circunstancial se entiende a las personas que colaboran o participan en actividades o programaciones de forma circunstancial (independientemente del tipo de contratación).

las personas que llevan adelante las tareas administrativas, de obtención y gestión de recursos financieros y materiales, tareas complementarias y de logística y tareas de comunicación dentro de una organización cultural. El *equipo de asistentes* está conformado por las personas que se encargan de las tareas de mantenimiento y funcionamiento del espacio donde se desarrollan las actividades y programación de las organizaciones culturales.



De acuerdo con estos criterios, se pudo constatar que el 18,36% de los integrantes permanentes de las organizaciones culturales analizadas se desempeña dentro de **equipos de coordinación general**. El 16,39% dentro de **equipos de coordinación de área**. El 13,85% cumple funciones dentro de **equipos técnicos**. El 14,34% realiza tareas administrativas y el 13,28% en comunicación (conformando los **equipos de gestión**). El 11,72% se desempeña dentro de **equipos de formación** y el 12,05% realiza tareas de **mantenimiento y limpieza**. Este patrón de distribución de integrantes por equipos de trabajo resulta similar tanto en las Salas de Teatros, como en Centros Culturales, Clubes de Música y Milongas. Algunas excepciones se pueden observar en la baja cantidad de integrantes en los equipos de formación de los Clubes de Música (4,76%) -debido a la ausencia de este tipo de actividades en estas organizaciones- y la elevada concentración de personas que cumplen funciones de coordinación general en las Milongas (20,74%) (Ver figura 34).

Figura 34: Áreas o Comisiones en las que se divide las organizaciones culturales



Fuente: elaboración propia

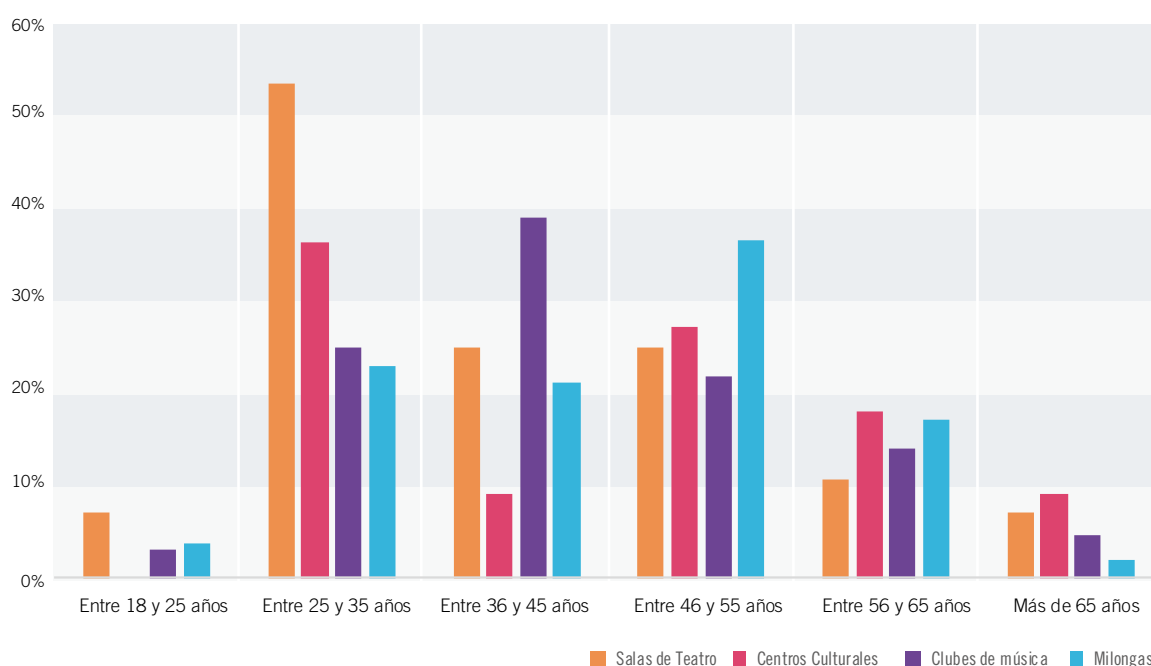
6.2. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DE LAS PERSONAS QUE REALIZAN TAREAS DE PROGRAMACIÓN Y ORGANIZACIÓN

La presente investigación no tiene como finalidad analizar a las personas que integran de forma circunstancial o permanente las organizaciones culturales de la ciudad. Sin embargo, se decidió conocer algunas características de quienes programan y organizan sus actividades por ser agentes claves en la selección de la oferta cultural independiente de la ciudad. Para esta finalidad, se tomaron en consideración la edad, el nivel educativo y la formación de las personas

que programan las Salas de Teatro, Centros Culturales y Clubes de Música en Vivo y las personas encargadas de organizar las Milongas de la ciudad.

A partir de este análisis se puede observar que más de la mitad de las personas encargadas de la programación de los Centros Culturales posee una **edad entre 25 y 35 años** (53,57%). El rango etario aumenta para las personas que programan en las Salas de Teatro, ubicándose la mayoría entre los 36 y 45 años (39,06%). En lo que refiere a las Milongas, se puede observar que la mayoría de las personas que las organizan son las menos jóvenes en comparación a las otras organizaciones culturales, con una edad entre 46 y 55 años; mientras quienes programan Clubes de Música se distribuyen entre los 25 y 35 años (36,36%) y los 46 y 55 años (27,27%) (Ver figura 35).

Figura 35: Rango etario de las personas que programan en las organizaciones culturales

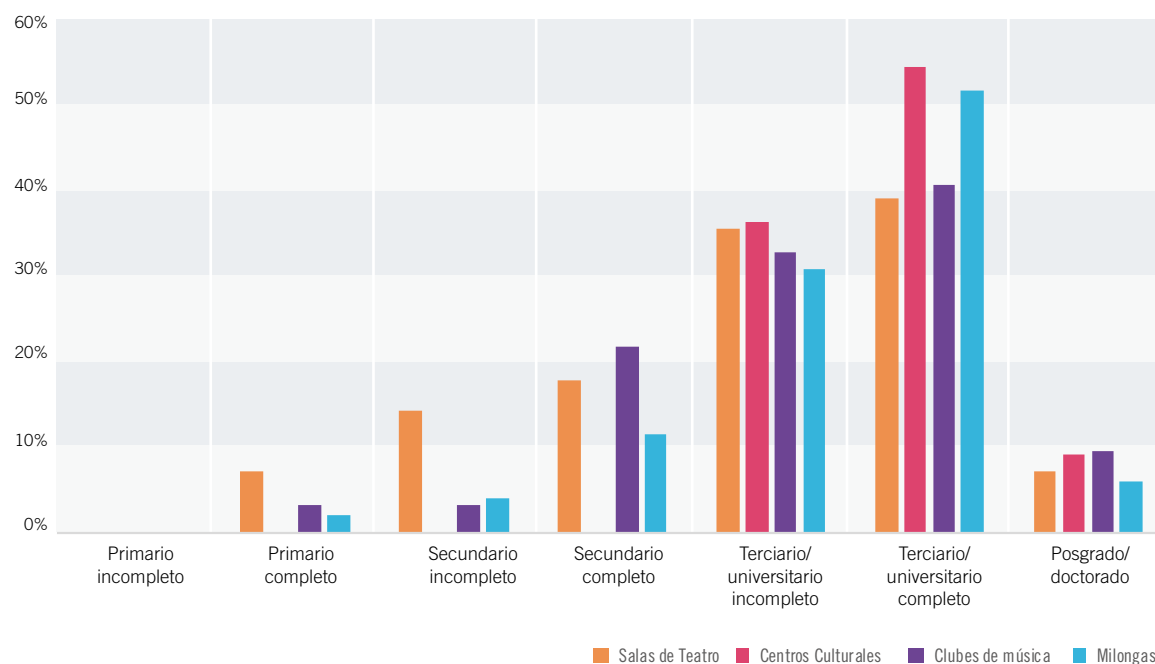


Fuente: elaboración propia

Más de la mitad de las personas encargadas de la programación de los Centros Culturales posee una edad entre 25 y 35 años (53,57%).

En lo que refiere a la educación, se observa que en la mayoría de las organizaciones culturales analizadas, las personas encargadas de la programación (en las Salas de Teatro, Centros Culturales y Clubes de Música) y organización (en el caso de las Milongas) cuentan con algún nivel de educación superior: terciario-universitario incompleto (32,90%) o completo (45,16%) (Ver figura 36).

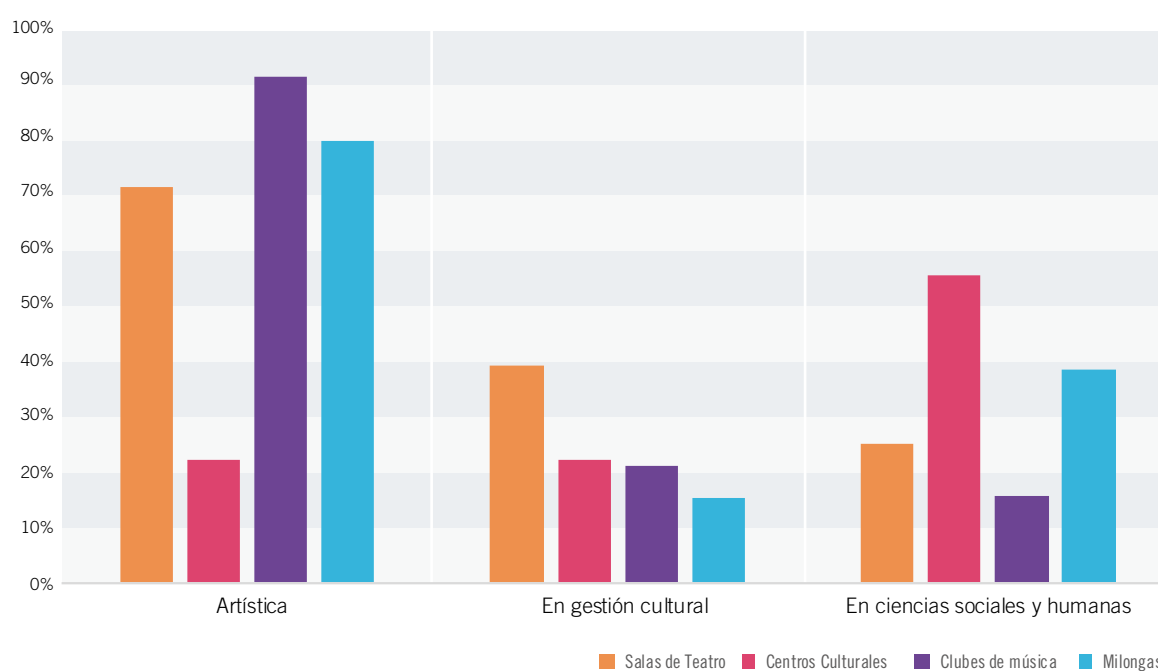
Figura 36: Máximo nivel educativo de las personas que programan en el espacio



Fuente: elaboración propia

En lo que refiere a su formación, encontramos que una gran mayoría de las personas que programan en Centros Culturales (71,43%), Salas de Teatro (91,23%) y Milongas (79,49%) poseen algún tipo de formación artística. La excepción la marcan Clubes de Música, con una mayoría de personas que programan en sus espacios con una formación en ciencias sociales y humanas (55,56%) (Ver figura 37).

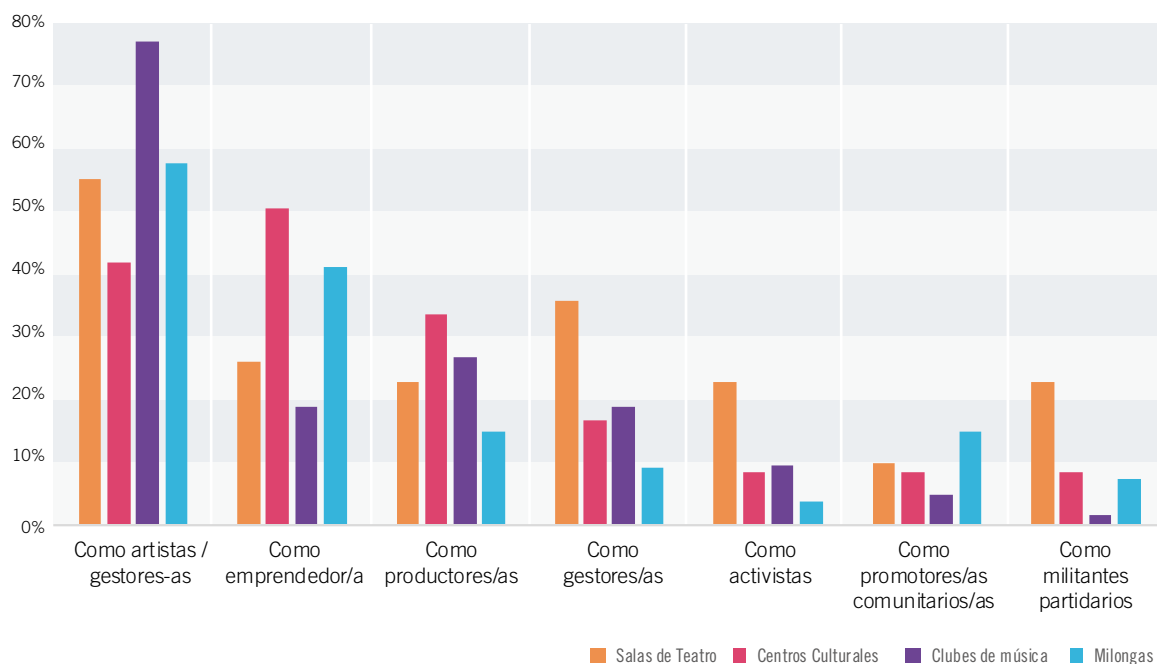
Figura 37: Formación de las personas que programan en las organizaciones culturales



Fuente: elaboración propia

El hecho de ser artistas que programan y, en muchos casos, que gestionan el funcionamiento de sus espacios, hacen que emerja con fuerza la figura de **artista-gestor** (63,35%) por sobre otras figuras, como la de personas emprendedoras (29,81%), productoras (22,36%), o gestoras a secas (18,63%) como principio de auto-percepción en la totalidad de las organizaciones culturales analizadas (Ver figura 38).

Figura 38: Auto-percepción del equipo de dirección o responsables de las organizaciones culturales

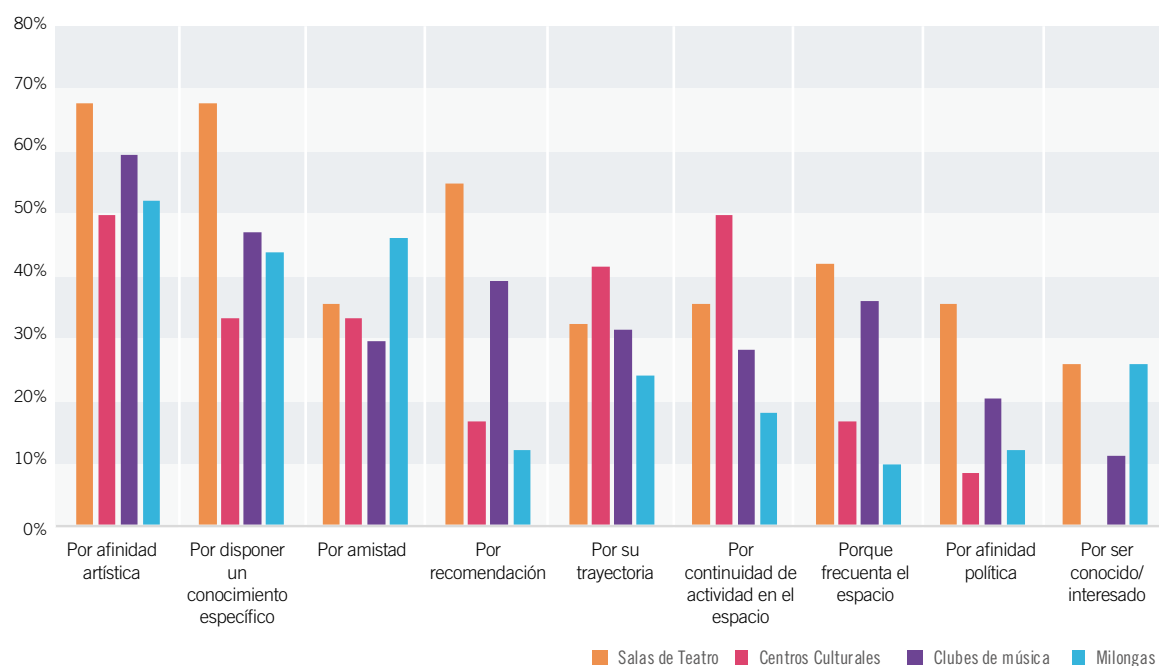


Fuente: elaboración propia

6.3. TIPOS, CANALES Y FORMA DE CAPACITACIÓN

En relación con los criterios para incorporar nuevos integrantes a distintos equipos de trabajo, observamos un fuerte predominio de razones vinculadas con **afinidad artística** de la persona a ser incorporada, tanto en Centros Culturales (67,74%), como en Clubes de Música (50,00%), Salas de Teatro (59,38%) y las Milongas (52,00%). El segundo criterio que emerge con fuerza es la **disposición de un conocimiento específico**, tanto en Salas de Teatro (46,88%) como en Centros Culturales (67,74%) y en las organizaciones culturales en su conjunto (49,04%). La trayectoria resulta el segundo criterio más elegido por Clubes de Música (41,67%) a la hora de sumar una nueva persona a su equipo, y la amistad en las Milongas (46,00%) (Ver figura 39).

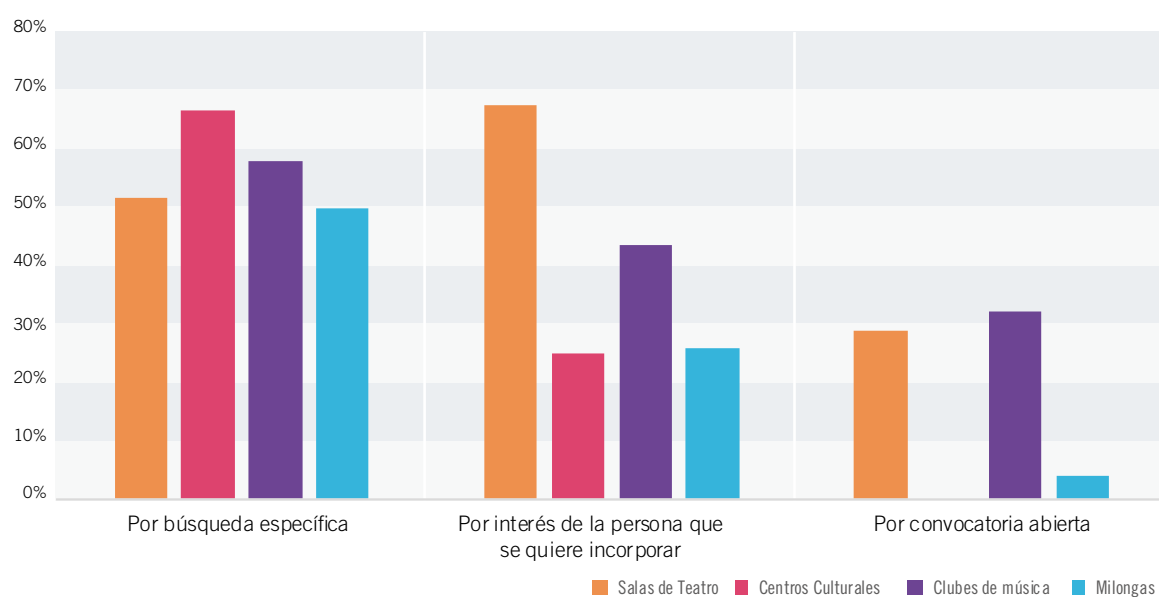
Figura 39: Criterios utilizados para la incorporación de nuevas personas dentro de las organizaciones culturales



Fuente: elaboración propia

Los canales para incorporar nuevas personas a las organizaciones culturales son a través de **búsquedas específicas** (54,84%) o por **interés de la persona que se quiere incorporar** (41,29%). Este último criterio es el canal de incorporación más utilizado en Centros Culturales (67,74%) (Ver figura 40).

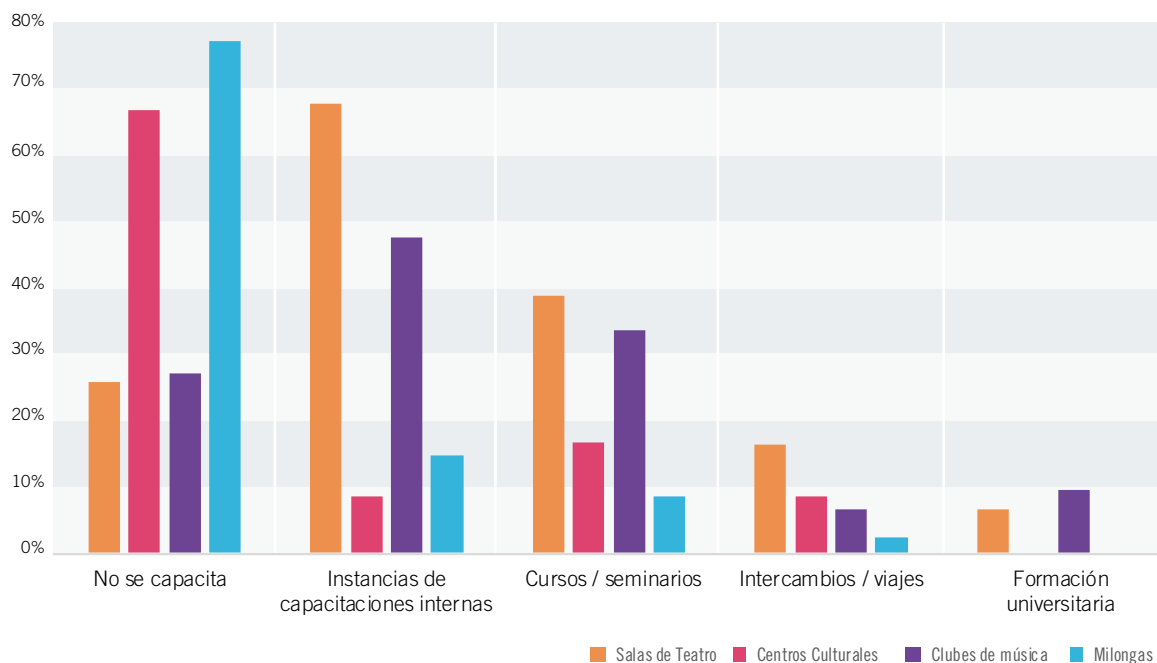
Figura 40: Canales utilizados para la búsqueda de nuevas personas para incorporar a las organizaciones culturales



Fuente: elaboración propia

Finalmente, los Centros Culturales son los que mayoritariamente poseen alguna **instancia de formación interna** para la capacitación de sus integrantes (67,74%), seguidos por las Salas de Teatro (47,62%). Por el contrario, la mayoría de los Clubes de Música (66,67%) y las Milongas (77,08%) mencionan no poseer ningún tipo de capacitación interna (Ver figura 41).

Figura 41: Capacitación del equipo de trabajo



Fuente: elaboración propia

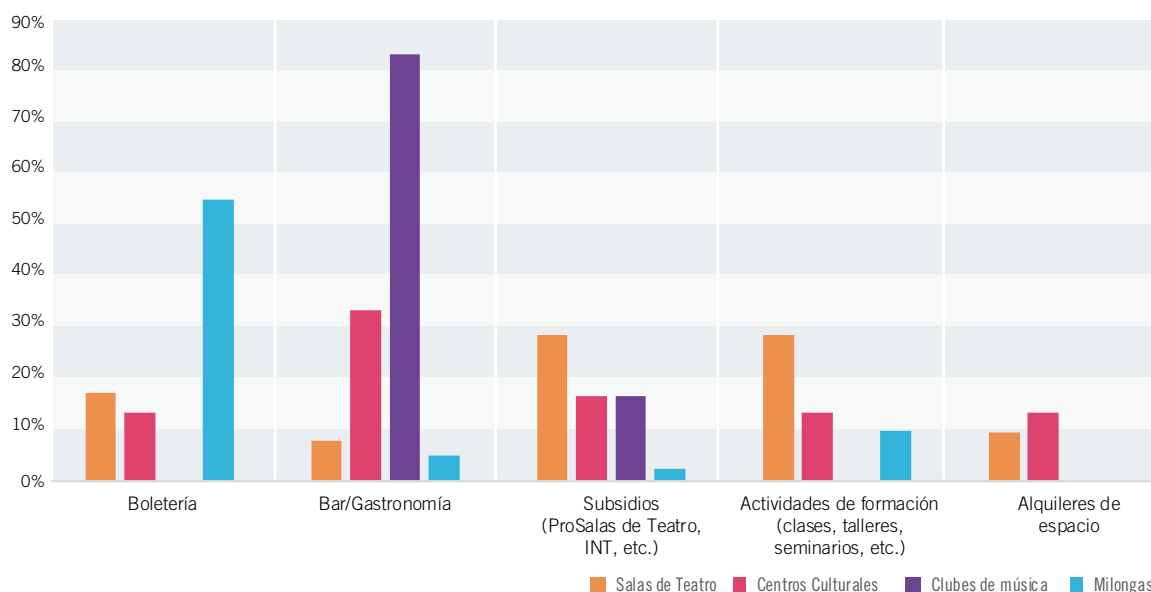
CAPÍTULO 7: CONFIGURACIÓN ECONÓMICA DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES

Este capítulo tiene por finalidad analizar la configuración económica de las organizaciones culturales. **Entendemos por configuración económica a las formas en que una organización cultural regula las relaciones con su entorno para la obtención de recursos, los distribuye y utiliza, con el fin de garantizar su funcionamiento, lograr las metas y propósitos planteados y desarrollar sus actividades y programación.** Para analizar estas regulaciones se identificaron las diversas fuentes de ingresos de las organizaciones culturales analizadas, subsidios y el precio de la entrada; criterios y formas de distribución de los ingresos obtenidos; y destino de sus principales gastos.

7.1. FUENTES DE INGRESOS

Se le pidió a las organizaciones culturales analizadas que ordenen de 1 a 5 sus principales fuentes de ingresos. A partir de las respuestas obtenidas se observa que la categoría más elegida en primer lugar dio un resultado dispar según el tipo de organizaciones culturales. En este sentido, **las fuentes de ingresos principales varían según los distintos tipos de organizaciones culturales analizadas.** Las Salas de Teatro mencionan que su principal fuente ingreso proviene de **actividades de formación** (clases, talleres, seminarios, etc.) (28,57%) y **subsidios** (28,57%), apareciendo el ingreso por **audiencias (boletería)** en tercer lugar (17,46%). Los Centros Culturales mencionan, en primer lugar, ingresos provenientes del **bar y la gastronomía** (33,33%), seguido de subsidios (16,67%), actividades de formación (13,33%) y audiencias (13,33%). En cuanto a los Clubes de Música, indican que la principal fuente de ingresos proviene del bar (83,33%) y en segundo lugar de subsidios (16,67%). Las Milongas, por el contrario, indicaron que su principal ingreso proviene del público que asiste a las milongas (boletería) (55,00%) (Ver figura 42).

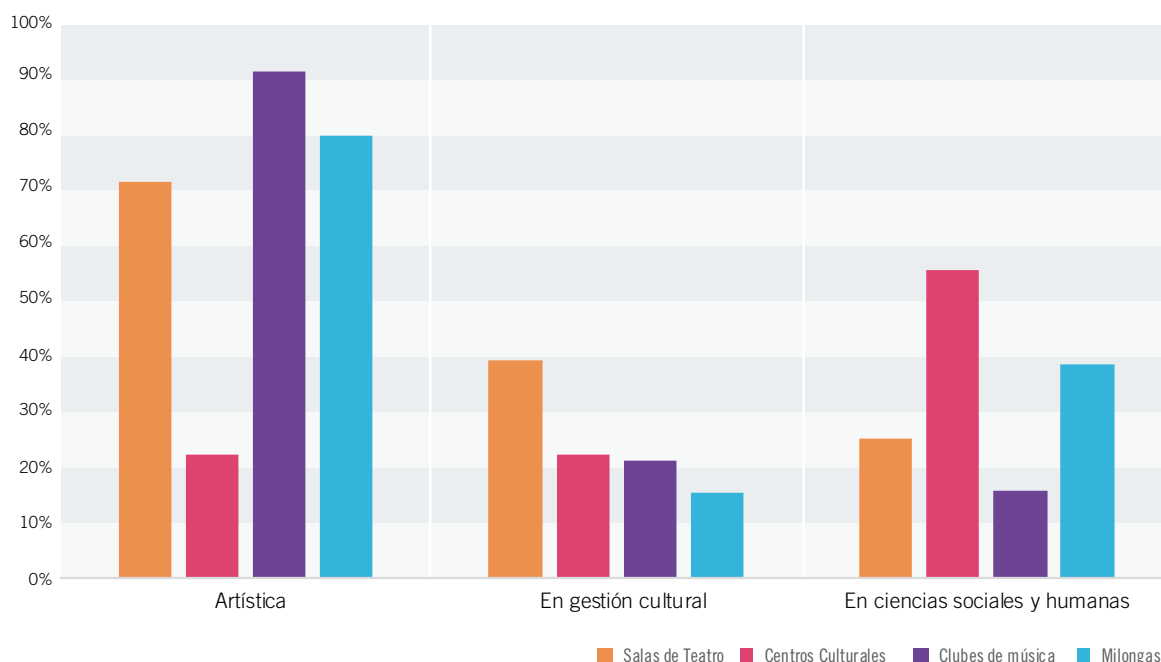
Figura 42: Fuentes principales de ingresos de la organización durante el último año (2018) (Categoría más elegida en primer lugar)



Fuente: elaboración propia

Si se toman en cuenta las cinco fuentes de ingresos principales (independientemente de su orden), se observa que en las Salas de Teatro aparecen, entre las 5 primeras categorías más mencionadas, los ingresos por audiencias (79,69%), las actividades de formación (73,44%) y subsidios (64,06%). En Centros Culturales vuelven a aparecer las actividades gastronómicas en primer lugar (83,87%), pero seguido por ingresos por audiencias (boletería) (67,74%) y las actividades de formación (61,29%). En Clubes de Música se repiten como categorías más mencionadas los ingresos por bar (100,00%), subsidios (75,00%) y audiencias (boletería) (66,67%); al igual que las Milongas, donde se señala el ingreso por venta de entradas al público (boletería) (65,00%), pero emergiendo con fuerza aportes hechos por quienes integran el equipo de trabajo para garantizar el sostenimiento de la organización (42,50%) (Ver figura 43).

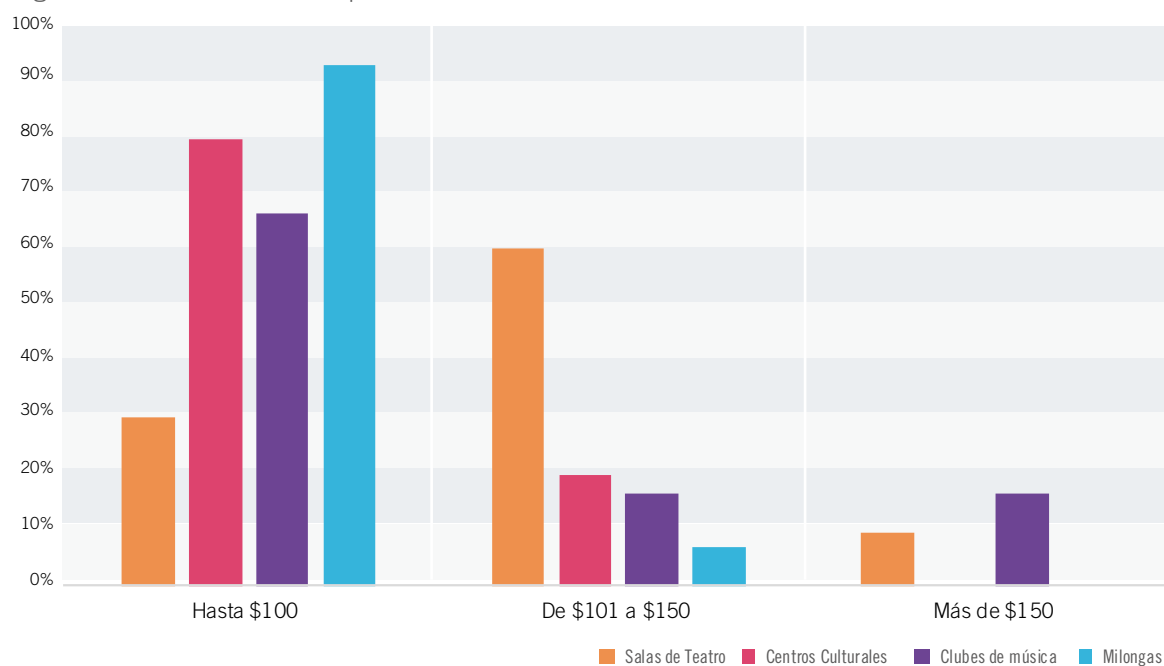
Figura 43: Fuentes principales de ingresos de la organización durante el último año (2018) (Categorías más elegidas entre los cinco primeros lugares)



Fuente: elaboración propia

En lo que refiere a la fuente de ingresos por venta de entradas (boletería), se puede observar que durante el último año (2018), la mayoría de las organizaciones culturales analizadas vendió **entradas a un promedio de \$100** (61,74%), seguido por espacios que lo hicieron dentro de un rango que varía entre los \$101 a \$150 (32,89%). Muy pocas organizaciones culturales tuvieron un promedio de venta de entradas mayor a \$150 (5,37%). Dentro de este marco, se puede apreciar que, el promedio del valor de la entrada de la mayoría de las Milongas (93,18%), Centros Culturales (80,00%) y Clubes de Música (66,67%) fue de \$100; mientras que la mayoría de las Salas de Teatro cobraron un promedio de \$101 a \$150 el valor de la entrada (60,32%) (Ver figura 44).

Figura 44: Valor de la entrada promedio durante el último año (2018)

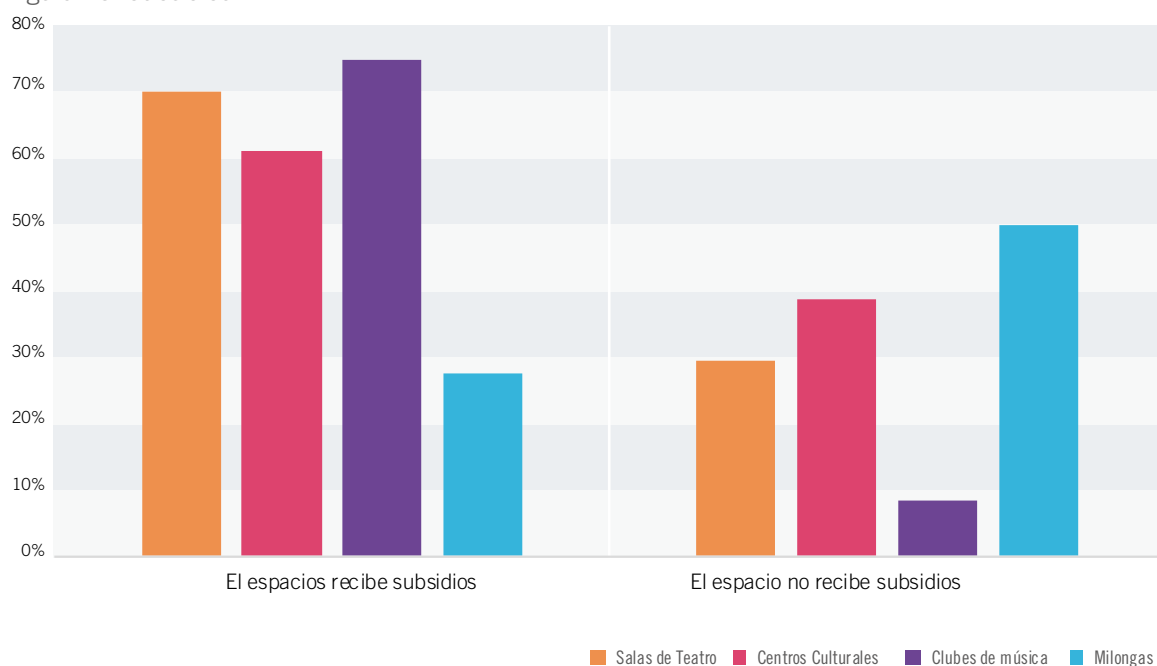


Fuente: elaboración propia

7.2. SUBSIDIOS

Más de la mitad de la totalidad de las organizaciones culturales encuestadas menciona que recibió algún subsidio en el último tiempo (54,66%). Los Clubes de Música fueron quienes más mencionaron esta opción (75,00%), seguido por las Salas de Teatro (70,31%) y Centros Culturales (61,29%). Las Milongas, por el contrario, señalaron que tan solo un 27,78% de las organizaciones percibieron algún subsidio (*Ver figura 45*).

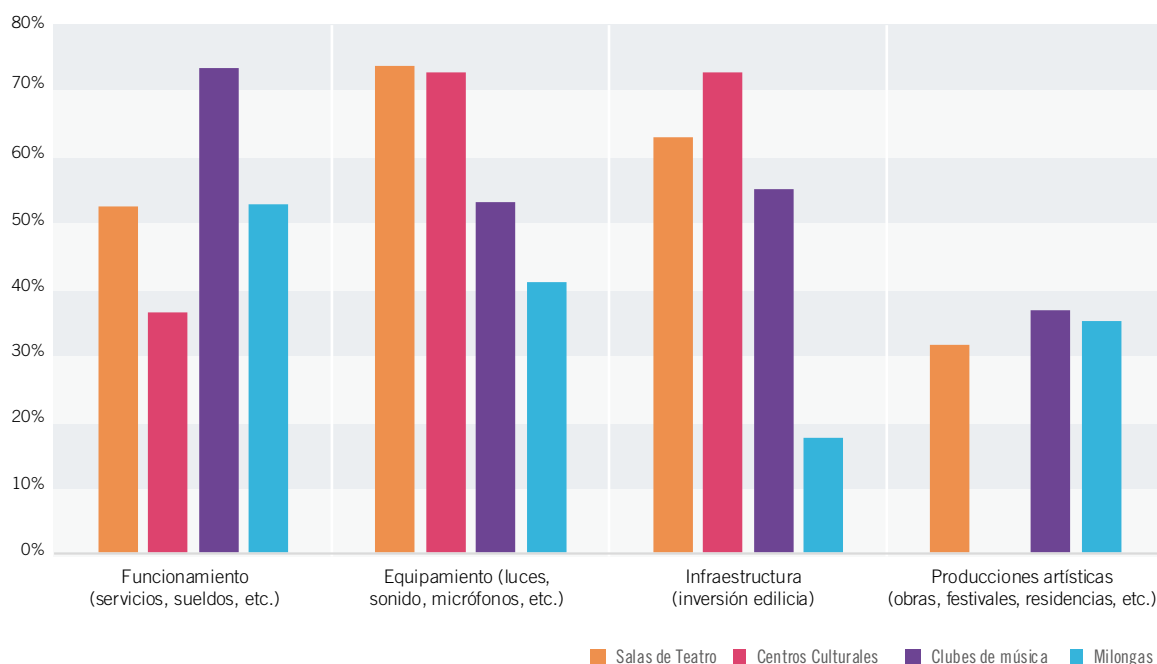
Figura 45: Subsidios



Fuente: elaboración propia

La mayoría de las organizaciones culturales encuestadas mencionó que los subsidios recibidos se utilizan para garantizar su funcionamiento (pago de servicios, sueldos, etc.) (61,46%), mejorar su equipamiento (luces, sonidos, etc.) (57,29%) e infraestructura (52,08%). En las Milongas -que no poseen en general un espacio propio- además de ser usados para garantizar el funcionamiento de la organización (52,94%) y mejorar el equipamiento (41,18%), se utilizan para la realización de producciones artísticas (35,29%) (Ver figura 46).

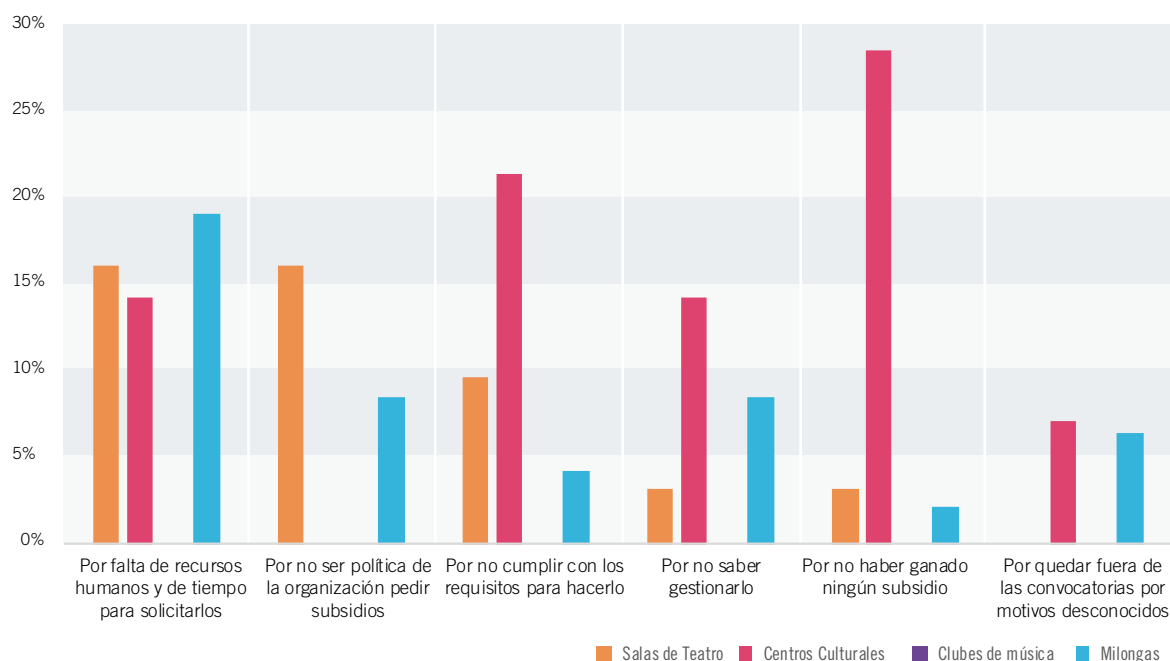
Figura 46: Inversión de los subsidios recibidos durante el último año (2018)



Fuente: elaboración propia

Cuando preguntamos a las organizaciones culturales que no reciben subsidios las causas por las cuales no los perciben, más de la mitad dijo no saber (51,46%), aunque aparece también como razón la falta de recursos humanos y de tiempo para solicitarlos (15,53%). Merece destacar que un gran número de Centros Culturales mencionaron el hecho de no percibir subsidios por no haberlos ganado (28,57%) o por no cumplir con los requisitos para su obtención (21,43%) (Ver figura 47).

Figura 47: Razones por la cual el espacio no recibe subsidios



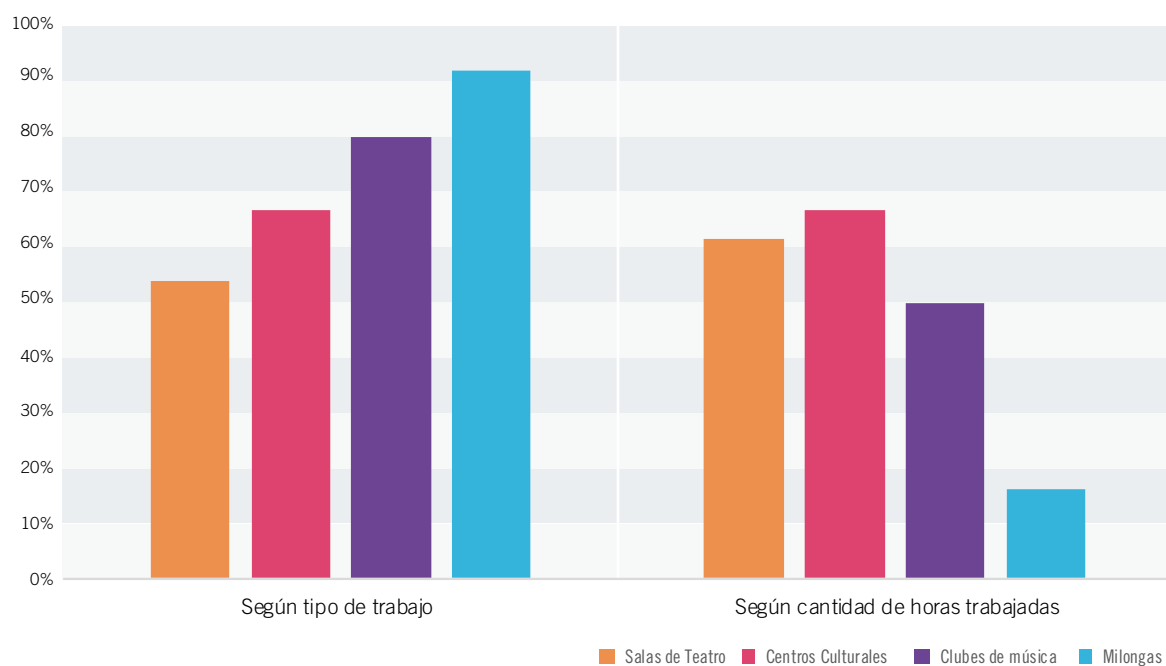
Fuente: elaboración propia

7.3. DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS

Para analizar la distribución de ingresos se tuvieron en cuenta los criterios de pago empleados utilizados entre las personas que integran las organizaciones culturales analizadas y los arreglos con las agrupaciones, bandas y compañías programadas.

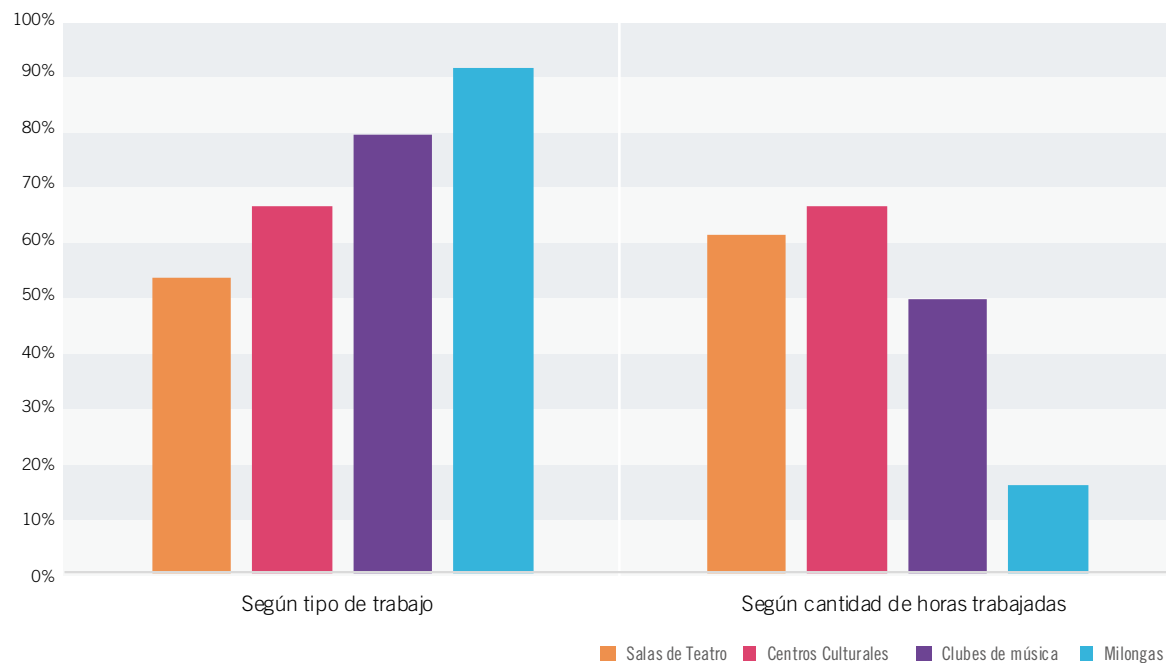
La mayoría de las organizaciones culturales indicó que el criterio empleado para definir el monto del pago a sus integrantes estables se basa en el **tipo de trabajo que realizan** (75,45%) por sobre la cantidad de horas trabajadas (46,36%). Este criterio se repite en las Salas de Teatro (80,00%) y las Milongas (92,00%), pero se invierte en Centros Culturales, donde predomina el criterio de cantidad de horas trabajadas (61,54%). La ecuación también se invierte en las Salas de Teatro en lo que refiere al pago de integrantes eventuales de las salas, donde predomina el criterio de cantidad de horas trabajadas (64,29%) (Ver figuras 48 y 49).

Figura 48: Distribución de los ingresos entre integrantes estables de las organizaciones culturales



Fuente: elaboración propia

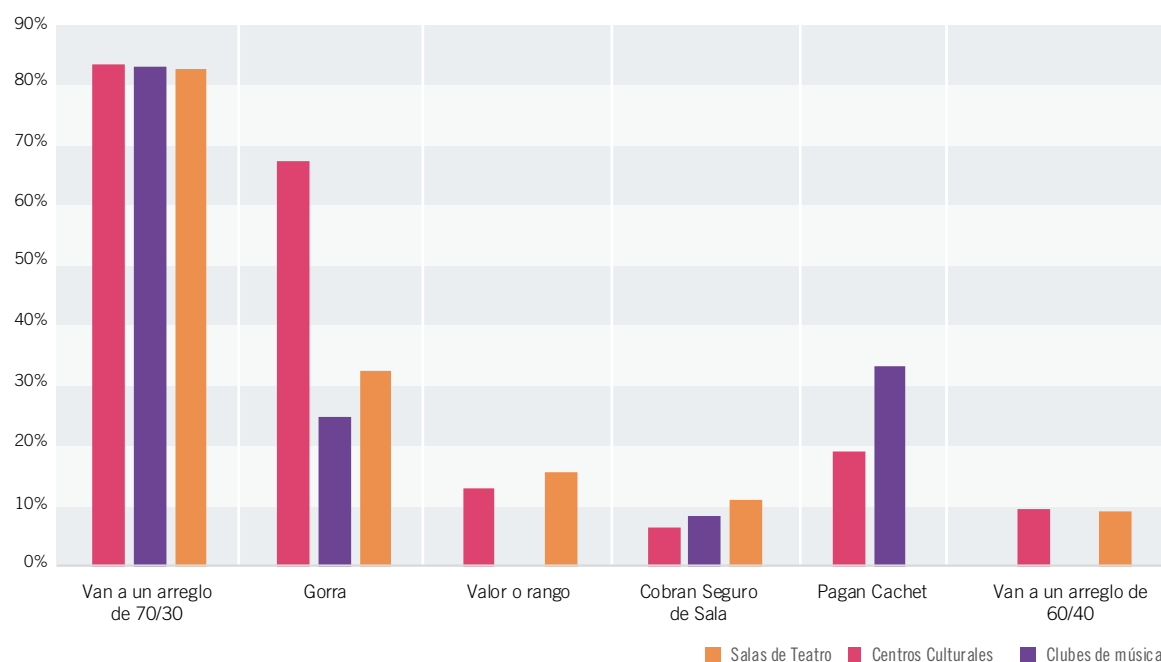
Figura 49: Distribución de los ingresos entre integrantes eventuales de las organizaciones culturales



Fuente: elaboración propia

La mayoría de las organizaciones culturales (83,18%), menciona que va a un arreglo de 70/30 con las compañías, bandas y artistas que se programan, lo que significa que el 70% del precio de la entrada se lo queda la banda o compañía programada y el 30% el espacio. Los Centros Culturales (19,35%) y Clubes de Música (33,33%) en algunos casos pagan Cachet. En Centros Culturales (67,74%) y Salas de Teatros (32,81%) las compañías y bandas también se llevan lo obtenido en funciones a la “gorra”. (Ver figura 50).

Figura 50: Distribución de ingresos de boletería a compañías o agrupaciones artísticas y culturales que se presentan en las organizaciones culturales



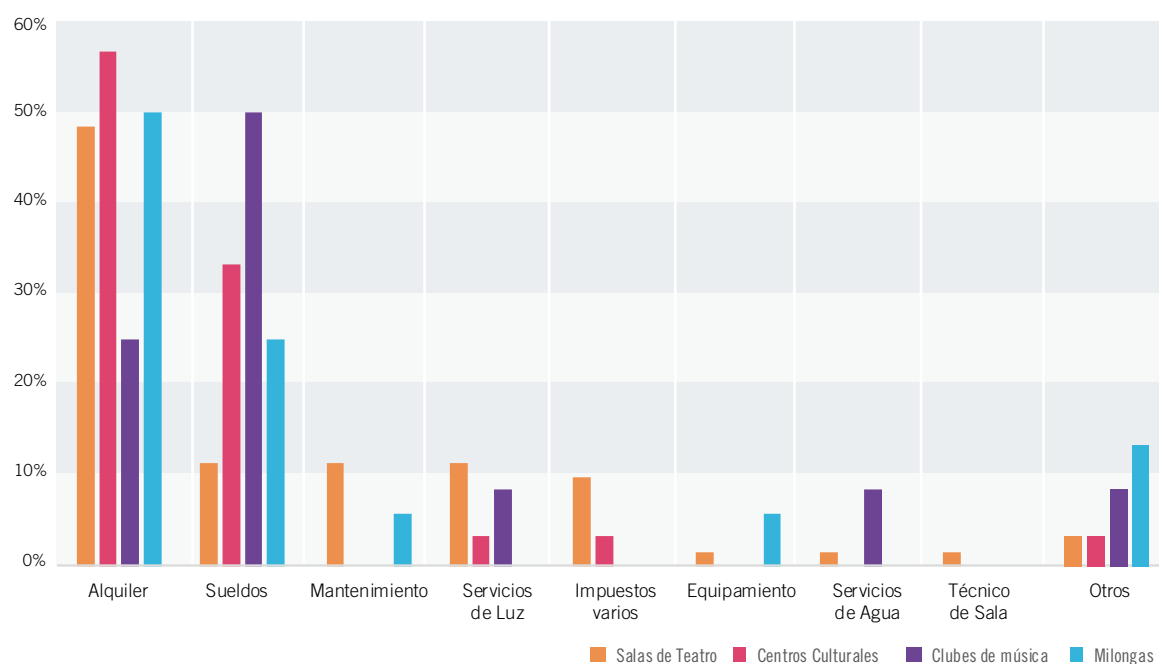
Fuente: elaboración propia

7.4. GASTOS Y EXCEDENTES

A la hora de analizar gastos y utilización de excedentes, se pidió a las organizaciones culturales analizadas que ordenaran de 1 a 5 los principales costos a cubrir con los ingresos obtenidos, para garantizar su funcionamiento y programación. Las categorías elegidas en primer lugar por la totalidad de las organizaciones culturales fue el **pago del alquiler del espacio** (48,72%) y **pago de sueldos** (23,08%). Este patrón se repite en Salas de Teatro, Centros Culturales, Clubes de Música y Milongas. Si tomamos en consideración las primeras cinco opciones más elegidas observamos que crecen con fuerza entre todas las organizaciones culturales encuestadas los **gastos destinados a cubrir servicios en su conjunto**: luz (50,31%), agua (25,79%) y gas (19,50%). A partir de lo observado se puede afirmar que **la mayoría de los ingresos obtenidos por las organizaciones culturales independientes se destinan a cubrir las necesidades básicas que garantizan su mantenimiento y funcionamiento** (Ver figuras 51 y 52).

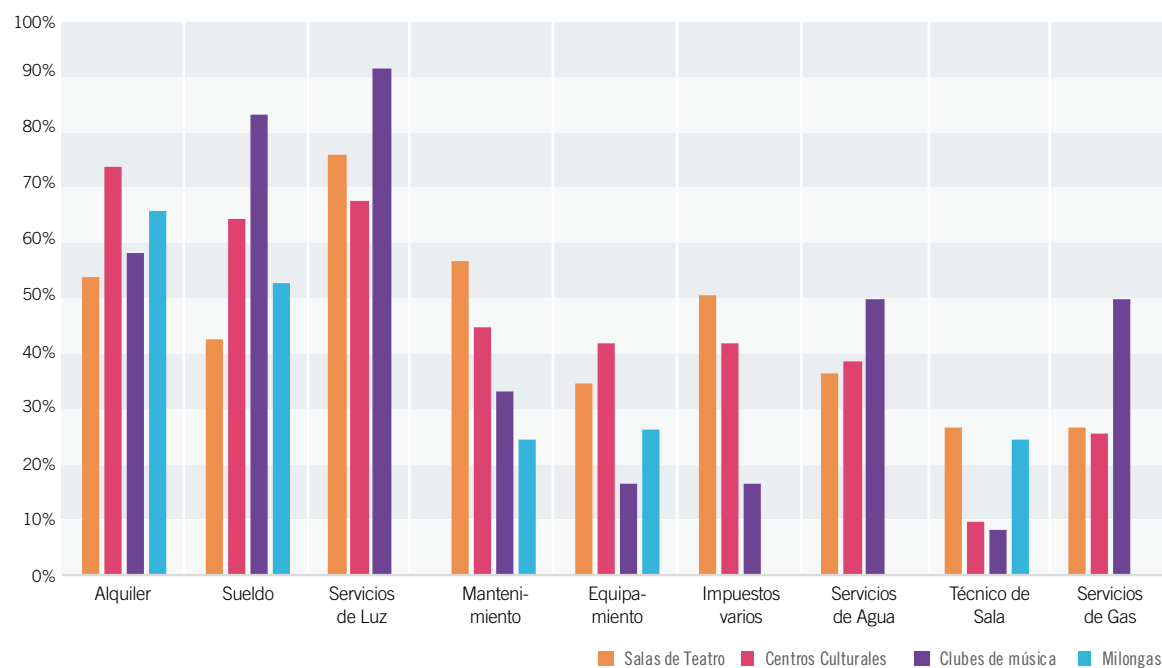
La mayoría de los ingresos obtenidos por las organizaciones culturales independientes se destinan a cubrir las necesidades básicas que garantizan su mantenimiento y funcionamiento.

Figura 51: Distribución de la totalidad de los ingresos recibidos por parte de las organizaciones culturales según costos (2018) (Categoría más elegida en primer lugar)



Fuente: elaboración propia

Figura 52: Distribución de la totalidad de los ingresos recibidos por parte de las organizaciones culturales según costos (2018) (Categorías más elegidas entre los cinco primeros lugares)



Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO 8: PROGRAMACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES

Este capítulo tiene por finalidad analizar la programación de las organizaciones culturales. Por programación entendemos los criterios y procesos de selección y al desarrollo de obras, proyectos, investigaciones, seminarios, charlas, etc. que conforman la oferta cultural y perfil de una organización. Definimos la programación de una organización cultural de acuerdo con: (1) su tipo, dentro de los que se incluye criterios y características de la programación principal y secundaria, y las disciplinas artísticas programadas. (2) Los modos de programación, en los que se tiene en cuenta los criterios de rotación empleados, el tiempo y cantidad de programación, la anticipación para programar, los días y horarios de programación, las formas de producción y co-producción y los canales de difusión de las actividades y programación. (3) Las finalidades de la programación, que remite a la misión y propósitos de la programación y al público destinatario. Se incluye, además, los mecanismos de promoción, la percepción del público y la evaluación de la programación.

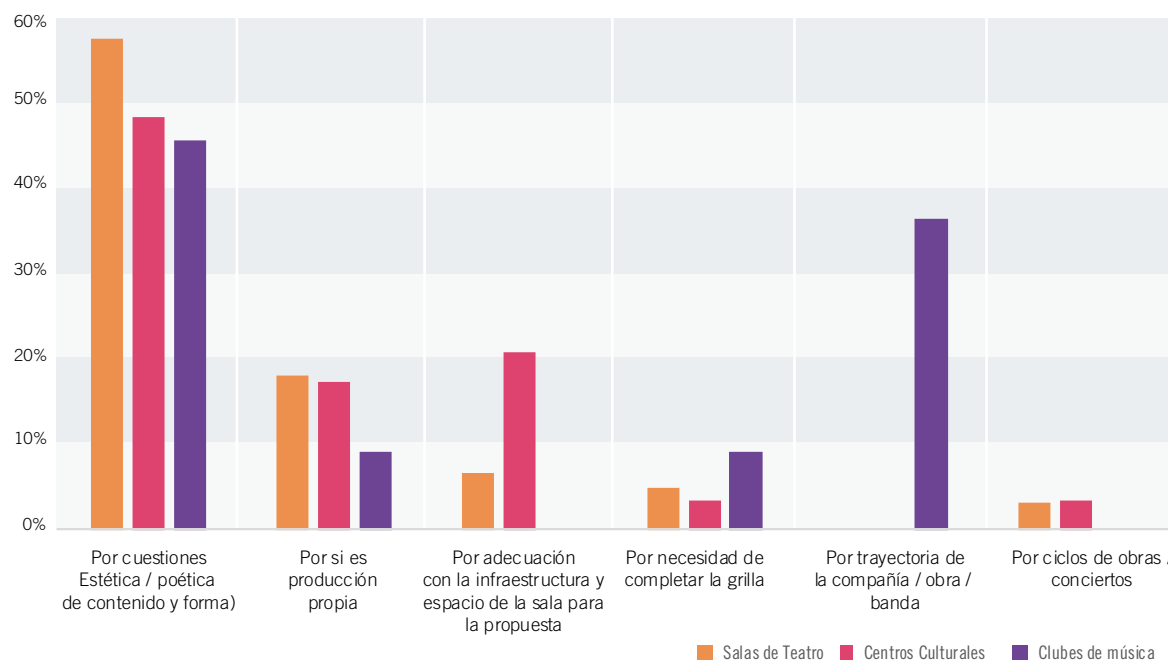
8.1. CRITERIOS Y TIPOS DE PROGRAMACIÓN

Al momento de elegir el criterio empleado para definir la programación del espacio, nos encontramos, con que, en primer lugar, la mayoría de las organizaciones culturales, mencionaron guiarse por **cuestiones estéticas (tanto de contenido como de forma)**. Esto se puede constatar tanto en las Salas de Teatro (57,40%), Centros Culturales (48,30%), como en los Clubes de Música (45,50%). En las Salas de Teatros y Centros Culturales, la mayoría señaló que dentro de los cinco criterios principales de programación, además de las **cuestiones estéticas** (83,90% y 87,10% respectivamente), se tiene en consideración **la adecuación con la infraestructura y el espacio de la sala para la propuesta** (Teatros 62,90 y Centros Culturales 77,40%) y **si es producción propia** (Teatros 58,10% y Centro Culturales 61,30%).

La mayoría de las organizaciones se guía por criterios estéticos (de contenido o de forma) al momento de programar.

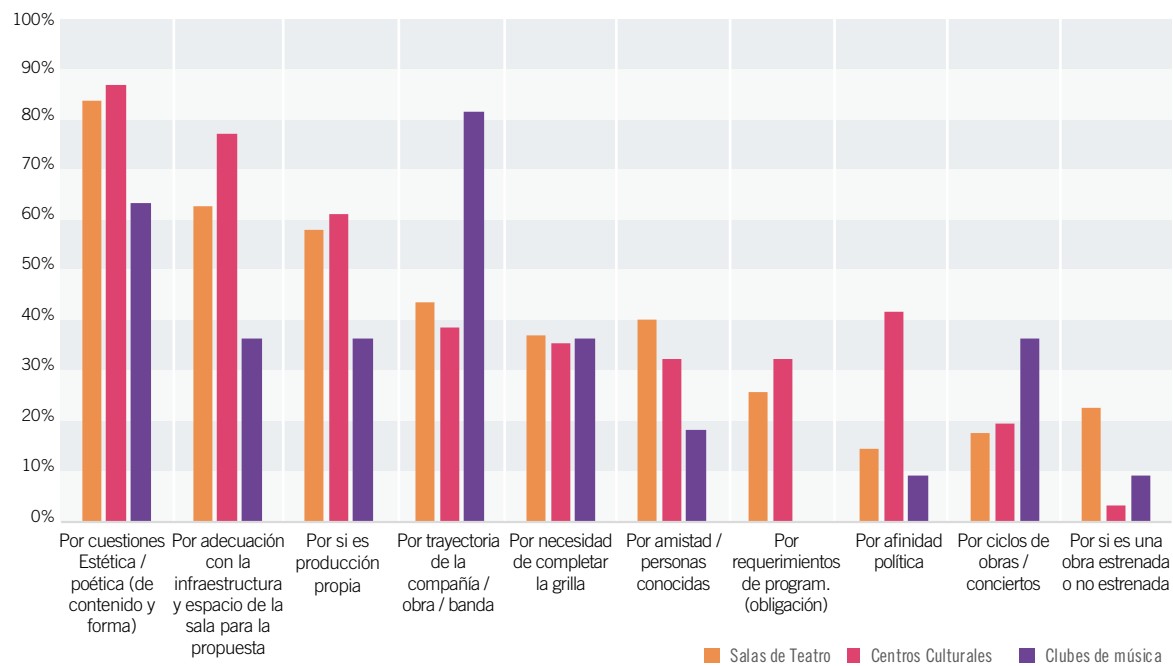
Estos criterios dan cuenta que, tanto las Salas de Teatros como los Centros Culturales programan aquellas obras, actividades, conciertos, etc. por las cuales apuestan estética/poéticamente y que se adecuen al espacio físico y características técnicas del lugar. Además de estos criterios, se evidencia una apuesta por las **producciones propias**, es decir, las organizaciones culturales son espacios generadores de creaciones artísticas y culturales. Sin embargo, este dato debe ser analizado de acuerdo con las formas de coproducción y con los espacios de formación artística y talleres que allí se albergan. Por su parte, en los Clubes de Música se destaca significativamente el criterio de la **trayectoria de la compañía / obra / banda** a la hora de programar (81,80%) (Ver figuras 53 y 54).

Figura 53: Criterios empleados para definir la programación de las organizaciones culturales (Categoría más elegida en primer lugar)



Fuente: elaboración propia

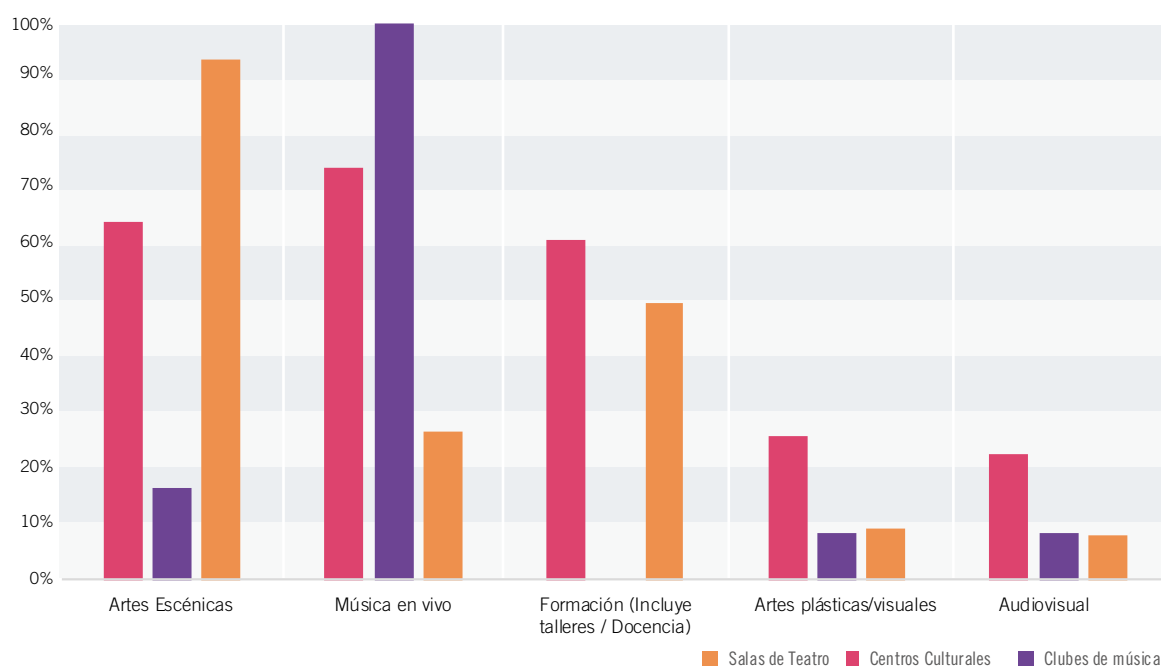
Figura 54: Criterios empleados para definir la programación de las organizaciones culturales (Categorías más elegidas entre los cinco primeros lugares)



Fuente: elaboración propia

La mayoría de los Centros Culturales programan **música en vivo** (74,20%), **artes escénicas** (64,50%) y realizan **actividades de formación** (61,30%). Se da cuenta así de la pluralidad de actividades que tienen en su grilla y su característica como espacios para el encuentro cultural, donde el público puede encontrar diferentes tipos de actividades artísticas y culturales en el mismo espacio, y tal vez, en la misma noche. Por su parte las artes audiovisuales (22,60%) y las plásticas (25,80%) ocupan un lugar dentro de su programación. En oposición a la diversidad de programación de los Centros Culturales se encuentran los Clubes de Música, quienes programan solamente **música en vivo** (100,00%) (Ver figura 55).

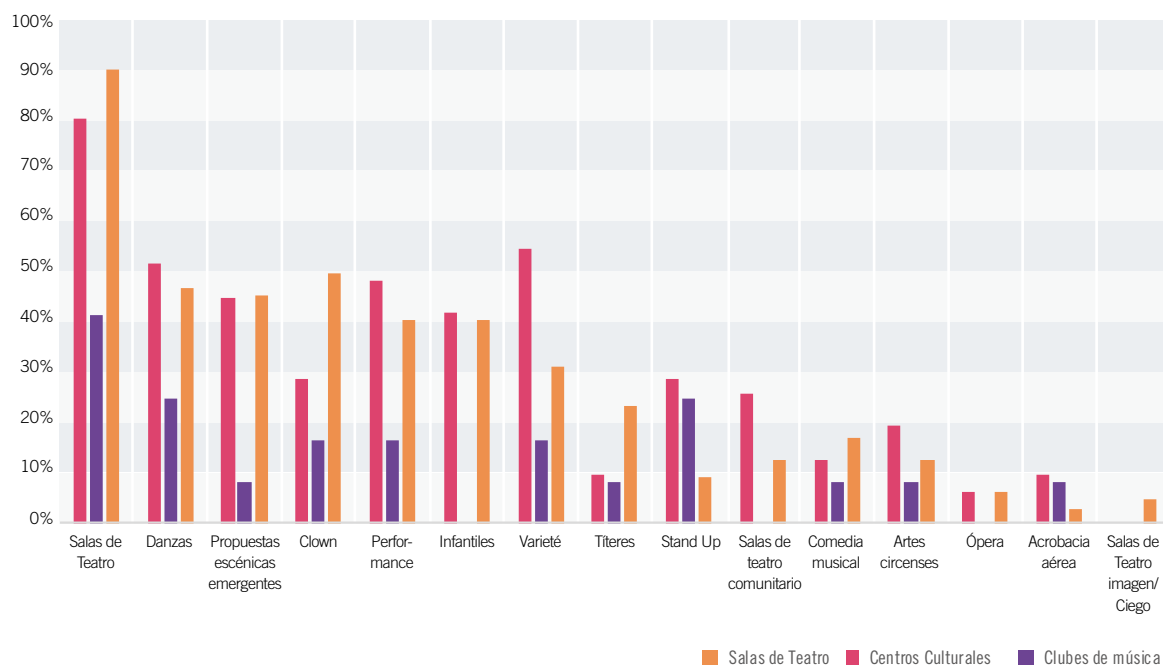
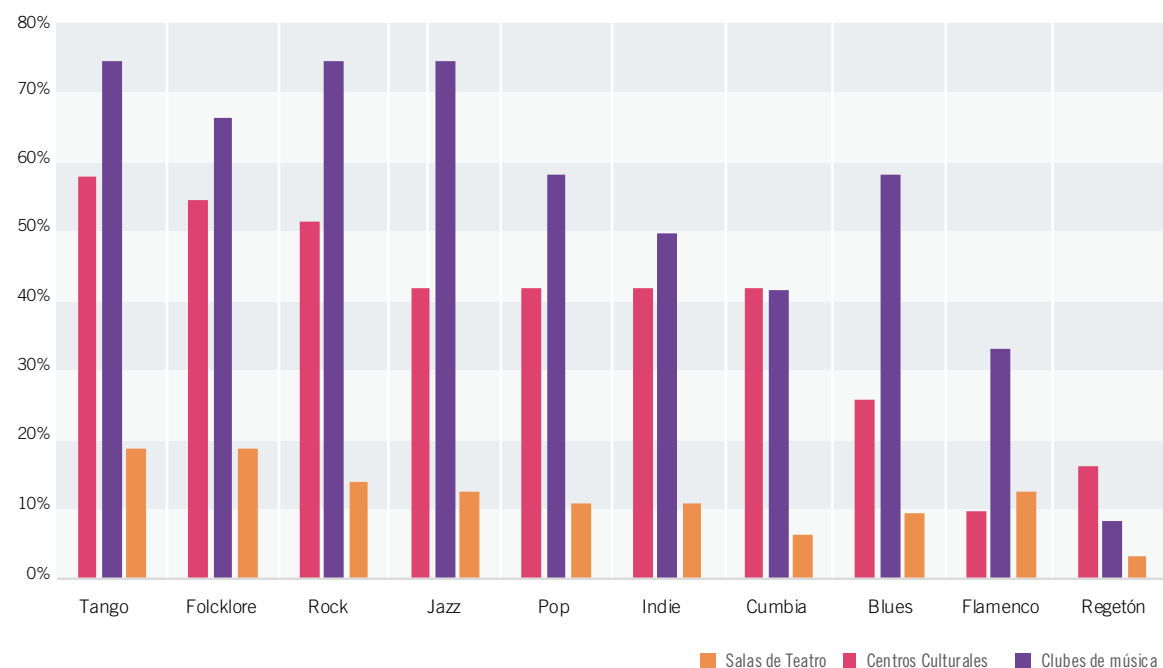
Figura 55: Programación principal de las organizaciones culturales



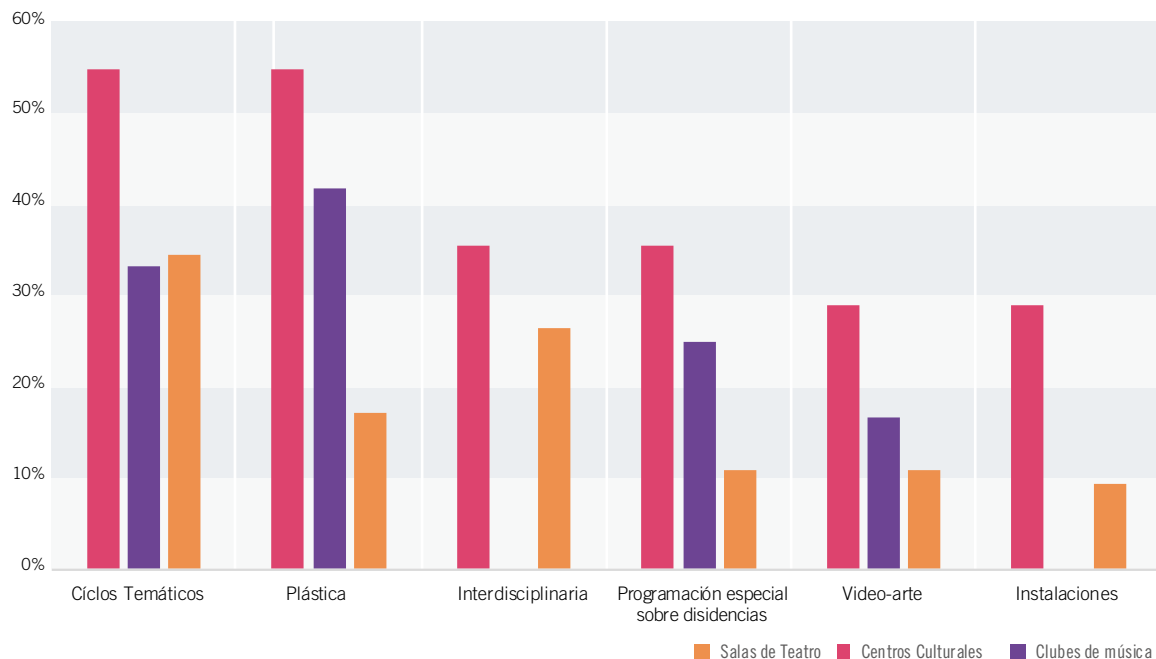
Fuente: elaboración propia

Se observa que la mayoría de las Salas de Teatro programa principalmente artes escénicas (90,60%). Sin embargo, surgen como relevantes también el **Clown** (50%), la Danza (46,90%), propuestas escénicas emergentes (45,30%), la Performance (40,60%) y los Infantiles (40,60%). Por su parte, los Centros Culturales, que por definición son espacios más eclécticos, dan cuenta de dicha diversidad en los siguientes resultados: en cuanto a música hay una diversidad de estilos, siendo el sobresaliente la **música emergente** (64,50%), le sigue la música popular (58,10%), el tango (58,10), el folcklore (54,80%) y el rock (51,60%). Le siguen los géneros de jazz, cumbia, indie y pop (41,90% respectivamente). Además, se observa como actividades destacadas las artes escénicas (80,30%), varietés (54,80%) e infantiles (41,90%) y artes visuales (54,80%). En los Clubes de Música todas las opciones escogidas, están distribuidas según los diferentes géneros musicales, destacándose: el **jazz, el rock y el tango** (75,00%) (Ver figura 56).

Figura 56: Disciplinas programadas dentro de las organizaciones culturales

Escénicas**Musicales**

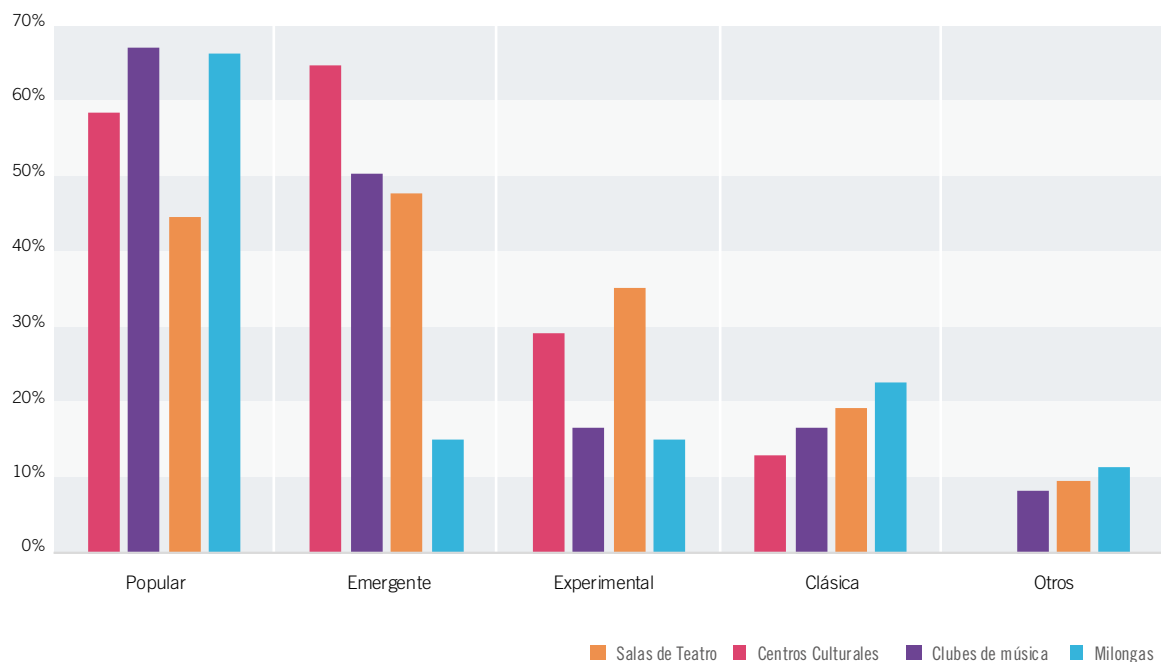
Otras disciplinas y programaciones



Fuente: elaboración propia

Para concluir con esta descripción, preguntamos cómo las organizaciones culturales definen el tipo de programación general del espacio. Aquí las categorías de **emergente y popular** aparecen como las más escogidas por todas las organizaciones culturales encuestadas. Las Salas de Teatro definen su programación tanto emergente (47,60%) como popular (44,40%); mientras que las Milongas las caracterizan principalmente como popular (66,00%) y los Centros Culturales como emergente (64,50%) (Ver figura 57).

Figura 57: Definición del tipo de programación general de las organizaciones culturales



Fuente: elaboración propia

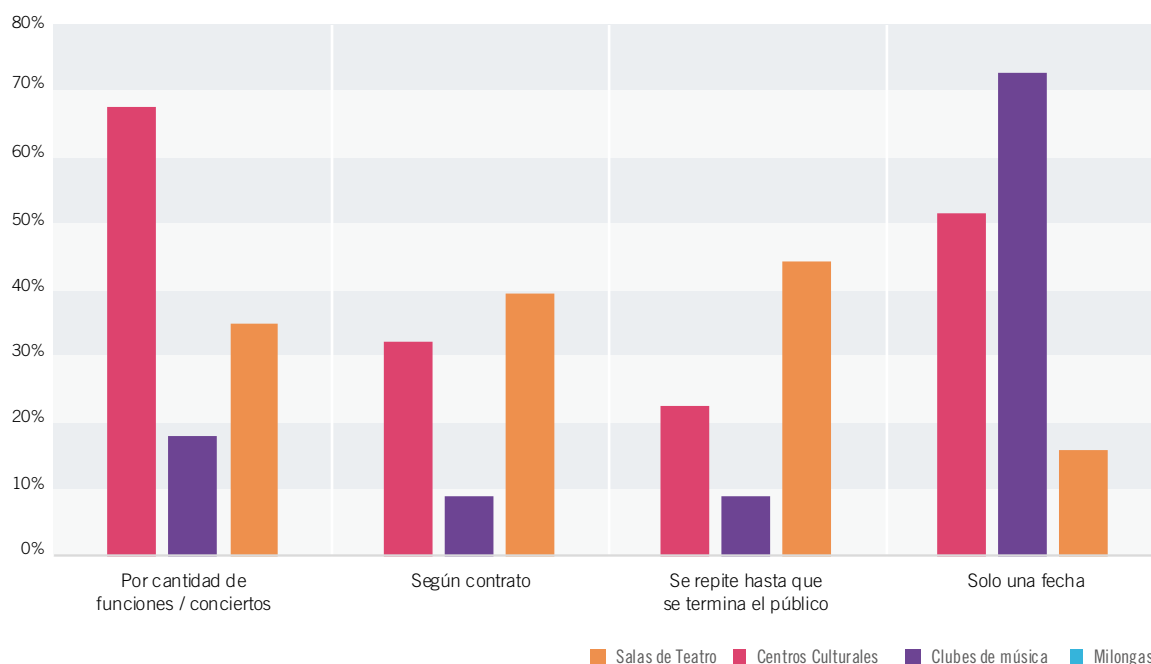
Al momento de definir el tipo de programación, las categorías de emergente y popular aparecen como las más escogidas por todas las organizaciones culturales encuestadas.

8.2. FORMAS Y FINALIDADES DE PROGRAMACIÓN

Para definir los modos y formas de programación se tuvieron en cuenta los criterios de rotación de la programación, el tiempo en grilla y la cantidad de funciones-conciertos programados. También se indagó sobre la anticipación con la cual se programa, la preferencia en días y horarios, las formas de producción y coproducción y los canales de difusión de las actividades y programación.

En lo que refiere al criterio de rotación, se observan diferentes estrategias por parte de las Salas de los Teatros: el 44,40% afirma que se repiten las funciones **hasta que se termina el público**, un 37,90% señala guiarse por lo estipulado en el contrato. Por su parte, en los Centros Culturales, se destaca el criterio de definir la rotación de acuerdo con la **cantidad de funciones-conciertos** (67,70%) o por programar solo una fecha (51,60%). Los Clubes de Música, mayoritariamente también programan por una fecha (72,70%) (Ver figura 58).

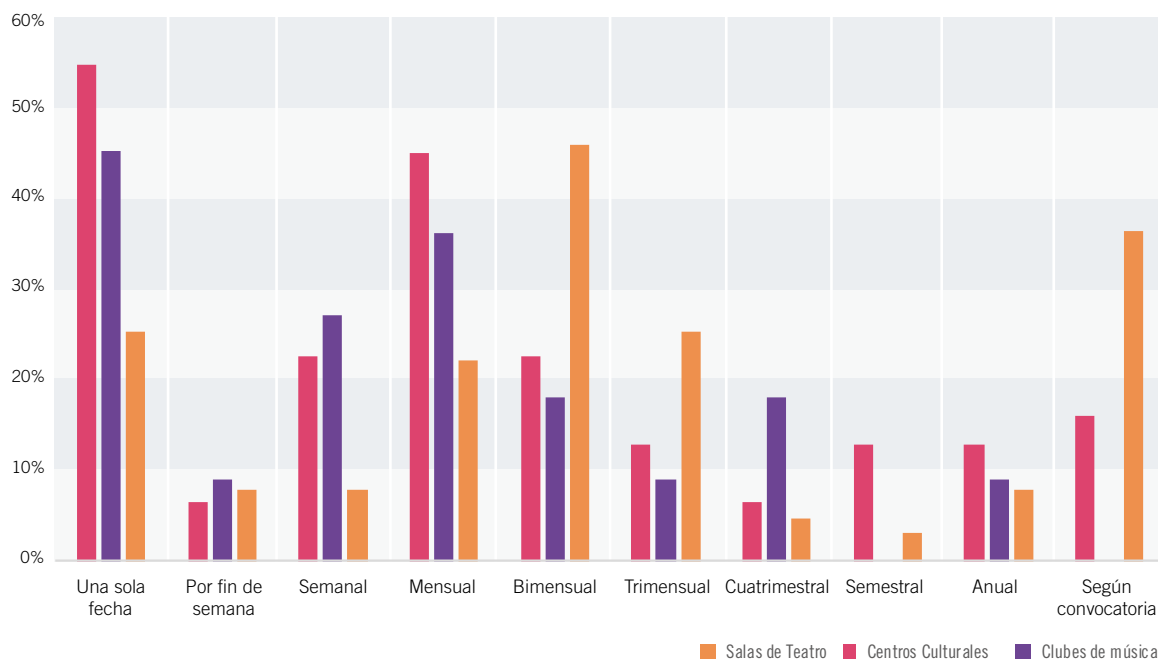
Figura 58: Criterio de rotación en la programación



Fuente: elaboración propia

El tiempo de duración de la programación en cartelera varía según el tipo de organizaciones culturales. Las Salas de Teatro programan por dos meses (46,00%) y según convocatoria (36,50%). En el caso de los Centros Culturales generalmente programan por una fecha (54,80%) o durante un mes (45,20%). Por su parte, los Clubes de Música suelen programar también por una sola fecha (45,50%), de manera semanal (27,30%) y durante un mes (36,40%) (Ver figura 59).

Figura 59: Duración promedio de la programación

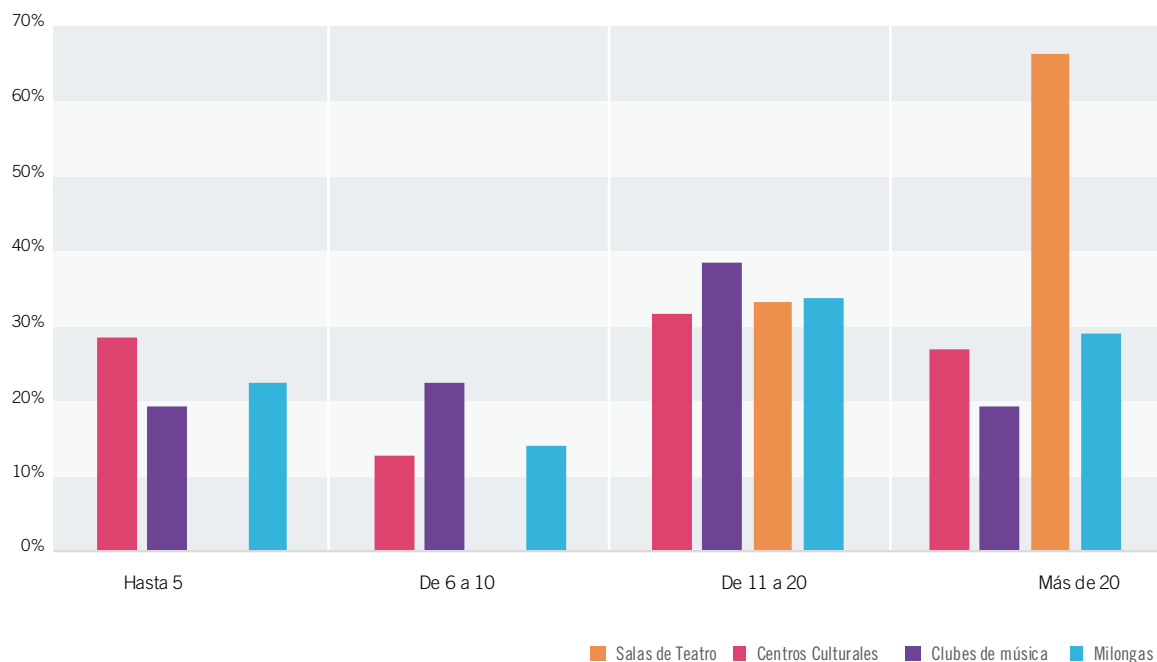


Fuente: elaboración propia



En relación con el caudal de actividades, se preguntó por la cantidad de eventos, funciones y conciertos que se programan mensualmente. Las Salas de Teatros respondieron de modo disperso, lo que da lugar a comprender que no hay un solo modo de programar y gestionar teatros en la Ciudad de Buenos Aires. Observamos que el 28,60%, afirmó programar **hasta 5 funciones mensuales**, el 31,70% de **11 a 20 funciones** y el 27% afirma programar **más de 20 al mes** (con una media de 30 funciones). Los Centros Culturales, por su parte, marcan una tendencia con una cantidad de **11 a 20 actividades** (38,70%) mensuales (con una media de 19 actividades). Por su parte, la mayoría de los Clubes de Música programan **más de 20 funciones** mensuales (66,00%), con una media de 15 por mes. Finalmente, las Milongas programan **hasta 5 fechas** por mes (77,40%), con una media de 19 (Ver figura 60).

Figura 60: Cantidad de funciones / recitales / eventos programados por mes

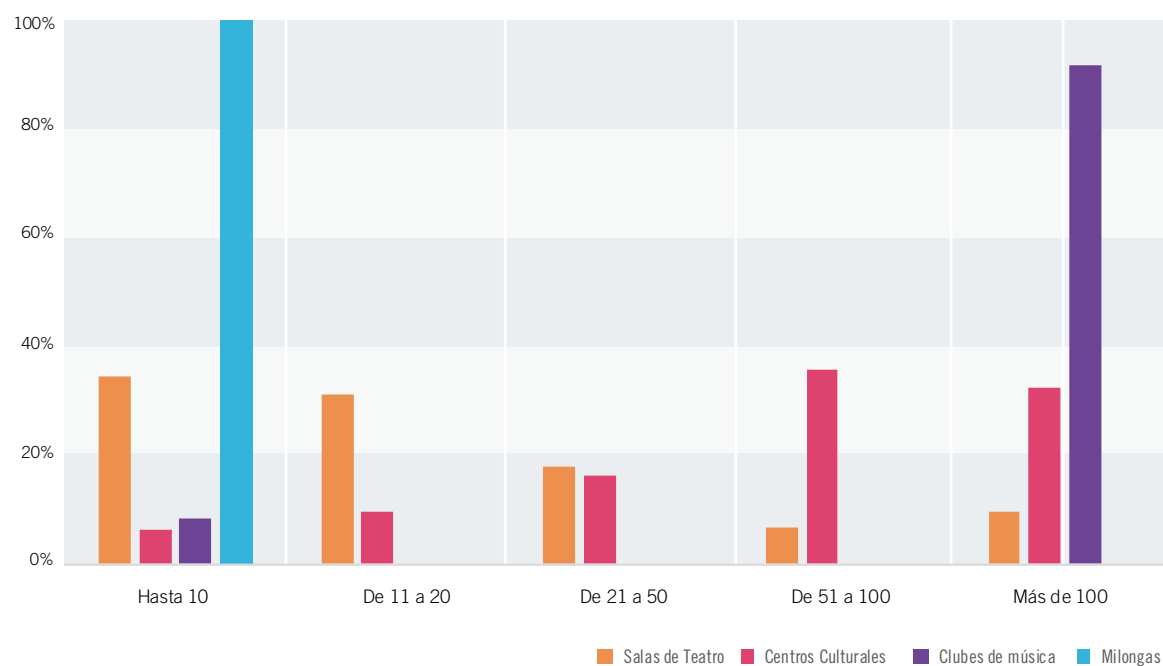


Fuente: elaboración propia

En lo que respecta a la cantidad de compañías / bandas / artistas programados durante el último año (2018), las Salas de Teatros, oscilan entre hasta 10 (34,40%) y de entre 11 a 20 (31,10%) compañías. Los Centros Culturales, en sintonía con la cantidad de ciclos y rotación de fechas, reciben entre 51 a 100 (35,50%) y más de 100 compañías / bandas / artistas anualmente. **La mayoría de los Clubes de Música afirman que por sus espacios pasan más de 100 bandas/artistas por año (91,70%), dato que coincide con el criterio de programación por única fecha en estos espacios.** Por su parte, el total de las Milongas relevadas afirma que pasaron por sus espacios hasta 10 artistas/ compañías/bandas. Este último dato, se debe sopesar con el tipo de actividades que llevan adelante las Milongas, donde los protagonistas suelen ser los públicos que allí van a bailar (Ver figura 61).



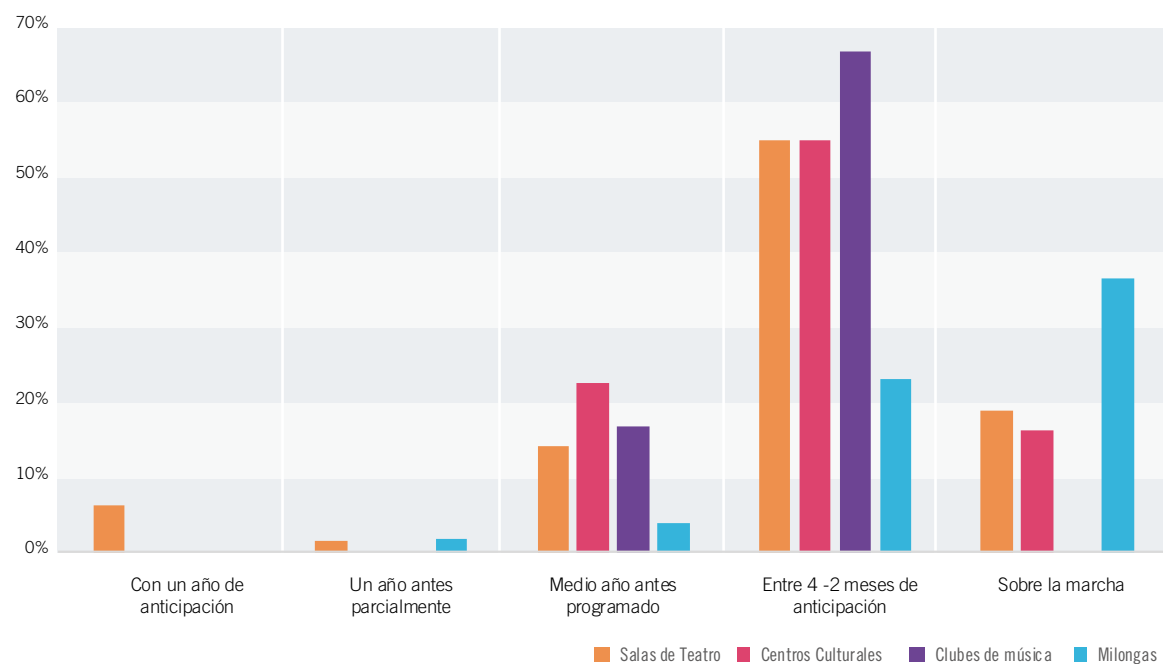
Figura 61: Cantidad de compañías / bandas / artistas programados durante el último año (2018)



Fuente: elaboración propia

La mayoría de las organizaciones culturales encuestada sostiene que define su programación con entre 2 y 4 meses de anticipación (45,28%). Esta afirmación se replica en las Salas de Teatro (54,70%), Centros Culturales (54,80%) y Clubes de Música (56,10%), y difiere de las Milongas, que definen su programación **sobre la marcha** (36,50%) o con entre 2 y 4 meses de anticipación (23,10%) (Ver figura 62).

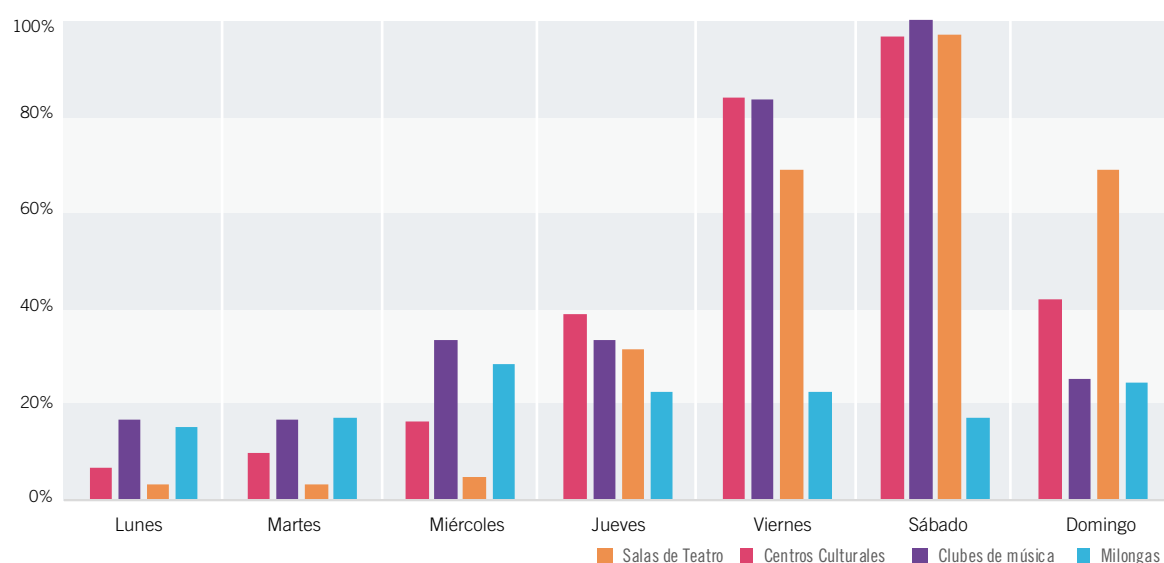
Figura 62: Anticipación en la definición de la programación



Fuente: elaboración propia

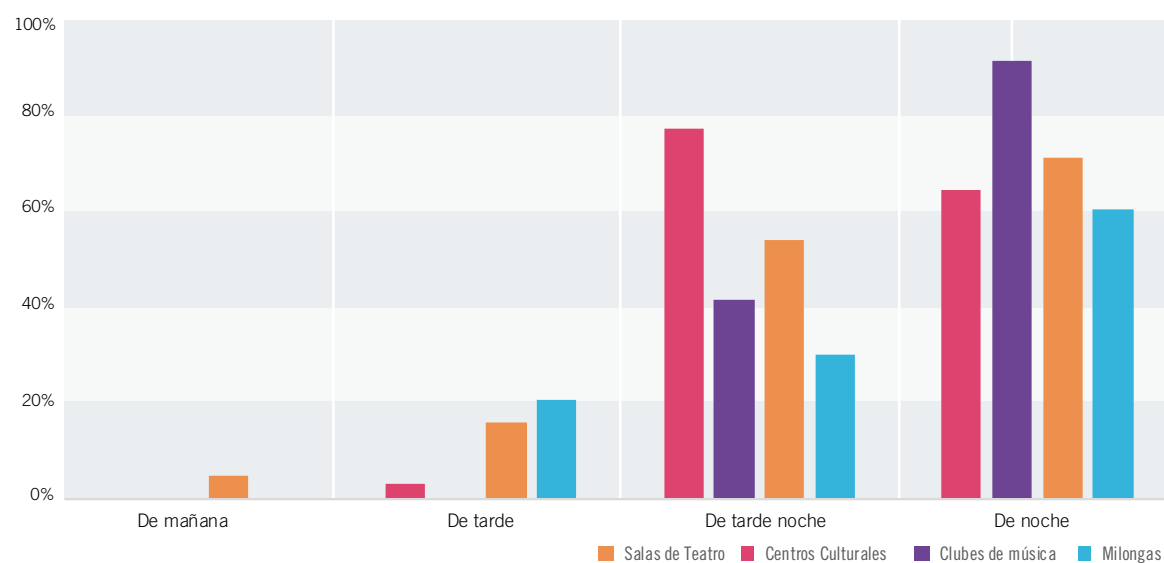
Los fines de semana son los días de mayor programación de las organizaciones culturales encuestadas. Casi la totalidad de las Salas de Teatro (96,90%), Centros Culturales (96,90%) y Clubes de Música (100%) programan sus actividades los sábados; seguido por los viernes. Las Milongas son quienes muestran un patrón atípico en este sentido, desarrollando sus actividades a lo largo de la semana. Los horarios de mayor programación de las organizaciones culturales en su conjunto **son la tarde noche (49,69%)** y principalmente **noche (67,92%)**. Este patrón se replica tanto en Salas de Teatro, como en Centros Culturales, Clubes de Música y Milongas (Ver figuras 63 y 64).

Figura 63: Días donde se concentra la mayor cantidad de programación de las organizaciones culturales



Fuente: elaboración propia

Figura 64: Franja Horaria donde se concentra la mayor cantidad de programación de las organizaciones culturales

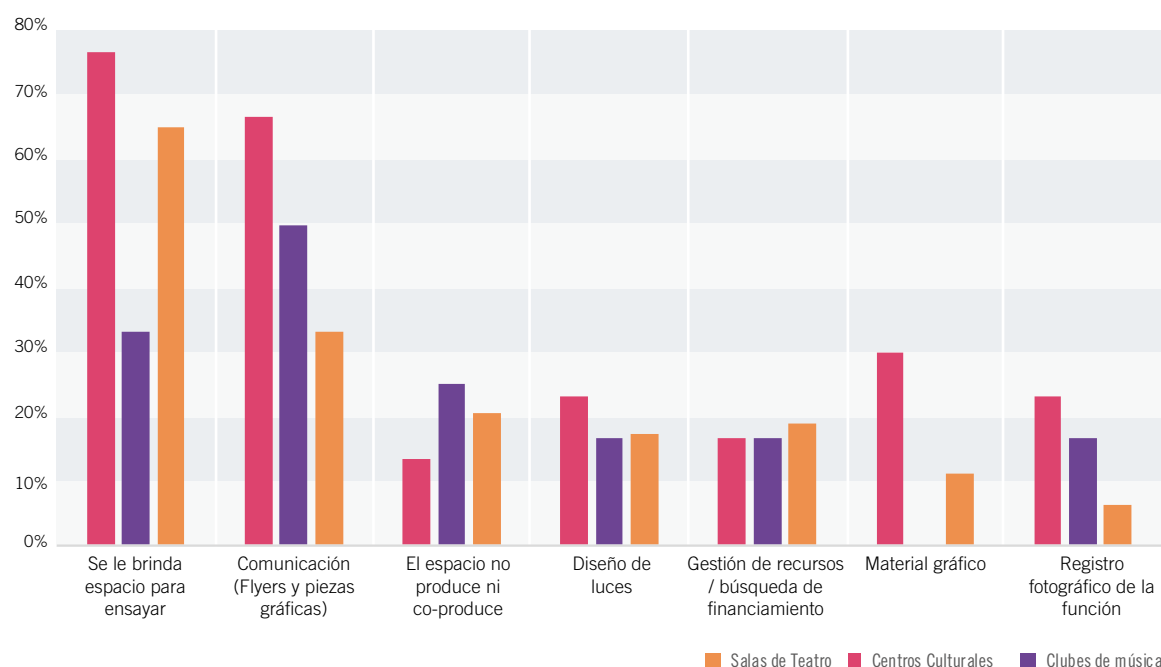


Fuente: elaboración propia

Formas de producción y co-producción

Las organizaciones culturales tienen una activa participación en la producción y co-producción de las obras, bandas y proyectos que programan. Dentro de las diferentes formas de producir y co-producir, en las Salas de Teatro, sobresale **brindar el espacio para ensayar** (64,76%). Este dato es significativo, porque se entiende que la Sala cede el ingreso económico que podría generarle el ensayo de dicha obra, con el fin de acompañar al proyecto artístico. Dentro de los Centros Culturales también se repite esta misma forma de producción (76,70%). Como segunda forma de participar en la producción de las obras se destaca el apoyo en la creación de **piezas de comunicación** y mecanismos de difusión (44,76%). Este tipo de participación es el que llevan adelante más de la mitad de los Clubes de Música (50,00%) (Ver figura 65).

Figura 65: Tipo de participación de las organizaciones culturales en la producción de obras, recitales o proyectos programados



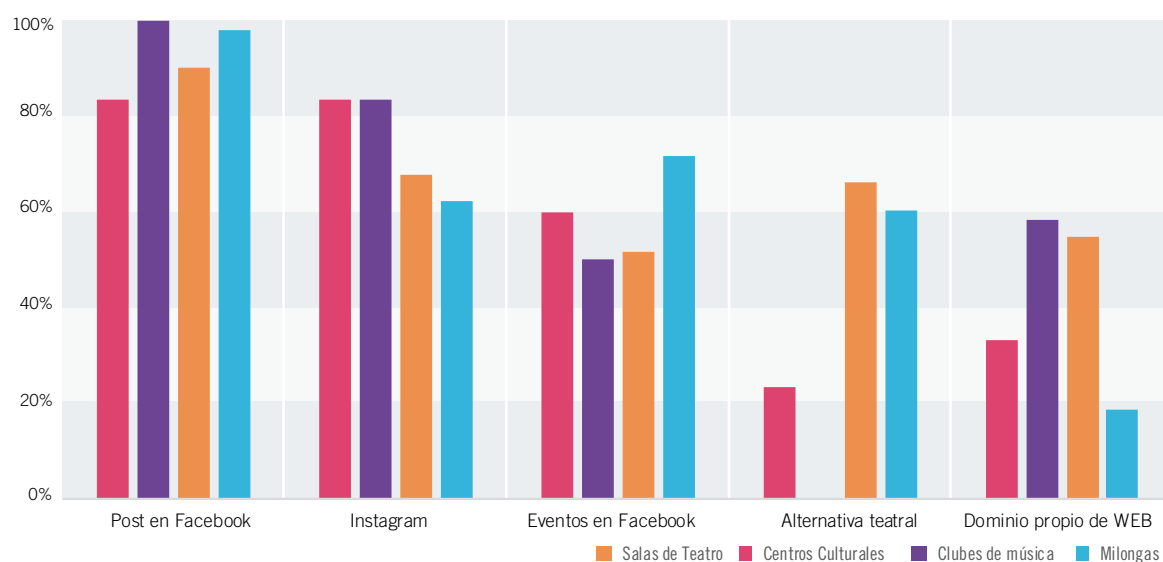
Fuente: elaboración propia

Canales de comunicación

En función de dar cuenta de la estructura que las organizaciones culturales brindan a los artistas y proyectos culturales, se indagó específicamente sobre los canales de comunicación utilizados para difundir las actividades y programación. La mayoría de las organizaciones culturales afirma que la principal herramienta de difusión de su programación son los posteos en Facebook (86,26%). Un dato relevante es la opción de la **Alternativa Teatral y Hoy Milonga**, plataformas que se impone como una opción significativa para difundir actividades culturales relacionadas con las artes escénicas y el tango respectivamente, escogida por el 66,10% de los Teatros, el 60,40% de las Milongas (Hoy Milonga) y el 23,30% de los Centros Culturales (Ver figura 66).

La mayoría de las organizaciones culturales afirma que la principal herramienta de difusión de su programación son los posts en Facebook (86,26%).

Figura 66: Canales de Comunicación utilizados para difundir las actividades de las organizaciones culturales (categoría más elegida en primer lugar)

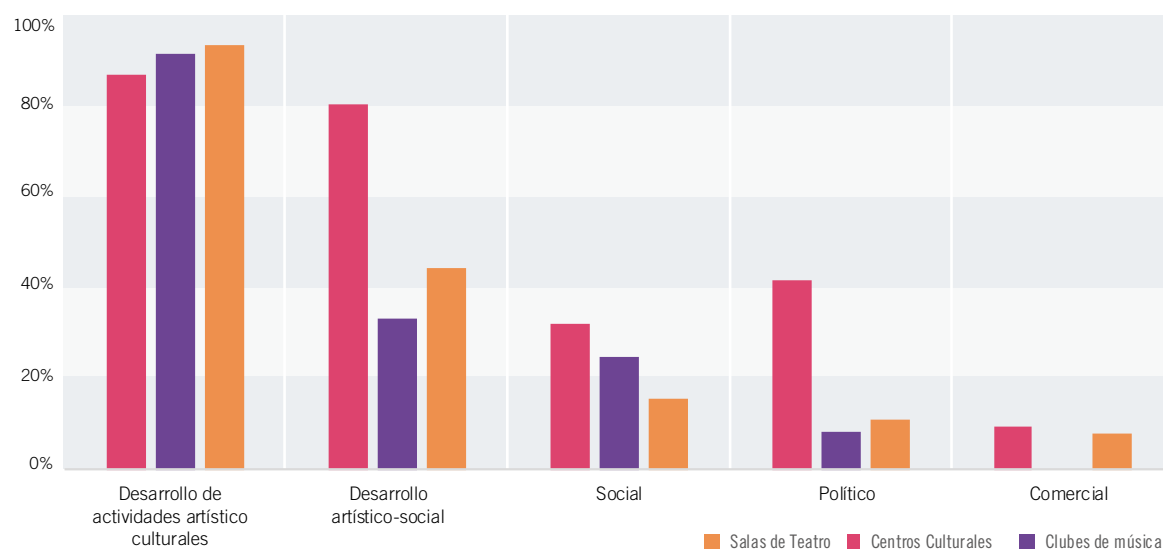


Fuente: elaboración propia

Finalidad de la programación

La principal finalidad de la programación de las organizaciones culturales analizadas aparece asociada al fomento y desarrollo de **actividades artístico-culturales** (Teatro, 93,70%, Clubes de Música 91,70% y Centros Culturales 87,10%). Los Centros Culturales mencionan además, entre sus metas, el **desarrollo artístico-social** (80,60%) (Ver figura 67).

Figura 67: Misión / propósitos de las organizaciones culturales

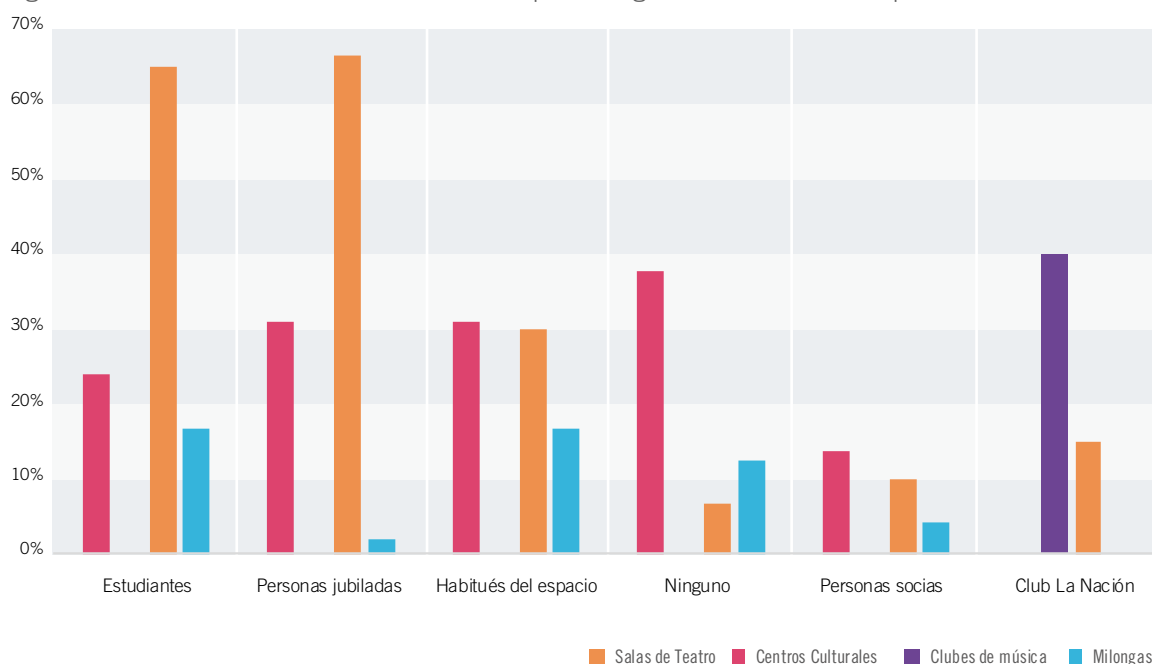


Fuente: elaboración propia

8.3. MODALIDADES DE PROMOCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN

Se indagó sobre las modalidades de promoción de la programación de las organizaciones culturales. En primer lugar, se preguntó por la existencia de sistemas promociones y descuentos. Se pudo constatar que **la mayoría de las Salas de Teatro cuentan con sistemas de descuentos a jubilados (66,70%) y estudiantes (65%)**. Estos datos están en concordancia con los ya tradicionales descuentos que el sector teatral ofrece históricamente al público. Los Centros Culturales, poseen descuentos para jubilados (31,03%) y público habituado del espacio (31,03%). Los Clubes de Música realizan descuentos a través del Club La Nación (40,00%) (Ver figura 68).

Figura 68: Promociones o descuentos utilizados por las organizaciones culturales para la venta de entradas



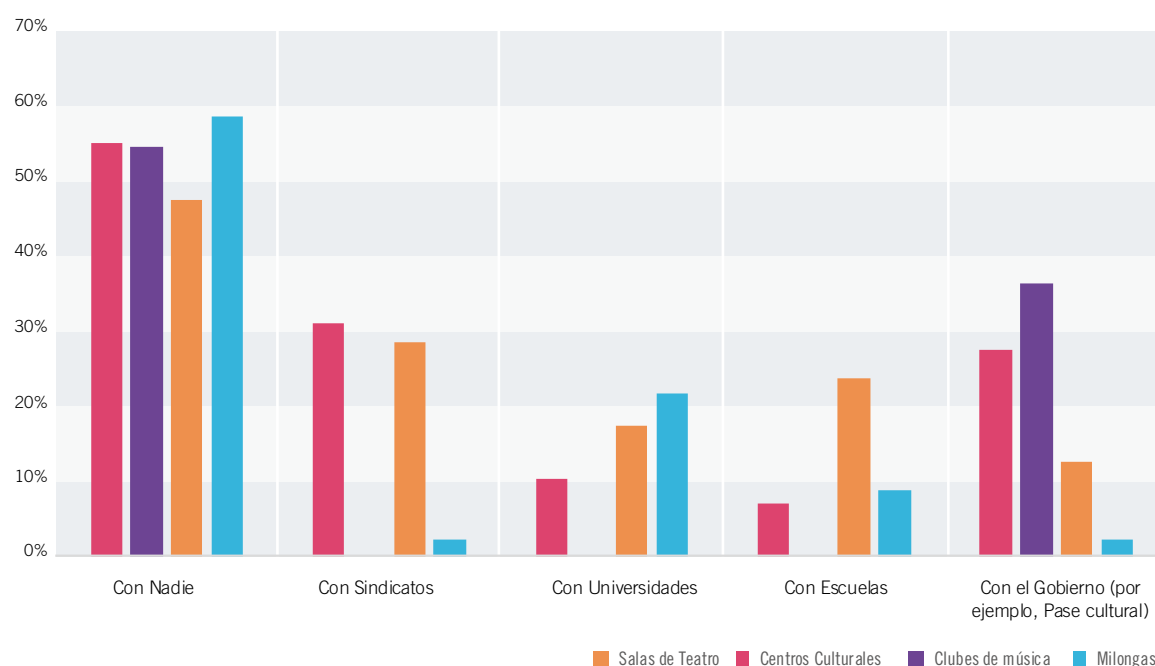
Fuente: elaboración propia

Convenios

En segundo lugar, se indagó sobre la existencia de convenios con organismos e instituciones. En este respecto, se pudo constatar que más de la mitad de las organizaciones culturales afirma no tener ningún tipo de convenio (53,02%). Dentro de los que mencionaron poseer algún tipo de acuerdo con instituciones, se destacan las Salas de Teatros (28,60%) y los Centros Culturales (31,00%) con sindicatos; los Clubes de Música con el gobierno local, especialmente, por el programa Pase Cultural (36,40%); y las Milongas con universidades (21,70%) (Ver figura 69).

Más de la mitad de las organizaciones culturales afirma no tener ningún tipo de convenio (53,02%).

Figura 69: Acuerdos con otras organizaciones para la venta de entradas con descuentos o promociones



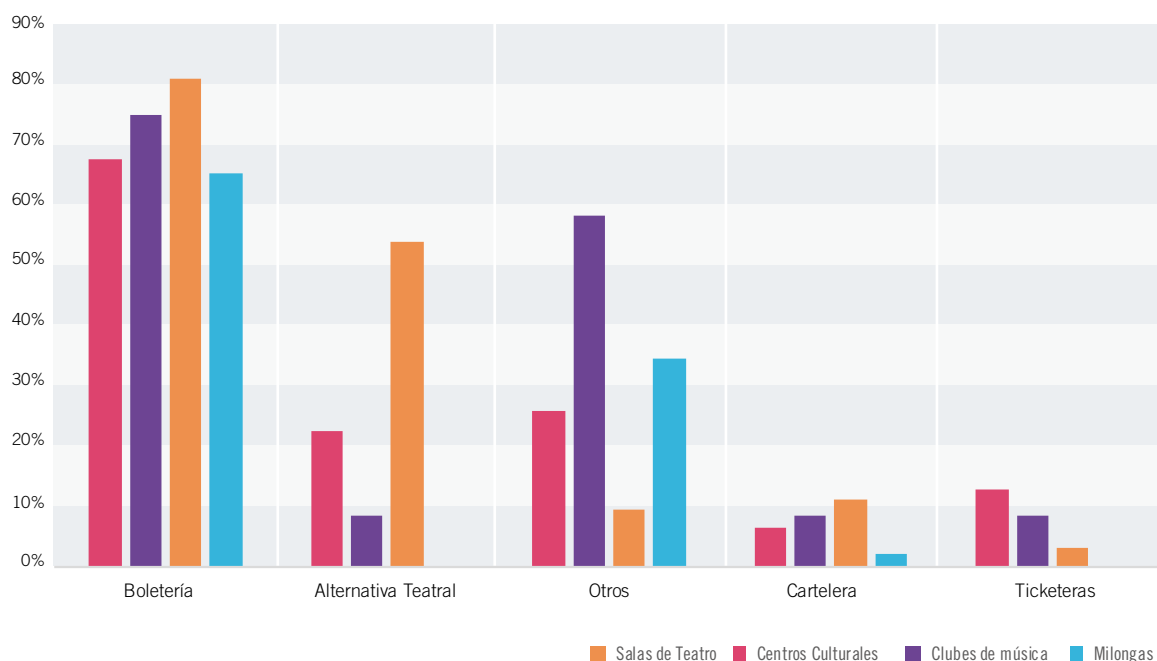
Fuente: elaboración propia

Sistema de venta de entradas

En cuanto al sistema de venta de entradas, se observa que la mayoría de las Salas de Teatro lo hace por boletería (81,00%) o Alternativa Teatral (54,00%). En menor proporción los Centros Culturales siguen este patrón (boletería, 67,70% y Alternativa Teatral 22,60%); mientras que los Clubes de Música (75,00%) y las Milongas (65,40%) se inclinan mayoritariamente por el sistema de boletería (Ver figura 70).



Figura 70: Sistema de ventas de entradas utilizadas por las organizaciones culturales



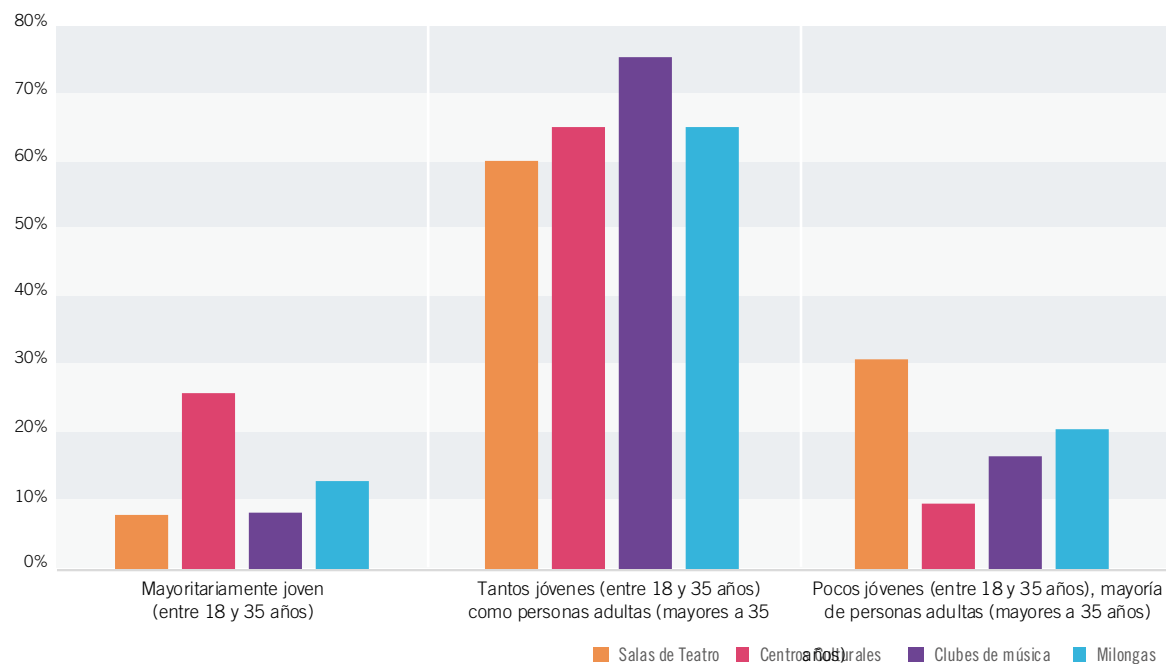
Fuente: elaboración propia

8.4. CARACTERIZACIÓN Y PERCEPCIÓN DE PÚBLICOS

Si bien la investigación no se centró en el entendimiento de los públicos que asisten a las organizaciones culturales, se abordaron algunas dimensiones con el fin de poder comprender cómo se los percibe en términos etarios y de frecuencia, así como también las razones de asistencia. Cuando se les pidió a las organizaciones culturales encuestadas que caractericen al público que asiste a sus espacios durante el último año (2018), la mayoría los definió como un público entre joven y adulto (63,52%). Este patrón de percepción de públicos por edad se repite en todas las organizaciones encuestadas (Salas de Teatro, Centros Culturales, Clubes de Música en Vivo y Milongas) (Ver figura 71).

La mayoría de las organizaciones culturales caracterizó el público que asiste a sus espacios como un público entre joven y adulto (63,52%).

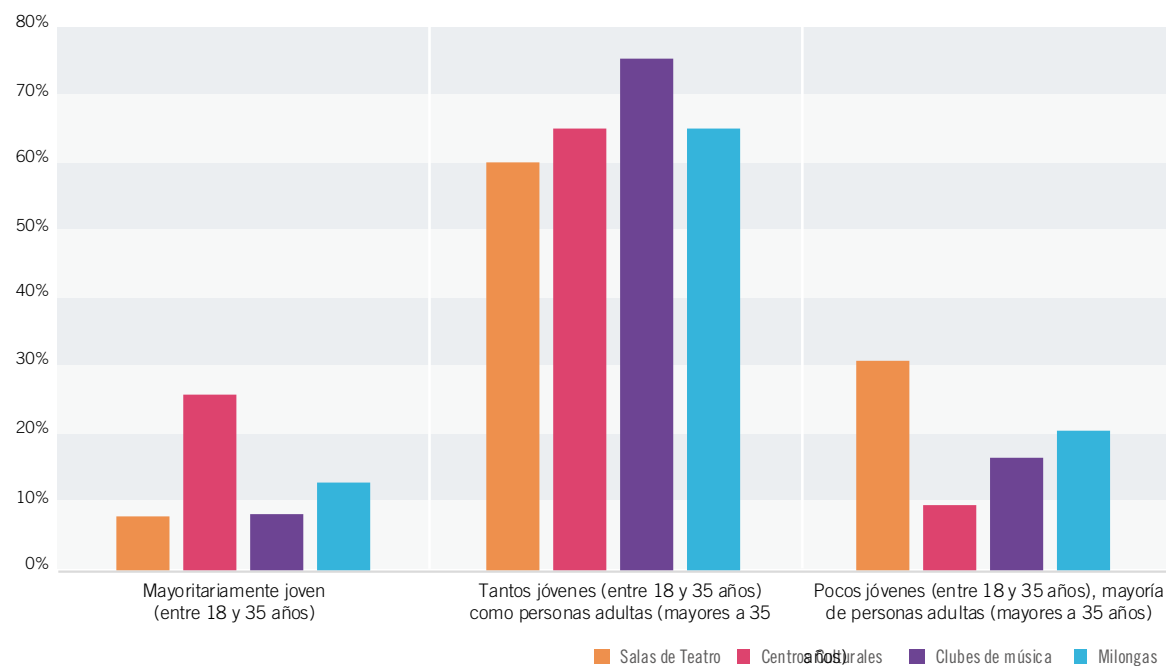
Figura 71: Percepción del tipo de público de las organizaciones culturales



Fuente: elaboración propia

En cuanto a la percepción que tienen las organizaciones culturales sobre la frecuencia de asistencia, se destaca en todos los casos que la elección predominante es tanto público frecuente, como público nuevo (Ver figura 72).

Figura 72: Percepción de la frecuencia de asistencia del público a las organizaciones culturales

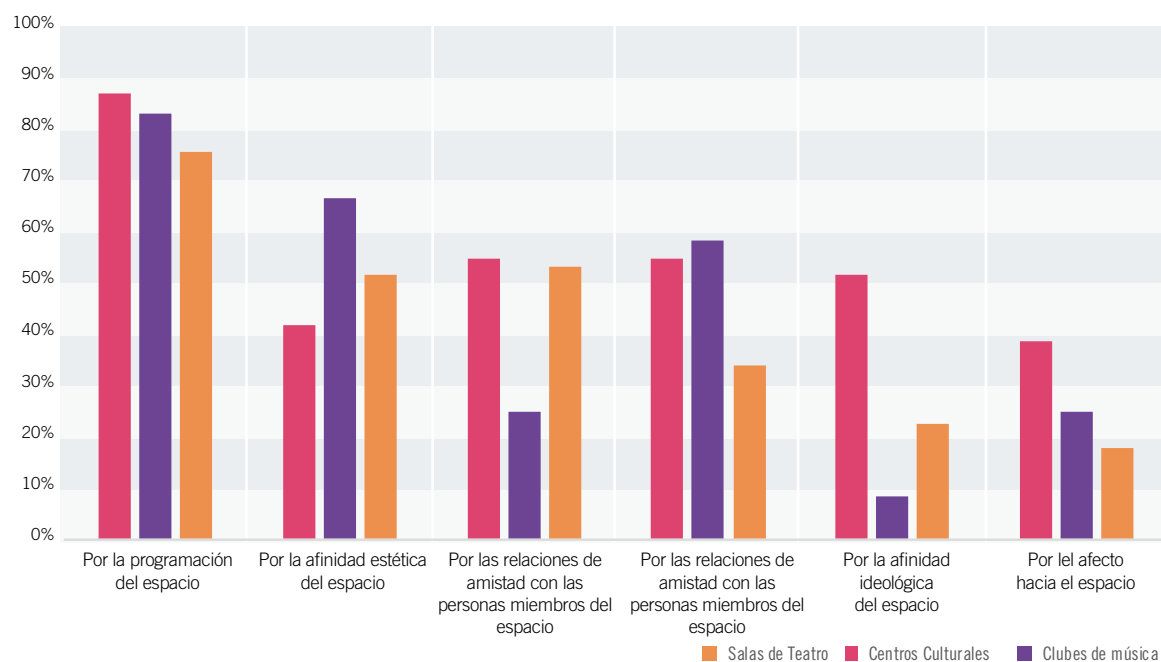


Fuente: elaboración propia

Motivaciones del público

En relación con la percepción sobre las razones de asistencia, observamos que la mayoría de las Salas de Teatro señalan que las motivaciones del público para asistir a sus espacios tienen que ver principalmente con **el tipo programación que ofrecen** (75,80%). Los Centros Culturales entienden que se debe a los mismos motivos (87,10%), pero también por cuestiones de amistad con las personas que integran el espacio (54,80%) o afinidades ideológicas con la organización (51,60%); mientras que los Clubes de Música perciben las motivaciones de asistencia también por el tipo de programación (83,30%) y afinidades estéticas (66,70%) (Ver figura 73).

Figura 73: Percepción de las razones por las cuales el público asiste a las organizaciones culturales



Fuente: elaboración propia

La mayoría de las organizaciones culturales señalan que las motivaciones del público para asistir a sus espacios tienen que ver principalmente con el tipo programación que ofrecen.

A grandes rasgos, pudimos observar que cada organización cultural tiene su propia lógica de programación y que la misma está intrínsecamente relacionada con los modos y condiciones de producción. Las Salas teatrales programan casi con exclusividad artes escénicas, mientras que los Centros Culturales tienen una programación diversa, principalmente con música en vivo seguida por teatro. Aquí, y a diferencia de los Clubes de Música, se da lugar a lenguajes experimentales y a la escena emergente. Por su parte los Clubes de Música programan principalmente música como jazz, folklore y rock, dando lugar predominante a aquellas bandas que tengan tradición y trayectoria en la escena. Así como los fines de semana aparecen como los días claves para este tipo de espacios, por su parte las Milongas se destacan por abrir todos los días de la semana, fidelizando de este modo cada una a su público. En todos los espacios la boletería sigue siendo el lugar donde principalmente se compran las entradas y no se destacan demasiados beneficios ni promociones para su público.

CAPÍTULO 9: REFLEXIONES SOBRE GÉNEROS Y ORGANIZACIONES CULTURALES

En un momento histórico que interpela e invita a sumar nuevas miradas y enfoques a la comprensión de las organizaciones culturales, la presente investigación consideró relevante no solamente analizar las diferencias entre mujeres y hombres en los distintos ámbitos de las *organizaciones culturales*, sino también con respecto a las disidencias. Consideramos disidencias a todas aquellas personas que se encuentran fuera de los parámetros de la heteronormalidad y de las matrices de género binarias y biologicistas de mujeres y hombres (Peidro 2017).

Disidencias como mujeres travestis, personas trans, no binarias y de género fluido, que se encuentran protagonizando acciones para visibilizar las desigualdades sociales y la vulneración de sus derechos que viven diariamente. Así, durante la construcción de indicadores incorporamos la perspectiva no sexista (tanto en el lenguaje como en el análisis de datos), asumiendo que el género es una construcción social, cultural y económica y que deja fuera a personas que no se encuadran en los parámetros normativos definidos históricamente. De este modo, no solo avanzamos en una mejor comprensión de sistemas de distribución de roles y recursos, sino que también nos propusimos repensar toda la división del trabajo según géneros en las *organizaciones culturales*.



Entre otros aspectos, la utilización del lenguaje no sexista nos permite cuestionar cómo se construyen las prácticas culturales y nuestros propios análisis (al menos como se conocen hasta ahora) de la realidad de las *organizaciones culturales* independientes. Los feminismos son entonces nuestro marco de aproximación para entender cómo se reproducen o modifican sistemas de producción, trabajo, circulación y distribución de contenidos culturales en la Ciudad de Buenos Aires.

Muchas de las preguntas sobre géneros se incorporaron sabiendo que estas temáticas no son consideradas por algunas organizaciones, pero su sola mención las pone en evidencia, y colabora con un proceso de concientización y transformación en los estudios culturales. En este sentido, podemos destacar aquellas preguntas que nos permiten comprender los roles que ocupan las personas trabajadoras dentro de cada organización, la distribución de ingresos, los roles de las personas involucradas de forma permanente en la organización según género; la participación en la

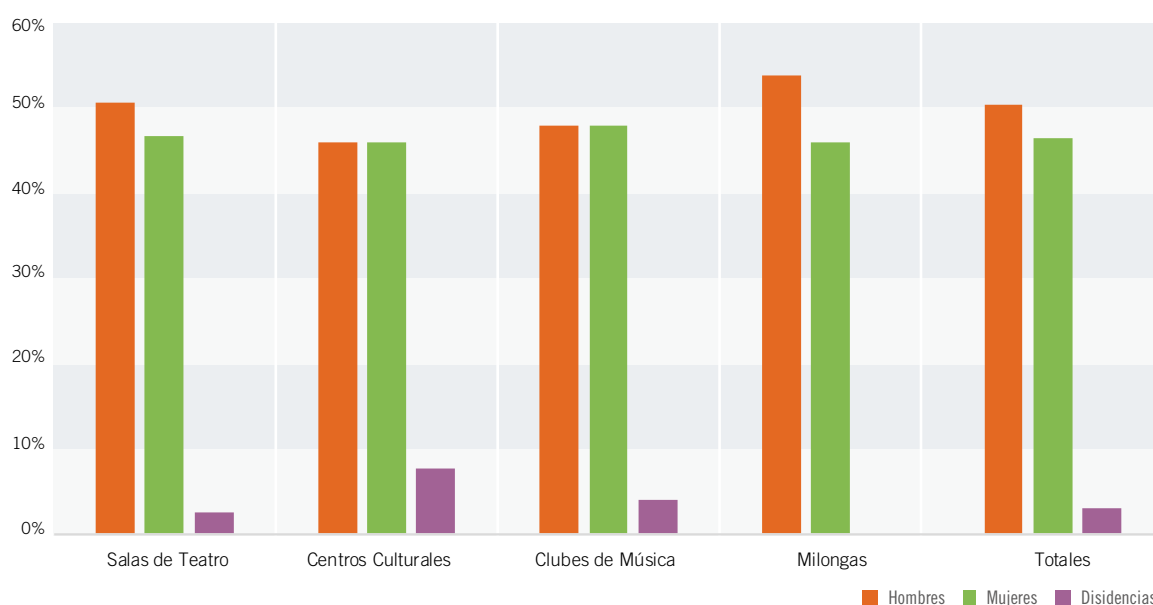
toma de decisiones y la diversidad de miradas en términos de programación. Estas son solo algunas de las dimensiones de análisis utilizadas en la investigación, a las que deberán sumarse nuevos contenidos y variables en próximos estudios si se quiere mantener una mirada actualizada y que entienda de forma profunda las transformaciones de las *organizaciones culturales*.

9.1. CANTIDAD DE PERSONAS INVOLUCRADAS EN LA ORGANIZACIÓN SEGÚN GÉNEROS

Si analizamos la distribución entre quienes trabajan de forma eventual o permanente en las *organizaciones culturales*, observamos que los hombres (50,49%) tienen mayor presencia de forma permanente que las mujeres (46,56%) y las disidencias (2,95%). De manera eventual el 45,95% son mujeres, el 48,65% son hombres y el 5,41% son disidencias. Entre las personas que trabajan de forma permanente hay bastante equidad en todos los sectores entre hombres y mujeres, especialmente en Centros Culturales y Clubes de Música. Las disidencias tienen un porcentaje bajo de representación en todos los sectores, siendo directamente nula en el caso de las Milongas. Entre quienes trabajan de forma eventual, en general hay bastante paridad entre hombres y mujeres en todos los sectores, sobre todo en Clubes de Música y Milongas. Aquí las disidencias también tienen una presencia inferior, especialmente en Clubes de Música y las Salas de Teatro (Ver figuras 74, 75 y 76).

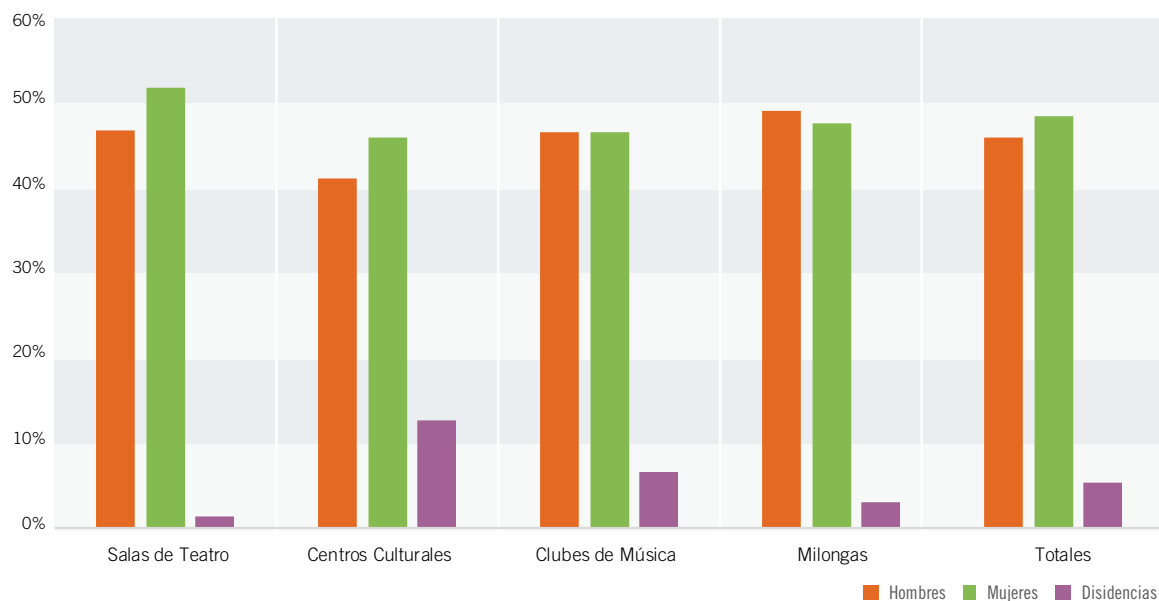
Las disidencias tienen un porcentaje bajo de representación en todos los sectores, siendo directamente nula en el caso de las Milongas.

Figura 74: Cantidad de personas involucradas en el funcionamiento de las organizaciones culturales de forma permanente y circunstancial según géneros



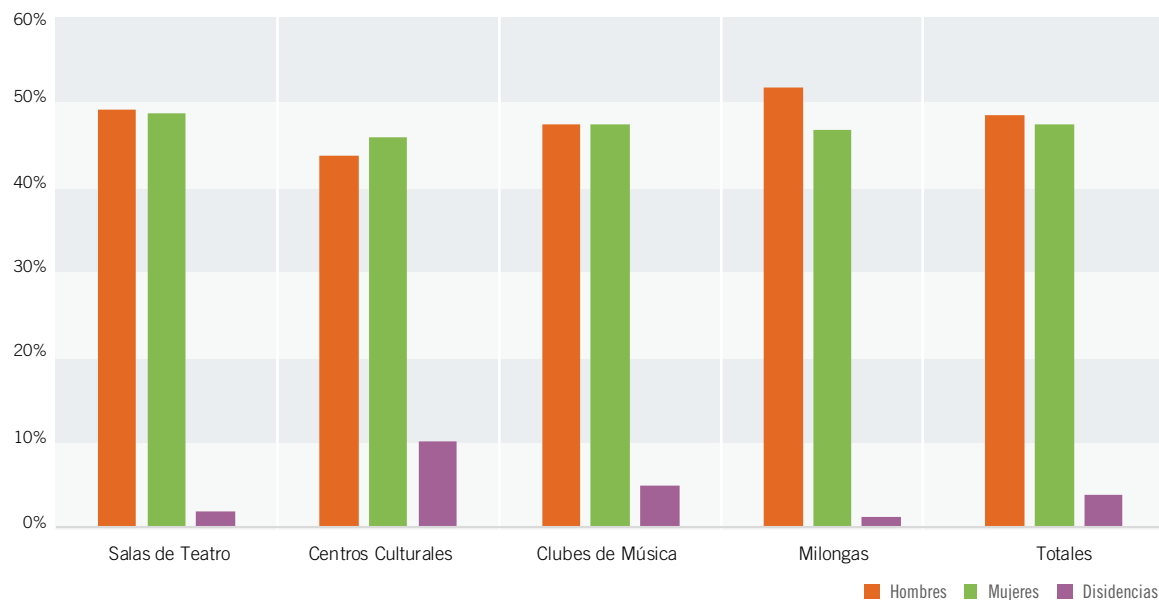
Fuente: elaboración propia

Figura 75: Porcentajes de personas involucradas de forma permanente en las organizaciones culturales según géneros



Fuente: elaboración propia

Figura 76: Porcentajes de personas involucradas de forma eventual en las organizaciones culturales según géneros



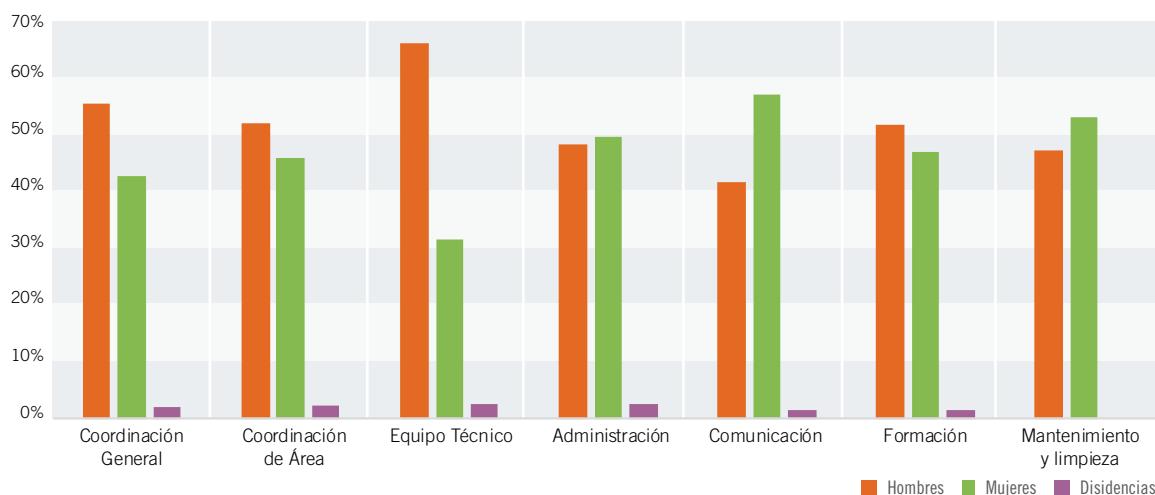
Fuente: elaboración propia

9.2. ROLES DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN SEGÚN GÉNEROS

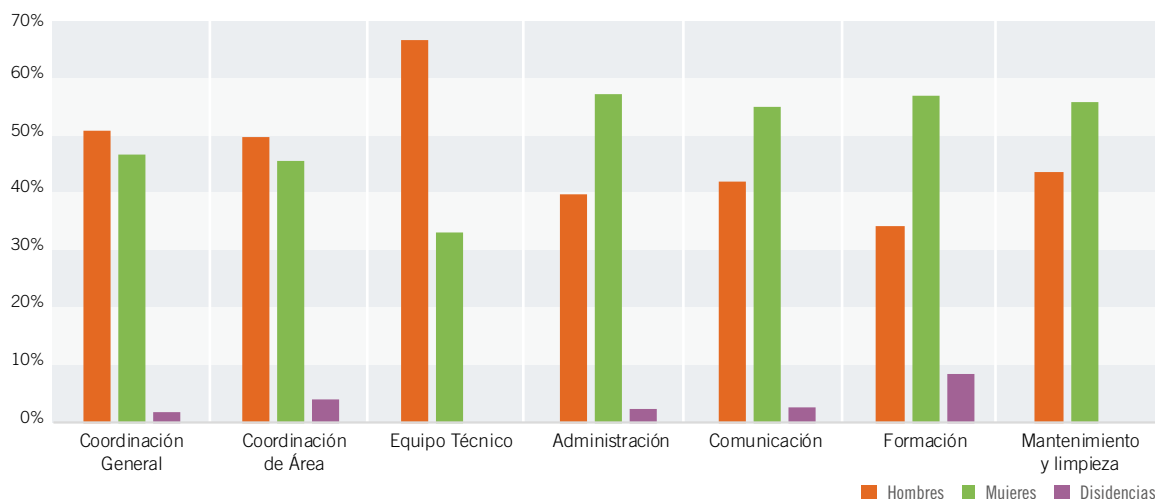
Al analizar los datos obtenidos observamos que **las mujeres ocupan mayoritariamente roles para los que fueron consideradas históricamente (administración, limpieza, comunicación y formación) y que la presencia de las disidencias aun es muy baja o casi nula en relación con la división de tareas**. Tomando de ejemplo Centros Culturales, las Salas de Teatro y Clubes de Música en las tareas mencionadas observamos: en administración que el 52,57% son mujeres, 45,71% son hombres, mientras que las disidencias se encuentran relegadas con apenas el 1,71%. En comunicación el 55,56% son mujeres, 43,21% son hombres y las disidencias siguen en desventaja con el 1,23%. **En las áreas de coordinación los hombres llegan al 54,46%, las mujeres al 44,20% y las disidencias en un escaso 1,34%**. En las áreas técnicas la diferencia es aún más significativa: los hombres duplican a la cantidad de mujeres (68,64% frente a 30,18% respectivamente (Ver figura 77).

Figura 77: Roles de las personas involucradas de forma permanente en las organizaciones culturales según géneros

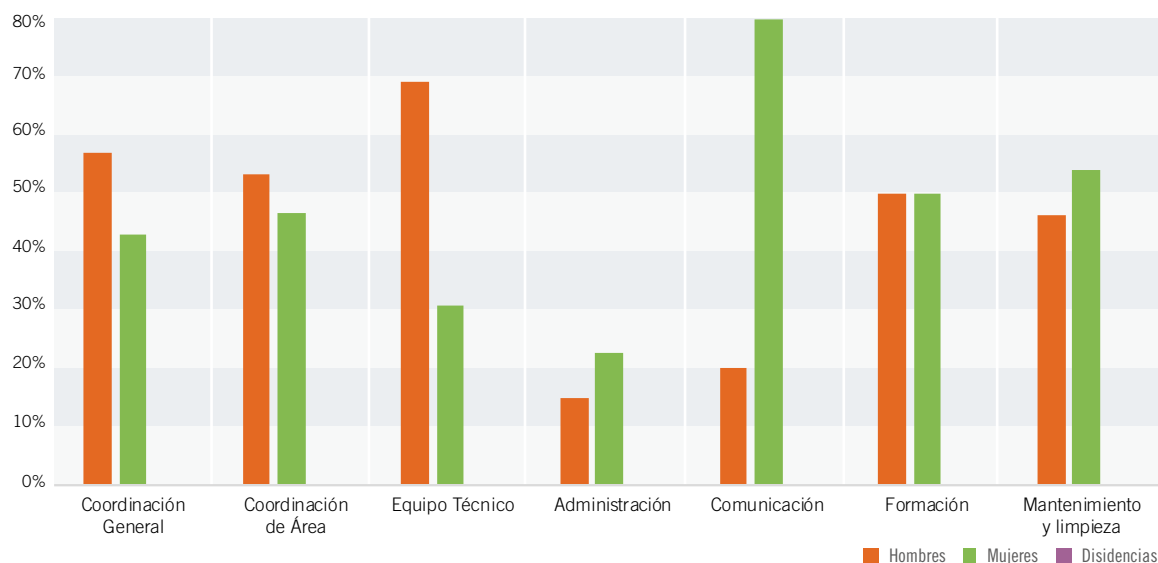
SALAS DE TEATRO



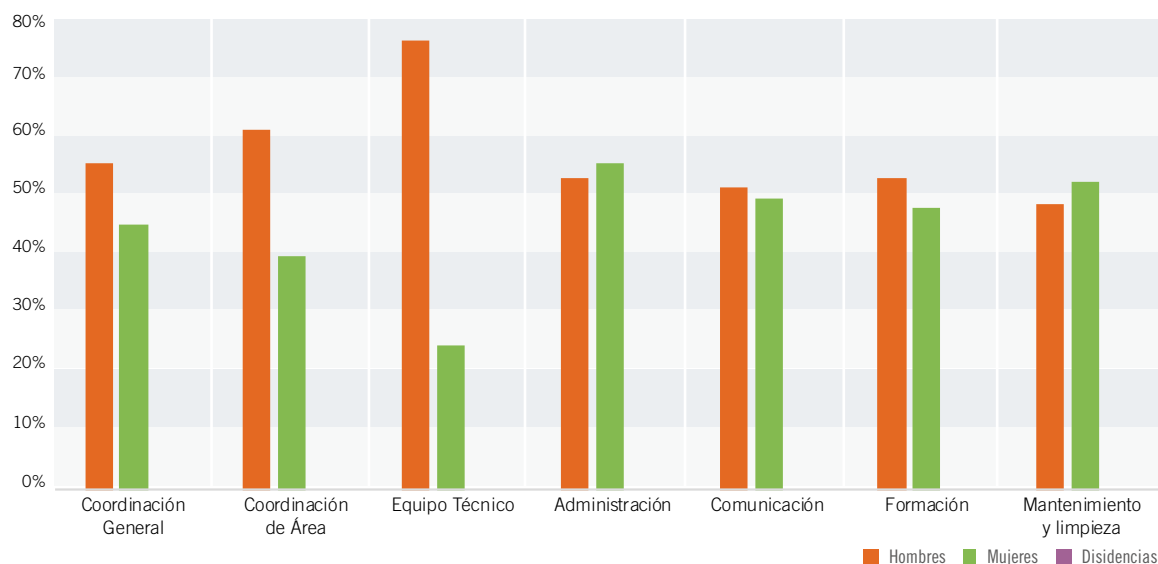
CENTROS CULTURALES



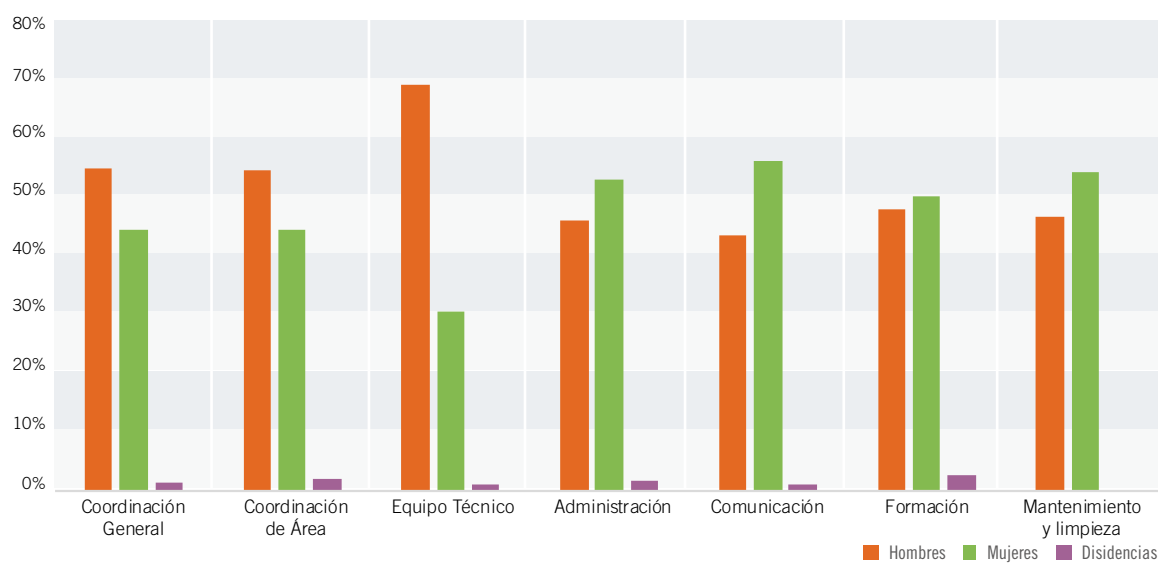
CLUBES DE MÚSICA



MILONGAS



TOTALES



Fuente: elaboración propia

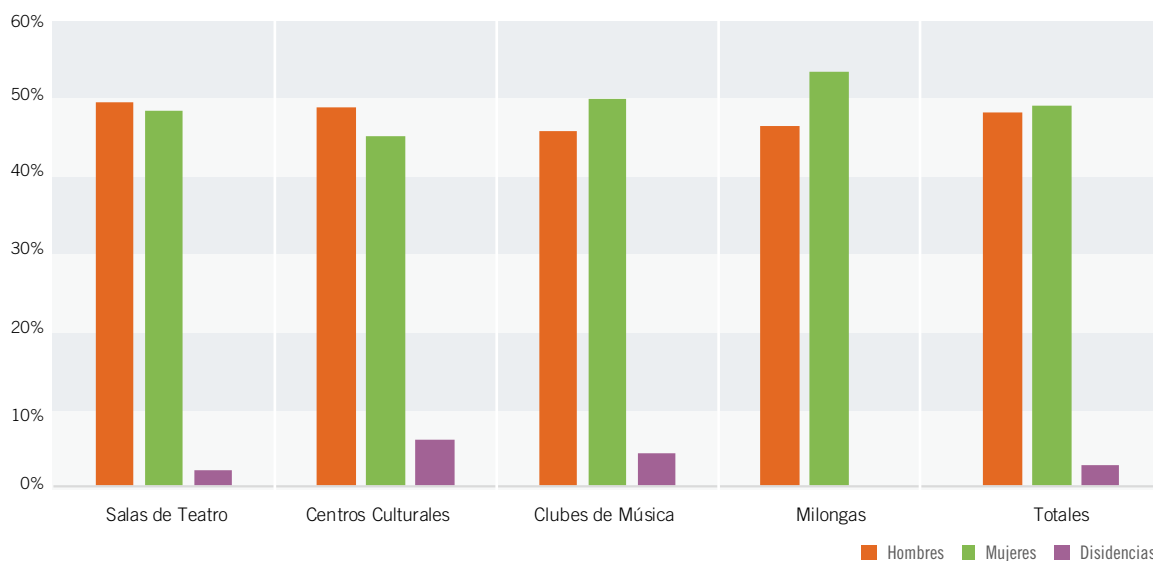
9.3. FORMAS DE CONTRATACIÓN SEGÚN GÉNEROS

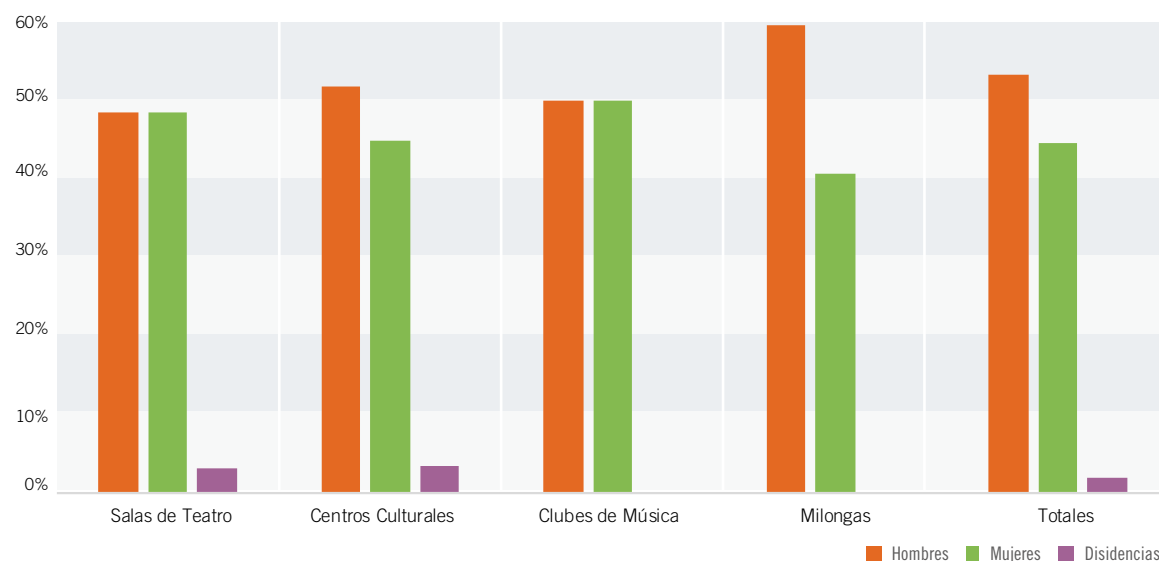
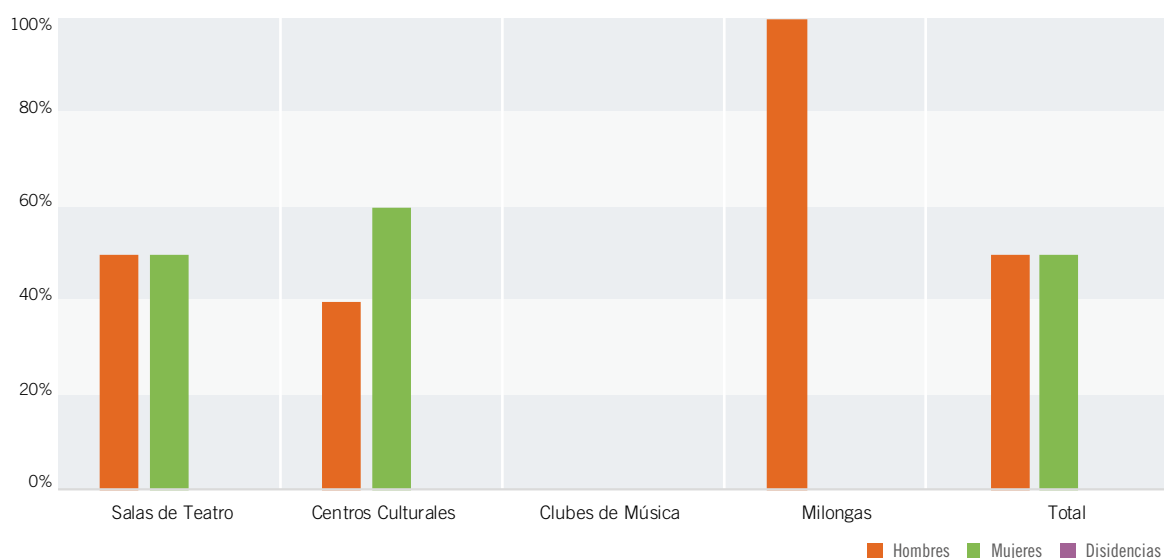
En esta línea, si revisamos los resultados obtenidos sobre el trabajo realizado dentro de la organización (remunerado, pasante o voluntario) **vemos que los roles rentados tienen bastante paridad entre hombres y mujeres en general.** En las Milongas y Clubes de Música el porcentaje es levemente mayor entre las mujeres mientras que en Centros Culturales y Salas de Teatro es levemente mayor entre los hombres. En términos generales, las pasantías tienen una importante paridad entre hombres y mujeres, salvo en Milongas, donde los hombres tienen casi 10% más de participación y en Centros Culturales, donde tienen casi un 7% más de participación. El único sector que no cuenta con ninguna disidencia rentada (aquella que recibe algún tipo de remuneración por tarea realizada) en su organización son las Milongas, aunque el porcentaje en los demás sectores es muy bajo. Entre pasantes solo hay presencia de disidencias en Salas de Teatro y Centros Culturales. Entre personas que participan de forma voluntaria, los resultados se presentan más homogéneos: no hay disidencias presentes en ningún sector, hay paridad total hombres- mujeres en las Salas de Teatro y son mayoría las mujeres voluntarias en Centros Culturales (Ver figura 78).



Figura 78: Tipo de vínculo de las personas involucradas de forma permanente, pasante y voluntarias con las organizaciones culturales según géneros

Personas rentadas



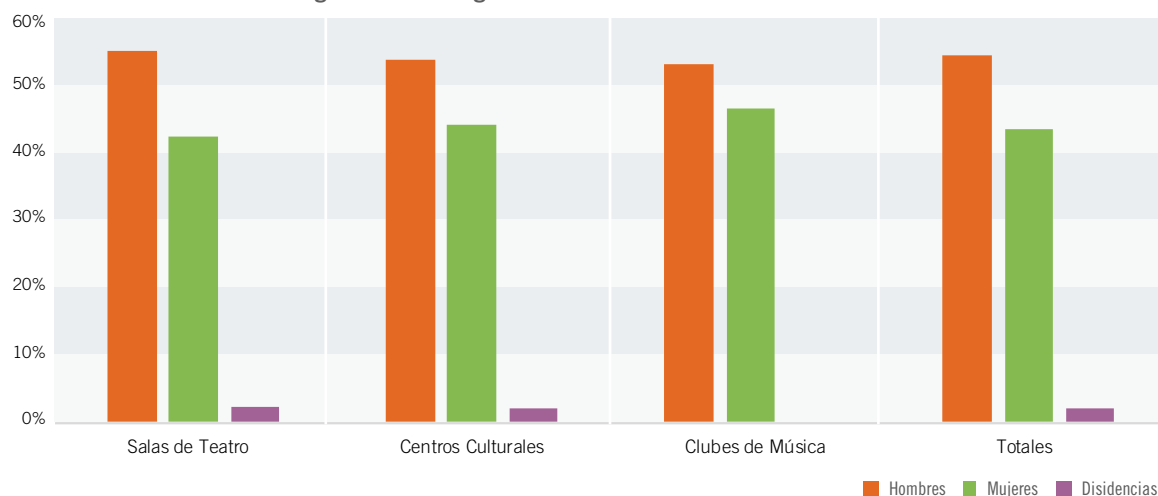
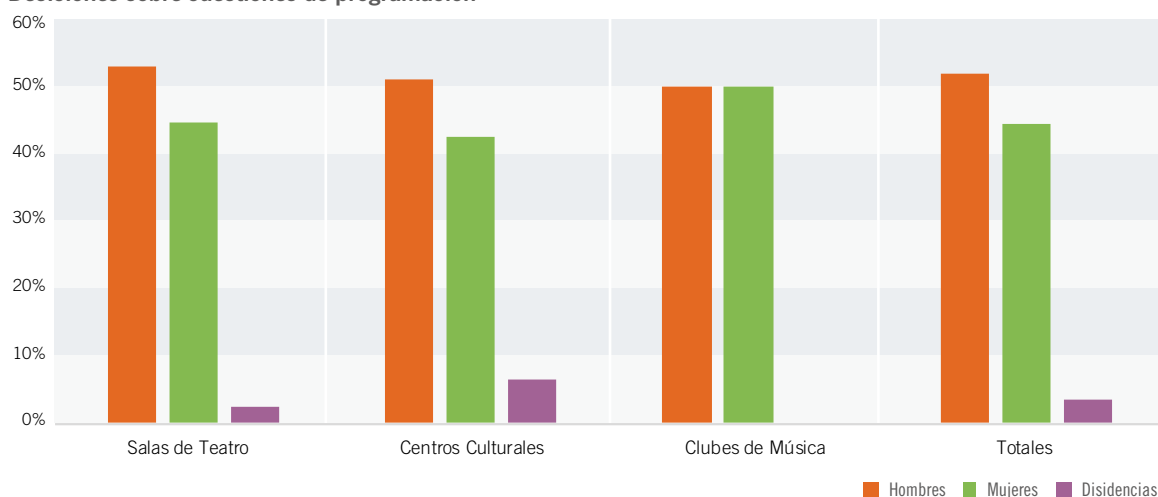
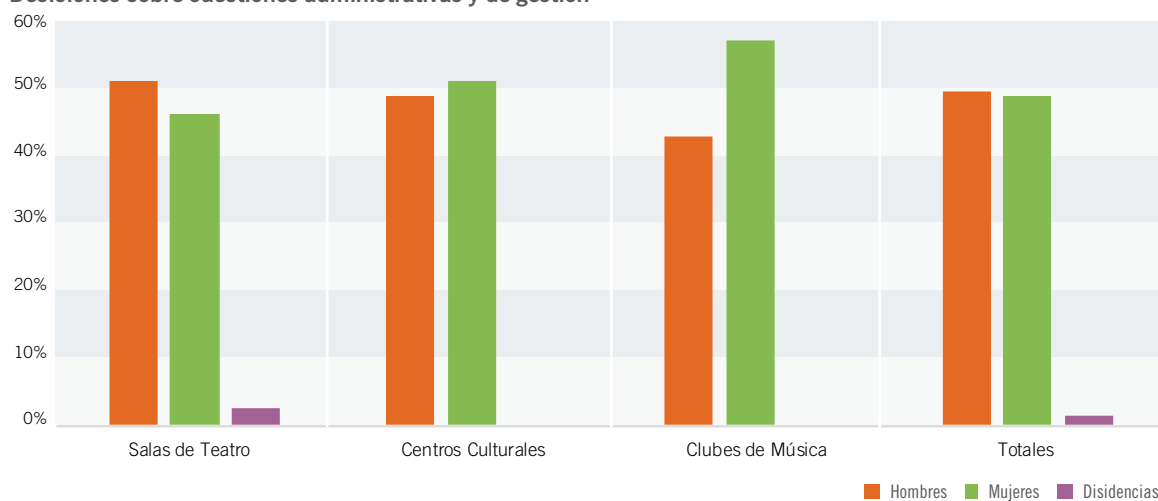
Personas pasantes**Personas voluntarias**

Fuente: elaboración propia

9.4. TOMA DE DECISIONES SEGÚN GÉNEROS

En relación a la toma de decisiones, podemos observar que los hombres son aquellos que eligen la programación y llevan la coordinación general de las organizaciones por sobre un 10% en cuanto a las mujeres y por sobre el 52% en cuanto a las disidencias. En todos los sectores los hombres ocupan mayoritariamente los cargos de dirección; no hay disidencias en la dirección de Clubes de Música y hay un porcentaje bajísimo ocupando estos cargos en Salas de Teatro y Centros Culturales. Los hombres también son mayoría en la definición de la programación sobre todo en Centros Culturales y Salas de Teatro, vemos paridad total en Clubes de Música y una ínfima presencia de disidencias en todos los sectores (*Ver figura 79*).

Figura 79: Toma de decisiones al interior de las organizaciones culturales según géneros y tipo de decisión

Decisiones sobre la dirección general de la organización**Decisiones sobre cuestiones de programación****Decisiones sobre cuestiones administrativas y de gestión**

Fuente: elaboración propia

9.5. PROTOCOLOS SOBRE VIOLENCIAS Y DISIDENCIAS

Una mención especial merecen los protocolos sobre violencia de géneros y sobre disidencias, relevados como parte de las preguntas que se incluyeron en el cuestionario. **Si bien más de la mitad de Centros Culturales poseen algún tipo de protocolo vinculado con su funcionamiento (54,84%), programación (51,61) y/o seguridad (45,16%), solo el 25,81% tiene protocolos sobre violencia de géneros y el 3,23% sobre disidencias.**

En Clubes de Música, es llamativo que el 16,67% tiene protocolos para disidencias, pero solo el 8,33% sobre violencias de género. En las Salas de Teatro el 11,29% tiene protocolos de violencias de género pero solo el 3,23% sobre disidencias. Por último, en las Milongas el porcentaje de protocolos para violencias de género es del 11,76% y para disidencias del 5,88%. De estas informaciones se desprende que son los Centros Culturales los que más atención y desarrollo han prestado al tratamiento de las violencias de género.

En conclusión, **si analizamos la totalidad de las organizaciones culturales observamos que solo el 14,10% tiene protocolos para la atención de violencias de género y solo el 5,13% sobre disidencias.** Si bien el 13,46% de las organizaciones manifestó estar trabajando en el desarrollo de protocolos de violencias de género y el 7,69% en protocolos de disidencias, es importante comprender que estas temáticas aun necesitan de mayor atención dentro de las cuestiones que hacen a la gestión de las organizaciones culturales en la Ciudad de Buenos Aires.

9.6. PROGRAMACIÓN PARA DISIDENCIAS

Dentro del universo de organizaciones culturales, quienes más programación ofrecen dirigida a disidencias son Centros Culturales (35,48%), seguido por Clubes de Música (25%) y por último por Salas de Teatro (10,94%). Es notoria la ausencia total de este tipo de programación en las Milongas relevadas.

Si analizamos la totalidad de contenidos programados en las organizaciones culturales vemos que, entre Centros Culturales, Salas de Teatro y Clubes de Música la programación especial sobre disidencias representa el 19,63% del total de la programación, un porcentaje nada menor. Centros Culturales triplican la presencia de esta temática en su programación con relación a las Salas de Teatro, y vemos como en los Clubes de Música esta programación especial va ganando espacio. Si bien este tema no es necesariamente nuevo, ya que organizaciones de diversidad abogan por su visibilización desde hace mucho tiempo, es novedoso que esta programación comience a permear de forma más masiva *organizaciones* que históricamente no habían priorizado estas temáticas en su programación. Celebramos el crecimiento de este movimiento dentro del universo de contenidos programados y llamamos la atención acerca de su nula presencia en las Milongas de la Ciudad que se han relevado en el marco de esta investigación.

Los resultados de este análisis muestran que es necesario reflexionar sobre los liderazgos, roles, distribución de ingresos dentro de los equipos de trabajo, y la forma en que se señalizan espacios de uso común y compartido en las

organizaciones culturales. A futuro, será importante mantener estos datos actualizados para comprender la evolución de la división del trabajo según géneros en el sector de la cultura a nivel general y en los Centros Culturales, Milongas, Clubes de Música y teatros en particular. Además, estas informaciones situadas nos permiten conocer el grado de penetración de movimientos sociales, culturales y de derechos humanos para el sector LGTTBI y su influencia en espacios de producción cultural. El feminismo y las nuevas miradas sobre géneros llegaron para transformar cada aspecto de la vida y para colaborar con la actualización de la producción de sentidos y la diversidad de expresiones, no solo culturales sino también sociales.

A modo de conclusión de este apartado, podemos mencionar como principales aportes que la mirada feminista puede sumar a la comprensión y enriquecimiento de las *organizaciones culturales*: (1) una actualización y ampliación de indicadores tradicionales, que tienen limitaciones para dar cuenta de las concepciones no binarias y no sexistas acerca de las organizaciones sociales y culturales; (2) nuevas categorías al análisis de las relaciones de producción cultural; (3) llamar la atención sobre temas no solo poco explorados, sino también, poco visibles para quienes investigan y para quienes trabajan en organizaciones culturales.

Por último, queremos destacar que este no es un contenido más dentro del informe, es la mirada con la que nos acercamos y analizamos a las *organizaciones culturales*. Porque solo así podremos comprender una variedad de efectos prácticos que surgen de la adopción de nuevos paradigmas que nos invitan a pensar la producción y reproducción cultural y poner en relieve dimensiones invisibilizadas en el análisis económico convencional. Así, desde la producción cultural nos hacemos eco de causas vitales que nos invitan a mejorar como sociedad.



PARTE III

EL ENTORNO DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES



En la tercera parte del informe nos proponemos analizar el entorno organizacional y urbano en el que se inscriben las organizaciones culturales de la ciudad. Para esta finalidad se tuvieron en cuenta la pertenencia de las organizaciones culturales a redes, organizaciones, plataformas y cámaras (Capítulo 10) y su inscripción urbana en términos físicos y jurídicos-identitarios (Capítulo 11) y sociodemográficos (Capítulo 12).



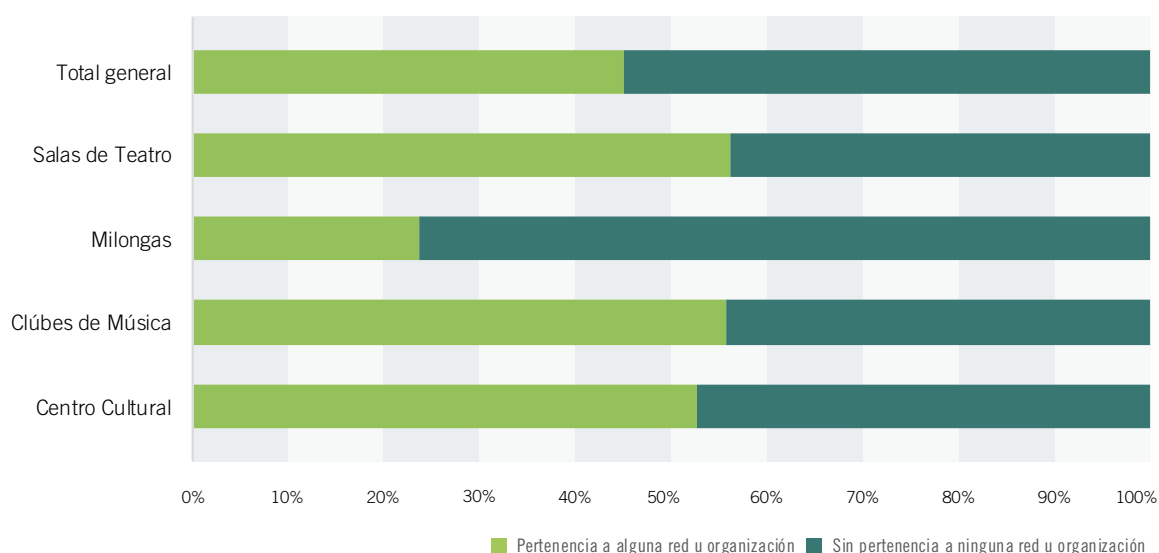
CAPÍTULO 10: ENTORNO ORGANIZACIONAL, PROBLEMAS Y DEMANDAS DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES

Por *entorno* entendemos el contexto tecnológico, urbano, social, cultural en los que se inscribe cualquier organización (Scott, 2003). En el presente capítulo nos centraremos en analizar algunas variables que configuran el entorno organizacional y administrativo en las *organizaciones culturales* independientes, deteniendo nuestro análisis en su pertenencia a meta-organizaciones sectoriales, culturales y/o políticas (cámaras, plataformas, redes, etc.) y señalando los principales problemas y demandas del sector.

10.1. PERTENENCIA A ORGANIZACIONES, PLATAFORMAS, REDES Y CÁMARAS

Las *organizaciones culturales* Independientes están **política y sectorialmente organizadas**: casi la mitad pertenece a alguna organización, cámara o red (45,10%). Esta ratio se eleva a un poco más de la mitad en Centros Culturales (52,63%), Clubes de Música (55,81%) y Salas de Teatro (56,25%) y baja en el caso de las Milongas a 26,65%. Esta última situación podría deberse a que la proliferación y expansión de las Milongas es un fenómeno relativamente reciente, al igual que la conformación de la organización que las nuclea (Ver figura 80).

Figura 80: Pertenencia de las organizaciones culturales a redes, organizaciones y cámaras



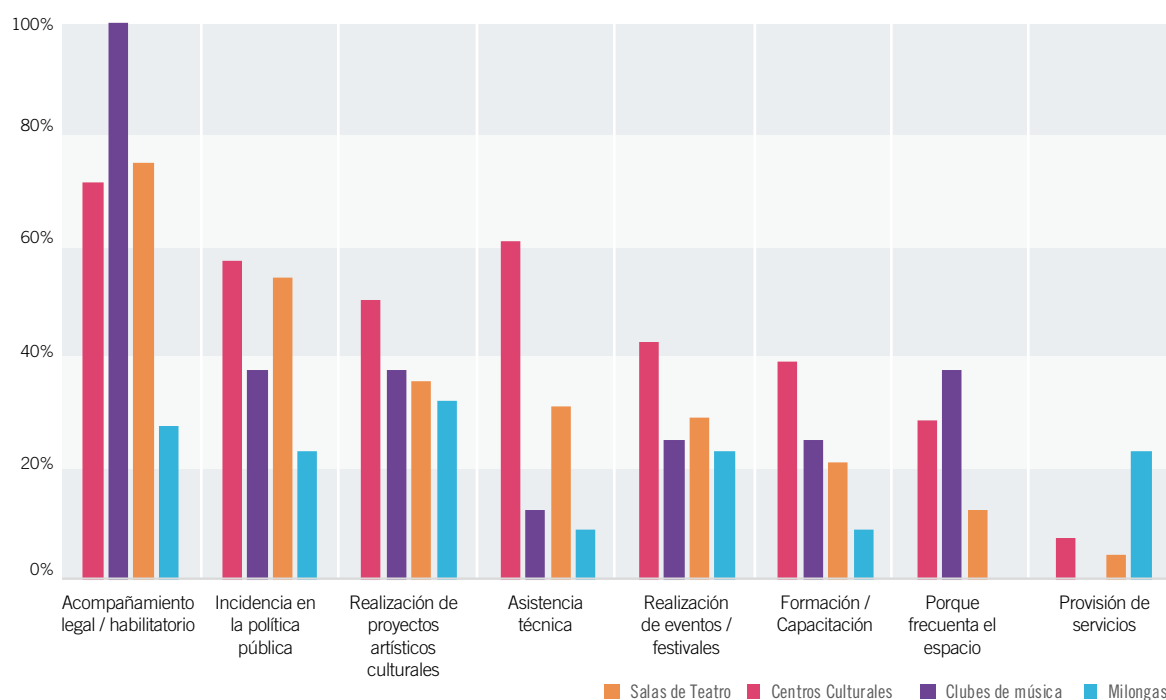
Fuente: elaboración propia

Las organizaciones culturales Independientes están política y sectorialmente organizadas: casi la mitad pertenece a alguna organización, cámara o red (45,32%).



Cuando se consultó a cada una de las *organizaciones culturales* encuestadas por los principales aportes que les brinda pertenecer a alguna organización, cámara o red sectorial y/o cultural, la mayoría indicó acompañamiento legal y habilitatorio (66,40%), la posibilidad de incidir en la política pública (47,17%) y la realización de proyectos artístico-culturales (38,68%). Este patrón se repite casi por igual en las Salas de Teatros, Clubes de Música y Milongas encuestadas. En el caso de Centros Culturales también aparece con fuerza la realización de eventos y festivales (42,86%) y la asistencia técnica brindada (60,71%) (Ver figura 81).

Figura 81: Aportes de las redes, organizaciones y/o cámaras sectoriales a las organizaciones culturales

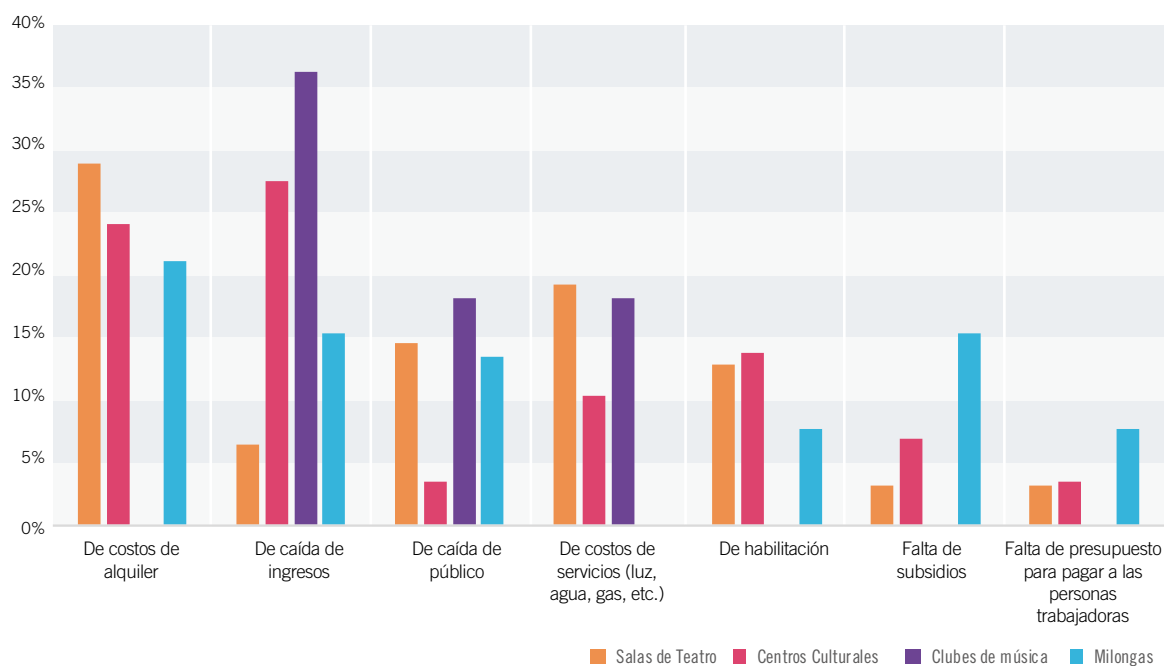


Fuente: elaboración propia

10.2. PROBLEMAS Y DEMANDAS

Cuando se les consultó a las organizaciones culturales independientes sobre los principales problemas que enfrentan como organización -indicando que den un orden de 1 a 5 de acuerdo con su grado de importancia- la principal dificultad que emerge son los costes de alquiler (23,38%), seguido de la caída de ingresos (15,58%) y de públicos (12,34%). En la Salas de Teatro y Clubes de Música a estos problemas se le suman también los altos costos en los servicios (luz, agua, gas, etc.) (Ver figura 82).

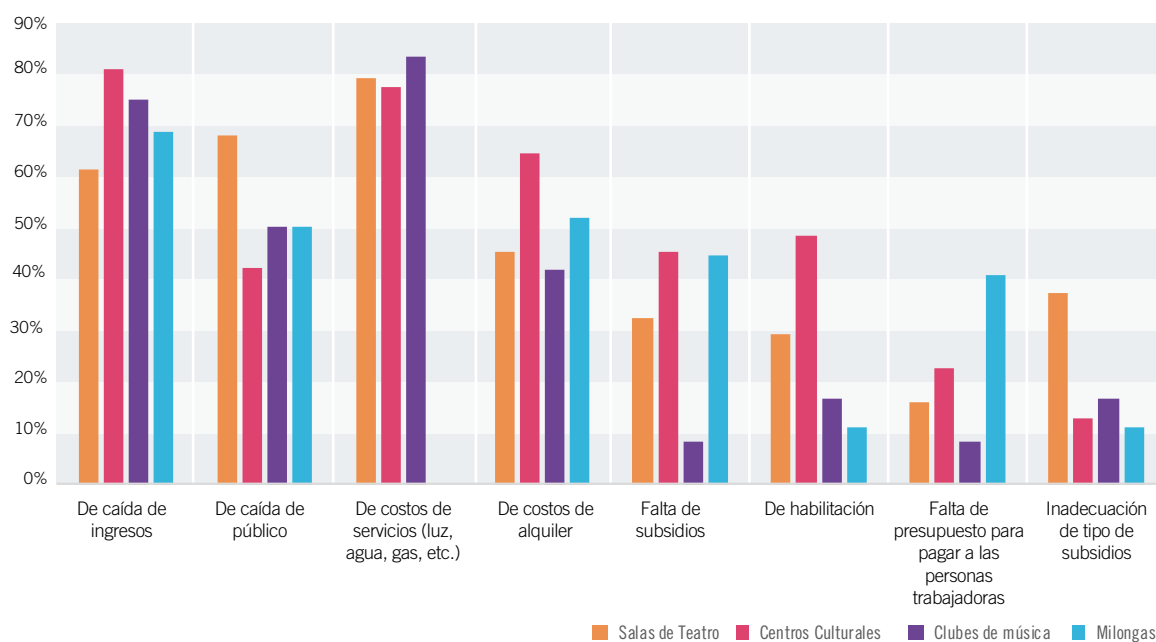
Figura 82: Principales problemas que enfrentan las organizaciones culturales en la actualidad (Categoría más elegida en primer lugar)



Fuente: elaboración propia

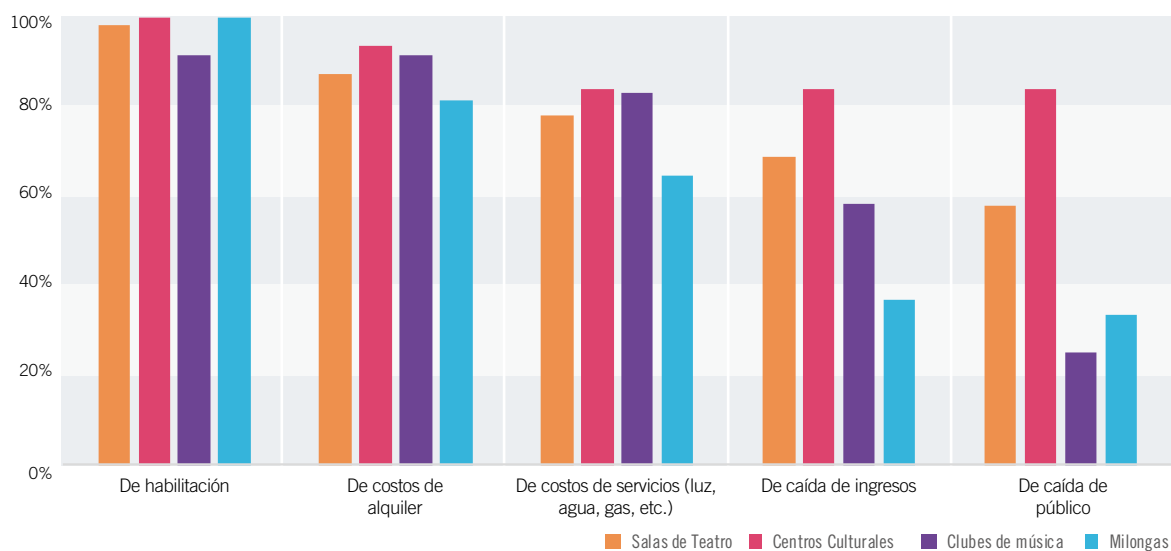
Los principales problemas que enfrentan las organizaciones en la actualidad son la caída de ingresos (68,55%), de públicos (55,35%), los elevados costos de servicios (52,20%) y de alquiler (50,94%) y la falta de subsidios (37,11%). Esta última situación se hace especialmente evidente en las Milongas (44,44%) y Centros Culturales (45,16%) (Ver figuras 83 y 84).

Figura 83: Principales problemas que enfrentan las organizaciones culturales en la actualidad (Categorías más elegidas entre los cinco primeros lugares)



Fuente: elaboración propia

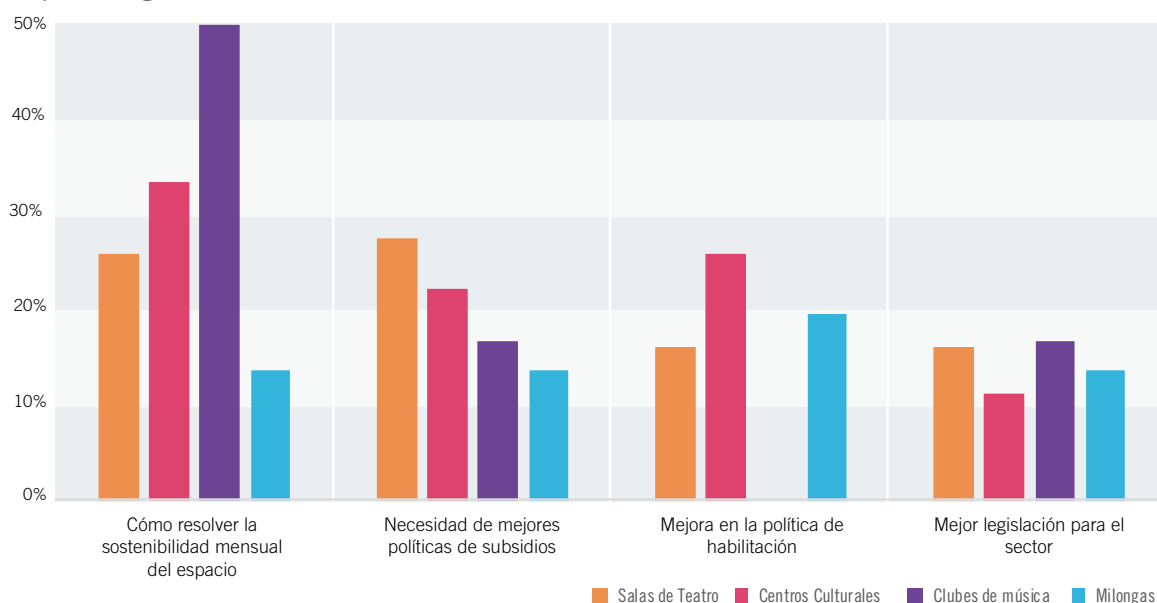
Figura 84: Principales problemas que enfrentan las organizaciones culturales en la actualidad (Categorías más elegidas independientemente del lugar)



Fuente: elaboración propia

Las demandas elegidas en primer lugar por las organizaciones culturales -en sintonía con las problemáticas mencionadas - se vinculan con la necesidad de buscar soluciones a la sostenibilidad mensual de la organización (25,00%), una mejora en la política de subsidios (21,05%) y en la política de habilitación (17,76%) (Ver figura 85).

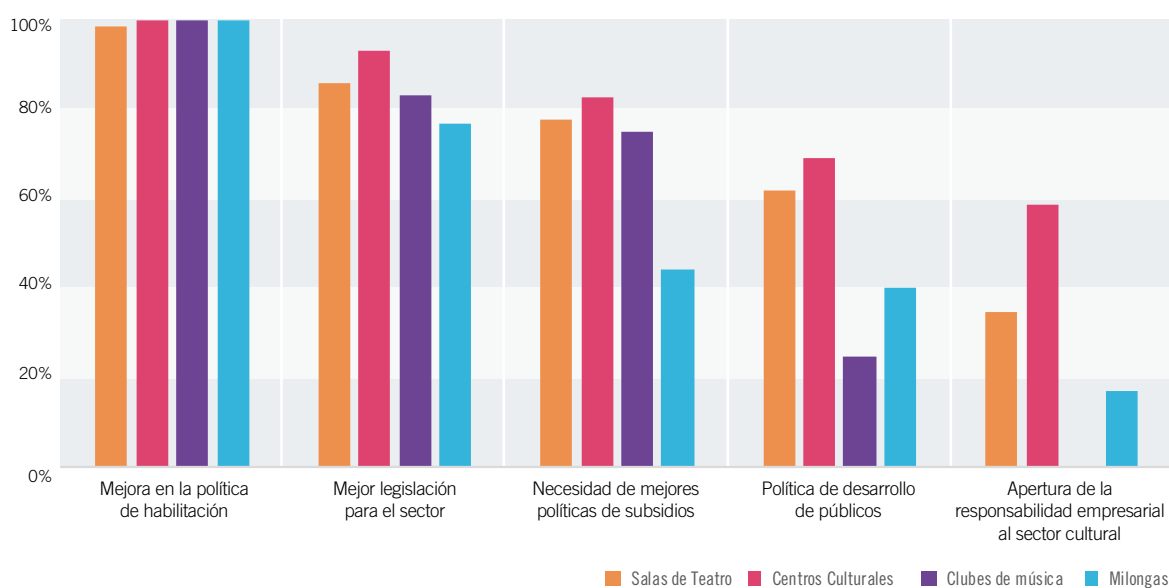
Figura 85: Principales demandas de las organizaciones culturales en la actualidad (Categoría más elegida en primer lugar)



Fuente: elaboración propia

Si se toman en consideración las 5 principales demandas señaladas por las organizaciones culturales, independientemente de su orden, observamos que a la mejora en la política de subsidios (70,97%), de soluciones a la sostenibilidad mensual de los espacios (60,00%) y una mejora en la política de habilitación (56,13%), se suma la demanda de una mejor legislación para cada sector en particular (63,23%) y una política de desarrollo de públicos (53,55%) (Ver figura 86).

Figura 86: Principales demandas de las organizaciones culturales en la actualidad (Categorías más elegidas independientemente del lugar)



Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO 11: ENTORNO URBANO DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES: ASPECTOS FÍSICOS, JURÍDICOS-IDENTITARIOS Y DISTRIBUCIÓN ESPACIAL

Este capítulo tiene por finalidad georreferenciar las organizaciones culturales independientes de la Ciudad de Buenos Aires donde se desarrolla de forma estable algún tipo de programación artístico-cultural en vivo. Aquí buscamos establecer si existe una correlación entre la distribución geográfica de las organizaciones culturales (de forma global y desagregada por sector) y determinadas características físicas (principales avenidas de la ciudad y la totalidad de líneas de subte) y jurídico-identitarias (barrios) de la ciudad.

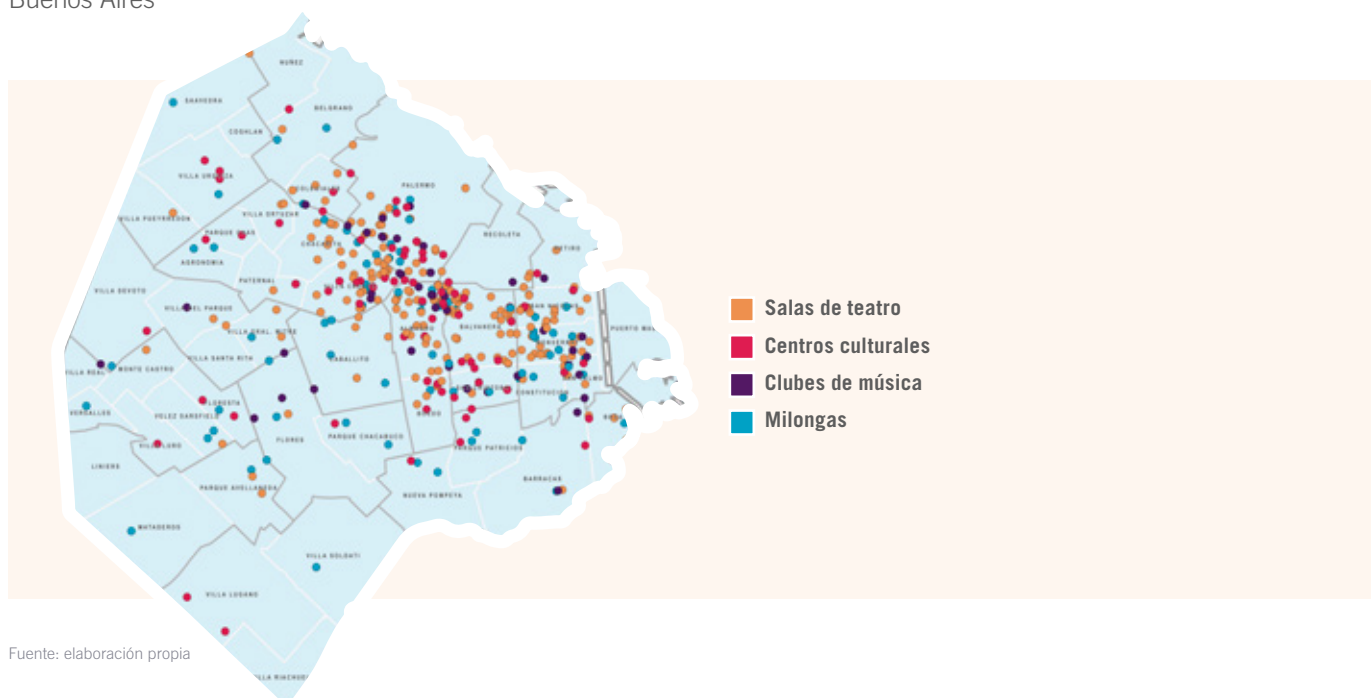
11.1. DISTRIBUCIÓN DE ORGANIZACIONES CULTURALES SEGÚN BARRIO

Esta primera sección tiene por finalidad georreferenciar la población total de las organizaciones culturales del sector independiente de la Ciudad de Buenos Aires. Se busca, además, establecer si existe una correlación entre la distribución geográfica de las organizaciones culturales y determinadas características físicas (principales avenidas de la ciudad y la totalidad de líneas de subte) y jurídico-identitarias (barrios) de la ciudad.

11.1.A. DISTRIBUCIÓN TOTAL DE ORGANIZACIONES CULTURALES SEGÚN BARRIO

La distribución de las organizaciones culturales muestra un elevado grado de concentración en 5 barrios de la Ciudad de Buenos Aires contiguos entre sí: **Almagro, Palermo, Balvanera, Villa Crespo y Monserrat** correspondientes a las zonas norte (A), centro (E) y este (B) de la ciudad (Ver Mapa 2).

Mapa 2: Distribución total de las organizaciones culturales Independientes según barrios de la Ciudad de Buenos Aires



Fuente: elaboración propia

Almagro es el barrio que concentra mayor cantidad de organizaciones culturales independientes, con un total de 61 organizaciones culturales (13,29% del total), seguido por Palermo con 56 casos (12,20% del total), Balvanera con 55 (11,98% del total), Villa Crespo con 45 (9,8% del total) y Monserrat con 32 (6,97% del total). En su conjunto estos 5 barrios concentran más de la mitad de organizaciones culturales independientes de la ciudad con un total de 249 casos sobre 459 (54,24% del total)²⁶ (Ver Tabla 7).

Tabla 7: Los 5 barrios de la Ciudad de Buenos Aires con mayor cantidad de organizaciones culturales

BARRIO	ZONA	CANTIDAD DE ORGANIZACIONES CULTURALES	% SOBRE TOTAL
ALMAGRO	Centro	61	13,29
PALERMO	Norte	56	12,20
BALVANERA	Este	55	11,98
VILLA CRESPO	Centro	45	9,80
MONSERRAT	Este	32	6,97
SUBTOTAL		249	54,24

Fuente: elaboración propia

Los barrios de San Nicolás (con 25), San Cristóbal (con 22), San Telmo (con 14), Chacarita (con 12), Boedo (con 11), Caballito (con 11) y Colegiales (con 11) le siguen en cantidad de organizaciones a Almagro, Palermo, Balvanera, Villa Crespo y Montserrat. Estos 12 barrios porteños concentran en su conjunto la mayoría de las organizaciones culturales independientes de la ciudad, llegando a la suma de 355, lo que representa el 77,34% del total de los casos (Ver Tabla 8).

Se puede apreciar que **los barrios donde se inscriben la mayoría de organizaciones culturales de la ciudad conforman un corredor de barrios con dos polos definidos. Por un lado, el polo de barrios de la zona Norte-Centro (Palermo y Colegiales - Almagro, Villa Crespo, Caballito, Chacarita y Boedo) y, por otro, los barrios del Este de la ciudad (Balvanera, Monserrat, San Nicolás, San Cristóbal y San Telmo).** Balvanera aparece como el barrio que articula los dos polos de este corredor de barrios a partir de una concentración de espacios culturales y Milongas independientes en sus dos fronteras: hacia la zona centro con Almagro (en la zona denominada como El Abasto) y hacia la zona este con San Nicolás y Monserrat (en la zona denominada como El Centro).

26. En el Anexo 8 se detallan la totalidad de espacios culturales y Milongas independientes de la Ciudad de Buenos Aires distribuidos por Barrios.

Tabla 8: Los 12 barrios de la Ciudad de Buenos Aires con mayor cantidad de organizaciones culturales Independientes

BARRIO	ZONA	CANTIDAD DE ORGANIZACIONES CULTURALES	% SOBRE TOTAL
ALMAGRO	Centro	61	13,29
PALERMO	Norte	56	12,20
BALVANERA	Este	55	11,98
VILLA CRESPO	Centro	45	9,80
MONSERRAT	Este	32	6,97
SAN NICOLAS	Este	25	5,45
SAN CRISTOBAL	Este	22	4,79
SAN TELMO	Este	14	3,05
CHACARITA	Centro	12	2,61
BOEDO	Centro	11	2,40
CABALLITO	Centro	11	2,40
COLEGIALES	Norte	11	2,40
SUBTOTAL		355	77,34

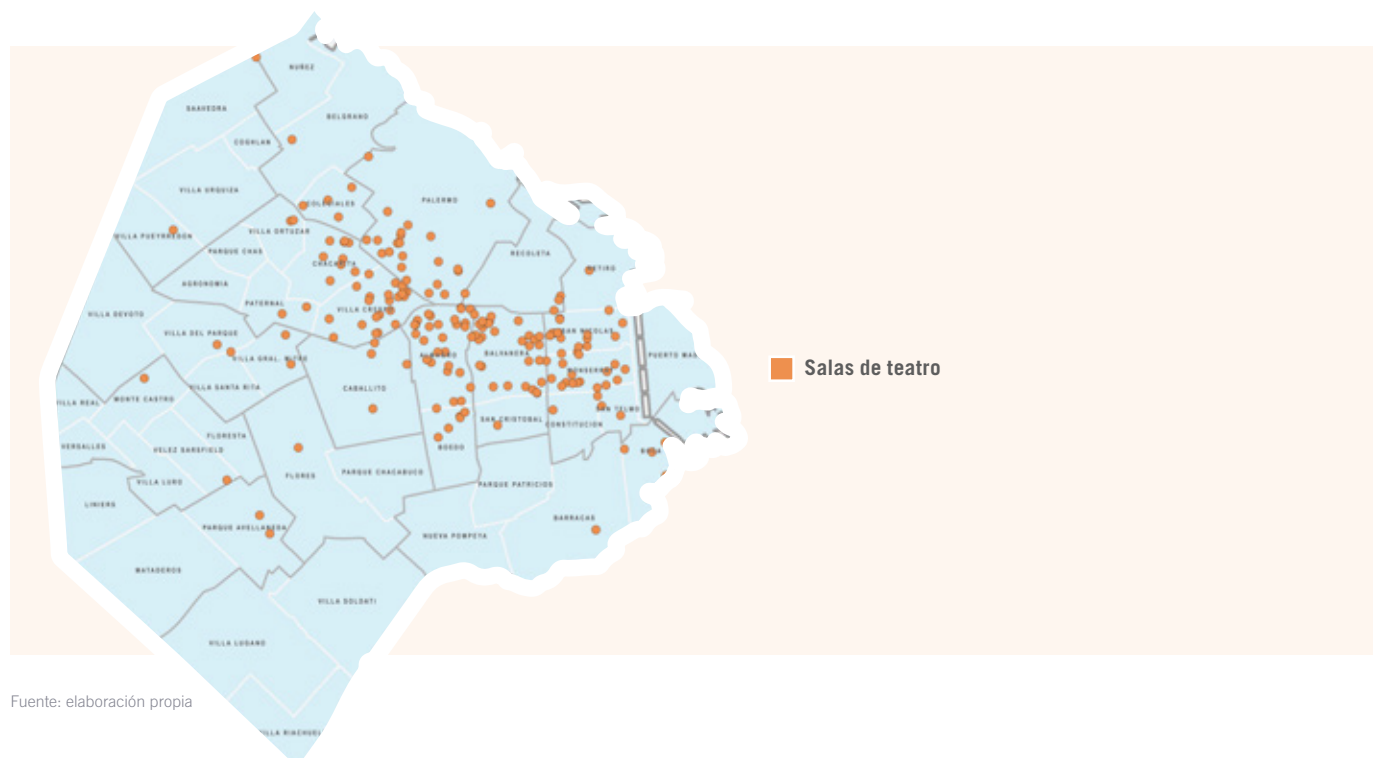
Fuente: elaboración propia

11.1.B. DISTRIBUCIÓN SALAS DE TEATROS SEGÚN BARRIO

En lo que respecta a Salas de Teatro independientes, se observa un patrón similar de distribución por barrio al de la totalidad de las organizaciones culturales (Ver Mapa 3).



Mapa 3: Distribución total de Salas de Teatro independiente según barrios de la Ciudad de Buenos Aires



Fuente: elaboración propia

Balvanera y Almagro lideran el ranking de cantidad de Salas de Teatro independientes con un total de 31 y 28 salas respectivamente (el 30,73% del total de las salas), seguido por Palermo y Villa Crespo con un total de 22 salas por barrio (el 22,92% del total de salas). En su conjunto, estos 4 barrios concentran más de la mitad de las Salas de Teatro independiente de la ciudad con una cantidad de 103 espacios sobre 202, lo que representa un 53,65% del total de la ciudad (Ver Tabla 9).

Tabla 9: Los 4 barrios de la Ciudad de Buenos Aires con mayor cantidad de Salas de Teatro Independiente

BARRIO	ZONA	CANTIDAD DE SALAS DE TEATRO	% SOBRE TOTAL
BALVANERA	Este	31	16,15
ALMAGRO	Centro	28	14,58
PALERMO	Norte	22	11,46
VILLA CRESPO	Centro	22	11,46
SUBTOTAL		103	53,65

Fuente: elaboración propia

Monserrat y San Nicolás con 17 salas cada uno (8,85% del total), Chacarita con 9 salas (4,69% del total), Boedo, la Boca con 5 salas son los barrios que le siguen en cantidad de salas a Almagro, Balvanera, Palermo y Villa Crespo. En

su conjunto, estos 11 barrios porteños de las zonas norte, centro y este de la Ciudad de Buenos Aires albergan 168 salas del teatro independiente, lo que representa el 87,50% del total (Ver Tabla 10).

La distribución por barrios de las Salas de Teatro independiente se equipara con la de las organizaciones culturales en su conjunto, conformando un corredor de dos polos. Por un lado, el polo de barrios de la zona Norte-Centro (Palermo y Colegiales - Almagro, Villa Crespo, Caballito, Chacarita y Boedo) y, por otro, los barrios del Este de la ciudad (Balvanera, Monserrat, San Nicolás, San Cristóbal y San Telmo). Balvanera aparece nuevamente como el barrio que articula los dos polos de este corredor de barrios a partir de una concentración de Salas de Teatros en sus fronteras con Almagro hacia el centro y con San Nicolás y Monserrat hacia el este.

Tabla 10: Los 11 barrios de la Ciudad de Buenos Aires con mayor cantidad de Salas de Teatro Independiente

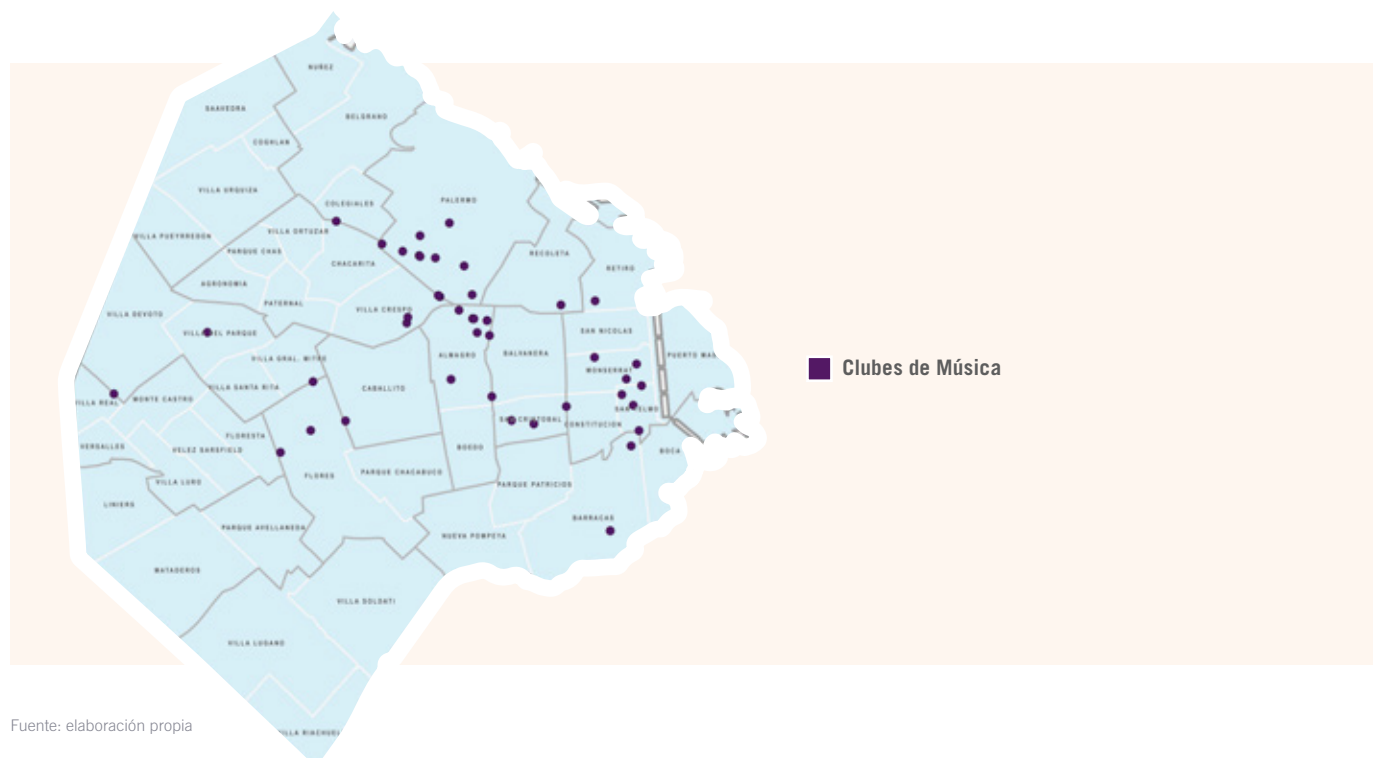
BARRIO	ZONA	CANTIDAD DE SALAS DE TEATRO	% SOBRE TOTAL
BALVANERA	Este	31	16,15
ALMAGRO	Centro	28	14,58
PALERMO	Norte	22	11,46
VILLA CRESPO	Centro	22	11,46
MONSERRAT	Este	17	8,85
SAN NICOLAS	Este	17	8,85
CHACARITA	Centro	9	4,69
BOEDO	Centro	5	2,60
BOCA	Sur	5	2,60
SAN TELMO	Este	4	2,08
CABALLITO	Centro	4	2,08
SUBTOTAL		168	87,50

Fuente: elaboración propia

11.1.C. DISTRIBUCIÓN CLUBES DE MÚSICA SEGÚN BARRIO

Más de la mitad de los Clubes de Música en vivo se concentran en solo tres barrios: Palermo, Almagro y San Telmo (Ver Mapa 4). En su conjunto estos tres barrios albergan el 51,16% de la totalidad de los Clubes de Música independientes de la ciudad.

Mapa 4: Distribución total de Clubes de Música en vivo según barrios de la Ciudad de Buenos Aires



Fuente: elaboración propia

Palermo posee la mayor cantidad de Clubes de Música en vivo con 11 espacios (25,58% del total), seguido por Almagro con 7 espacios (16,28% del total) y San Telmo con 4 (9,30% del total) (Ver Tabla 11). Estos tres barrios se inscriben en las tres Zonas de la ciudad donde se concentran la mayor cantidad de espacios culturales independientes: el norte, el centro y el este.

Tabla 11: Los 3 barrios de la Ciudad de Buenos Aires con mayor cantidad de Clubes de Música en vivo

BARRIO	ZONA	CANTIDAD DE CLUBES DE MÚSICA EN VIVO	% SOBRE TOTAL
PALERMO	Norte	11	25,58
ALMAGRO	Centro	7	16,28
SAN TELMO	Este	4	9,30
SUBTOTAL		22	51,16

Fuente: elaboración propia

Al igual que en las Salas de Teatro independientes, se repite un mismo patrón de concentración, pero incluyendo barrios de la zona centro lindantes con el oeste (Flores) y de la zona sur (Barracas) de la ciudad. De este modo, se puede apreciar que detrás de Palermo, Almagro y San Telmo, se ubican los barrios de Flores (4), San Cristóbal (3),

Montserrat (3), Villa Crespo (2) y Barracas (2) en cuanto a cantidad de Clubes de Música en Vivo. En su conjunto estos 8 barrios albergan el 79,07% de los espacios de música en vivo independiente de la ciudad (*Ver Tabla 12*).

En el caso de los Clubes de Música en vivo se advierte una mayor dispersión en su distribución urbana según barrio, pero conservando el patrón del corredor de barrios Norte-Centro (Palermo-Almagro y Villa Crespo) y Este (San Telmo, San Cristóbal y Montserrat).

Tabla 12: Los 8 barrios de la Ciudad de Buenos Aires con mayor cantidad de Clubes de Música en vivo

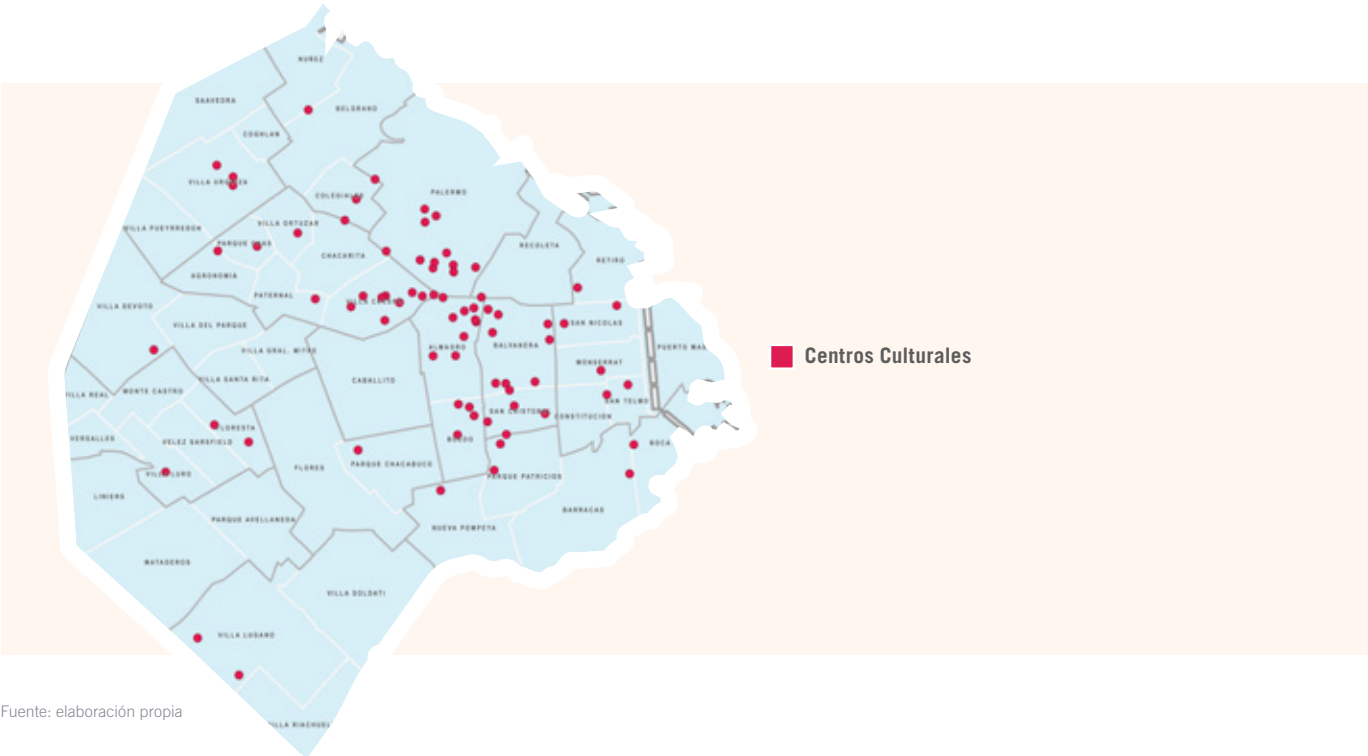
BARRIO	ZONA	CANTIDAD DE CLUBES DE MÚSICA EN VIVO	% SOBRE TOTAL
PALERMO	Norte	11	25,58
ALMAGRO	Centro	7	16,28
SAN TELMO	Este	4	9,30
FLORES	Este	3	6,98
SAN CRISTOBAL	Este	3	6,98
MONSERRAT	Centro	2	4,65
VILLA CRESPO	Sur	2	4,65
BARRACAS	Centro	2	4,65
SUBTOTAL		34	79,07

Fuente: elaboración propia

11.1.D. DISTRIBUCIÓN CENTROS CULTURALES SEGÚN BARRIO

Los Centros Culturales de la ciudad tienen una distribución más vertical que el resto de los espacios, distinguiéndose claramente un corredor Norte-Centro y Centro-Este según las zonas en las que se divide la ciudad (*Ver Mapa 5*).

Mapa 5: Distribución total de Centros Culturales según barrios de la Ciudad de Buenos Aires



Fuente: elaboración propia

Al igual que en el caso de los Clubes de Música, Palermo lidera el ranking en cantidad de Centros Culturales de la ciudad con 11 espacios (el 14,47% del total), pero seguido de Almagro, Villa Crespo y Balvanera con 9 espacios (el 11,84% cada uno del total), y Boedo con 4 (el 5,26% del total). En su conjunto estos 5 barrios porteños concentran más de la mitad de los Centros Culturales de la ciudad con un total de 42 espacios que representan el 55,25% del total (Ver Tabla 13).

Tabla 13: Los 5 barrios de la Ciudad de Buenos Aires con mayor cantidad Centros Culturales

BARRIO	ZONA	CANTIDAD DE CENTROS CULTURALES	% SOBRE TOTAL
PALERMO	Norte	11	14,47
ALMAGRO	Centro	9	11,84
VILLA CRESPO	Centro	9	11,84
BALVANERA	Este	9	11,84
BOEDO	Centro	4	5,26
SUBTOTAL		42	55,25

Fuente: elaboración propia

En comparación a los Clubes de Música y las Salas de Teatro, los Centros Culturales poseen una distribución urbana por barrio menos concentrada y más dispersa.

La cantidad de Centros Culturales se amplía de una forma menos concentrada hacia barrios de la zona Este (San Nicolás, San Cristóbal y San Telmo), Sur (Parque Patricios) y Oeste (Villa Urquiza) de la ciudad. Estos barrios alcanzan en su conjunto un total de 64 Centros Culturales, lo que representan un 73,68% del total (Ver Tabla 18). En comparación a los Clubes de Música y las Salas de Teatro, los Centros Culturales poseen una distribución urbana por barrio menos concentrada y más dispersa, llegando a una mayor cantidad de espacios en barrios de las 5 zonas de la Ciudad de Buenos Aires: Norte (Palermo), Centro (Boedo), Este (Balvanera, San Nicolás, San Cristóbal y San Telmo), Sur (Parque Patricios) y Oeste (Villa Urquiza).

En el caso de los Centros Culturales, el polo de barrios de las zonas Norte-Centro (Palermo-Almagro, Villa Crespo y Boedo) del corredor de espacios culturales resulta más significativo y pronunciado, continuándose hacia la zona sur en Parque Patricios y hacia la zona este con Balvanera y San Cristóbal. El polo de la zona este, excluyendo los barrios de Balvanera y San Cristóbal, aparece con una menor cantidad de espacios y más escindido de la zona Norte-Centro de mayor concentración.

A diferencia de las Salas de Teatro y los Clubes de Música, se puede identificar un considerable número de Centros Culturales en los barrios de la zona sur de la ciudad: Nueva Pompeya (1), Parque Patricios (3), Barracas (1) y La Boca (1). En total son 8 Centros Culturales en esta zona de la ciudad, lo que representa un 10,52% del total de casos de este sector.

Tabla 14: Los 10 barrios de la Ciudad de Buenos Aires con mayor cantidad Centros Culturales

BARRIO	ZONA	CANTIDAD DE CENTROS CULTURALES	% SOBRE TOTAL
PALERMO	Norte	11	14,47
ALMAGRO	Centro	9	11,84
VILLA CRESPO	Centro	9	11,84
BALVANERA	Este	9	11,84
BOEDO	Centro	4	5,26
SAN CRISTOBAL	Este	3	3,95
COLEGIALES	Norte	3	3,95
PARQUE PATRICIOS	Sur	3	3,95
VILLA URQUIZA	Norte	3	3,95
SAN TELMO	Este	2	2,63
SUBTOTAL		56	73,68

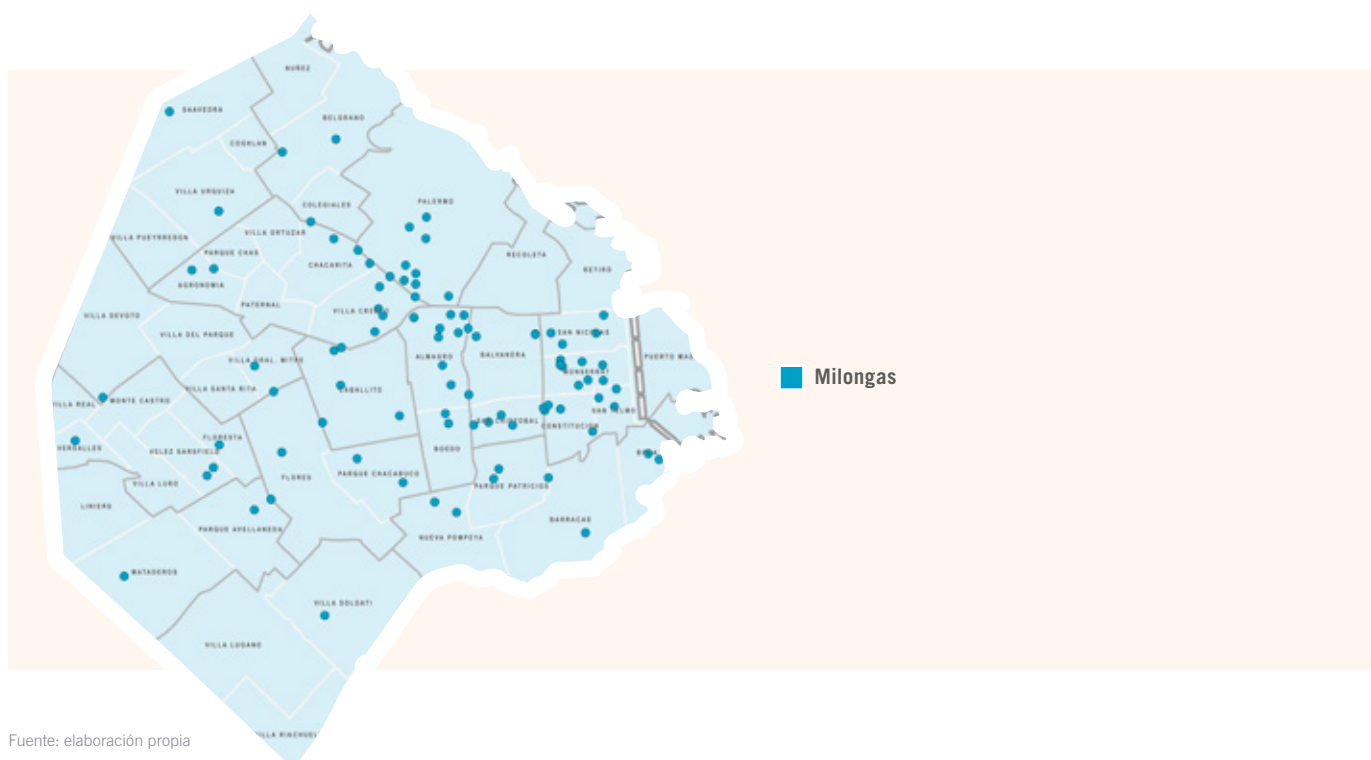
Fuente: elaboración propia

11.1.E. DISTRIBUCIÓN MILONGAS SEGÚN BARRIO

Las Milongas de la Ciudad de Buenos Aires muestran un patrón de distribución urbana similar a los Centros Culturales.

Dentro de las Milongas se pueden identificar dos zonas de mayor concentración escindidas entre sí. Por un lado, el corredor conformado por los barrios de las zonas Norte-Centro (Palermo-Almagro y Villa Crespo) y, por otro, los barrios de la zona Este de la ciudad (San Cristóbal, Balvanera y Monserrat) (Ver Mapa 6).

Mapa 6: Distribución total de Milongas según barrios de la Ciudad de Buenos Aires



Al igual que con las Salas de Teatro, la mayor cantidad de Milongas se desarrollan en los barrios de Almagro (17) y San Cristóbal (14), seguidos por Balvanera (14), Palermo (12), Villa Crespo (12) y Monserrat (11). Estos 6 barrios en su conjunto albergan más de la mitad de las Milongas de la Ciudad de Buenos Aires (81), concentrando el 58,80% del total (Ver Tabla 15).



Tabla 15: Los 6 barrios de la Ciudad de Buenos Aires con mayor cantidad Milongas

BARRIO	ZONA	CANTIDAD DE MILONGAS	% SOBRE TOTAL
ALMAGRO	Centro	17	11,49
SAN CRISTOBAL	Este	15	10,14
BALVANERA	Este	14	9,46
PALERMO	Norte	12	8,11
VILLA CRESPO	Centro	12	8,11
MONSERRAT	Este	11	11,49
SUBTOTAL		81	58,8

Fuente: elaboración propia

La distribución de Milongas se extiende por el eje de barrios de la zona norte-centro hacia el centro-sur (incluyendo Caballito y Chacarita -Parque Patricios) y se expande en otros barrios de la zona este (San Nicolás, Constitución y San Telmo) consolidando dos polos escindidos. En su conjunto, en estos 12 barrios porteños de las zonas Norte-Centro y Este se concentran la mayor cantidad de Milongas con un total de 112 sobre 148, lo que representa el 73,65% del total (Ver Tabla 16).

Tabla 16: Los 12 barrios de la Ciudad de Buenos Aires con mayor cantidad Milongas

BARRIO	ZONA	CANTIDAD DE MILONGAS	% SOBRE TOTAL
ALMAGRO	Centro	17	11,49
SAN CRISTOBAL	Este	15	10,14
BALVANERA	Este	14	9,46
PALERMO	Norte	12	8,11
VILLA CRESPO	Centro	12	8,11
MONSERRAT	Este	11	7,43
CONSTITUCION	Este	8	5,41
SAN NICOLAS	Este	6	4,05
CABALLITO	Centro	6	4,05
PARQUE PATRICIOS	Sur	4	2,70
SAN TELMO	Este	4	2,70
COLEGIALES	Norte	3	2,03
SUBTOTAL		112	73,65

Fuente: elaboración propia

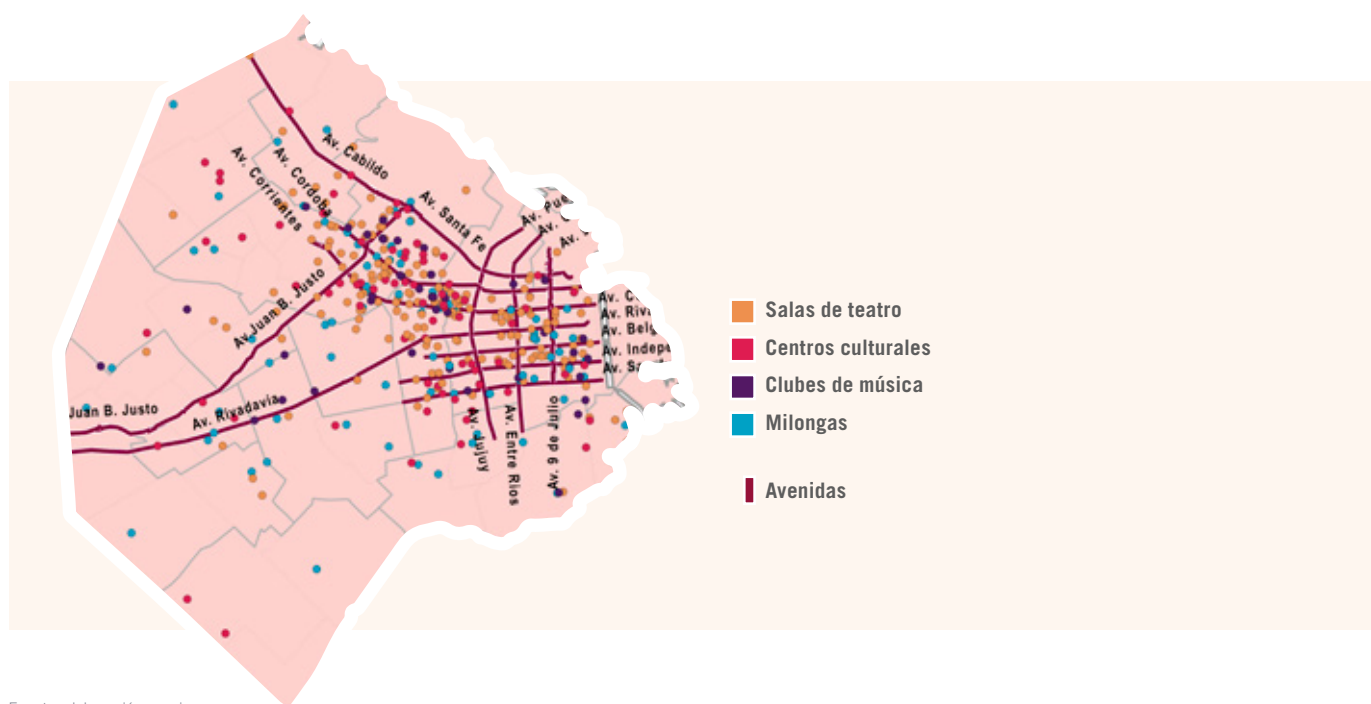
11.2. DISTRIBUCIÓN DE ORGANIZACIONES CULTURALES SEGÚN AVENIDAS PRINCIPALES

11.2.A. DISTRIBUCIÓN TOTAL DE ORGANIZACIONES CULTURALES SEGÚN AVENIDAS PRINCIPALES

La distribución de espacios culturales y Milongas según las avenidas más significativas de la ciudad se realizó teniendo en cuenta un radio de 500 metros de influencia sobre cada eje vial. Este radio permitió medir el grado el influjo de cada avenida seleccionada según bandas de 5 cuadras por cada lado de su eje. Esto quiere decir que, una organización cultural se encuentra próxima a una avenida o calle, y por tanto se ve influenciado por esta, cuando se encuentra en un radio menor a 5 cuadras.

La selección de avenidas se realizó teniendo en cuenta su centralidad urbana de acuerdo con los ejes Norte-Sur y Este-Oeste de la ciudad. De este modo, dentro del eje Este-Oeste se seleccionaron las avenidas de Santa Fe, Córdoba, Corrientes, Rivadavia, Belgrano, Independencia y San Juan. Dentro del eje Sur-Norte se seleccionaron las avenidas 9 de Julio, Callao-Entre Ríos, Pueyrredón-Jujuy y Juan B. Justo. Estas 11 avenidas, en su conjunto, explican gran parte de la distribución urbana de las organizaciones culturales independientes en la ciudad (Ver Mapa 7).

Mapa 7: Distribución Total organizaciones culturales según avenidas principales de la Ciudad de Buenos Aires



Fuente: elaboración propia

A lo largo de la Avenida Corrientes (131 casos) y la Avenida Córdoba (120 casos) se distribuyen la mayoría de las organizaciones culturales independientes de la ciudad, representando cada uno de estos ejes viales el 28,54% y 26,14% respectivamente del total de casos. Como se puede observar en el Mapa 14, se registra una mayor concentración de casos en los tramos de estas dos avenidas comprendidos entre las Avenidas Juan B. Justo y Pueyrredón, afectando los barrios de Palermo, Villa Crespo, Almagro y Balvanera (Ver Tabla 17)²⁷.

26. En el Anexo 9 se detallan la totalidad de espacios culturales y Milongas independientes de la Ciudad de Buenos Aires distribuidos por Avenidas principales.

A lo largo de la Avenida Corrientes (131 casos) y la Avenida Córdoba (120 casos) se distribuyen la mayoría de las organizaciones culturales independientes de la ciudad, representando cada uno de estos ejes viales el 28,54% y 26,14% respectivamente del total de casos.

Tabla 17: Cantidad de organizaciones culturales según avenidas

DISTANCIA 500 M EJES VIALES SELECCIONADOS		
AVENIDA	ORGANIZACIONES CULTURALES	% SOBRE TOTAL
Corrientes	131	28,54
Córdoba	120	26,14
Independencia	78	16,99
Callao/Entre Ríos	70	15,25
Rivadavia	64	13,94
Belgrano	61	13,29
San Juan	51	11,11
Juan B. Justo	48	10,46
Pueyrredón/Jujuy	35	7,63
9 de Julio	29	6,32
Santa Fé / Cabildo	28	6,10
TOTAL	370	80,61

Fuente: elaboración propia

Sobre el resto de las avenidas del eje Este-Oeste de la ciudad se puede observar un considerable número de organizaciones culturales independientes. La avenida Independencia con 78 casos (16,99% del total), Rivadavia con 64 (13,94% del total), Belgrano con 61 casos (13,21% del total) y San Juan con 51 casos (11,11% del total) explican gran parte de la distribución espacial de las organizaciones culturales de los barrios de la zona este de la ciudad (Ver Tabla 18). Dentro de esta zona se puede advertir una considerable concentración de organizaciones culturales a lo largo de los ejes comprendidos entre la Avenida Corrientes y la Avenida Independencia entre las Avenidas 9 de Julio y Pueyrredón.

Tabla 18: Cantidad de organizaciones culturales según avenidas (eje Este-Oeste)

DISTANCIA 500 M EJES VIALES SELECCIONADOS		
AVENIDA	ORGANIZACIONES CULTURALES	% SOBRE TOTAL
Corrientes	131	28,54
Córdoba	120	26,14
Independencia	78	16,99
Rivadavia	64	13,94
Belgrano	61	13,29
San Juan	51	11,11
Santa Fé / Cabildo	28	6,10
TOTAL	370	80,61

Fuente: elaboración propia

Sobre las Avenidas del eje Norte-Sur de la ciudad se aprecian una menor cantidad de casos. En torno a la Avenidas Callao-Entre Ríos se distribuyen 70 espacios (15,25% del total) y sobre la Avenida Juan B. Justo 48 (10,46% del total). Estas dos avenidas concentran la mayor cantidad de casos dentro de este eje de la Ciudad (Ver Tabla 19). **La mayoría de los espacios culturales y Milongas independientes que se distribuyen a lo largo de la Avenida Juan B. Justo se concentran en el tramo comprendido entre las Avenidas Corrientes y Santa Fe. Por su parte, se aprecia un grado similar de concentración en el tramo Corrientes-Belgrano de la Avenida Callao** (Ver Mapa 7).

Tabla 19: Cantidad de organizaciones culturales según avenidas (Eje Norte-Sur)

DISTANCIA 500 M EJES VIALES SELECCIONADOS		
AVENIDA	ORGANIZACIONES CULTURALES	% SOBRE TOTAL
Callao/Entre Ríos	70	15,25
Juan B. Justo	48	10,46
Pueyrredón/Jujuy	35	7,63
9 de Julio	29	6,32
TOTAL	370	80,61

Fuente: elaboración propia

11.2.B. DISTRIBUCIÓN SALAS DE TEATROS SEGÚN AVENIDAS PRINCIPALES

Mapa 8: Distribución Total de Salas de Teatro según avenidas principales de la Ciudad de Buenos Aires



Sobre las 11 avenidas principales de la ciudad de los ejes Este-Oeste y Norte-Sur se distribuyen la mayoría de Salas de Teatros independientes, registrándose 166 casos sobre un total de 192, lo que representa el 86,46% del total.

Las Avenidas Corrientes (con 68 salas) y La Avenida Córdoba (con 47 salas) son los ejes viales donde se aprecia una mayor distribución de casos, representando un 34,42% y 24,48% respectivamente del total (Ver Tabla 20).

En el tramo de la Avenida Córdoba comprendido entre las Avenidas Juan B. Justo y Pueyrredón se distribuyen la mayor cantidad de Salas de Teatros de este eje vial, mientras que la Avenida Corrientes muestra una distribución más extendida de casos a lo largo de todo su eje (Ver Mapa 8).

Tabla 20: Cantidad de Salas de Teatro según avenidas

DISTANCIA 500 M EJES VIALES SELECCIONADOS		
AVENIDA	SALAS DE TEATRO	% SOBRE TOTAL
Corrientes	68	35,42
Córdoba	47	24,48
Rivadavia	33	17,19
Belgrano	33	17,19
Callao/Entre Ríos	31	16,15
Independencia	28	14,58
Juan B. Justo	21	10,94
Pueyrredón/Jujuy	15	7,81
9 de Julio	15	7,81
Santa Fé / Cabildo	12	6,25
San Juan	10	5,21
TOTAL	166	86,46

Fuente: elaboración propia

Dentro del eje Este-Oeste de avenidas de la ciudad, Rivadavia (con 33 casos), Belgrano (con 33 casos) e Independencia (con 28 casos) le siguen en cantidad de salas a las Avenidas Corrientes y Córdoba. Sobre estas tres Avenidas se distribuyen respectivamente el 17,19%, 17,19% y 14,58% del total de casos (Ver Tabla 21). La totalidad de Avenidas de este eje (este-oeste) explican de una forma más precisa la distribución de Salas de Teatros de los barrios de la zona centro (especialmente los barrios de Chacarita, Villa Crespo y Almagro) y de la zona este (Balvanera, Monserrat, San Nicolás, San Cristóbal y San Telmo).

Tabla 21: Cantidad de Salas de Teatro según avenidas (Eje Este-Oeste)

DISTANCIA 500 M EJES VIALES SELECCIONADOS		
AVENIDA	SALAS DE TEATRO	% SOBRE TOTAL
Corrientes	68	35,42
Córdoba	47	24,48
Rivadavia	33	17,19
Belgrano	33	17,19
Independencia	28	14,58
Santa Fé / Cabildo	12	6,25
San Juan	10	5,21

Fuente: elaboración propia

Sobre las avenidas del eje Norte-Sur de la ciudad se distribuyen una menor cantidad de Salas de Teatros que sobre las avenidas del eje Este-Oeste. Al igual que en la totalidad de organizaciones, las Avenidas Callao-Entre Ríos (con 31 casos) y Juan B. Justo (con 21 casos) son los ejes donde se distribuyen la mayor cantidad de salas, seguidos por la Avenida Pueyrredón-Jujuy (con 15 casos) y 9 de Julio (con 15 casos también) (Ver Tabla 22).

Tabla 22: Cantidad de Salas de Teatro según avenidas (Eje Norte Sur)

DISTANCIA 500 M EJES VIALES SELECCIONADOS		
AVENIDA	SALAS DE TEATRO	% SOBRE TOTAL
Callao/Entre Ríos	31	16,15
Juan B. Justo	21	10,94
Pueyrredón/Jujuy	15	7,81
9 de Julio	15	7,81

Fuente: elaboración propia

Siguiendo un patrón similar al de espacios culturales y Milongas en su conjunto, la distribución de Salas de Teatros según avenidas define de una forma más precisa los dos polos del corredor de la cultura independiente de la ciudad. Por un lado, el cuadrante conformado por las Avenidas Juan B. Justo (al oeste), Santa Fe (al norte), Pueyrredón (al este) y Corrientes (al sur), atravesado en su centro por la Avenida Córdoba. Por otro, el tramo de la Avenida Callao delimitado por la Avenida Corrientes al norte y Rivadavia al Sur. Dentro del primer cuadrante, las Salas de Teatros se inscriben en su mayoría al sur de la Avenida Córdoba y norte de Corrientes, en lo que sería la zona norte de Villa

11.2.C. DISTRIBUCIÓN CLUBES DE MÚSICA EN VIVO SEGÚN AVENIDAS PRINCIPALES

Mapa 9: Distribución Total de Clubes de Música según avenidas principales de la Ciudad de Buenos Aires



141

Tabla 23: Cantidad de Clubes de Música en vivo según avenidas

DISTANCIA 500 M EJES VIALES SELECCIONADOS		
AVENIDA	CLUBES DE MÚSICA EN VIVO	% SOBRE TOTAL
Córdoba	13	30,23
Corrientes	8	18,60
Independencia	7	16,28
Rivadavia	6	13,95
Belgrano	6	13,95
Juan B. Justo	5	11,63
San Juan	5	11,63
9 de Julio	3	6,98
Santa Fé / Cabildo	3	6,98
Callao/Entre Ríos	2	4,65
Pueyrredón/Jujuy	2	4,65
TOTAL	33	76,74

Fuente: elaboración propia



Al igual que las Salas de Teatro, sobre las avenidas que circulan por los ejes Este-Oeste de la ciudad se distribuyen una mayor cantidad de Clubes de Música que sobre las que se emplazan en el eje Norte-Sur. Así, se puede observar que sobre el eje de influencia de las Avenidas 9 De Julio (3 casos), Callao-Entre Ríos (2 casos) y Pueyrredón-Jujuy (2 casos) se emplazan apenas pocos Clubes de Música en comparación a las avenidas del eje Este-Oeste. La excepcionalidad la marca la Avenida Juan B. Justo que, con 5 casos, representa el 11,63% del total (Ver Tablas 24 y 25).

Tabla 24: Cantidad de Clubes de Música en vivo según avenidas (Eje Este-Oeste)

DISTANCIA 500 M EJES VIALES SELECCIONADOS		
AVENIDA	CLUBES DE MÚSICA EN VIVO	% SOBRE TOTAL
Córdoba	13	30,23
Corrientes	8	18,60
Independencia	7	16,28
Rivadavia	6	13,95
Belgrano	6	13,95
San Juan	5	11,63
Santa Fé / Cabildo	3	6,98

Fuente: elaboración propia

Tabla 25: Cantidad de Clubes de Música en vivo según Avenidas (Eje Norte-Sur)

DISTANCIA 500 M EJES VIALES SELECCIONADOS		
AVENIDA	CLUBES DE MÚSICA EN VIVO	% SOBRE TOTAL
Juan B. Justo	5	11,63
9 de Julio	3	6,98
Callao/Entre Ríos	2	4,65
Pueyrredón/Jujuy	2	4,65

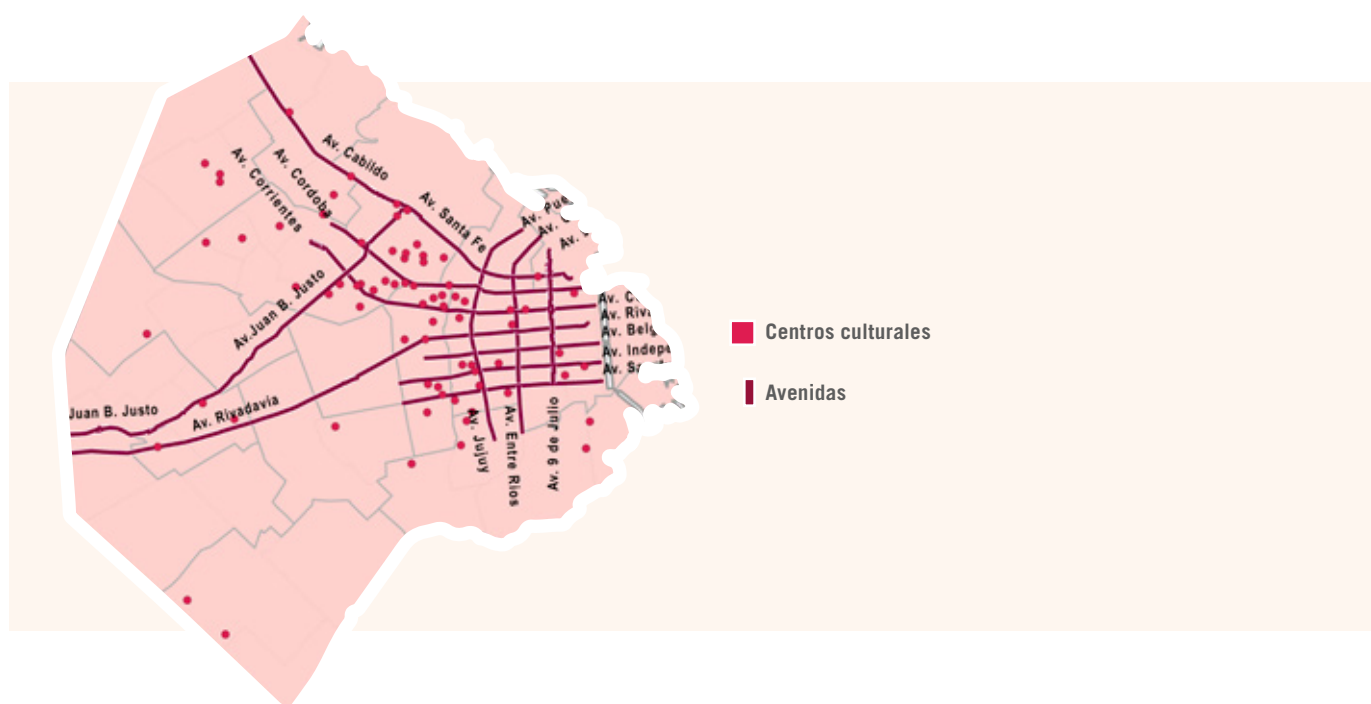
Fuente: elaboración propia

Al interior y en los bordes exteriores del cuadrante delimitado por las avenidas Juan B. Justo (oeste), Santa Fe (norte), Pueyrredón (este) y Corrientes (sur) se inscriben un número significativos de Clubes de Música en vivo, distribuidos al norte y sur de la Avenida Córdoba. Dentro de este cuadrante, se observa un agrupamiento de clubes entre las Avenidas Córdoba y Corrientes en el tramo correspondiente a la zona norte de Almagro y noreste de Villa Crespo.

11.2.D. DISTRIBUCIÓN CENTROS CULTURALES SEGÚN AVENIDAS PRINCIPALES

Al igual que en las Salas de Teatro y los Clubes de Música en vivo, sobre las 11 avenidas principales de la ciudad (ejes Norte-Sur y Este-Oeste) se distribuyen la mayoría de los Centros Culturales. En este sentido, se puede observar que 55 de los 76 Centros Culturales de la ciudad se encuentran en la órbita de influencia de estas avenidas, lo que representa el 72,37% del total de casos (Ver Mapa 10).

Mapa 10: Distribución Total de Centros Culturales según avenidas principales de la Ciudad de Buenos Aires



Fuente: elaboración propia

Sobre el radio de influencia de la Avenida Corrientes se distribuyen la mayoría de los Centros Culturales (con 18 casos), seguido por la avenida Córdoba (con 17 casos). Estas avenidas concentran en su entorno el 23,68% y 22,37% respectivamente del total de casos (Ver Tabla 26).



Tabla 26: Cantidad de Centros Culturales según avenidas

DISTANCIA 500 M EJES VIALES SELECCIONADOS		
AVENIDA	CENTROS CULTURALES	% SOBRE TOTAL
Corrientes	18	23,68
Córdoba	17	22,37
Independencia	11	14,47
Juan B. Justo	10	13,16
San Juan	9	11,84
Santa Fé / Cabildo	8	10,53
Rivadavia	7	9,21
Pueyrredón/Jujuy	7	9,21
Belgrano	5	6,58
Callao/Entre Ríos	4	5,26
9 de Julio	3	3,95
TOTAL	55	72,37

Fuente: elaboración propia

Al igual que las Salas de Teatros y los Clubes de Música, sobre las avenidas del eje Este-Oeste se distribuyen la mayor cantidad Centros Culturales de la ciudad en comparación con las avenidas del eje Norte-Sur. Dentro del eje de avenidas Este-Oeste se destacan las avenidas Independencia y San Juan (ubicadas al sur de Rivadavia) que, con 11 y 9 Centros Culturales inscriptos dentro de su franja de influencia representan el 14,47% y el 11,84% del total de casos respectivamente. Dentro de las avenidas del eje Norte-Sur, nuevamente es la Avenida Juan B. Justo y su radio de influencia la que congrega la mayor cantidad de casos, con 11 Centros Culturales, representando al 13,16% del total (Ver Tablas 27 y 28).

Tabla 27: Cantidad de Centros Culturales según avenidas (Eje Este-Oeste)

DISTANCIA 500 M EJES VIALES SELECCIONADOS		
AVENIDA	CENTROS CULTURALES	% SOBRE TOTAL
Corrientes	18	23,68
Córdoba	17	22,37
Independencia	11	14,47
San Juan	9	11,84
Santa Fé / Cabildo	8	10,53
Rivadavia	7	9,21
Belgrano	5	6,58

Fuente: elaboración propia

Tabla 28: Cantidad de Centros Culturales según avenidas (Eje Norte-Sur)

DISTANCIA 500 M EJES VIALES SELECCIONADOS		
AVENIDA	CENTROS CULTURALES	% SOBRE TOTAL
Juan B. Justo	10	13,16
Pueyrredón/Jujuy	7	9,21
Callao/Entre Ríos	4	5,26
9 de Julio	3	3,95

Fuente: elaboración propia

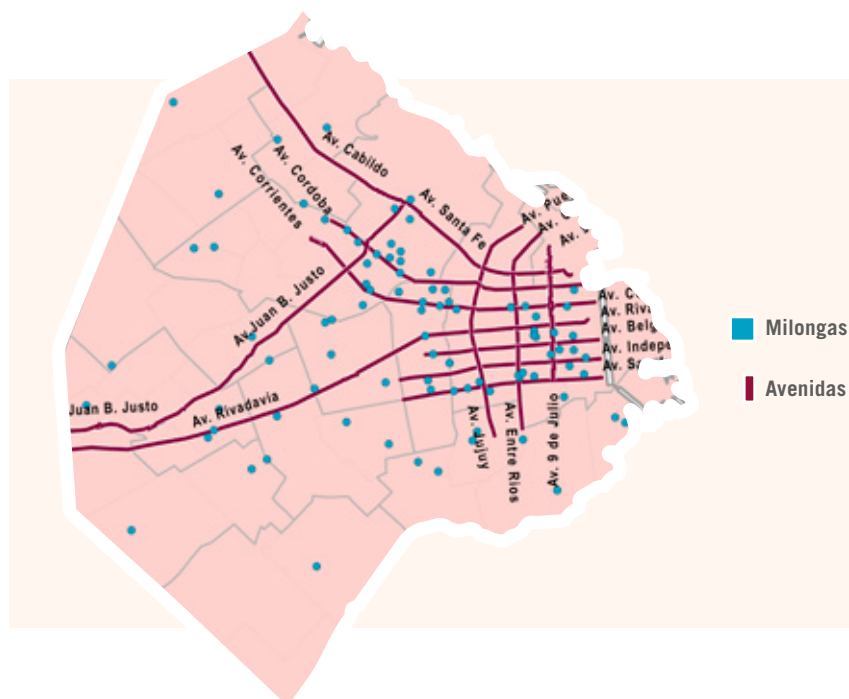
Al igual que en los casos anteriores, las avenidas de la ciudad (ejes Este-Oeste y Norte-Sur) permiten delimitar e identificar zonas urbanas más específicas donde los espacios culturales independientes tienden a agruparse. Una de estas zonas es la conformada por el cuadrante delimitado por las avenidas Juan B. Justo (oeste), Santa Fe (norte), Pueyrredón (este) y Corrientes (sur) y atravesado de este a oeste por la Avenida Córdoba. Dentro de esta zona, conformada por el sur del barrio de Palermo, el norte de Villa Crespo y Almagro y el noroeste de Balvanera, se inscribe un número significativo de Centros Culturales (Ver Mapa 10). La otra zona aparece delimitada por las avenidas Belgrano al norte y San Juan al sur (atravesada en su centro por la Avenida Independencia) en un corredor que se extiende desde la Avenida Entre Ríos hacia el oeste más allá de la Avenida Jujuy. En este corredor, conformado por el barrio de San Cristóbal, sur de Almagro y Balvanera y norte de Boedo, se agrupa otro número significativo de Centros Culturales (ver Mapa 10).

11.2.E. DISTRIBUCIÓN MILONGAS SEGÚN AVENIDAS PRINCIPALES

El patrón de distribución de las Milongas según avenidas es similar al del resto de los espacios culturales independientes.

Sobre las 11 avenidas principales de la ciudad se distribuyen la mayoría de las Milongas, registrándose 116 casos sobre un total de 148, lo que representa el 78,38% del total de casos (Ver Mapa 11).

Mapa 11: Distribución Total de Milongas según avenidas principales de la Ciudad de Buenos Aires



Fuente: elaboración propia

Al igual que en los Clubes de Música, sobre el radio de influencia de la Avenida Córdoba se distribuyen la mayoría de las Milongas (43 casos), seguido por la Avenida Corrientes (37 casos) y las Avenidas Callo-Entre Ríos (33 casos). Sobre estas avenidas, y su influencia, se distribuyen el 29,05%, 25,00 % y 22,30% del total de casos respectivamente (Ver Tabla 29).



Tabla 29: Cantidad de Milongas según avenidas

DISTANCIA 500 M EJES VIALES SELECCIONADOS		
AVENIDA	MILONGAS	% SOBRE TOTAL
Córdoba	43	29,05
Corrientes	37	25,00
Callao/Entre Ríos	33	22,30
Independencia	32	21,62
San Juan	27	18,24
Rivadavia	18	12,16
Belgrano	17	11,49
Juan B. Justo	12	8,11
Pueyrredón/Jujuy	11	7,43
9 de Julio	8	5,41
Santa Fé / Cabildo	5	3,38
TOTAL	116	78,38

Fuente: elaboración propia

La distribución de Milongas sobre las bandas de influencia de las avenidas de los ejes Norte-Sur y Este-Oeste de la ciudad resulta más equilibrada. Dentro del eje Este-Oeste destacan por cantidad las Avenidas Córdoba y Corrientes, pero seguida por las Avenidas Callao-Entre Ríos del eje Norte-Sur. Las Avenidas Independencia y San Juan del eje Este-Oeste les siguen en cantidad, agrupando un total de 32 y 27 casos en su radio de influencia, lo que representa un 21,62% y un 18,24% del total de casos (Ver Tablas 30 y 31).

Tabla 30: Cantidad de Milongas según avenidas (Eje Este-Oeste)

DISTANCIA 500 M EJES VIALES SELECCIONADOS		
AVENIDA	MILONGAS	% SOBRE TOTAL
Córdoba	43	29,05
Corrientes	37	25,00
Independencia	32	21,62
San Juan	27	18,24
Rivadavia	18	12,16
Belgrano	17	11,49
Santa Fe / Cabildo	5	3,38

Fuente: elaboración propia

Tabla 31: Cantidad de Milongas según avenidas (Eje Norte-Sur)

DISTANCIA 500 M EJES VIALES SELECCIONADOS		
AVENIDA	MILONGAS	% SOBRE TOTAL
Callao/Entre Ríos	33	22,30
Juan B. Justo	12	8,11
Pueyrredón/Jujuy	11	7,43
9 de Julio	8	5,41

Fuente: elaboración propia

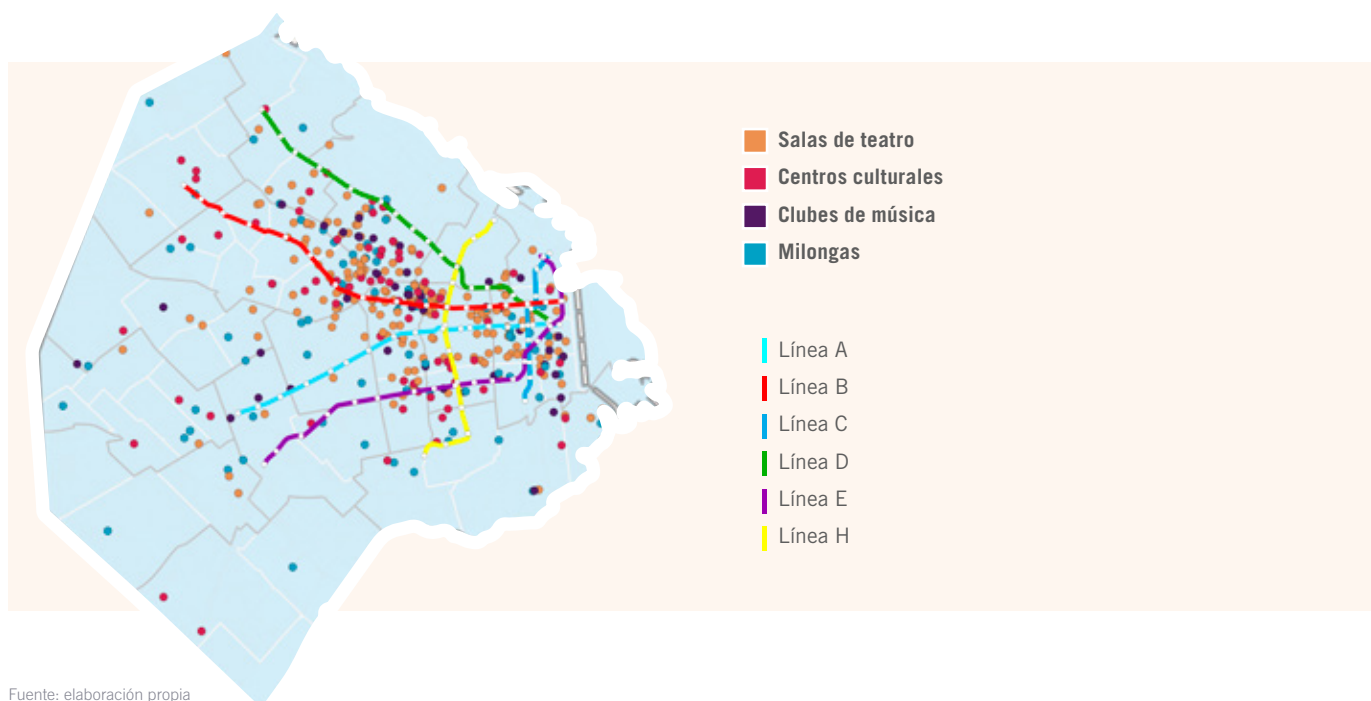
La distribución de Milongas posee un patrón similar al de los espacios culturales en su conjunto. Aunque con una menor densidad, se pueden delimitar tres zonas de agrupamiento. La primera zona es la conformada por el cuadrante delimitado por las avenidas Juan B. Justo (oeste), Santa Fe (norte), Pueyrredón (este) y Corrientes (sur) y atravesado de este a oeste por la Avenida Córdoba (similar a la del resto de los espacios culturales), especialmente en la zona delimitada entre Córdoba y Corrientes. La segunda zona es la que se conforma a lo largo del eje Callao-Entre Ríos atravesando la zona oeste del barrio de Balvanera y la zona este de San Nicolás y Monserrat. La tercera zona aparece delimitada por las avenidas Independencia al norte y San Juan al sur en un corredor que se extiende desde la Avenida Entre Ríos hasta Avenida La Plata (Ver Mapa 11).

11.3. DISTRIBUCIÓN DE ORGANIZACIONES CULTURALES SEGÚN LÍNEAS DE SUBTE

11.3.A. DISTRIBUCIÓN TOTAL DE ORGANIZACIONES CULTURALES SEGÚN LÍNEAS DE SUBTE

Se seleccionaron la totalidad de las estaciones de las 5 líneas de subterráneos de la Ciudad de Buenos Aires (A, B, C, D, E y H) con un radio de influencia de 500 y 700 metros para establecer a cuántas organizaciones culturales independientes afecta. En este sentido, se puede afirmar que más de la mitad de las organizaciones culturales analizadas se encuentran emplazadas en un radio de 500 metros (5 cuadras aproximadamente) de alguna estación de subte (249 casos sobre 459, lo que representa el 54,2% del total). Si se extiende el radio de influencia de todas las estaciones de subte a 700 metros (7 cuadras aproximadamente) se advierte que el número de casos se eleva a 332 de 459, lo que representa 72,3% del total (Ver Tabla 33)²⁸. Este porcentaje permite afirmar que existe una fuerte correlación entre organizaciones culturales independientes y cercanías a estaciones de subte.

Mapa 12: Distribución Total de espacios culturales y Milongas según líneas de subte de la Ciudad de Buenos Aires



Si se desagrega la información por cada línea de subte, se advierte que en torno a un radio de 500 metros de todas las estaciones de la línea B se emplazan la mayoría de las organizaciones culturales independientes de la ciudad con 121 casos sobre 459, lo que representa un 26,36% del total (Ver Mapa 12). A esta línea de subte le siguen las estaciones de la línea E con 59 casos (el 12,85% del total), seguidos por las estaciones de línea A con 56 casos (el 12,20% del total), las de la línea D con 35 casos (el 7,63% del total), las de la línea H con 34 casos (el 7,41% del total) y finalmente las de la línea C con 28 casos (el 6,10% del total) (Ver Tabla 32).

28. En el Anexo 10 se detallan la totalidad de espacios culturales y Milongas independientes de la Ciudad de Buenos Aires distribuidos de acuerdo con la totalidad de estaciones de las 5 líneas de Subterráneos de la Ciudad de Buenos Aires.

Tabla 32: Cantidad de organizaciones culturales por líneas de subte

INFLUENCIA DE 500M A ESTACIONES DE SUBTE POR LÍNEA		
SUBTE	TOTAL	% SOBRE TOTAL
B	121	26,36
E	59	12,85
A	56	12,20
D	35	7,63
H	34	7,41
C	28	6,10

Tabla 33: Cantidad de organizaciones culturales según todas las líneas de subte

INFLUENCIA DE ESTACIONES DE SUBTE POR LÍNEA		
TODAS LAS LÍNEAS DE SUBTE	TOTAL	% SOBRE TOTAL
500 metros	249	54,2%
700 metros	332	72,3%

Fuente: elaboración propia

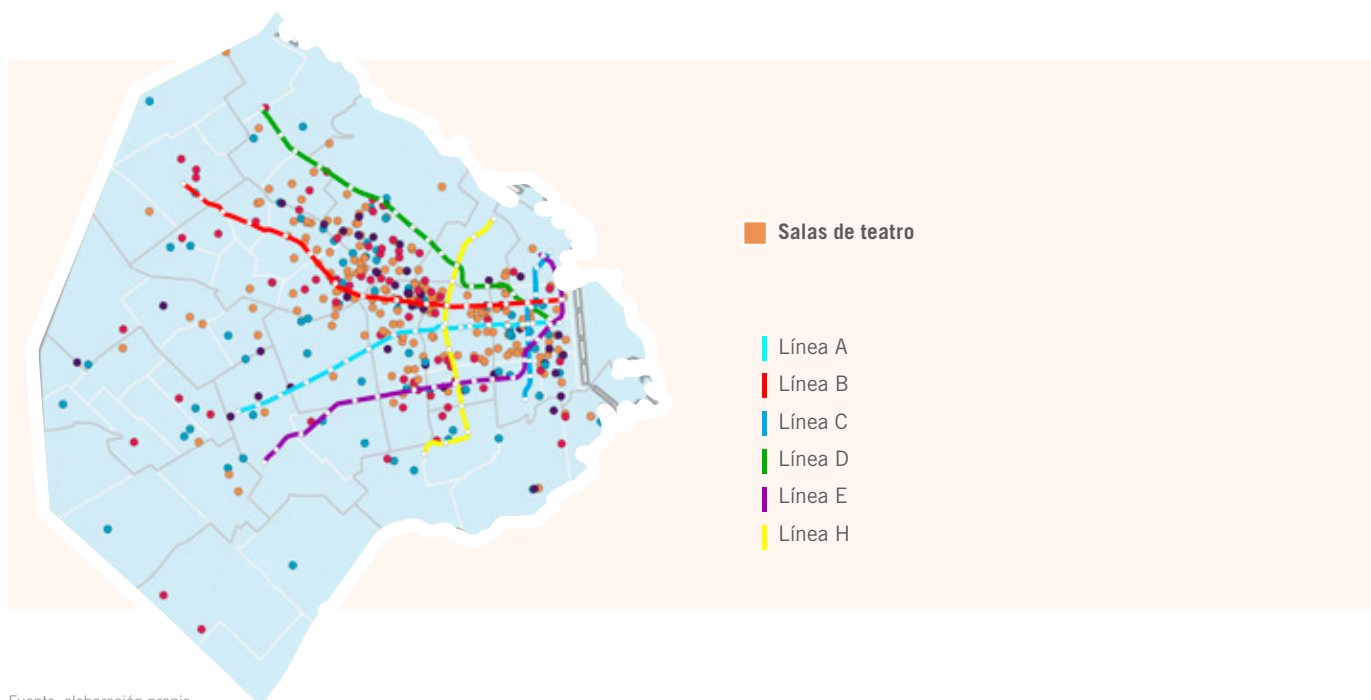
11.3.B. DISTRIBUCIÓN SALAS DE TEATROS SEGÚN LÍNEAS DE SUBTE

Las Salas de Teatro independientes repiten un patrón similar de distribución en relación con las estaciones de subte que los espacios culturales y Milongas en su conjunto. En este sentido, se puede afirmar que **más de la mitad de las Salas de Teatro independiente se encuentra emplazada en un radio de 500 metros (5 cuadras aproximadamente) de alguna estación de subte (105 casos sobre 192, lo que representa el 54,70% del total)**. Si se extiende el radio de influencia de todas las estaciones de subte a 700 metros (7 cuadras aproximadamente) se advierte que el número de salas se eleva a 149 de 192, lo que representa 77,60% del total (Ver Tabla 39)²⁹. Este porcentaje permite afirmar que existe una significativa correlación entre el emplazamiento de las Salas de Teatro independientes y la cercanía a estaciones de subte.

Los datos indican que el emplazamiento de las Salas de Teatro independientes y la cercanía a estaciones de subte están muy relacionadas en CABA.

29. En el Anexo 10 se detallan la totalidad de espacios culturales y Milongas independientes de la Ciudad de Buenos Aires distribuidos de acuerdo con la totalidad de estaciones de las 5 líneas de subterráneos de la Ciudad de Buenos Aires.

Mapa 13: Distribución Total de Salas de Teatro según líneas de subte de la Ciudad de Buenos Aires



Fuente: elaboración propia

Si se desagrega la información por cada línea de subte, se advierte que en torno a un radio de 500 metros de todas las estaciones de la línea B se emplazan la mayoría de las Salas de Teatros independientes de la ciudad con 62 casos sobre 192, lo que representa un 32,29% del total (Ver Mapa 13). A esta línea de subte le siguen las estaciones de la línea A con 32 salas (el 16,67% del total), seguidos por las estaciones de línea D con 17 salas (el 8,85% del total), las de la línea E con 16 salas (el 8,33% del total), las de la línea C con 14 salas (el 7,29% del total) y las de la línea H con 12 (6,25% del total) (Ver Tabla 34).

Tabla 34: Cantidad de Salas de Teatro por líneas de subte

INFLUENCIA DE 500M A ESTACIONES DE SUBTE POR LÍNEA		
SUBTE	SALAS DE TEATRO	% SOBRE TOTAL
B	62	32,29
A	32	16,67
D	17	8,85
E	16	8,33
C	14	7,29
H	12	6,25

Fuente: elaboración propia

Tabla 35: Cantidad de Salas de Teatro según todas las líneas de subte

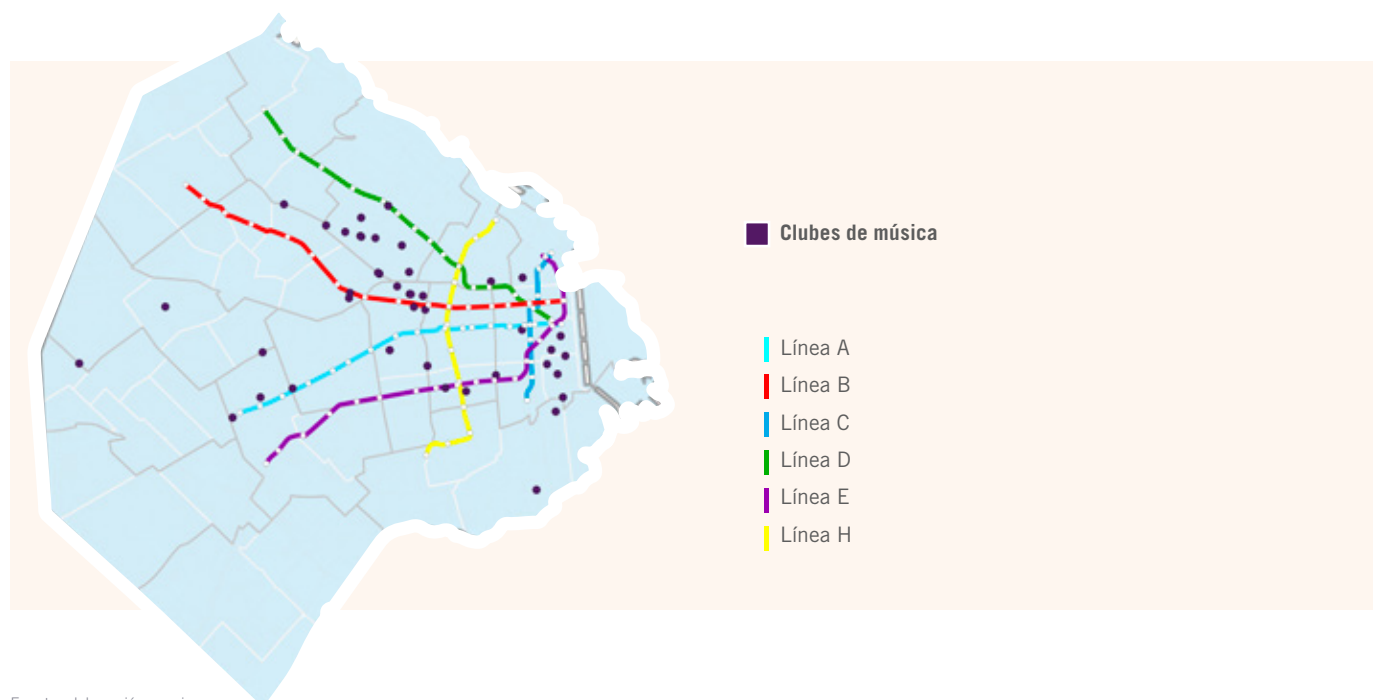
INFLUENCIA DE ESTACIONES DE SUBTE POR LÍNEA		
TODAS LAS LÍNEAS DE SUBTE	SALAS DE TEATRO	% SOBRE TOTAL
500 metros	105	54,7%
700 metros	149	77,6%

Fuente: elaboración propia

11.3.C. DISTRIBUCIÓN CLUBES DE MÚSICA EN VIVO SEGÚN LÍNEAS DE SUBTE

Casi la mitad de los Clubes de Música en vivo se encuentra emplazada en un radio de 500 metros (5 cuadras aproximadamente) de alguna estación de subte (21 casos sobre 43, lo que representa el 48,88% del total). Un número similar se registra en el radio de influencia de todas las estaciones de subte a 700 metros (7 cuadras aproximadamente), 28 clubes sobre 43, lo que representa un 65,10% del total (Ver Tabla 37).

Mapa 14: Distribución Total de Clubes de Música en vivo según líneas de subte de la Ciudad de Buenos Aires



Fuente: elaboración propia

Los Clubes de Música en vivo continúan con un patrón de distribución por línea de subte similar a las Salas de Teatros. Se advierte que en torno a un radio de 500 metros de todas las estaciones de la línea B se emplazan la mayoría de los clubes con 8 casos sobre 43, lo que representa un 18,60% del total (Ver Mapa 14), seguido por la línea A con 6 casos (13,95% del total), la línea E con 5 casos (el 11,63% del total), la línea D con 3 casos (6,98% del total) y las de la línea H y C con 2 casos (el 4,65% del total) (Ver Tabla 36).

Tabla 36: Cantidad de Clubes de Música en Vivo por líneas de subte

INFLUENCIA DE 500M A ESTACIONES DE SUBTE POR LÍNEA		
SUBTE	CLUBES DE MÚSICA	% SOBRE TOTAL
B	8	18,60
A	6	13,95
E	5	11,63
D	3	6,98
C	2	4,65
H	2	4,65

Fuente: elaboración propia

Tabla 37: Cantidad de Clubes de Música en Vivo según todas las líneas de subte

INFLUENCIA DE ESTACIONES DE SUBTE POR LÍNEA		
TODAS LAS LÍNEAS DE SUBTE	CLUBES DE MÚSICA	% SOBRE TOTAL
500 metros	21	48,8%
700 metros	28	65,1%

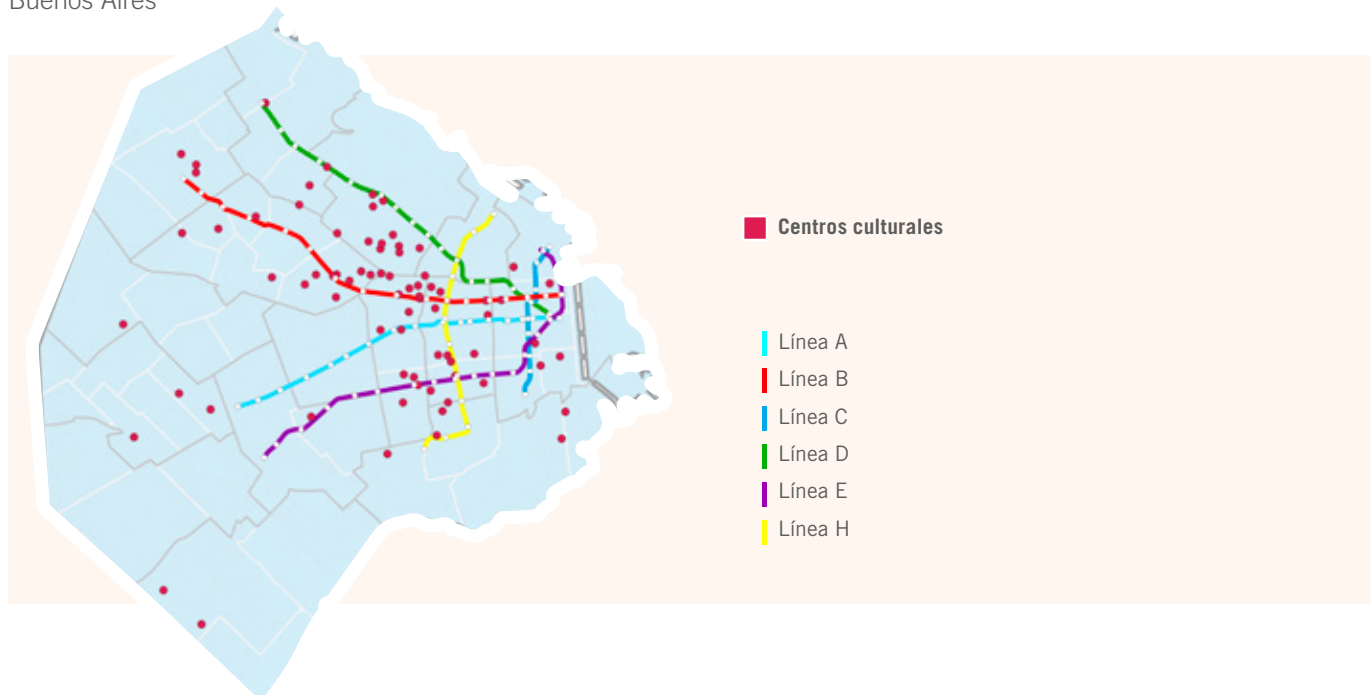
Fuente: elaboración propia

11.3.D. DISTRIBUCIÓN CENTROS CULTURALES SEGÚN LÍNEAS DE SUBTE

Los Centros Culturales repiten un patrón similar de distribución en relación con las estaciones de subte que las Salas de Teatro independiente. En este sentido, se puede afirmar que **más de la mitad de los Centros Culturales se encuentra emplazada en un radio de 500 metros (5 cuadras aproximadamente) de alguna estación de subte (40 casos sobre 73, lo que representa el 52,60% del total)**. Si se extiende el radio de influencia de todas las estaciones de subte a 700 metros (7 cuadras aproximadamente) se advierte que el número de Centros Culturales próximos se eleva a 64, lo que representa el 73,6% del total (Ver Tabla 39). Este porcentaje permite afirmar que existe una significativa correlación entre el emplazamiento de los Centros Culturales y la cercanía a estaciones de subte.

Los datos indican que el emplazamiento de los Centros Culturales y la cercanía a estaciones de subte están muy relacionadas.

Mapa 15: Distribución Total de clubes de Centros Culturales según líneas de subte de la Ciudad de Buenos Aires



Fuente: elaboración propia

Desagregando la información por línea de subte, se advierte que en torno a un radio de 500 metros de todas las estaciones de la línea B se emplazan la mayoría de los Centros Culturales de la ciudad con 17 casos sobre 73, lo que representa un 22,37% del total (Ver Mapa 15). A esta línea de subte le siguen las estaciones de la línea E con 9 centros (el 11,84% del total), seguidos por las estaciones de línea D y H con 8 centros (el 10,53% del total), la línea A con 4 centros (el 5,26% del total) y la línea C con 3 centros (el 3,95% del total) (Ver Tabla 38).

Tabla 38: Cantidad de Centros Culturales por líneas de subte

INFLUENCIA DE 500M A ESTACIONES DE SUBTE POR LÍNEA		
SUBTE	CENTROS CULTURALES	% SOBRE TOTAL
B	17	22,37
E	9	11,84
D	8	10,53
H	8	10,53
A	4	5,26
C	3	3,95

Fuente: elaboración propia

Tabla 39: Cantidad de Centros Culturales según todas las líneas de subte

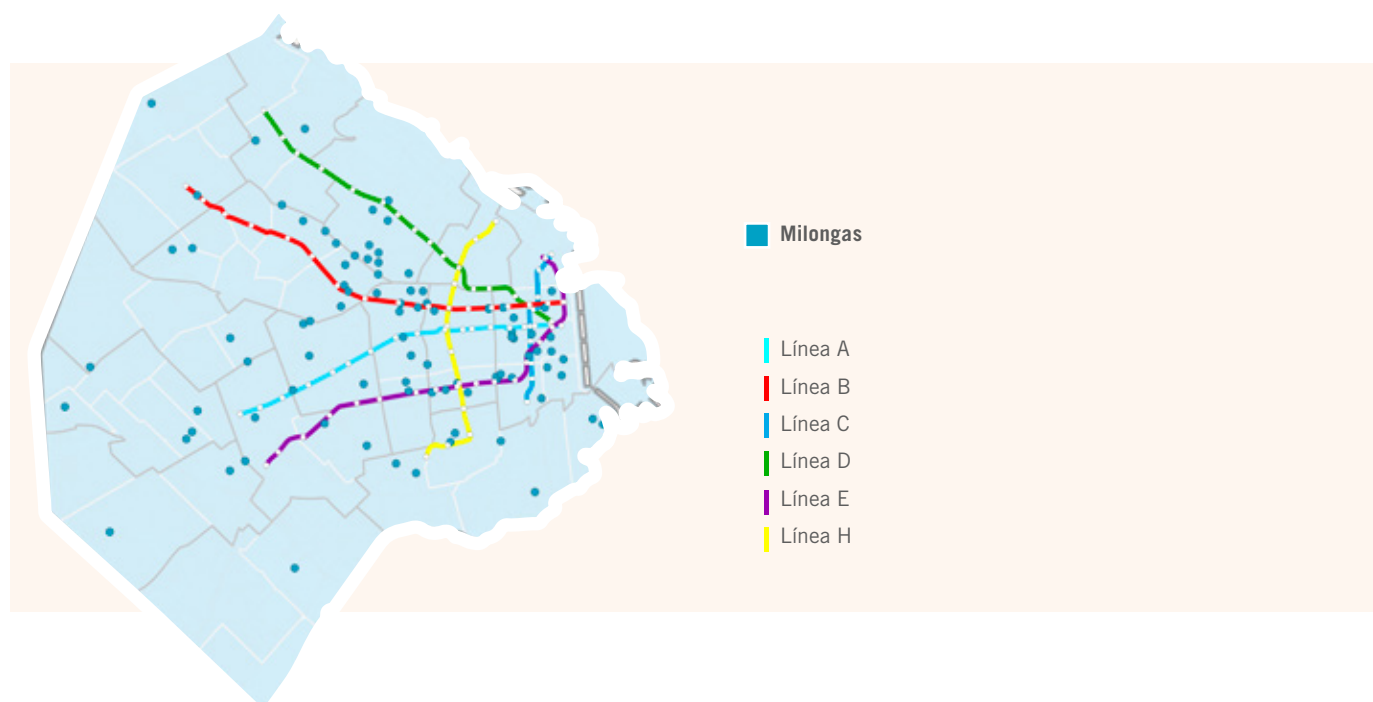
INFLUENCIA DE ESTACIONES DE SUBTE POR LÍNEA		
TODAS LAS LÍNEAS DE SUBTE	CENTROS CULTURALES	% SOBRE TOTAL
500 metros	40	52,6%
700 metros	64	84,2%

Fuente: elaboración propia

11.3.E. DISTRIBUCIÓN MILONGAS SEGÚN LÍNEAS DE SUBTE

Las Milongas repiten un patrón similar de distribución en relación con las estaciones de subte que las Salas de Teatro independiente y los Centros Culturales. En este sentido, se puede afirmar que más de la mitad de las Milongas se encuentran emplazadas en un radio de 500 metros (5 cuadras aproximadamente) de alguna estación de subte (83 casos sobre 148, lo que representa el 56,10% del total). Si se extiende el radio de influencia de todas las estaciones de subte a 700 metros (7 cuadras aproximadamente) se advierte que el número de Milongas próximos se eleva a 91, lo que representa el 61,50% del total (Ver Tabla 41). Este porcentaje permite afirmar que existe una significativa correlación entre el emplazamiento de las Milongas y la cercanía a estaciones de subte.

Mapa 16: Distribución Total de Milongas según líneas de subte de la Ciudad de Buenos Aires



Fuente: elaboración propia

Desagregando la información por línea de subte, se advierte que en torno a un radio de 500 metros de todas las estaciones de la línea B se emplazan la mayoría de las Milongas de la ciudad con 34 casos sobre 148, lo que representa un 22,97% del total (Ver Mapa 16). A esta línea de subte le siguen las estaciones de la línea E con 29 Milongas (el 19,59% del total), seguidos por las estaciones de línea A con 14 Milongas (el 9,46% del total), las de la línea H con 12 Milongas (el 8,11% del total), la línea C con 9 Milongas (el 6,08% del total) y la línea D con 7 Milongas (el 4,73% del total) (Ver *Tabla 40*).

Tabla 40: Cantidad de Milongas por líneas de subte

INFLUENCIA DE 500M A ESTACIONES DE SUBTE POR LÍNEA		
SUBTE	MILONGAS	% SOBRE TOTAL
B	34	22,97
E	29	19,59
A	14	9,46
H	12	8,11
C	9	6,08
D	7	4,73

Fuente: elaboración propia

Tabla 41: Cantidad de Milongas según todas las líneas de subte

INFLUENCIA DE ESTACIONES DE SUBTE POR LÍNEA		
TODAS LAS LÍNEAS DE SUBTE	MILONGAS	% SOBRE TOTAL
500 metros	83	56,1%
700 metros	91	61,5%

Fuente: elaboración propia

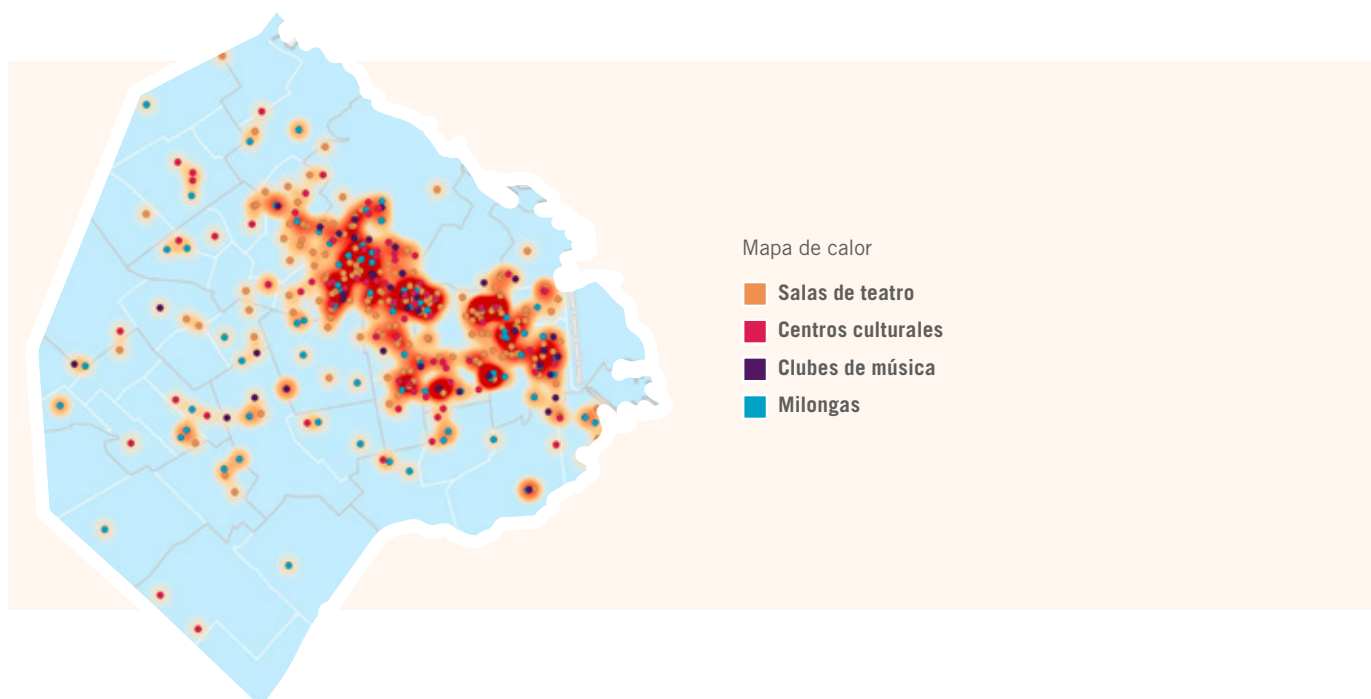


11.4. DENSIDAD URBANA DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES

11.4.A. DENSIDAD TOTAL DE ORGANIZACIONES CULTURALES

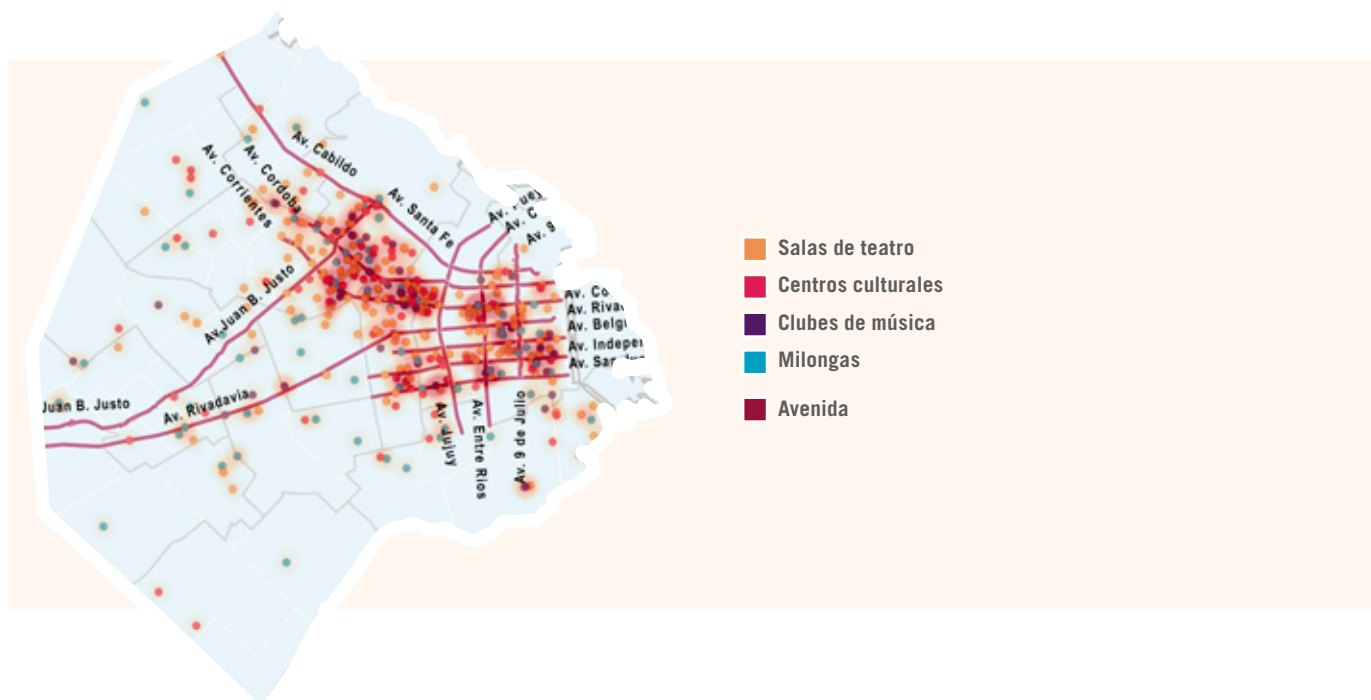
A partir de establecer una correlación entre la distribución de la totalidad de organizaciones culturales independientes por barrio y avenidas principales, se pudieron identificar ciertas zonas de la ciudad donde se concentran la mayor cantidad organizaciones. La primera zona de mayor concentración de organizaciones culturales aparece delimitada por el cuadrante conformado por las Avenidas Juan B. Justo (al oeste), Santa Fe (al norte), Pueyrredón (al este) y Corrientes (al sur), atravesado en su centro por la Avenida Córdoba. Esta zona, conformada por el sur de Palermo, norte de Villa Crespo y Almagro y noroeste de Balvanera, posee una zona de mayor densidad de organizaciones entre las Avenidas Córdoba y Corrientes en las fronteras entre Almagro y Balvanera (El Abasto). La segunda zona se define a lo largo de la Avenida Callao entre las Avenidas Córdoba y Rivadavia, con un epicentro de mayor densidad de organizaciones culturales delimitado en el cruce de la Avenida Corrientes con la Avenida Callao. Esta segunda zona está conformada por el este del barrio de Balvanera y el oeste de los barrios de Monserrat y San Nicolás (Ver Mapas 17 y 18). Finalmente, se identifica una tercera zona o corredor con menor densidad de casos, pero igualmente significativo, en el área conformada entre las Avenidas Belgrano y San Juan (con un eje central en la Avenida Independencia) atravesando la zona norte de los barrios de Boedo, San Cristóbal y San Telmo y la zona Sur de Almagro, Balvanera y Monserrat. Este corredor posee algunas zonas con una relativa densidad de espacios delimitados por la Avenida Independencia y San Juan en el sur del barrio de Almagro y norte de los barrios de Boedo y San Cristóbal; y entre las Avenidas Belgrano e Independencia en el barrio de Monserrat (ver Mapas 17 y 18).

Mapa 17: Nivel de concentración de organizaciones culturales Independientes de la Ciudad de Buenos Aires



Fuente: elaboración propia

Mapa 18: Nivel de concentración de organizaciones culturales Independientes de la Ciudad de Buenos Aires según avenidas



Fuente: elaboración propia

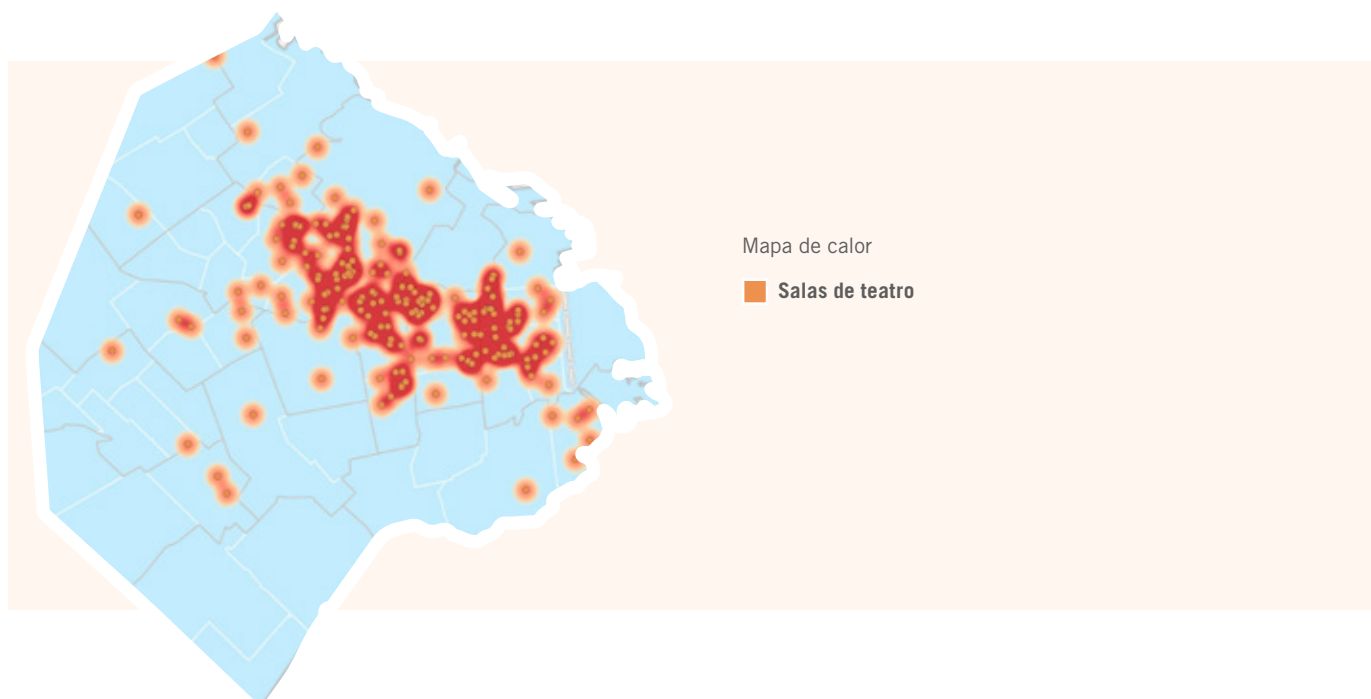
11.4.B. DENSIDAD DE SALAS DE TEATROS

El cálculo de la densidad para las Salas de Teatro en la ciudad arroja dos grandes zonas de alta concentración; una se encuentra delimitada en torno del cruce de las Avenidas Callao y Corrientes y el otro en la zona del ex mercado de abasto. A ellos se suman otras zonas de menor tamaño, distribuidos hacia el oeste y dos hacia el sudeste, a una distancia de nomás de 2km de los dos grandes nudos mencionados.

Lo que puede notarse a partir del mapa de densidad es que las Salas de Teatro se distribuyen conformando una gran mancha central prácticamente ininterrumpida que se extiende a lo largo del sur de Palermo, norte de Villa Crespo y Almagro, pasando por Balvanera y culminando en San Nicolás y San Telmo hacia el este. Las salas ubicadas fuera de esta gran zona no alcanzan un nivel de densidad tan alto (Ver Mapa 19).



Mapa 19: Nivel de concentración de Salas de Teatro Independientes de la Ciudad de Buenos Aires



Fuente: elaboración propia

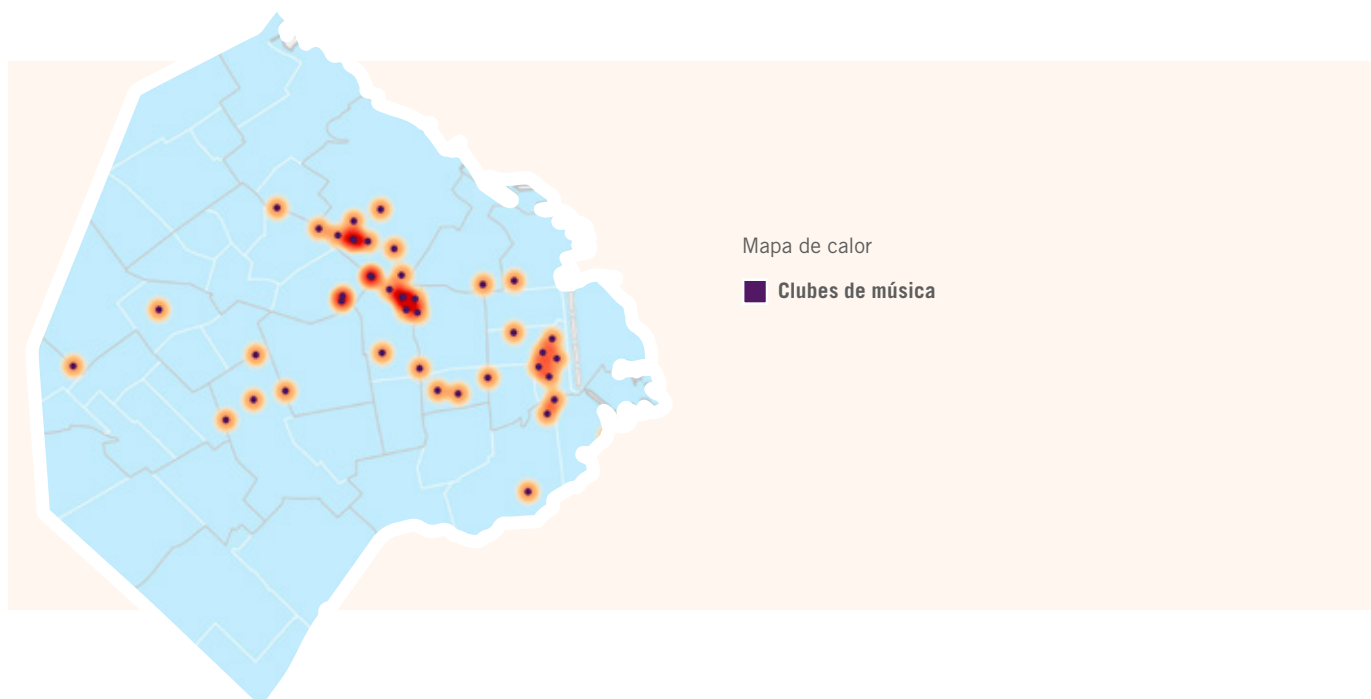
En otras palabras, encontramos una marcada concentración espacial de Salas de Teatro coincidente con la densidad del conjunto de las organizaciones culturales, y un conjunto de pocas salas aisladas hacia el norte, oeste y sudeste de la ciudad.

11.4.C. DENSIDAD DE CLUBES DE MÚSICA EN VIVO

La distribución espacial de los Clubes de Música en vivo a partir de los datos de densidad permite advertir que éstos se densifican en zonas coincidentes con la mayor densidad de organizaciones culturales (sur de Palermo, norte de Villa Crespo, noreste de Balvanera y San Telmo), donde se encuentran cuatro de las cinco mayores densificaciones, aunque con zonas de alta densidad más localizadas. Esta situación se vincula con la fuerte localización de estos espacios sobre avenidas y en cercanías de estaciones de subterráneo y centrada en una zona ubicada levemente al norte del centro geográfico de la ciudad (*Ver Mapa 20*)



Mapa 20: Nivel de concentración de Clubes de Música en Vivo de la Ciudad de Buenos Aires



Fuente: elaboración propia

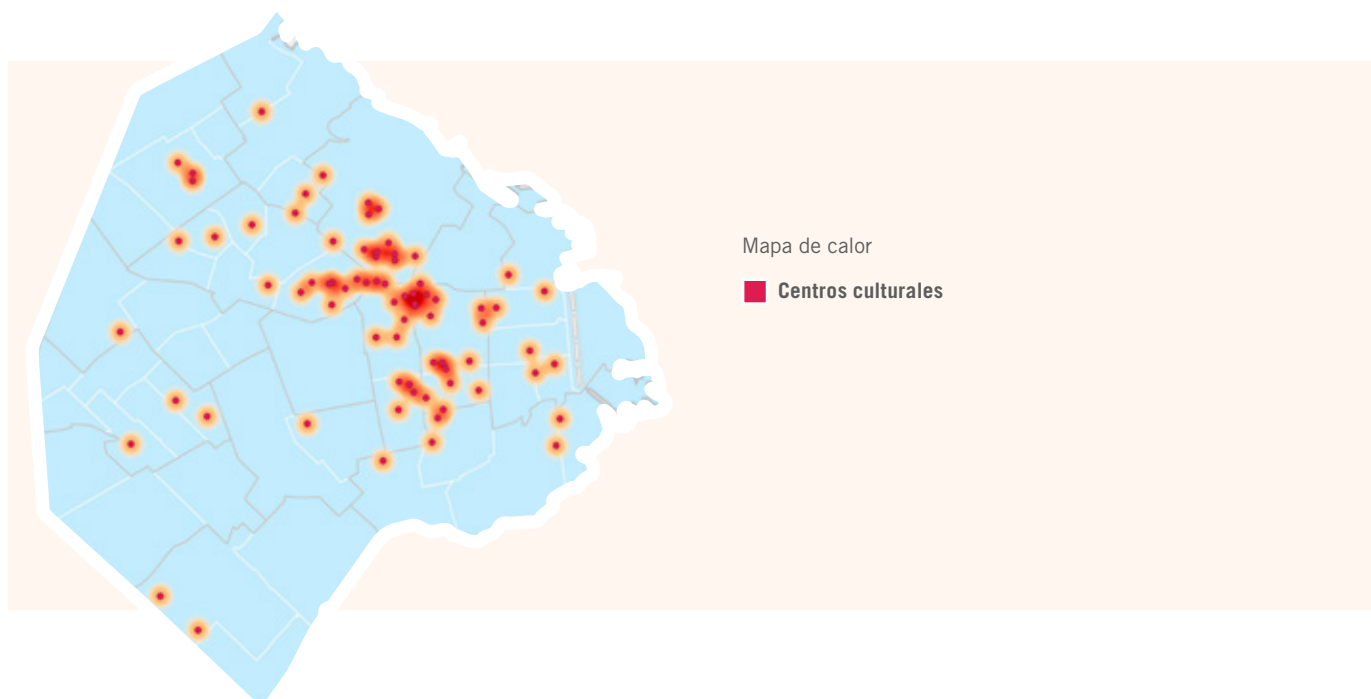
En síntesis, la densidad de Clubes de Música en vivo muestra una concentración marcada en la zona centro-norte, aunque existen espacios de menor densidad y dispersos en barrios circundantes en un radio de 2 a 4 kilómetros de dicho nudo.

11.4.D. DENSIDAD DE CENTROS CULTURALES

Los valores de densidad de los Centros Culturales en la ciudad muestran zonas de alta densificación, aunque dispersas en un conjunto más amplio de barrios que las organizaciones culturales en su conjunto, así como también la evidenciada por Salas de Teatro y Clubes de Música. Es notable que, si bien existen nudos con altos valores de concentración, éstos tienden a ser de tamaño reducido y relativamente distantes entre sí (Ver Mapa 21).



Mapa 21: Nivel de concentración de Centros Culturales de la Ciudad de Buenos Aires



Fuente: elaboración propia

A esto debe agregarse que se muestran numerosos nudos de densidad media en distintos puntos de la ciudad, incluso hacia las zonas sur y oeste, lo que tiende a configurar una oferta cultural espacialmente más amplia y de menor concentración que los demás espacios culturales.

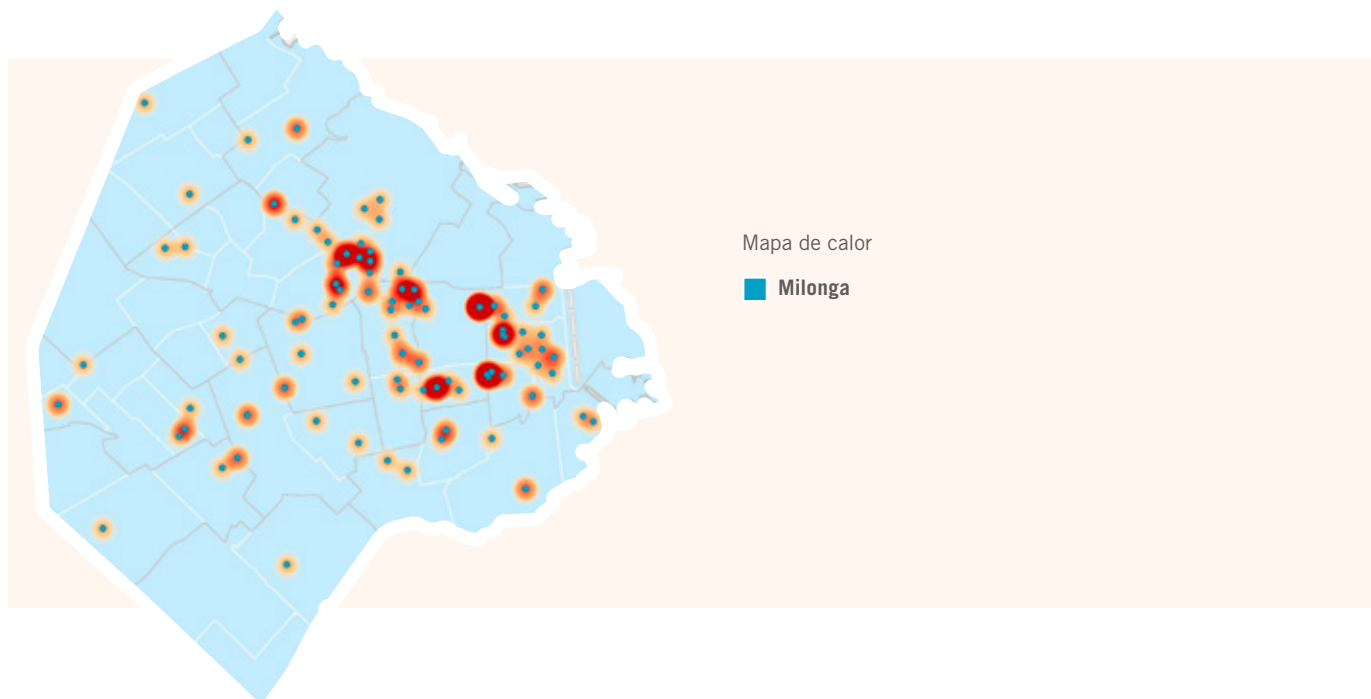
11.4.E. DENSIDAD DE MILONGAS

Las Milongas muestran los menores valores de densidad del conjunto de organizaciones culturales: solo existen dos puntos de alta densidad notablemente acotados y localizados en el límite entre Monserrat y San Cristóbal, uno; y el otro en torno de la división entre San Nicolás y Balvanera.

Si bien se alcanzan valores medio-altos en la zona conformada por el sur de Palermo, norte de Villa Crespo y Almagro y noroeste de Balvanera, se advierte una notoria dispersión de puntos que dibuja una zona más extendida de valores medios en un trazo imaginario que va desde San Cristóbal hasta Chacarita (Ver Mapa 22).



Mapa 22: Nivel de concentración de Milongas de la Ciudad de Buenos Aires



Fuente: elaboración propia

En síntesis, la densidad señala para las Milongas la densificación menos abrupta del conjunto de las organizaciones culturales, así como la más extendida hacia barrios alejados de las zonas donde éstas alcanzan los valores de densificación más altos.

CAPÍTULO 12: ENTORNO URBANO: ASPECTOS SOCIODEMOGRÁFICOS

En el capítulo anterior hemos analizado la distribución espacial de las organizaciones culturales que programan en vivo de acuerdo con las principales variables de la estructura física (avenidas y líneas de subte) y jurídico-identitaria (barrios) de la ciudad. El presente capítulo tiene como propósito principal detectar la existencia (o no) de algún tipo de asociación entre determinadas variables sociodemográficas de la ciudad y las organizaciones culturales analizadas. Este objetivo encierra un doble propósito. Por un lado, establecer si existe una relación entre, por un lado, la cantidad de población, el nivel educativo y la edad por barrio y, por otro, la distribución de las organizaciones culturales que programan en vivo en la ciudad (en su conjunto y desagregada por sector). En segundo lugar, indagar sobre la oferta cultural urbana de esta clase de organizaciones en relación con la población por barrios.

12.1. DISTRIBUCIÓN DE ORGANIZACIONES CULTURALES SEGÚN CANTIDAD DE POBLACIÓN

12.1.A.DISTRIBUCIÓN TOTAL DE ORGANIZACIONES CULTURALES SEGÚN CANTIDAD DE POBLACIÓN, DENSIDAD Y OFERTA

En la sección anterior se constató un nivel significativo de concentración de organizaciones culturales que programan en vivo (Salas de Teatro, Centros Culturales, Clubes de Música y Milongas) en 6 barrios de la Ciudad de Buenos Aires: Almagro, Palermo, Balvanera, Villa Crespo, Monserrat y San Nicolás. Estos seis barrios de las zonas centro, norte y este de la ciudad congregan más de la mitad de las organizaciones culturales y de la media de aforo de la ciudad (6 de cada 10 butacas están en 6 de los 48 barrios) (lo que representa un 59,69%) (Ver sección 11.1.a y Tabla 42). En esta sección nos proponemos analizar la cantidad, densidad y oferta de las organizaciones culturales analizadas de acuerdo con la población de cada barrio de la ciudad.

Los barrios de Almagro, Palermo, Balvanera, Villa Crespo, Monserrat y San Nicolás congregan más de la mitad de los espacios culturales y de la media de aforo de la ciudad (6 de cada 10 butacas están en 6 de los 48 barrios) (lo que representa un 59,69%).

Tabla 42: Cantidad de organizaciones culturales según barrios y zonas de la ciudad

BARRIOS	ZONAS	CANTIDAD DE ORGANIZACIONES CULTURALES
ALMAGRO	Centro	61
PALERMO	Norte	56
BALVANERA	Este	55
VILLA CRESPO	Centro	45
MONSERRAT	Este	32
SAN NICOLAS	Este	25
SUB-TOTAL		274
% TOTAL		59,69%

Fuente: elaboración propia



Al poner en correlación la cantidad total de organizaciones culturales que programan en vivo con los barrios más populosos de la ciudad, podemos observar, a primera vista, que existe una relativa concordancia entre cantidad de organizaciones culturales y cantidad de población por barrio. De acuerdo con el Censo 2010³⁰, los barrios con mayor cantidad de población son Palermo (con 225.970 habitantes), seguido por Caballito (con 178.076 habitantes), Flores (164.310 habitante), Recoleta (157.932 habitantes), Balvanera (138.926 habitantes), Almagro (131.699 habitantes), Belgrano (126.831 habitantes) y Villa Lugano (126.374 habitantes). En su conjunto, estos 8 barrios concentran el 43,19% de la población. Si ponemos en correlación estos datos con la cantidad de organizaciones culturales existentes, observamos que estos 8 barrios en su conjunto concentran 201 de las 459 organizaciones culturales, lo que representa un 43,79% del total (Ver *tabla 43*).

30. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010, elaborado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) de la República Argentina.

Tabla 43: Barrios con más cantidad de habitantes y cantidad de organizaciones culturales

BARRIOS	ZONAS	CANTIDAD DE HABITANTES	% POBLACIÓN	CANTIDAD DE ORGANIZACIONES CULTURALES	% ORGANIZACIONES CULTURALES
PALERMO	Norte	225970	7,82	56	12,20
CABALLITO	Centro	176076	6,09	11	2,40
FLORES	Centro	164310	5,69	6	1,31
RECOLETA	Norte	157932	5,46	6	1,31
BALVANERA	Este	138926	4,81	55	11,98
ALMAGRO	Centro	131699	4,56	61	13,29
BELGRANO	Norte	126831	4,39	4	0,87
VILLA LUGANO	Sur	126374	4,37	2	0,44
SUB-TOTAL		1248118	43,19	201	43,79

Fuente: elaboración propia

Sin embargo, la lectura de estos datos debe ser matizada por una serie de consideraciones específicas. En primer lugar, son solo los barrios de Palermo, Balvanera y Almagro donde se puede constatar que existe una asociación directa entre cantidad de población y organizaciones culturales. Por el contrario, los barrios más populosos después de Palermo, como Caballito, Flores y Recoleta concentran una baja proporción de organizaciones culturales (2,40%, 1,31% y 1,31 % respectivamente sobre el total de casos). En segundo lugar, si tomamos en consideración los barrios donde existe una mayor cantidad de organizaciones culturales y los comparamos con su población podemos observar que existe una relación menos directa entre cantidad de organizaciones culturales y cantidad de habitantes en los barrios de San Nicolás y Montserrat (zona Este) y Villa Crespo (zona Centro). Los dos primeros concentran una cantidad significativa de organizaciones culturales, 32 (6,97%) y 25 (5,45%) respectivamente, pero cuentan con una población relativamente escasa, 29.273 (1,01% de la población total de la ciudad) y 39.914 (1,38%) habitantes cada uno. Lo mismo sucede con el barrio de Villa Crespo, que concentra 45 organizaciones culturales (9,80% del total) mientras conserva una población de 81.959 habitantes (2,84 % del total de la población) (Ver Tabla 44).

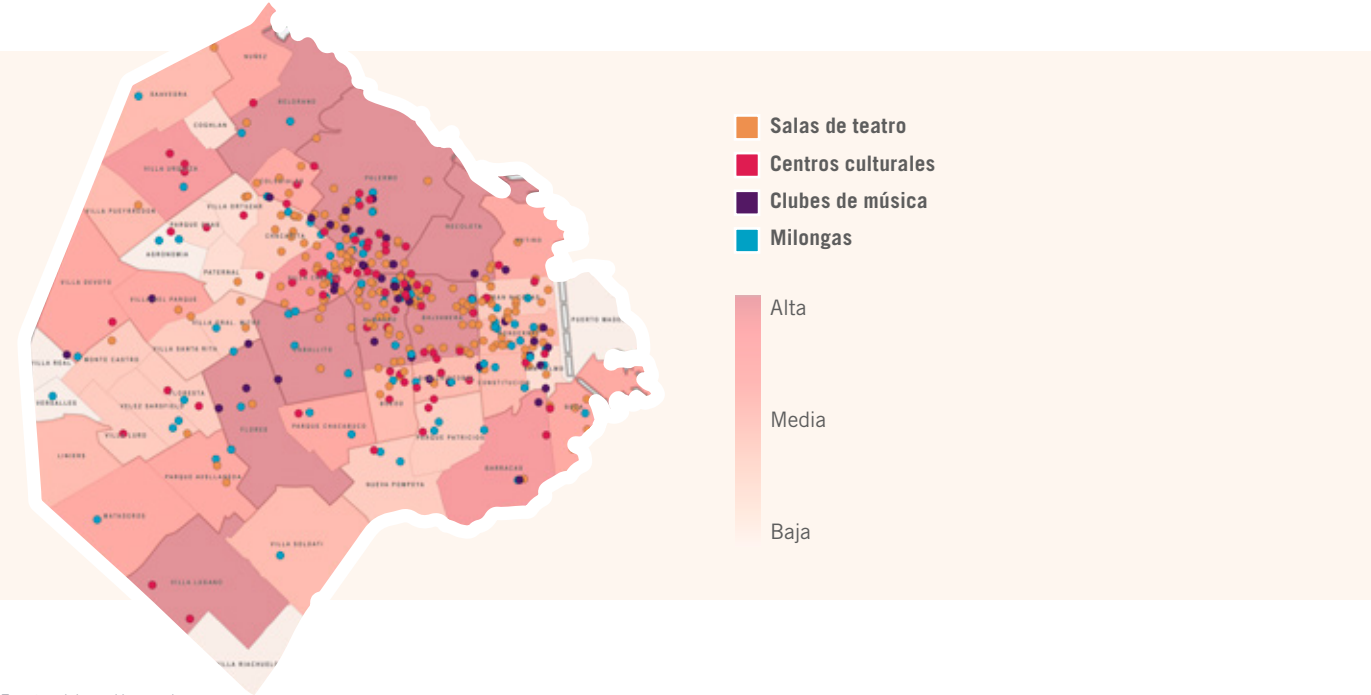
Tabla 44: Barrios con mayor cantidad de organizaciones culturales según cantidad de habitantes por Barrio

BARRIOS	ZONAS	CANTIDAD DE HABITANTES	% POBLACIÓN	CANTIDAD DE ORGANIZACIONES CULTURALES	% ORGANIZACIONES CULTURALES
ALMAGRO	Centro	131699	4,56	61	13,29
PALERMO	Norte	225970	7,82	56	12,20
BALVANERA	Este	138926	4,81	55	11,98
VILLA CRESPO	Centro	81959	2,84	45	9,80
MONSERRAT	Este	39914	1,38	32	6,97
SAN NICOLAS	Este	29273	1,01	25	5,45

Fuente: elaboración propia

Por estos motivos, **se puede afirmar que existe una relativa concurrencia entre cantidad de población y organizaciones culturales. Las dos zonas donde se detectó una mayor cantidad de organizaciones culturales, Almagro-Balvanera y Palermo, poseen una población elevada. Sin embargo, las zonas conformadas por los barrios de Villa Crespo y San Nicolás-Monserrat, concentran también una gran cantidad de organizaciones culturales, pero poseen una población significativamente más baja que los anteriores barrios (Ver Mapa 23).**

Mapa 23: Distribución organizaciones culturales según cantidad de habitantes por Barrio de la ciudad



Fuente: elaboración propia

Densidad poblacional y densidad de organizaciones culturales por kilómetro

En lo que respecta a la concurrencia entre densidad poblacional y densidad de organizaciones culturales por kilómetro cuadrado encontramos un patrón similar a la relación entre cantidades de población y organizaciones culturales, aunque con un mayor grado de fortaleza. Si observamos los barrios de la Ciudad de Buenos Aires con mayor densidad poblacional, encontramos que lideran el ranking los barrios de Palermo (con una densidad de 51951 h/km²) y Villa del Parque (con una densidad de 39361 h/km²), seguidos por los barrios de Villa Crespo (con 34139 h/km²), Almagro (con 32515 h/km²) y Balvanera (con 31991 h/km²) (Ver tabla, 45).

Tabla 45: Barrios con mayor densidad de habitantes por Km² de la ciudad

BARRIOS	ZONAS	POBLACIÓN TOTAL	SUPERFICIE KM ²	DENSIDAD: HABITANTES POR KM ²
PALERMO	Norte	225970	4,35	51951
VILLA DEL PARQUE	Oeste	55273	1,40	39361
VILLA CRESPO	Centro	81959	2,40	34139
ALMAGRO	Centro	131699	4,05	32515
BALVANERA	Este	138926	4,34	31991
TOTAL BUENOS AIRES		2890151	203,45	14206

Fuente: elaboración propia



Se puede observar que, con excepción de Villa del Parque, los barrios de mayor densidad poblacional son los que también poseen una mayor densidad de *organizaciones culturales*. En este sentido, se puede constatar que Villa Crespo (tercer barrio con mayor densidad poblacional) posee la mayor densidad de *organizaciones culturales* por kilómetro cuadrado con un promedio de 19. Le sigue Almagro (cuarto barrio más denso en términos poblacionales) con 15 *organizaciones culturales* por kilómetro cuadrado. Palermo, por lejos, el barrio más densamente poblado, aparece en tercer lugar en cantidad de *organizaciones culturales* por kilómetro cuadrado con un tal de 13 casos; igual que Balvanera, quinto en densidad poblacional, con un total de 13 *organizaciones culturales* por kilómetro cuadrado (Ver Tabla 46).

Tabla 46: Barrios con mayor densidad de organizaciones culturales por Km2

BARRIOS	ZONAS	POBLACIÓN TOTAL	DENSIDAD: HABITANTES POR KM2	CANTIDAD ORGANIZACIONES CULTURALES TOTAL	DENSIDAD DE ORGANIZACIONES CULTURALES POR KM2
VILLA CRESPO	Centro	2,40	34139	45	19
ALMAGRO	Centro	4,05	32515	61	15
PALERMO	Norte	4,35	51951	56	13
BALVANERA	Este	4,34	31991	55	13
SAN NICOLAS	Este	2,04	14323	25	12
TOTAL BUENOS AIRES		203,45	14206	459	2,26

Fuente: elaboración propia

Nuevamente aquí se repite el patrón de correlación advertido entre la densidad poblacional y la cantidad de *organizaciones culturales* en los barrios con mayor oferta cultural. Por tanto, se detecta una mayor fortaleza en la relación entre densidad poblacional y densidad de *organizaciones culturales* por barrio, siendo los cuatro barrios más densamente poblados los que lideran el ranking de *organizaciones culturales* por Km2. Este tipo de evidencias permite afirmar que **existe un principio de asociación entre la cantidad y densidad poblacional y la emergencia de organizaciones de la cultura independiente; siendo el principio de densidad de mayor fortaleza que el de cantidad.**

Oferta cultural barrial

Finalmente, en lo que respecta a la oferta cultural barrial podemos observar que los barrios del llamado “Centro” de la ciudad (zona Este): San Nicolás, Monserrat y San Telmo son los que lideran el ranking. Cuando hablamos de oferta cultural barrial entendemos la razón existente entre la cantidad de aforo de las *organizaciones culturales* y la población del barrio cada 1000 habitantes. Para determinar esta cantidad se utilizó la media de aforo de los espacios culturales (Salas de Teatro, Centros Culturales y Clubes de Música) y Milongas multiplicada por su cantidad. De acuerdo con el relevamiento estadístico hecho, la media en la capacidad de aforo de los espacios culturales y Milongas en la ciudad es de 133 (ver sección 5.2.a).

Los barrios de San Nicolás, Monserrat y San Telmo son los que poseen una mayor oferta cultural independiente a escala barrial con 114, 107 y 91 butacas/capacidad de aforo cada 1000 habitantes respectivamente (Ver Tabla 47).

Al considerar en términos comparativos estos valores con los que manifiestan de los barrios con mayor densidad de *organizaciones culturales*/Km2, se puede inferir que la oferta cultural de estos barrios, caracterizados además por una fuerte infraestructura de transportes (subtes y principales líneas de colectivos), excede largamente a su propia población y puede vincularse con su gran oferta gastronómica, comercial y turística.

Tabla 47: Oferta de aforo de las organizaciones culturales cada 1000 habitantes por barrio

BARRIOS	ZONAS	CANTIDAD DE ORGANIZACIONES CULTURALES	CANTIDAD DE AFORO ORGANIZACIONES CULTURALES (MEDIA 133)	OFERTA DE AFORO ORGANIZACIONES CULTURALES CADA 1000 HABITANTES POR BARRIO
SAN NICOLAS	Este	25	3325	113,59
MONSERRAT	Este	32	4256	106,63
SAN TELMO	Este	14	1862	91,04
VILLA CRESPO	Centro	45	5985	73,02
ALMAGRO	Centro	61	8113	61,6
SAN CRISTOBAL	Este	22	2926	60,19
CHACARITA	Centro	12	1596	57,49
BALVANERA	Este	55	7315	52,65
PALERMO	Norte	56	7448	32,96

Fuente: elaboración propia

12.1.B. DISTRIBUCIÓN DE SALAS DE TEATRO SEGÚN CANTIDAD DE POBLACIÓN

En lo que hace a la distribución de las Salas de Teatro en relación con la cantidad de población de los barrios de la ciudad, ésta resulta similar en líneas generales a la que mantiene el conjunto de las organizaciones culturales con la variable poblacional. Tal es así que los barrios de Almagro y Balvanera encabezan la lista de los barrios con más salas teatrales, con 28 y 31, respectivamente, siendo seguidas por Palermo y Villa Crespo, ambos barrios con 22 salas cada uno. Al sumar las salas de Caballito y Recoleta, también ubicados entre los más poblados, tenemos que en estos seis barrios se concentran 111 Salas de Teatro, lo que representa más de la mitad de las salas teatrales relevadas en la ciudad.

Por otra parte, merece señalarse que asimismo los barrios de Monserrat, San Nicolás y San Telmo también mantienen una alta proporción de butacas por cada mil habitantes, aunque los dos primeros de modo notable sobre el resto. Por esta razón, y en sintonía con lo señalado anteriormente respecto de las organizaciones culturales, se advierte también en ellos una oferta teatral que excede a la población de estos barrios (Ver Tabla 48).

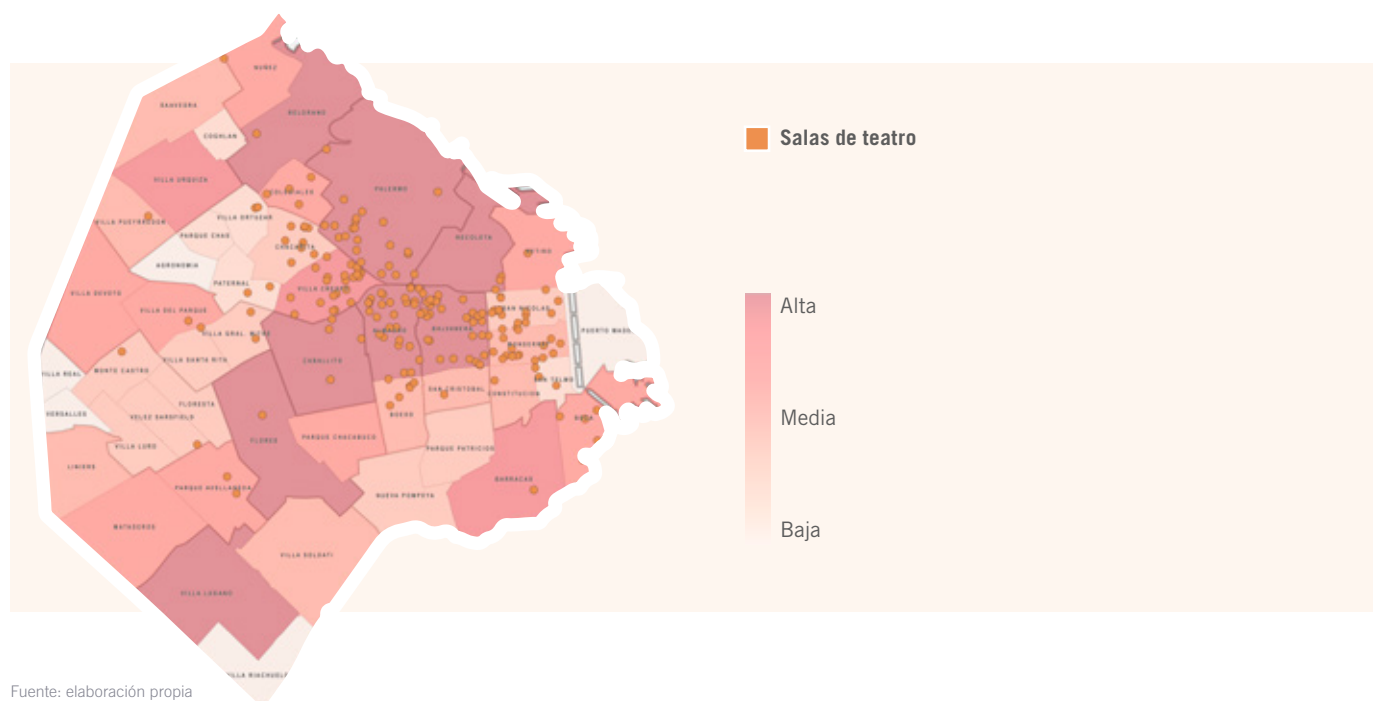
Tabla 48: Oferta de aforo Salas de Teatro cada 1000 habitantes por barrio

BARRIOS	ZONAS	POBLACIÓN	DENSIDAD POBLACIÓN (HAB./KM2)	CANTIDAD SALAS	OFERTA DE AFORO TEATRAL CADA 1000 HABITANTES POR BARRIO
BALVANERA	Este	138926	31991	31	20
ALMAGRO	Centro	131699	32515	28	19
PALERMO	Norte	225970	51951	22	9
VILLA CRESPO	Centro	81959	34139	22	24
MONSERRAT	Este	39914	3598	17	38
SAN NICOLAS	Este	29273	14323	17	52
SAN TELMO	Este	20453	8933	4	18
CABALLITO	Centro	176076	25701	4	2
RECOLETA	Norte	157932	31427	4	2
SUB-TOTAL				149	
% TOTAL				78%	

Fuente: elaboración propia

En síntesis, puede afirmarse que **la distribución de salas teatrales muestra una alta concentración en los barrios más céntricos y poblados de la ciudad, por cuanto solo 9 barrios acumulan más de las tres cuartas partes de las salas de la ciudad**. En el mapa 24 puede reconocerse espacialmente la distribución concentrada de las salas teatrales en los barrios de la zona centro-este (Balvanera, Monserrat, San Nicolás, San Telmo) y centro-norte (Almagro, Palermo, Villa Crespo) de la ciudad, tendiendo a concentrarse en las zonas más pobladas y céntricas de la urbe.

Mapa 24: Distribución Salas de Teatro según cantidad de habitantes por Barrio de la ciudad



Fuente: elaboración propia

12.1.C. DISTRIBUCIÓN CLUBES DE MÚSICA EN VIVO SEGÚN CANTIDAD DE POBLACIÓN

Los Clubes de Música en vivo se distribuyen, en apariencia, de un modo menos directamente vinculado a la cantidad de población de los barrios de la ciudad; siendo que aun cuando varios de éstos se encuentran entre los más poblados poseen pocos Clubes de Música en vivo en su territorio, como Balvanera o Recoleta, cada uno de los cuales apenas cuenta con un club de música. Sin embargo, debe notarse que los dos barrios que concentran mayor cantidad de Clubes de Música en vivo, Almagro y Palermo, que suman 18 entre ambos, se cuentan asimismo entre los de mayor población (Ver Tabla 49).

Tabla 49: Oferta de aforo Clubes de Música cada 1000 habitantes por barrio

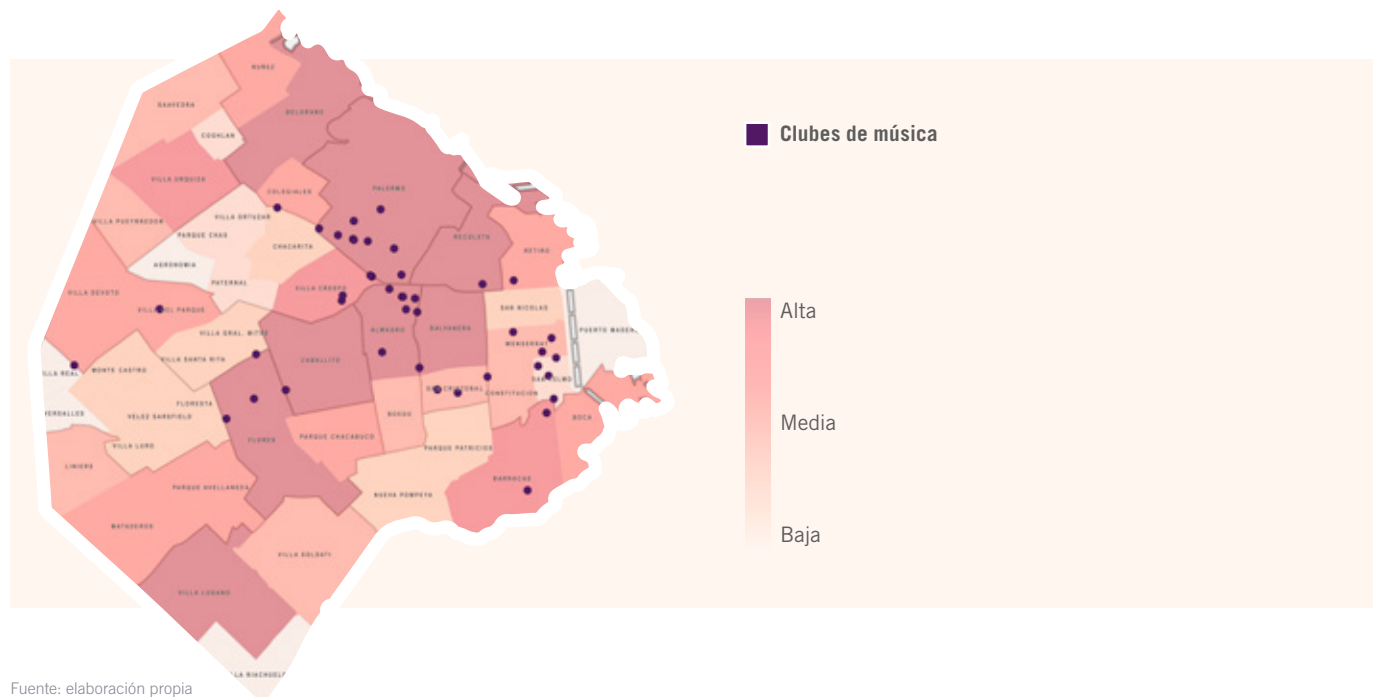
BARRIOS	ZONAS	POBLACIÓN	DENSIDAD POBLACIÓN (HAB./KM2)	CANTIDAD DE CLUBES DE MÚSICA	OFERTA DE AFORO EN CLUBES DE MÚSICA CADA 1000 HABITANTES POR BARRIO
BALVANERA	Este	138926	31991	1	1
ALMAGRO	Centro	131699	32515	7	7
PALERMO	Norte	225970	51951	11	7
VILLA CRESPO	Centro	81959	34139	2	3
MONSERRAT	Este	39914	3598	3	10
SAN TELMO	Este	20453	8933	4	26
FLORES	Centro	176076	25701	2	2
RECOLETA	Norte	157932	31427	1	1
SUB-TOTAL		972929		31	
% TOTAL		33%		75%	

Fuente: elaboración propia

Asimismo, nuevamente se advierte aquí una notoria oferta de aforo en barrios céntricos en términos de butacas por cada mil habitantes, que en el caso de San Telmo más que triplica los guarismos de los barrios con más Clubes de Música (Almagro y Palermo), lo que habla de una oferta que no se explica solo por los habitantes del barrio sino mayormente por la afluencia de público de otras zonas de la ciudad o incluso desde fuera de ella.

Lo que esto parece indicarnos es que, si bien la concentración poblacional incide de modo sustancial en la distribución de Clubes de Música en vivo en la ciudad, no descansa únicamente sobre ello, sino que se articula con otros factores, como la ubicación de los barrios en ciertas zonas de la ciudad o la infraestructura de transportes con que cuentan. Esto se vuelve patente al advertir que **solo 8 barrios, entre los cuales están varios de los más poblados, aunque en su conjunto representan apenas un tercio de la población de la ciudad, concentran tres cuartas partes de la totalidad de los Clubes de Música de la ciudad** (Ver Mapa 25).

Mapa 25: Distribución Clubes de Música según cantidad de habitantes por Barrio de la ciudad



12.1.D. DISTRIBUCIÓN CENTROS CULTURALES SEGÚN CANTIDAD DE POBLACIÓN

Los datos relevados permiten reconocer una distribución de Centros Culturales que continúa concentrándose en barrios densamente poblados: en Palermo, Almagro, Balvanera y Villa Crespo se ubica la mitad del total de Centros Culturales en la ciudad. Sin embargo, **es notorio que existe una importante cantidad de Centros Culturales localizados en barrios con menor densidad poblacional, como Boedo, Colegiales, Parque Patricios, San Cristóbal o Villa Urquiza (entre ellos suman 16, lo que representa más del 20% del total), lo que diferencia su distribución de la evidenciada por el total de las organizaciones culturales así como también de las Salas de Teatro y los Clubes de Música (no así de las Milongas, lo que expondremos más adelante).**



Tabla 50: Oferta de aforo Centros Culturales cada 1000 habitantes por barrio

BARRIOS	ZONAS	POBLACIÓN	DENSIDAD POBLACIÓN (HAB./KM2)	CANTIDAD DE CENTROS CULTURALES	OFERTA DE AFORO EN CENTROS CULTURALES CADA 1000 HABITANTES POR BARRIO
PALERMO	Norte	225970	51951	11	7
BALVANERA	Este	138926	31991	9	9
ALMAGRO	Centro	131699	32515	9	10
VILLA CRESPO	Centro	81959	34139	9	16
BOEDO	Centro	47306	18126	4	12
PARQUE PATRICIOS	Sur	40985	29591	3	10
VILLA URQUIZA	Norte	91563	16803	3	5
COLEGIALES	Norte	52551	22950	3	8
SAN CRISTOBAL	Este	48611	8784	3	9
SAN NICOLAS	Este	29273	14323	2	10
SAN TELMO	Este	20453	8933	2	14
SUB-TOTAL		909296		58	
% TOTAL		31%		76%	

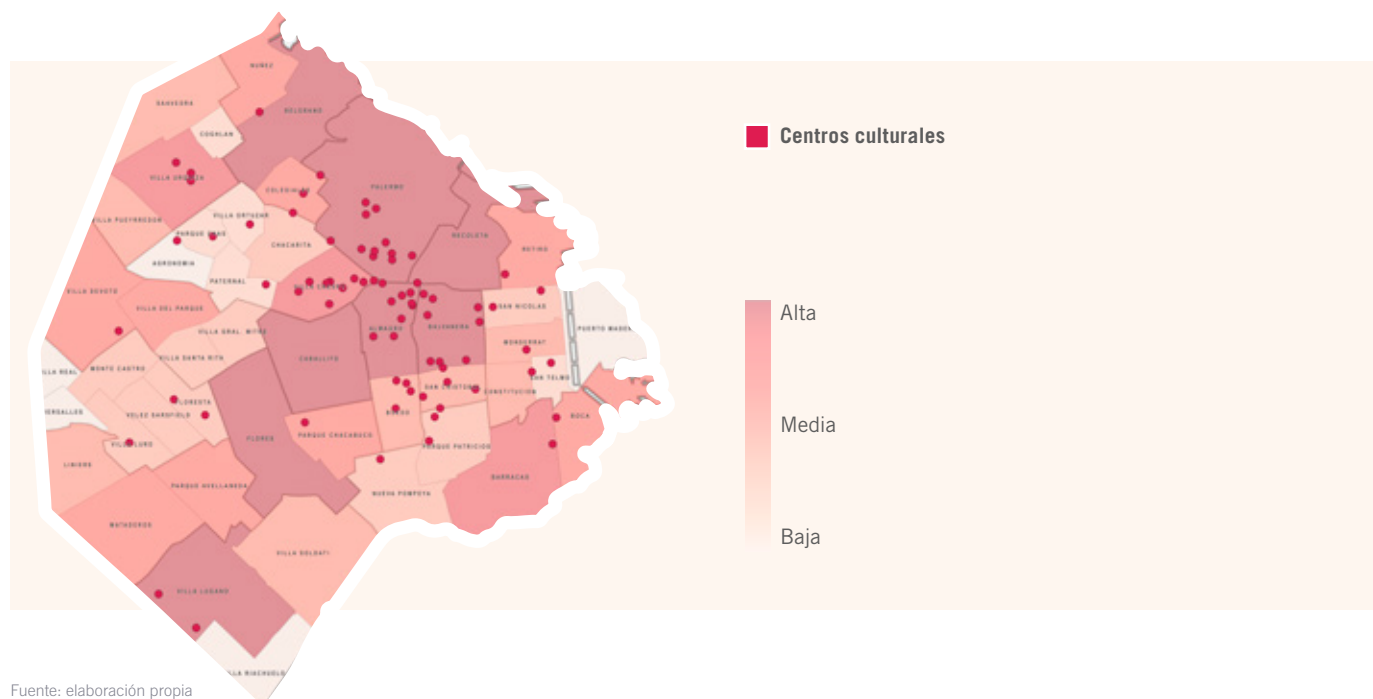
Fuente: elaboración propia

En la tabla 50 también se advierte una menor dispersión en términos de oferta de aforo cada mil habitantes entre los barrios que poseen mayor cantidad de Centros Culturales: si bien Villa Crespo aparece como el barrio con mayor oferta proporcional a sus habitantes, no se encuentra alejado de las cifras que conservan Boedo o San Telmo, ni este último, caracterizado como uno de los barrios más turísticos y céntricos de la ciudad, presenta números muy alejados de barrios como Parque Patricios o Boedo.

Si bien la tabla evidencia que, tal como en el caso de los Clubes de Música, tres cuartas partes de la oferta se ubican en barrios que concentran prácticamente un tercio de la población, la diferencia es que aquí ese grupo de barrios es más numeroso (se conforma por once barrios) y no existen diferencias abruptas de oferta según población en su interior.

La principal lectura que puede hacerse de estas particularidades en relación con la distribución de Centros Culturales al considerar el tamaño y densidad de la población barrial es que, si bien existe una clara vinculación entre población y localización de los Centros Culturales, a diferencia de otros espacios culturales, ellos constituyen una oferta más fuertemente anclada a los habitantes del barrio en que se encuentran (*Ver Mapa 26*).

Mapa 26: Distribución Centros Culturales según cantidad de habitantes por Barrio de la ciudad



Por su parte, como se visualiza en el mapa, no desaparece la incidencia de la distribución poblacional en la localización de estos espacios culturales, sino que se evidencia una mayor dispersión espacial aún cuando su mayoría se aloje en los barrios más poblados.

12.1.E. DISTRIBUCIÓN MILONGAS SEGÚN CANTIDAD DE POBLACIÓN

Las Milongas representan acaso las organizaciones culturales cuya distribución se apega menos a la concentración poblacional, distribuyéndose de modo más homogéneo entre barrios con distintas densidades poblacionales y oficiando de contrapeso en la distribución a los barrios donde se concentra la oferta cultural independiente en su conjunto (Almagro, Balvanera, Palermo y Villa Crespo). En el caso de las Milongas, se puede reconocer que barrios relativamente “periféricos” respecto del epicentro de dicha concentración, como San Cristóbal, Constitución o Parque Patricios, aportan un significativo número de Milongas a la oferta cultural de la ciudad (Ver Tabla 51)



Tabla 51: Oferta de aforo Milongas cada 1000 habitantes por barrio

BARRIOS	ZONAS	POBLACIÓN	DENSIDAD POBLACIÓN (HAB./KM2)	CANTIDAD DE MILONGAS	OFERTA DE AFORO EN MILONGAS CADA 1000 HABITANTES POR BARRIO
ALMAGRO	Centro	131699	32515	17	24
SAN CRISTOBAL	Este	48611	8784	15	58
BALVANERA	Este	138926	31991	14	19
PALERMO	Norte	225970	51951	12	10
VILLA CRESPO	Centro	81959	34139	12	27
MONSERRAT	Este	39914	3598	11	52
CONSTITUCION	Este	44107	20973	8	34
CABALLITO	Centro	176076	25701	6	6
SAN NICOLAS	Este	29273	14323	6	39
SAN TELMO	Este	20453	8933	4	37
PARQUE PATRICIOS	Sur	40985	29591	4	18
SUB-TOTAL		977973		109	
% TOTAL		34%		74%	

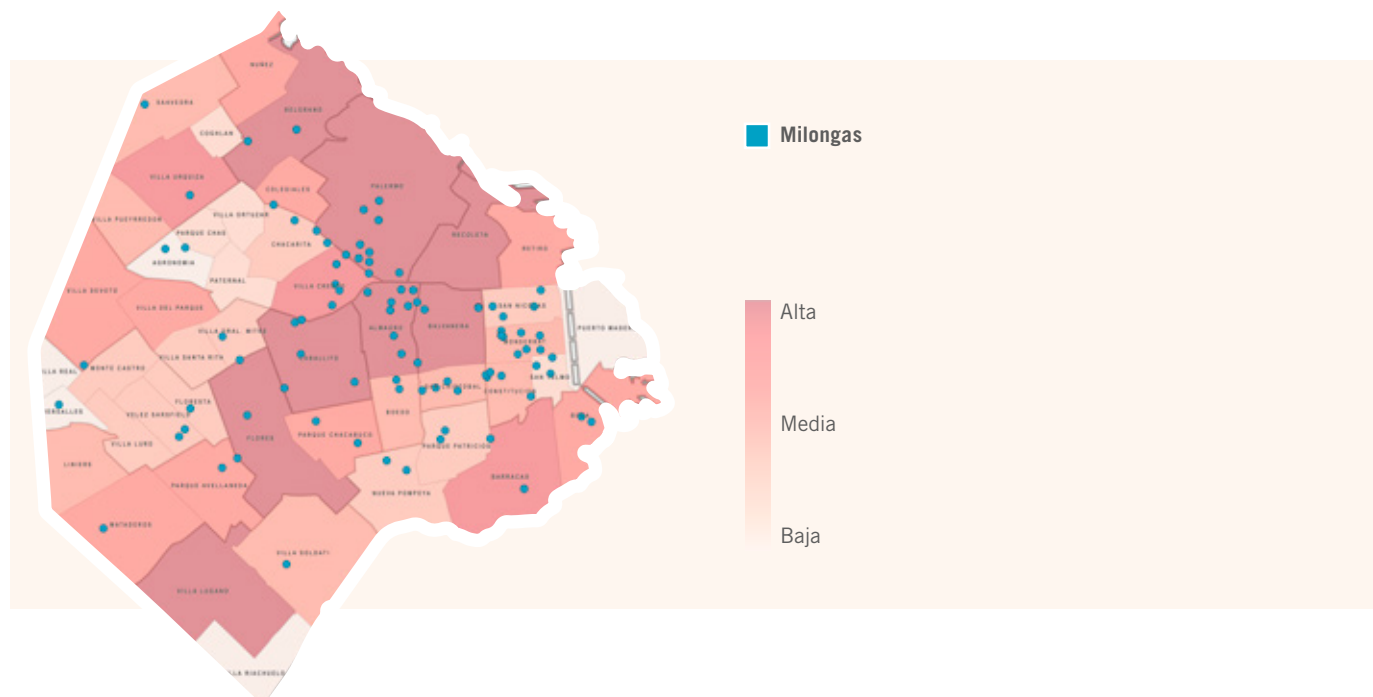
Fuente: elaboración propia



En cuanto a la oferta de aforo cada mil habitantes, el dato más saliente es la incorporación de barrios casi ausentes en la distribución del total de organizaciones culturales, como San Cristóbal o Constitución, con valores más altos que los cuatro barrios donde se concentra ese total, e incluso acercándose a la ratio de barrios cuya oferta cultural, como se indicó, tiende a destinarse a un público más allá de su propia población, como San Nicolás o San Telmo.

En otros términos, estamos hablando de una distribución de Milongas que no muestra una asociación significativa con la concentración poblacional, lo que redundaría en una mayor participación de los distintos barrios en la oferta de Milongas de la ciudad (Ver Mapa 27).

Mapa 27: Distribución Milongas según cantidad de habitantes por Barrio de la ciudad



Fuente: elaboración propia

Aquí el mapa 27 permite advertir que, si bien existen zonas y barrios de la ciudad con ausencia de Milongas en su territorio, la distribución espacial se encuentra más homogéneamente extendida que el conjunto de organizaciones culturales en barrios mayor y menormente poblados.

Estos datos nos permiten reconocer que las Milongas constituyen una oferta cultural que tiende a centrarse en la población de los propios barrios en que se localizan y cuya distribución responde a patrones diferentes respecto, centralmente, de los Clubes de Música y Salas de Teatro, emparentándose más a la evidenciada por centros culturales al extenderse sobre mayor cantidad de barrios y zonas de la ciudad.

12.2. DISTRIBUCIÓN DE ORGANIZACIONES CULTURALES SEGÚN EDAD

En esta sección nos proponemos analizar si existe algún tipo de asociación entre la distribución urbana de las organizaciones culturales que programan en vivo (en su conjunto y por sector) y la edad de los habitantes de la ciudad. Para esta finalidad, nos centramos en la población con edades entre los 20 y 39 años (divididas en tres franjas etarias de 20-24, 25-30 y 31-39) por ser el público que suele asistir a espacios que programan actividades artístico-culturales en vivo en la ciudad. Analizaremos esta relación en términos absolutos y de densidad.

12.2.A. DISTRIBUCIÓN TOTAL DE ORGANIZACIONES CULTURALES SEGÚN EDAD

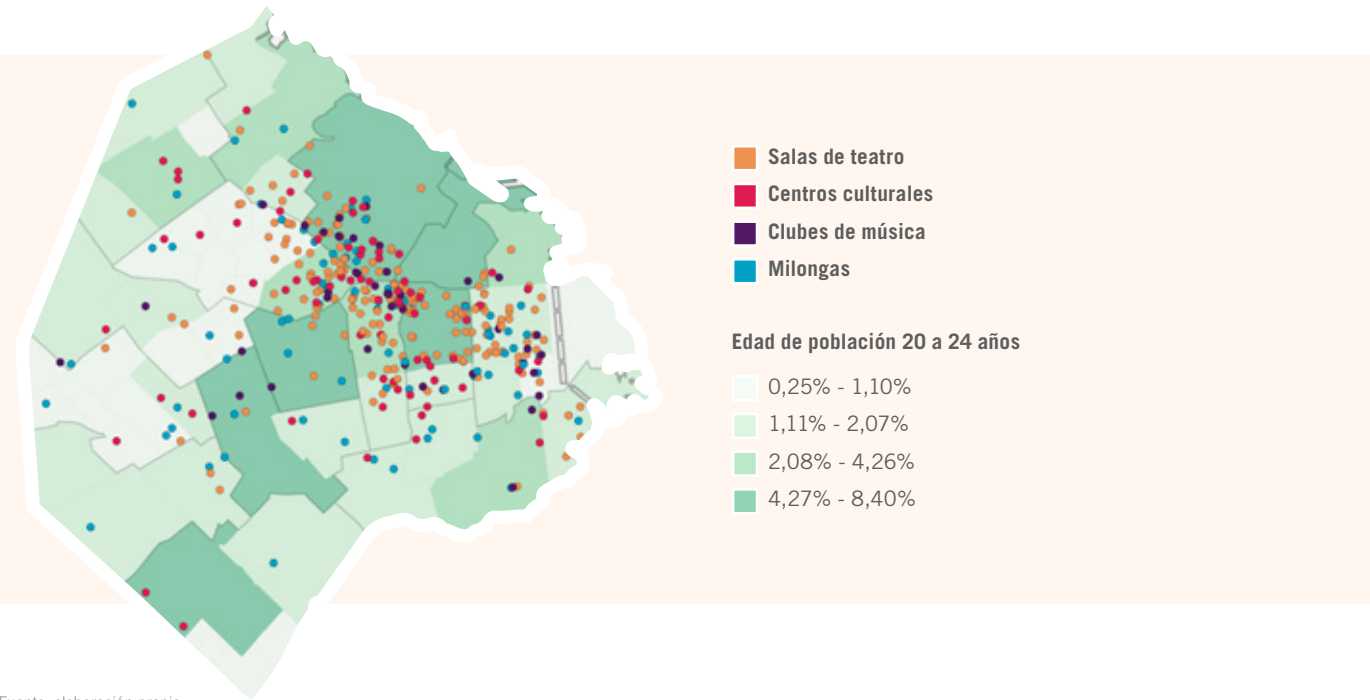
Se puede observar que **no existe una relación directa entre el porcentaje de habitantes con edades entre 20 y 39 años y el porcentaje de organizaciones culturales según barrio**. En este sentido, tres de los cinco barrios que concentran el mayor porcentaje de edades entre 20 y 24 años en su composición interna tienen un porcentaje bajo de organizaciones culturales (Recoleta, Retiro y Villa Soldati). Solo existe una correspondencia en los barrios de San Nicolás y Monserrat (zona este) los que concentran 25 y 32 organizaciones culturales, respectivamente (Ver Tabla 52 y Mapa 28)

Tabla 52: Barrios con mayor porcentaje de jóvenes entre 20 y 24 años en relación con porcentaje de organizaciones culturales

BARRIOS	ZONAS	CANTIDAD DE POBLACIÓN DE 20 A 24 AÑOS	PORCENTAJE DE 20 A 24 AÑOS SEGÚN BARRIO	CANTIDAD DE ORGANIZACIONES CULTURALES POR BARRIO	PORCENTAJE DE ORGANIZACIONES CULTURALES POR BARRIO
RECOLETA	Norte	17108	10,83	6	1,31
SAN NICOLAS	Este	3035	10,37	25	5,45
RETIRO	Este	6774	10,36	3	0,65
VILLA SOLDATI	Sur	4576	9,78	1	0,22
MONSERRAT	Este	3769	9,44	32	6,97

Fuente: elaboración propia

Mapa 28: Distribución organizaciones culturales según porcentaje de edad de 20 a 24 años por barrio



Fuente: elaboración propia

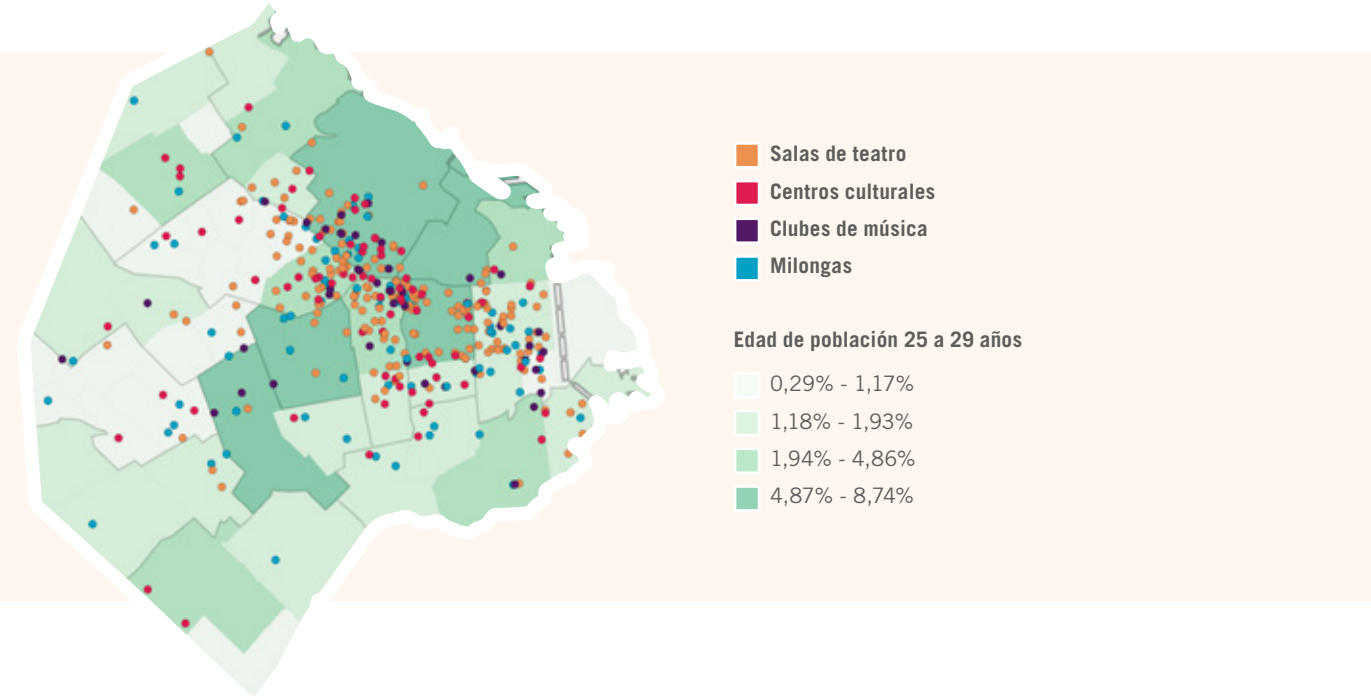
Esta relación cambia levemente en la franja de 25 a 29 años. Aquí podemos observar que 4 de los siete barrios que tienen el mayor porcentaje de jóvenes entre 25 y 29 años poseen el mayor porcentaje de organizaciones culturales: San Nicolás (5,45%), Monserrat (6,97%), Balvanera (11,08%) y Palermo (12,20%) (Ver Tabla 53 y Mapa 29).

Tabla 53: Barrios con mayor porcentaje de jóvenes entre 25 y 29 años en relación con porcentaje de organizaciones culturales

BARRIOS	ZONAS	CANTIDAD DE POBLACIÓN DE 25 A 29 AÑOS	PORCENTAJE DE 25 A 29 AÑOS SEGÚN BARRIO	CANTIDAD DE ORGANIZACIONES CULTURALES POR BARRIO	PORCENTAJE DE ORGANIZACIONES CULTURALES POR BARRIO
SAN NICOLAS	Este	3631	12,40	25	5,45
MONSERRAT	Este	4312	10,80	32	6,97
RECOLETA	Norte	16728	10,59	6	1,31
PUERTO MADERO	Este	702	10,44	0	0,00
RETIRO	Este	6813	10,42	3	0,65
BALVANERA	Este	13804	9,94	55	11,98
PALERMO	Norte	21635	9,57	56	12,20

Fuente: elaboración propia

Mapa 29: Distribución organizaciones culturales según porcentaje de edad de 25 a 29 años por barrio



Fuente: elaboración propia

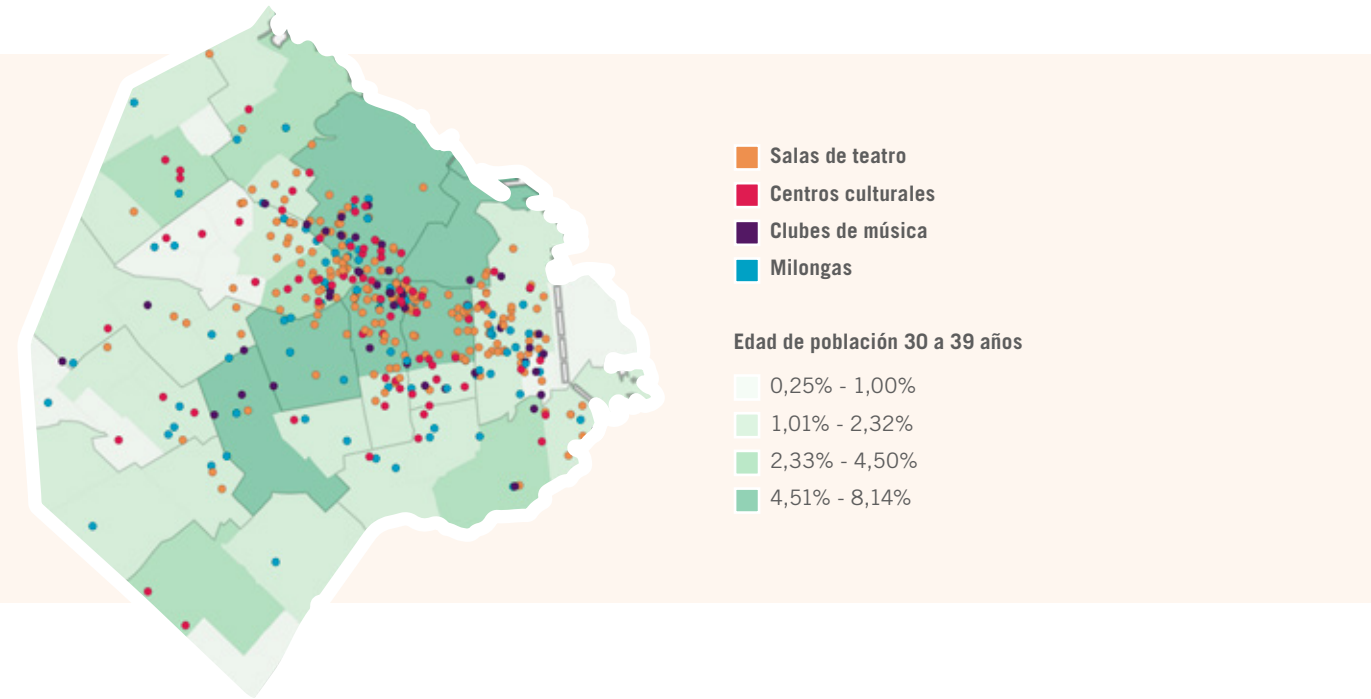
Sin embargo, los barrios que concentran mayor cantidad de habitantes entre 30 y 39 años son los que poseen un muy bajo porcentaje de organizaciones culturales: Coghlan (0,01%), Vélez Sarsfield (0,87%), Parque Patricios (1,53%), Villa Riachuelo (0%) y Villa del Parque (0,44%) (Ver Tabla 54 y Mapa 30).

Tabla 54: Barrios con mayor porcentaje de habitantes entre 30 y 39 años en relación con porcentaje de organizaciones culturales

BARRIOS	ZONAS	CANTIDAD DE POBLACIÓN DE 30 A 39 AÑOS	PORCENTAJE DE 30 A 39 AÑOS SEGÚN BARRIO	CANTIDAD DE ORGANIZACIONES CULTURALES POR BARRIO	PORCENTAJE DE ORGANIZACIONES CULTURALES POR BARRIO
COGHLAN	Norte	18604	13,44	0	0,00
VELEZ SARSFIELD	Oeste	35081	12,11	4	0,87
PARQUE PATRICIOS	Sur	40985	11,47	7	1,53
VILLA RIACHUELO	Sur	14084	10,92	0	0,00
VILLA DEL PARQUE	Oeste	55273	10,89	2	0,44

Fuente: elaboración propia

Mapa 30: Distribución organizaciones culturales según porcentaje de edad de 30 a 39 años por barrio



Fuente: elaboración propia

Esta situación cambia significativamente si observamos la relación existente entre densidad de personas entre 20 y 39 y la densidad de organizaciones culturales. Aquí, se observa una relación más directa entre densidades en todas las franjas etarias seleccionadas para el análisis. Esta relación resulta más directa en los segmentos de 25 a 29 años y de 30 a 39 años, donde existe una asociación significativa entre densidad de jóvenes y de organizaciones culturales

con las excepciones de Recoleta y Villa del Parque. Si se comparan las densidades de otras franjas etarias con las densidades de organizaciones culturales se hace más evidente este tipo de relación. Por ejemplo, salvo por el barrio de Palermo (el más densamente poblado de la ciudad), la densidad poblacional de las franjas etarias de 0 a 14 años, de 15 a 19, y de 65 y más no condice con la densidad de organizaciones culturales, mientras que en las franjas de 40 a 49 y 50 a 64 se detecta un principio de relación, pero menos directo (Ver Tabla 54).

Tabla 55: Densidad de habitantes según edad y densidad de organizaciones culturales por barrio

BARRIOS	DENSIDAD HAB. DE 20 A 24 AÑOS POR KM2	DENSIDAD DE ORG. CULTURALES POR KM2	BARRIOS	DENSIDAD HAB. DE 25 A 29 AÑOS POR KM2	DENSIDAD DE ORG. CULTURALES POR KM2	BARRIOS	DENSIDAD HAB. DE 30 A 39 AÑOS POR KM2	DENSIDAD DE ORG. CULTURALES POR KM2
PALERMO	4414	13	PALERMO	4974	13	PALERMO	8656	13
RECOLETA	3404	1	RECOLETA	3329	1	VILLA DEL PARQUE	6019	1
BALVANERA	2966	13	BALVANERA	3179	13	VILLA CRESPO	5861	19
VILLA CRESPO	2501	19	VILLA CRESPO	2996	19	ALMAGRO	5621	15
VILLA DEL PARQUE	2450	1	ALMAGRO	2996	15	BALVANERA	5323	13

Fuente: elaboración propia

Estas evidencias nos permiten concluir que no existe una relación directa entre población joven y cantidad de organizaciones culturales por barrios en términos absolutos, pero si en cuanto a densidad, siendo los barrios con mayor densidad de población joven los de mayor densidad de organizaciones culturales. Por tal motivo, podemos afirmar que **existe un principio de relación entre densidad de población joven y la emergencia de organizaciones de la cultura independiente; siendo el principio de densidad de mayor fortaleza que el de cantidad absoluta.**

12.2.B. DISTRIBUCIÓN SALAS DE TEATROS SEGÚN EDAD

Las Salas de Teatro tienden a distribuirse en los barrios respetando la correlación arriba indicada entre densidad de población joven en su conjunto y densidad de salas, tal como puede advertirse en la tabla 60. Los cinco barrios con mayor densidad de Salas de Teatro (Villa Crespo, San Nicolás, Almagro, Balvanera y Palermo) son asimismo parte del grupo con densidades más altas de población en las tres franjas etarias de adultos jóvenes.

Ahora bien, la particularidad que encontramos en esta distribución es que las Salas de Teatro tienden a localizarse en barrios donde la población de adultos jóvenes iguala o supera el promedio en la ciudad. Esto es, en barrios cuya proporción de población joven es relativamente importante, siendo esta correlación más fuerte a medida que ascendemos en la edad.

Tal es así que siendo la media de población de 20 a 24 en la ciudad del orden del 7,9%, los barrios con más densidad de Salas de Teatro muestran índices en esta franja poblacional que se acercan o superan la media de la ciudad hasta

en dos puntos porcentuales. Si, en cambio, consideramos la media de la ciudad respecto de la franja etaria de 25 a 29 años -estimada en 8,6%-, podemos notar que los barrios con mayor densidad de salas se encuentran todos por encima de esta cifra. Finalmente, al cotejarla con la proporción del conjunto de población de la ciudad entre 30 y 39 años, calculada en 16%, resulta notable que el mismo conjunto de barrios la superan entre medio y dos puntos porcentuales.

También puede cotejarse esta correlación al considerar la media del conjunto de la población entre 20 y 39 años, que podríamos denominar adultos jóvenes, en la ciudad y en los distintos barrios; ubicándose la primera en torno del 32,5%. Resulta claro al respecto que todos los barrios con una importante densidad de Salas de Teatro presentan proporciones superiores a ese número de hasta varios puntos porcentuales.

En síntesis, **se advierte una correlación entre la juventud de la población y la localización de las Salas de Teatro en los barrios de la ciudad, siendo dicha correlación mayor en la franja de adultos jóvenes (30 a 39 años)** (Ver Tabla 56).

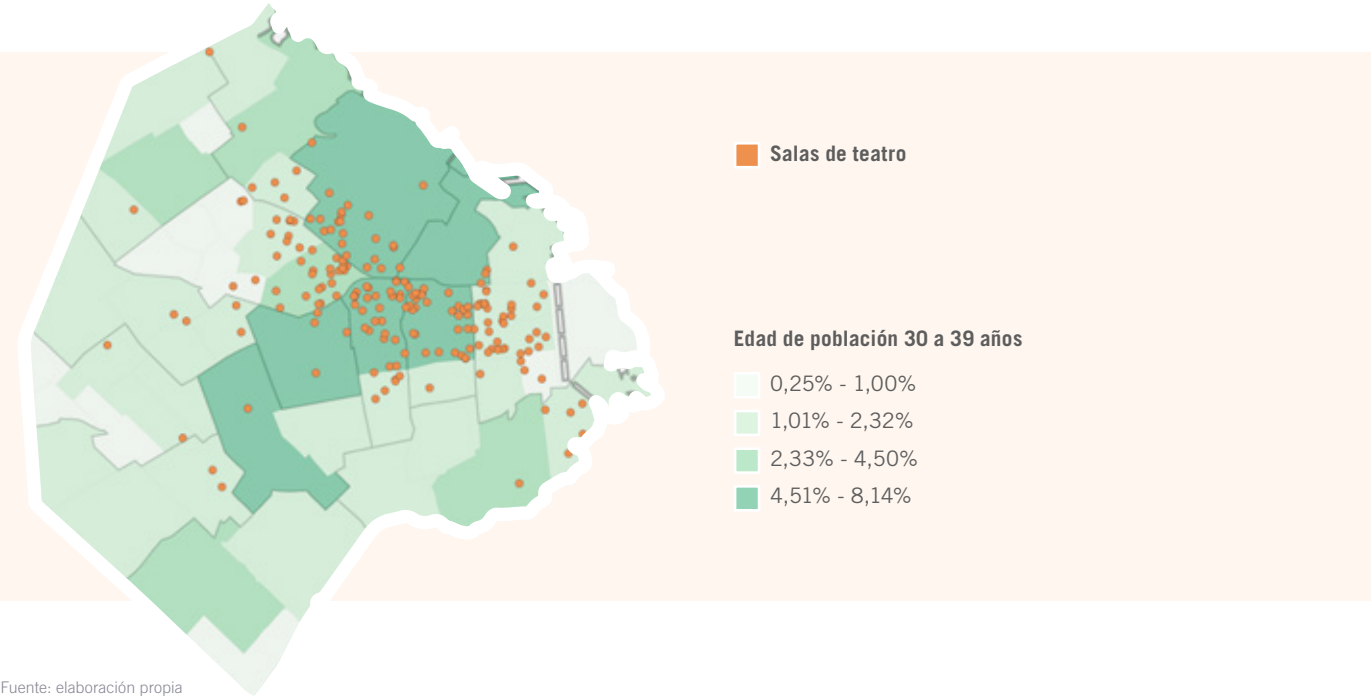
Tabla 56: Densidad de habitantes según edad y densidad de Salas de Teatro por barrio

BARRIOS	DENSIDAD HAB. DE 20 A 24 AÑOS POR KM2	% HAB. DE 20 A 24 AÑOS POR KM2	DENSIDAD HABITANTES DE 25 A 29 POR KM2	% HAB. DE 25 A 29 POR KM2	DENSIDAD HABITANTES DE 30 A 39 AÑOS POR KM2	HABITANTES DE 30 A 39 AÑOS POR KM2	% POBLACIÓN 20 A 39	DENSIDAD DE SALAS DE TEATRO POR KM2
VILLA CRESPO	2501	7,3	2996	8,8	5621	17,2	33,3	9
ALMAGRO	2438	7,5	2996	9,2	5621	17,2	33,9	7
BALVANERA	2966	9,3	3179	9,9	5861	16,6	35,8	7
PALERMO	4414	8,5	4974	9,6	8656	16,7	34,8	5
CHACARITA	659	7,4	808	9,1	1635	18,3	34,8	3
MONSERRAT	510	9,4	583	10,8	955	17,7	37,9	2
SAN TELMO	717	8	854	9,6	1536	17,2	34,8	2

Fuente: elaboración propia

En el mapa a continuación puede advertirse que la distribución de Salas de Teatro tiende a coincidir con barrios con alta proporción de población en la franja de 30 a 39 años (Ver Mapa 31).

Mapa 31: Distribución Salas de Teatro según porcentaje de edad de 30 a 39 años por barrio



12.2.C. DISTRIBUCIÓN CLUBES DE MÚSICA EN VIVO SEGÚN EDAD

La distribución de Clubes de Música en vivo, por su parte, respeta en líneas generales la asociación entre densidad de espacios y densidad de población en franjas etarias de adultos jóvenes. Si se consideran los cinco barrios con mayor densidad de Clubes de Música, se reconoce la relación en todos ellos con la única excepción de San Telmo, lo que se vincula con lo ya observado respecto de su oferta cultural destinada en gran medida más allá de la propia población.

A su vez, los barrios con mayor densidad de clubes música, al igual que en el caso de las Salas de Teatro, guardan una alta proporción de población en las franjas etarias de adultos jóvenes y, con la sola excepción de Villa del Parque, todos se encuentran por encima de la proporción media de 32,5% de población entre 20 y 39 años en la ciudad (Ver Tabla 57).

Tabla 57: Densidad de habitantes según edad y densidad de Clubes de Música por barrio

BARRIOS	DENSIDAD HAB. DE 20 A 24 AÑOS POR KM2	% HAB. DE 20 A 24 AÑOS POR KM2	DENSIDAD HABITANTES DE 25 A 29 POR KM2	% HAB. DE 25 A 29 POR KM2	DENSIDAD HABITANTES DE 30 A 39 AÑOS POR KM2	HABITANTES DE 30 A 39 AÑOS POR KM2	% POBLACIÓN 20 A 39	DENSIDAD DE CLUBES DE MÚSICA POR KM2
PALERMO	4414	8,5	4974	9,6	8656	16,7	34,8	2,5
ALMAGRO	2438	7,5	2996	9,2	5621	17,2	33,9	1,7
SAN TELMO	717	8	854	9,6	1536	17,2	34,8	1,7
VILLA CRESPO	2501	7,3	2996	8,8	5621	17,2	33,3	0,8
VILLA DEL PARQUE	2450	6,2	2877	7,3	6019	15,3	28,8	0,7

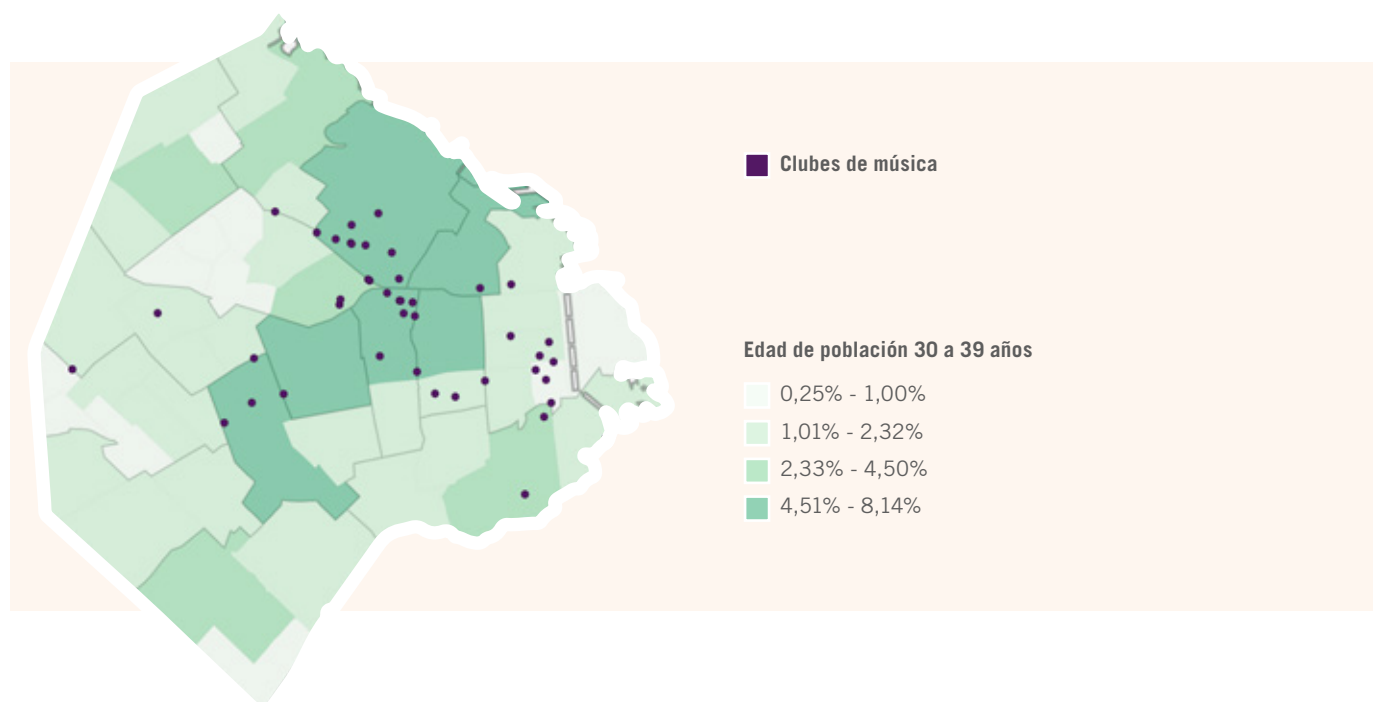
Fuente: elaboración propia

Nótese que las excepciones de San Telmo y Villa del Parque aparecen, en uno y otro caso, compensadas por una u otra variable (densidad de la franja etaria o proporción que representa en la población barrial): en tanto el primero mantiene altas proporciones de población en las tres franjas etarias, el segundo evidencia una fuerte densidad en dichas franjas etarias de población.

Por otro lado, la incidencia de la edad sobre la distribución se vuelve también aquí mayor en el grupo de 30 a 39 años donde, con la ya mencionada excepción de Villa del Parque, los barrios con mayor densidad de Clubes de Música registran proporciones de población superiores a la media de la ciudad, calculada en 16%.

El mapa expuesto a continuación permite advertir que **los Clubes de Música en vivo tienden a ubicarse en barrios con una importante proporción de población de adultos jóvenes entre 30 y 39 años** (Ver Mapa 32).

Mapa 32: Distribución Clubes de Música según porcentaje de edad de 30 a 39 años por barrio



Fuente: elaboración propia

En otras palabras, la distribución por barrios de los Clubes de Música en vivo muestra una cierta correlación con la densidad y proporción de las franjas etarias de adultos jóvenes, que parece fortalecerse a medida que aumenta la edad entre los 20 y los 39 años.

12.2.D. DISTRIBUCIÓN CENTROS CULTURALES SEGÚN EDAD

La distribución de Centros Culturales muestra una menor concurrencia con la densidad y proporción de población en franjas etarias de adultos jóvenes respecto de los teatros y los Clubes de Música.

Al contemplar todos aquellos barrios con una densidad de al menos un centro cultural por kilómetro cuadrado se

reconoce una cierta dispersión en las densidades de población en dichas franjas etarias, así como en la relación que las proporciones guardan con la media para cada franja etaria.

La salvedad está dada por la proporción de habitantes en la franja de 30 a 39 años, en la cual todos los barrios del listado emparejan o superan la media porteña, aunque con diferencias menores a los casos de las salas teatrales y los Clubes de Música (Ver Tabla 58).

Tabla 58: Densidad de habitantes según edad y densidad de Centros Culturales por barrio

BARRIOS	DENSIDAD HAB. DE 20 A 24 AÑOS POR KM2	% HAB. DE 20 A 24 AÑOS POR KM2	DENSIDAD HABITANTES DE 25 A 29 POR KM2	% HAB. DE 25 A 29 POR KM2	DENSIDAD HABITANTES DE 30 A 39 AÑOS POR KM2	HABITANTES DE 30 A 39 AÑOS POR KM2	% POBLACIÓN 20 A 39	DENSIDAD DE CENTROS CULTURALES POR KM2
VILLA CRESPO	2501	7,3	2996	8,8	5621	17,2	33,3	3,7
PALERMO	4414	8,5	4974	9,6	8656	16,7	34,8	2,5
ALMAGRO	2438	7,5	2996	9,2	5621	17,2	33,9	2,2
P. PATRICIOS	2180	7,4	2377	8	4699	15,9	31,3	2,2
BALVANERA	2966	9,3	3179	9,9	5861	16,6	35,8	2,1
BOEDO	1311	7,2	1461	8,1	2914	16,1	31,4	1,5
COLEGIALES	1597	7	1913	8,3	3919	17,1	32,4	1,3
SAN NICOLAS	1485	10,4	1777	12,4	2538	17,7	40,5	1

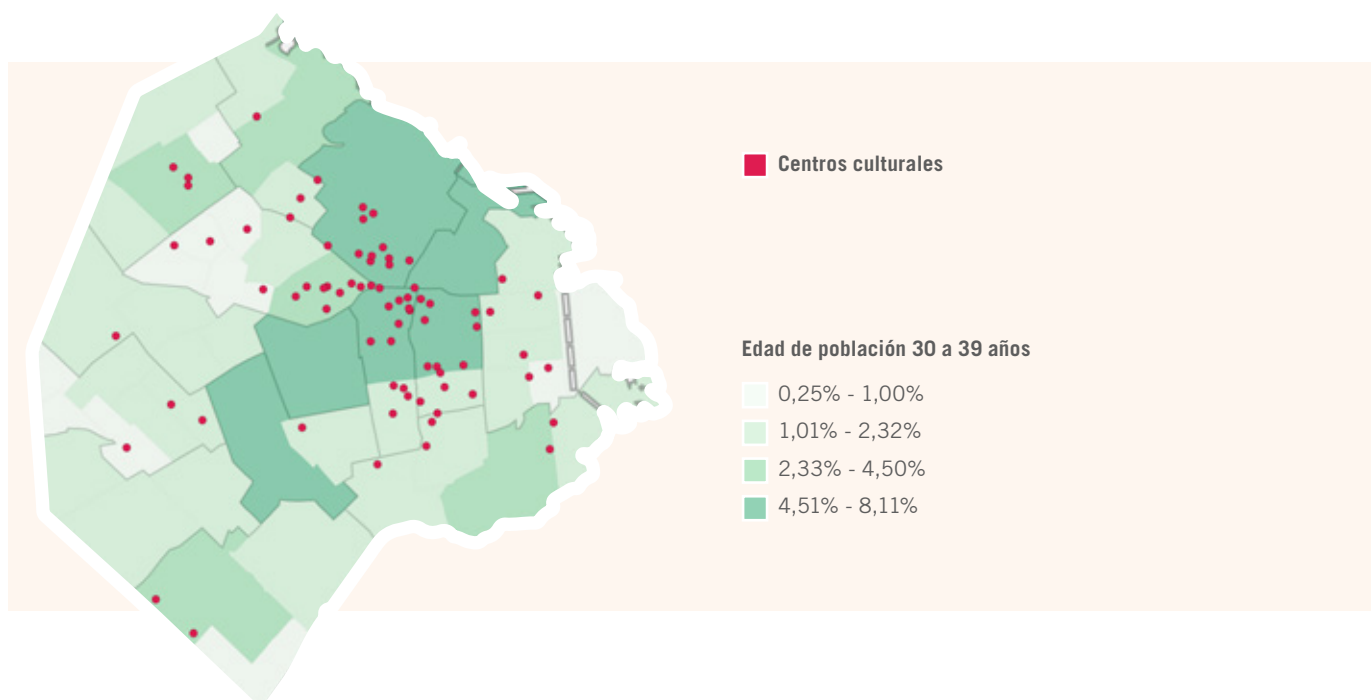
Fuente: elaboración propia

Lo anterior debe leerse como una menor incidencia de la edad sobre la localización de los Centros Culturales en los barrios aunque no como la desaparición de dicha relación, dado que los barrios con mayor densidad de Centros Culturales muestran cifras significativas tanto en densidad como en proporción de población en las franjas comprendidas entre 20 y 39 años.

Tal como lo deja reconocer el mapa, los Centros Culturales se distribuyen en barrios con distintas proporciones de población en la franja de 30 a 39 años de edad, aunque tienden a concentrarse en aquellos donde ésta es más elevada (Ver Mapa 33).



Mapa 33: Distribución Centros Culturales según porcentaje de edad de 30 a 39 años por barrio



Fuente: elaboración propia

Estos datos permiten reconocer a los Centros Culturales como una oferta menos centrada en la edad que los ya referidos del ámbito teatral y musical, aunque todavía mayormente presente en barrios con altas tasas de población adulta joven.

Los Centros Culturales ofrecen una oferta menos centrada en la edad que las Salas Teatrales y los Clubes de Música, aunque todavía mayormente presente en barrios con altas tasas de población adulta joven.

12.2.E. DISTRIBUCIÓN MILONGAS SEGÚN EDAD

El peso de la edad en la distribución de las Milongas en los distintos barrios de la ciudad se manifiesta menos claramente que en el resto de las organizaciones culturales, especialmente en lo que hace a la densidad de población en distintas franjas etarias. En efecto, como puede advertirse en la siguiente tabla, los doce barrios con una densidad de Milongas por kilómetro cuadrado superior a uno presentan densidades etarias notablemente dispersas, lo que se corresponde con su distribución en barrios menos poblados, ya señalada en la sección 12.1.a, que llega a valores que se octuplican en las tres franjas (tal el caso de Monserrat y Palermo).

Tabla 59: Densidad de habitantes según edad y densidad de Milongas por barrio

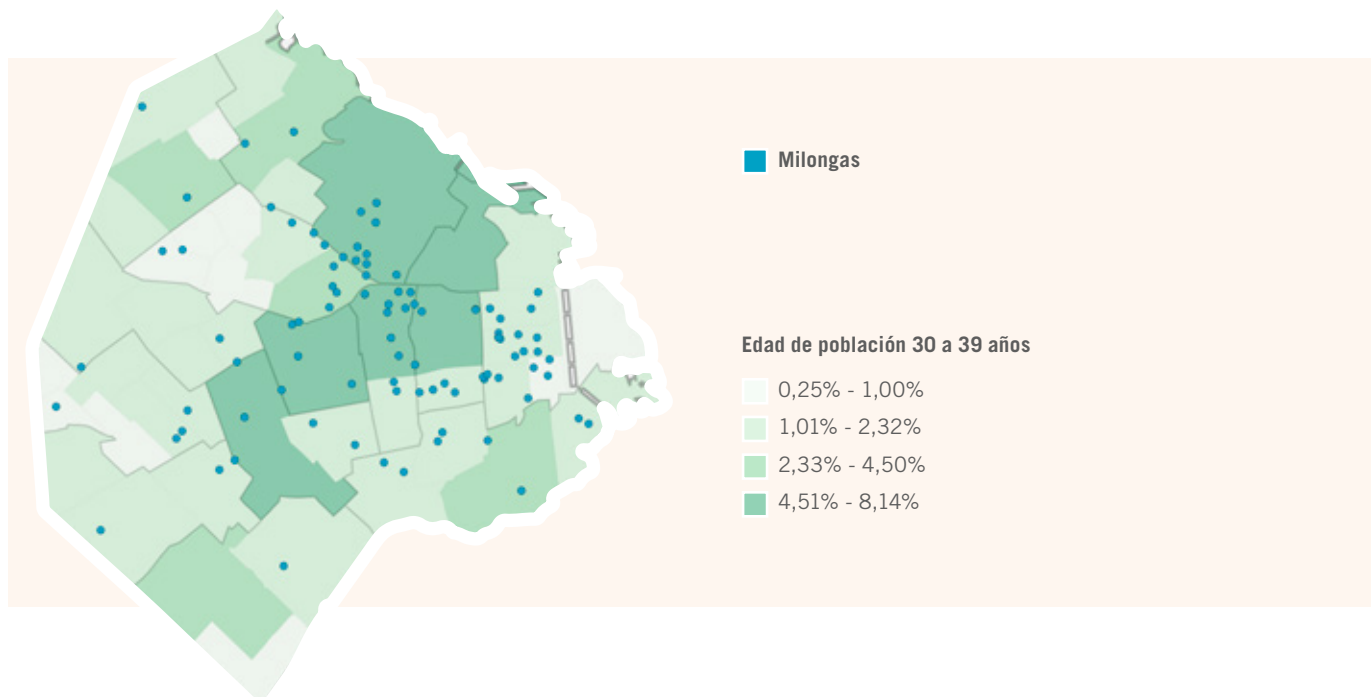
BARRIOS	DENSIDAD HAB. DE 20 A 24 AÑOS POR KM2	% HAB. DE 20 A 24 AÑOS POR KM2	DENSIDAD HABITANTES DE 25 A 29 POR KM2	% HAB. DE 25 A 29 POR KM2	DENSIDAD HABITANTES DE 30 A 39 AÑOS POR KM2	HABITANTES DE 30 A 39 AÑOS POR KM2	% POBLACIÓN 20 A 39	DENSIDAD DE MILONGAS POR KM2
VILLA CRESPO	2501	7,3	2996	8,8	5621	17,2	33,3	5
ALMAGRO	2438	7,5	2996	9,2	5621	17,2	33,9	4,2
CONSTITUCION	1748	8,3	1905	9,1	3374	16,1	33,5	3,8
BALVANERA	2966	9,3	3179	9,9	5861	16,6	35,8	3,2
P. PATRICIOS	2180	7,4	2377	8	4699	15,9	31,3	2,9
SAN NICOLAS	1485	10,4	1777	12,4	2538	17,7	40,5	2,9
PALERMO	4414	8,5	4974	9,6	8656	16,7	34,8	2,7
SAN CRISTOBAL	658	7,5	721	8,2	1428	16,2	31,9	2,7
VELEZ SARSFIELD	1990	7	2117	7,4	4247	14,9	29,3	2,4
SAN TELMO	717	8	854	9,6	1536	17,2	34,8	1,7
MONSERRAT	510	9,4	583	10,8	955	17,7	37,9	1,5
COLEGIALES	1597	7	1913	8,3	3919	17,1	32,4	1,3

Fuente: elaboración propia

Sin embargo, es notable que la dispersión advertida en las densidades se reduce fuertemente en el caso de las proporciones de población en las franjas etarias de 20 a 24, 25 a 29 y 30 a 39 años. En las tres existe dispersión y valores por debajo de la media, aunque dicha dispersión tiende a reducirse y los valores tienden a ubicarse por encima de la media a medida que se avanza en la edad: mientras del grupo de barrios considerado hay 6 que se ubican por debajo de la media de población de 20 a 24 años (en torno del 7,9%) entre los cuales están los dos de mayor densidad de Milongas (Almagro y Villa Crespo), para la franja etaria de 25 a 29 años esto sucede en 4 barrios (en particular de los que muestran menor densidad de Milongas), en tanto solo dos barrios del mismo conjunto (Parque Patricios y Vélez Sarsfield, aunque el primero solo en una décima de punto porcentual) tienen menor cantidad de población entre 30 y 39 años que el promedio de la ciudad (Ver Tabla 59).

La mayor importancia de la población de 30 a 39 años en la distribución de las Milongas se puede ver en el siguiente mapa, notando que, si bien tienden a localizarse en barrios con índices medianamente altos de dicha franja etaria, se encuentran asimismo presentes en el grupo de barrios con menor índice para este segmento (Ver Mapa 34).

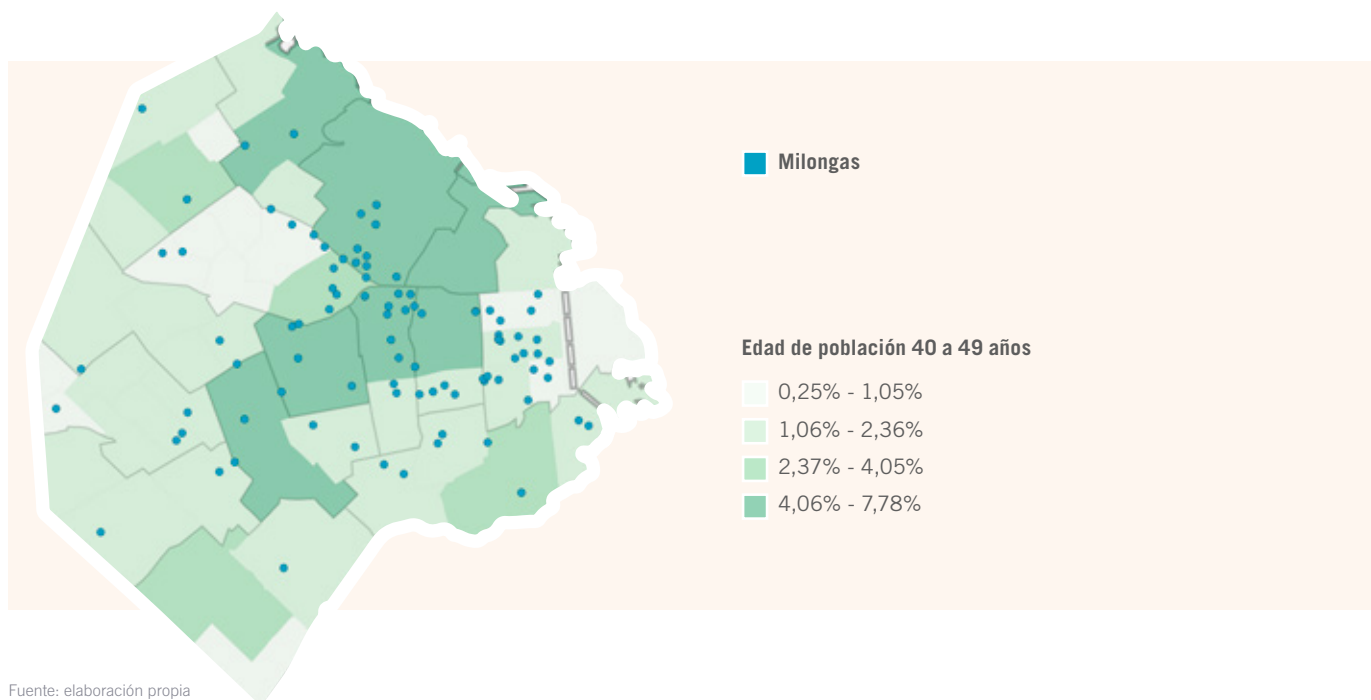
Mapa 34: Distribución Milongas según porcentaje de edad de 30 a 39 años por barrio



Fuente: elaboración propia

Hemos incorporado un segundo mapa con el objeto de mostrar que, pese a que la relevancia de la población adulta joven en la distribución barrial de las Milongas se acrecienta en la franja de mayor edad de dicha población, al considerar esta distribución de acuerdo a la población de 40 a 49 años en los distintos barrios porteños se evidencia una ausencia de correlación plasmada en la existencia de numerosos barrios con altos índices de población de este grupo etario sin Milongas en su territorio (*Ver Mapa 35*).

Mapa 35: Distribución Milongas según porcentaje de edad de 40 a 49 años por barrio



Fuente: elaboración propia

Puede concluirse, por tanto, que, si bien las Milongas se distribuyen en barrios más y menos densamente poblados, lo hace preferentemente allí donde la proporción de franjas etarias de adultos jóvenes se acerca o supera la media. Con respecto al resto de las organizaciones culturales independientes, la población de adultos jóvenes parece incidir menos en su distribución barrial, aunque no desaparece, sino que tiende a centrarse en la franja de mayor edad de dicho grupo.

En el caso de las milongas, la población de adultos jóvenes parece incidir menos en su distribución barrial, aunque no desaparece, sino que tiende a centrarse en la franja de mayor edad de este grupo.

12.3. DISTRIBUCIÓN DE ORGANIZACIONES CULTURALES SEGÚN NIVEL EDUCATIVO

En esta sección nos proponemos analizar si existe algún tipo de relación entre la distribución urbana de las organizaciones culturales que programan en vivo (en su conjunto y por sector) y el nivel educativo de los habitantes de la ciudad. Para esta finalidad, nos centramos en la población con nivel educativo superior (terciario, universitario de grado y de posgrado completo o incompleto) por ser el público que suele asistir a espacios que programan actividades artístico-culturales en vivo en la ciudad. Nuevamente aquí, analizaremos esta relación en términos absolutos y de densidad.

12.3.A. DISTRIBUCIÓN TOTAL DE ORGANIZACIONES CULTURALES SEGÚN NIVEL EDUCATIVO

A simple vista se puede observar que no existe una relación directa entre nivel educativo superior de los habitantes de cada barrio y la cantidad de organizaciones culturales. Los barrios que concentran la mayor cantidad de población con algún tipo de estudio superior son los barrios de Recoleta (60,94%), Palermo (57,04%), Belgrano (55,57%), Nuñez (51,91%) y Colegiales (51,59%), todos de la zona norte de la ciudad. Entre estos barrios, solo Palermo posee un porcentaje alto de organizaciones culturales (12,20%), muy por encima de Recoleta (1,31%), Belgrano (0,87%), Nuñez (0,44%) y Colegiales (2,40%) (Ver Tabla 60).

Tabla 60: Barrios con mayor porcentaje de habitantes con educación superior en relación con porcentaje de organizaciones culturales

BARRIOS	ZONAS	CANTIDAD DE HABITANTES CON ALGÚN TIPO DE EDUCACIÓN SUPERIOR	PORCENTAJE DE HABITANTES CON ALGÚN TIPO DE EDUCACIÓN SUPERIOR	CANTIDAD DE ORG. CULTURALES POR BARRIO	PORCENTAJE DE ORG. CULTURALES POR BARRIO
RECOLETA	Norte	96238	60,94	6	1,31
PALERMO	Norte	128903	57,04	56	12,20
BELGRANO	Norte	70475	55,57	4	0,87
NUÑEZ	Norte	26969	51,91	2	0,44
COLEGIALES	Norte	27111	51,59	11	2,40

Fuente: elaboración propia



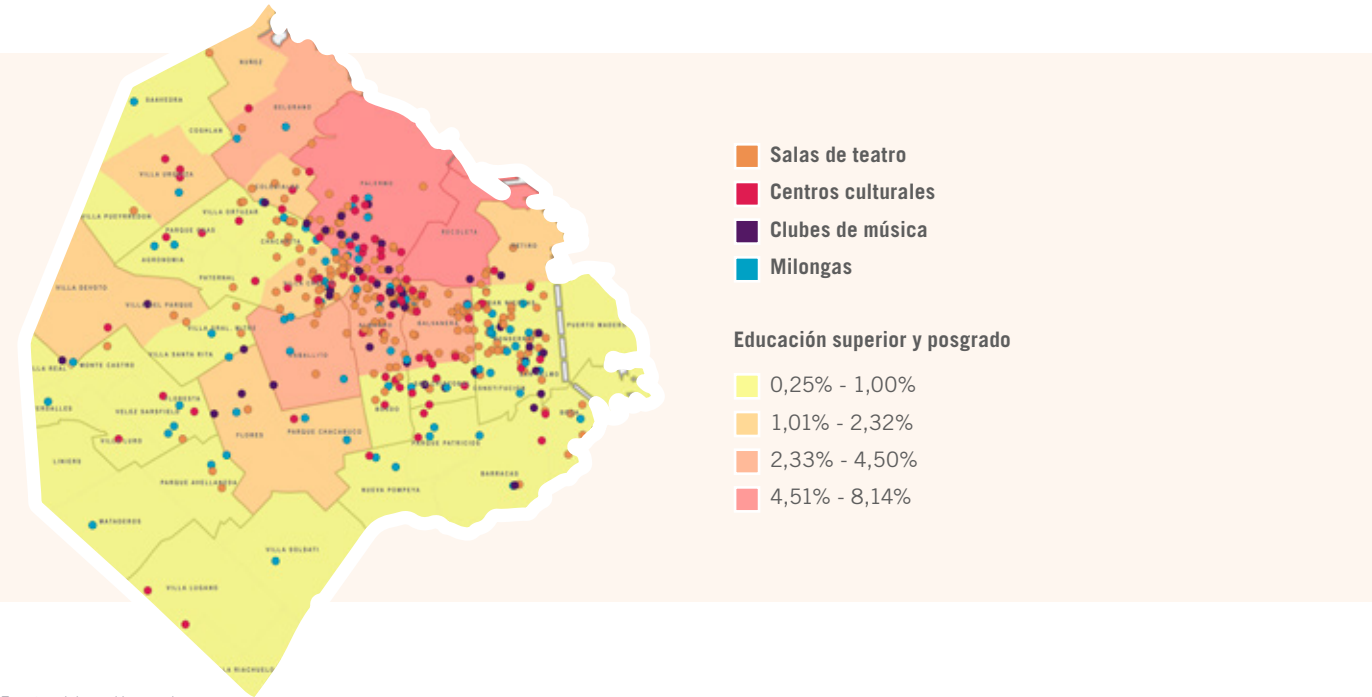
Esta realidad -que se corresponde con la distribución desigual de poblacional de la ciudad en términos educativos- debe ser relativizada. **Los barrios que poseen el porcentaje más alto de organizaciones culturales de la ciudad, poseen un porcentaje igualmente elevado de población con estudios superiores (aunque no los mayores).** Como se puede observar en el mapa, los barrios con mayor cantidad de organizaciones culturales poseen entre su población un porcentaje entre 36,45% y 46,70% de habitantes con estudios superiores; en contraste con los barrios de zona sur, de bajo porcentaje de personas con estudios superiores (entre el 7,42% y el 23,21%) y cantidad de organizaciones culturales (*Ver Mapa 36*). En la Tabla 65 se muestra como los barrios con mayor cantidad de organizaciones culturales poseen igualmente un elevado porcentaje de población con estudios superiores: Almagro (44,63%), Palermo (57,04%), Balvanera (37,89%), Villa Crespo (42,10%), Monserrat (40,11%) y San Nicolás (50,70%) (*Ver Tabla 61*).

Tabla 61: Barrios con mayor porcentaje de organizaciones culturales en relación a porcentaje de habitantes con educación superior

BARRIOS	ZONAS	CANTIDAD DE HABITANTES CON ALGÚN TIPO DE EDUCACIÓN SUPERIOR	PORCENTAJE DE HABITANTES CON ALGÚN TIPO DE EDUCACIÓN SUPERIOR	CANTIDAD DE ORG. CULTURALES POR BARRIO	PORCENTAJE DE ORG. CULTURALES POR BARRIO
ALMAGRO	Centro	58776	44,63	61	13,29
PALERMO	Norte	128903	57,04	56	12,20
BALVANERA	Este	52646	37,89	55	11,98
VILLA CRESPO	Centro	34503	42,10	45	9,80
MONSERRAT	Este	16008	40,11	32	6,97
SAN NICOLAS	Este	14840	50,70	25	5,45

Fuente: elaboración propia

Mapa 36: Distribución organizaciones culturales según porcentaje de habitantes con nivel de estudios superior por barrio



Fuente: elaboración propia

En relación con la densidad, volvemos a constatar -al igual que en las secciones anteriores- que los barrios que concentran una mayor densidad de habitantes con algún tipo de estudio superior poseen igualmente una alta densidad de organizaciones culturales por kilómetro cuadrado. Los barrios de Palermo, Almagro, Villa Crespo y Balvanera, son ejemplos de alta densidad de personas con educación superior y organizaciones culturales. Las excepciones a este fenómeno aparecen en los barrios de Recoleta, Villa del Parque y Caballito (Ver Tabla 62).

Tabla 62: Densidad de habitantes según nivel de estudios superiores y densidad de organizaciones culturales por barrio

BARRIOS	ZONAS	DENSIDAD DE HABITANTES CON EDUCACIÓN SUPERIOR (TERCIARIO + UNIVERSITARIO + POSGRADO)	DENSIDAD DE ORGANIZACIONES CULTURALES POR KM2
PALERMO	Norte	29635	13
RECOLETA	Norte	19150	1
VILLA DEL PARQUE	Oeste	15583	1
ALMAGRO	Centro	14511	15
VILLA CRESPO	Centro	14372	19
CABALLITO	Centro	12324	2
BALVANERA	Este	12123	13

Fuente: elaboración propia

A partir de estas observaciones podemos concluir que existe una relación significativa entre la población con estudios superiores y cantidad de organizaciones culturales por barrios en términos absolutos, que se hace más directa en relación con sus densidades. A partir de estos resultados podemos afirmar que existe un principio de relación entre **densidad de población con estudios superiores y la emergencia de organizaciones de la cultura independiente**; siendo el principio de densidad de mayor fortaleza que el de cantidad absoluta.

12.3.B. DISTRIBUCIÓN SALAS DE TEATROS SEGÚN NIVEL EDUCATIVO

En sintonía con el conjunto de organizaciones culturales, aunque de modo algo más marcado, la distribución de Salas de Teatro, tanto en la cantidad absoluta como la densidad y la proporción de salas por barrio, se advierte centrada allí donde se iguala o supera la media de población con algún tipo de educación superior del total de la ciudad, estimada en 38,2% (Ver Tabla 63).

Tabla 63: Densidad de habitantes según nivel de estudios superiores y densidad de Salas de Teatro por barrio

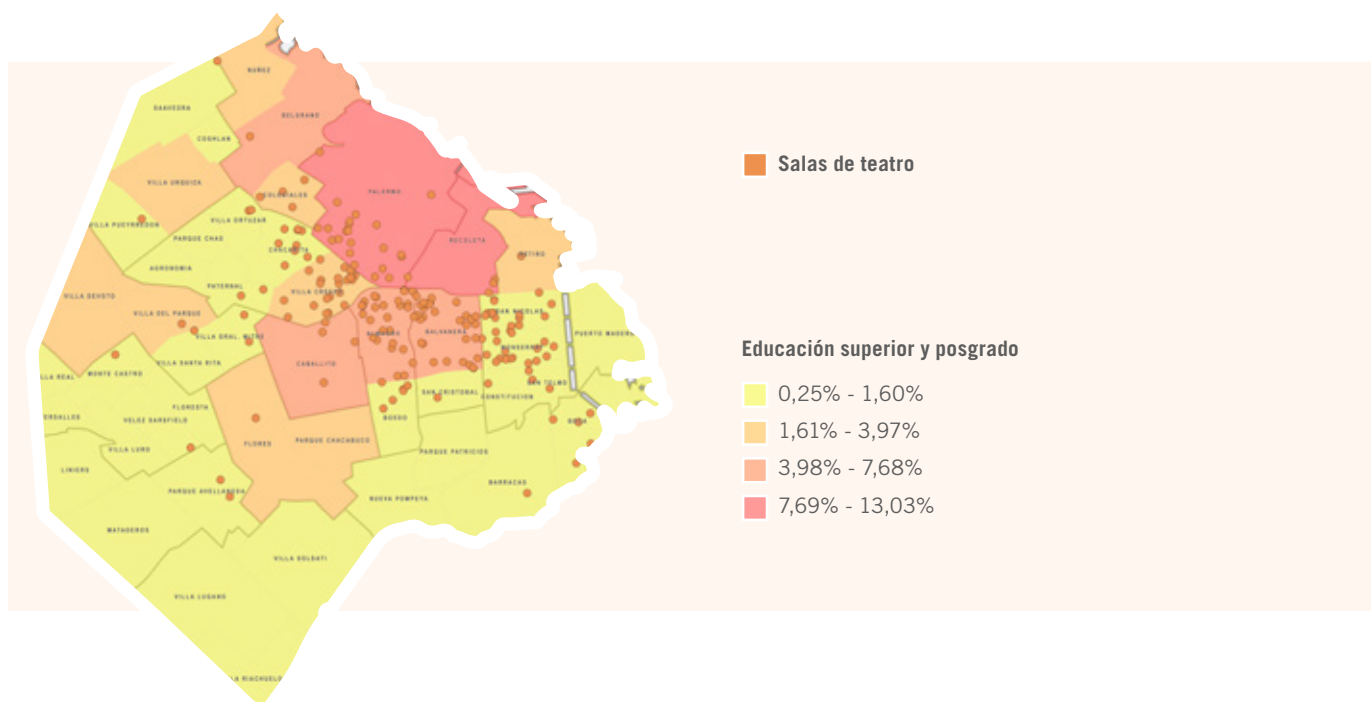
BARRIOS	DENSIDAD DE HABITANTES CON EDUCACIÓN SUPERIOR (TERCIARIO + UNIVERSITARIO + POSGRADO)	PORCENTAJE DE HABITANTES CON ALGÚN TIPO DE EDUCACIÓN SUPERIOR	CANTIDAD DE SALAS	DENSIDAD DE SALAS TEATRALES POR KM2	% DE SALAS POR BARRIO
BALVANERA	12123	37,9	31	7,1	16,1
ALMAGRO	14511	44,6	28	6,9	14,6
PALERMO	29635	57	22	5,1	11,5
VILLA CRESPO	14372	42,1	22	9,2	11,5
MONSERRAT	2165	40,1	17	2,3	8,8
SAN NICOLAS	7261	50,7	17	8,3	8,8
SAN TELMO	3177	43,3	4	1,7	2,1
CABALLITO	12324	49,8	4	0,6	2,1
RECOLETA	19150	60,9	4	0,8	2,1

Fuente: elaboración propia

La única excepción a esta correlación la representa el barrio de Balvanera, aunque por su parte presenta una relativamente alta densidad de habitantes con estudios superiores. Tal como puede reconocerse visualmente en el mapa, las Salas de Teatro se ubican casi en su totalidad en barrios con altos índices de educación superior, mostrando unas muy pocas excepciones en barrios del grupo con índices menores al 23,1% de población con estos estudios (Ver Mapa 37).

Las Salas de Teatro se ubican casi en su totalidad en barrios con altos índices de educación superior (salvo muy pocas excepciones), constituyendo una oferta cultural cuya localización se vincula con la presencia de uno de los indicadores más significativos de las llamadas clases medias urbanas.

Mapa 37: Distribución Salas de Teatro según porcentaje de habitantes con nivel de estudios superior por barrio



En otras palabras, la distribución de Salas de Teatro en la ciudad guarda una clara correlación con la educación superior de sus habitantes, lo que se manifiesta ya en la proporción de población con estudios superiores de algún tipo o bien en la densidad por km² de habitantes con esta característica. Es decir, constituye una oferta cultural cuya localización se vincula con la presencia de uno de los indicadores más significativos de las llamadas clases medias urbanas.

12.3.C. DISTRIBUCIÓN CLUBES DE MÚSICA EN VIVO SEGÚN NIVEL EDUCATIVO

El nivel educativo también muestra una notoria relevancia en la distribución de Clubes de Música en la ciudad, aunque de modo menos directo que respecto de las Salas de Teatro, ya apuntado.

En este caso, los datos analizados dan cuenta de una mayor presencia de Clubes de Música en barrios con altos índices de educación superior (Palermo, Almagro, San Telmo, Monserrat), tanto en términos absolutos como proporcionales y de densidad de espacios por kilómetro cuadrado. Existen, asimismo, Clubes de Música en barrios con menores índices de población con estudios de educación superior, aunque estos números se reducen significativamente

(así sucede en San Cristóbal, Flores y Barracas, todos ellos ubicados por debajo de la media de la ciudad para la población con estos estudios) (Ver Tabla 64).

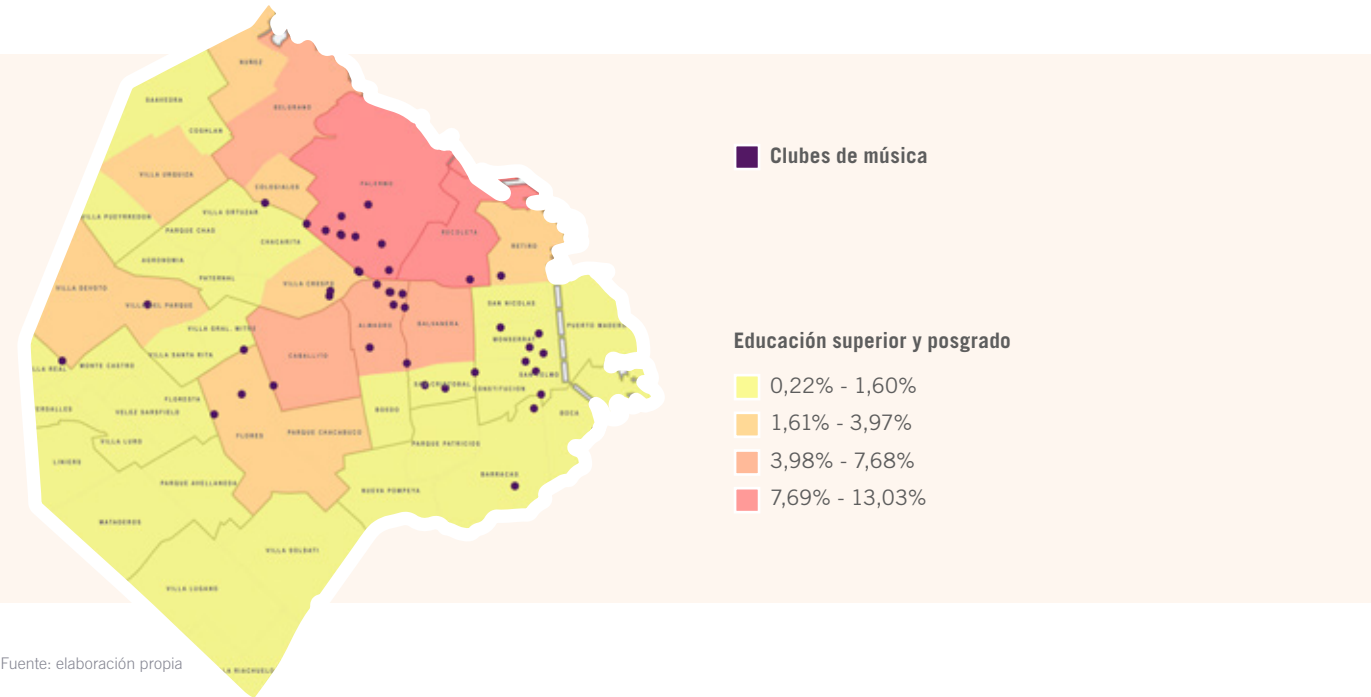
Tabla 64: Densidad de habitantes según nivel de estudios superiores y densidad de Clubes de Música por barrio

BARRIOS	DENSIDAD DE HABITANTES CON EDUCACIÓN SUPERIOR (TERCIARIO + UNIVERSITARIO + POSGRADO)	PORCENTAJE DE HABITANTES CON ALGÚN TIPO DE EDUCACIÓN SUPERIOR	CANTIDAD DE CLUBES DE MÚSICA	DENSIDAD DE CLUBES DE MÚSICA POR KM2	% DE CLUBES DE MÚSICA POR BARRIO
PALERMO	29635	57	11	2,5	25,6
ALMAGRO	14511	44,6	7	1,7	16,3
SAN TELMO	3177	43,3	4	1,7	9,3
MONSERRAT	2165	40,1	3	0,4	7
SAN CRISTOBAL	2835	33,7	3	0,5	7
VILLA CRESPO	14372	42,1	2	0,8	4,6
FLORES	5589	31,1	2	0,2	4,6
BARRACAS	2251	21,5	2	0,2	4,6

Fuente: elaboración propia

El mapa de proporciones de población con estudios superiores según barrio nos deja reconocer que, en sintonía con la distribución de Salas de Teatro, los Clubes de Música también se concentran mayormente en barrios con altos índices de escolarización superior, aunque existen algunos en barrios con índices notoriamente menores (Ver Mapa 38).

Mapa 38: Distribución Clubes de Música en Vivo según porcentaje de habitantes con nivel de estudios superior por barrio



Fuente: elaboración propia

Los Clubes de Música también se concentran mayormente en barrios con altos índices de escolarización superior, aunque existen algunos en barrios con índices notoriamente menores, como San Cristóbal, Flores y Barracas ubicados por debajo de la media de la ciudad para la población con estos estudios.

En síntesis, la distribución de Clubes de Música se encuentra atravesada por los niveles educativos de la población, siendo los barrios con más altos índices de educación superior los que concentran mayor cantidad, proporción y densidad de espacios, reduciendo su oferta allí donde existe población con menores niveles de escolarización superior.

12.3.D. DISTRIBUCIÓN CENTROS CULTURALES SEGÚN NIVEL EDUCATIVO

El nivel educativo de la población, por su parte, incide de modo diferente sobre la distribución de Centros Culturales, aunque no por ello deja de advertirse cierta correlación. Los datos muestran, en efecto, que los barrios con más cantidad de Centros Culturales se acercan y/o superan la media de población con estudios superiores de la ciudad a la vez que manifiestan alta densidad de habitantes en esta condición (Palermo, Balvanera, Almagro y Villa Crespo). Sin embargo, un segundo grupo de barrios con menor densidad de habitantes con estudios superiores y porcentajes por debajo de la media presentan cantidades significativas de Centros Culturales (Boedo, Parque Patricios, San Cristóbal), aunque claramente por detrás de los barrios que encabezan el ranking (*Ver Tabla 65*).

El nivel educativo incide sobre la distribución de Centros Culturales, acaparando mayor oferta los que tienen mayores niveles de escolarización superior. Sin embargo, no se restringe a estos, ya que existe un segundo grupo de barrios con menor densidad de habitantes con estudios superiores -y porcentajes por debajo de la media- que presenta cantidades significativas de Centros Culturales (Boedo, Parque Patricios, San Cristóbal).



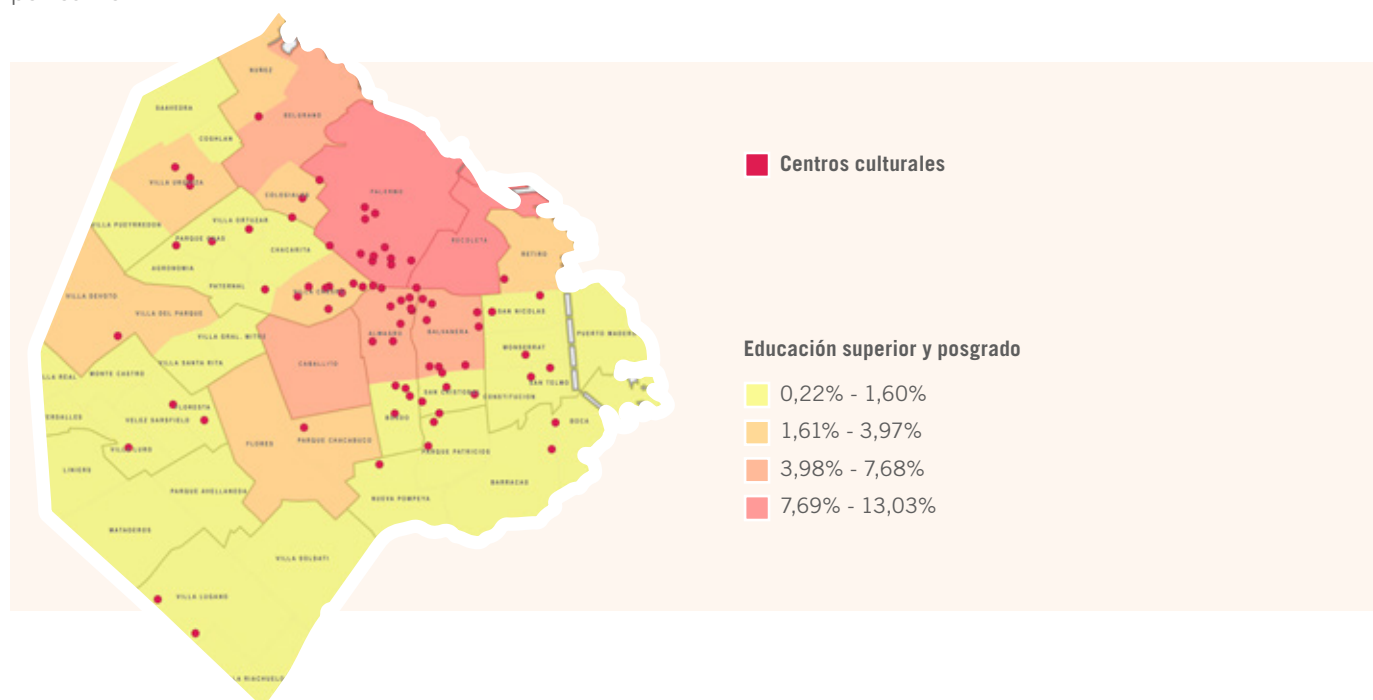
Tabla 65: Densidad de habitantes según nivel de estudios superiores y densidad de Centros Culturales por barrio

BARRIOS	DENSIDAD DE HABITANTES CON EDUCACIÓN SUPERIOR (TERCIARIO + UNIVERSITARIO + POSGRADO)	PORCENTAJE DE HABITANTES CON ALGÚN TIPO DE EDUCACIÓN SUPERIOR	CANTIDAD DE CENTROS CULTURALES	DENSIDAD DE CENTROS CULTURALES POR KM2	% DE CENTROS CULTURALES POR BARRIO
PALERMO	29635	57	11	2,5	14,5
BALVANERA	12123	37,9	9	2	11,8
ALMAGRO	14511	44,6	9	2,2	11,8
VILLA CRESPO	14372	42,1	9	3,7	11,8
BOEDO	6062	34,9	4	1,5	5,2
COLEGIALES	11840	53,5	3	1,3	3,9
P. PATRICIOS	7945	28,3	3	2,2	3,9
SAN CRISTOBAL	2835	33,7	3	0,5	3,9
VILLA URQUIZA	7144	44,4	3	0,5	3,9
SAN NICOLAS	7261	50,7	2	1	2,6
SAN TELMO	3177	43,3	2	0,9	2,6

Fuente: elaboración propia

Lo expuesto se refrenda en el mapa, donde se advierte una mayor dispersión de puntos respecto de los barrios con altos índices de población con escolarización superior (*Ver Mapa 39*).

Mapa 39: Distribución Centros Culturales según porcentaje de habitantes con nivel de estudios superior por barrio



Fuente: elaboración propia

En síntesis, el nivel educativo incide sobre la distribución de Centros Culturales, acaparando mayor oferta los que tienen mayores niveles de escolarización superior aunque sin restringirse a estos barrios.

12.3.E. DISTRIBUCIÓN MILONGAS SEGÚN NIVEL EDUCATIVO

La incidencia del nivel educativo sobre la distribución de Milongas en los barrios de la ciudad tiende a desdibujarse en comparación con el resto de las organizaciones culturales, aunque no desaparece por completo.

En la tabla que agrupa los once barrios que concentran las tres cuartas partes de las Milongas de la ciudad, se reconoce una mayoría de ocho que equipara o supera la media de 38,2% de población de la ciudad con estudios superiores. Sin embargo, debe notarse que existen barrios con bajos porcentajes y densidades de población con estudios superiores (San Cristóbal, Constitución, Parque Patricios) que acaparan una importante cantidad de Milongas (Ver Tabla 66).

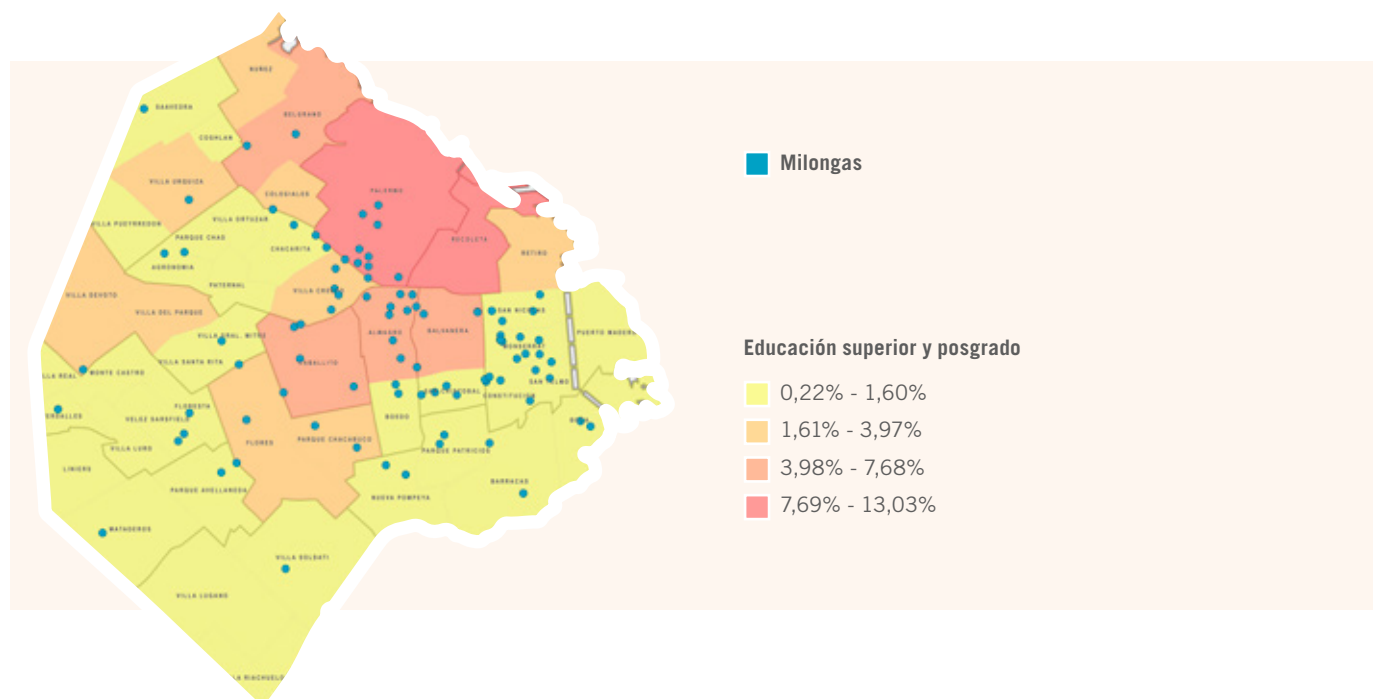
Tabla 66: Densidad de habitantes según nivel de estudios superiores y densidad de Milongas por barrio

BARRIOS	DENSIDAD DE HABITANTES CON EDUCACIÓN SUPERIOR (TERCIARIO + UNIVERSITARIO + POSGRADO)	PORCENTAJE DE HABITANTES CON ALGÚN TIPO DE EDUCACIÓN SUPERIOR	CANTIDAD DE MILONGAS	DENSIDAD DE MILONGAS POR KM2	% DE MILONGAS POR BARRIO
ALMAGRO	14511	44,6	17	4,2	11,5
SAN CRISTOBAL	2835	33,7	15	2,7	10,1
BALVANERA	12123	37,9	14	3,2	9,4
PALERMO	29635	57	12	2,7	8,1
VILLA CRESPO	14372	42,1	12	5	8,1
MONSERRAT	2165	40,1	11	1,5	7,4
CONSTITUCION	5758	28,8	8	3,8	5,4
CABALLITO	12324	49,8	6	0,9	4
SAN NICOLAS	7261	50,7	6	2,9	4
SAN TELMO	3177	43,3	4	1,7	2,7
P. PATRICIOS	7945	28,3	4	2,9	2,7

Fuente: elaboración propia

La dispersión existente en la distribución de las Milongas es fácilmente reconocible en el mapa, donde **la zona sur de la ciudad, que evidencia los promedios más bajos de nivel educativo superior, provee una importante porción de las Milongas de la ciudad** (Ver Mapa 40).

Mapa 40: Distribución Milongas según porcentaje de habitantes con nivel de estudios superior por barrio



Fuente: elaboración propia

A modo de síntesis, es posible advertir que las Milongas se diferencian del patrón de correlación general que muestran las *organizaciones culturales* con respecto al nivel educativo, distribuyéndose de modo más homogéneo pese a la desigualdad educativa en la ciudad, lo que no implica, asimismo, que la mayor parte de las Milongas tiende a ubicarse allí donde los índices de nivel educativo superior se acercan o superan la media de la ciudad.

CONCLUSIONES

El presente Informe de Investigación se propuso analizar las *organizaciones culturales* pertenecientes al sector cultural independiente de la Ciudad de Buenos Aires. Para esta finalidad, se realizó un relevamiento, georreferenciación y descripción de las características principales, demandas, problemas y necesidades del sector, tomando como universo de análisis las Salas de Teatro, los Centros Culturales, los Clubes de Música en vivo y las Milongas de la ciudad durante el año 2018.

Para la construcción de indicadores, se partió, por un lado, de una perspectiva próxima a la sociología de las *organizaciones culturales* urbanas, lo que permitió caracterizar a los espacios analizados como *organizaciones culturales* y analizarlos desde un punto de vista integral. Por otro, se trabajó a partir de una modalidad participativa que involucró activamente a espacios, organizaciones y redes de cada sector de la cultura independiente, lo que facilitó la generación de dimensiones de análisis e indicadores próximos a las realidades de cada sector.

El informe se estructuró en tres partes. En la primera se expusieron los fundamentos de la investigación, donde se identificaron las principales vertientes en el análisis del sector cultural independiente de la Ciudad de Buenos Aires, se expuso el marco teórico-conceptual utilizado y el diseño de investigación empleado. En la segunda parte se presentaron los resultados de la investigación de acuerdo con las principales características de las *organizaciones culturales* detectadas: su configuración social, su configuración material, sus equipos de trabajo e integrantes, su configuración económica, su programación y se abordaron algunas características de las *organizaciones culturales* y géneros. En la tercera parte, se analizó el entorno organizacional y urbano de las *organizaciones culturales*, detectando su inscripción geográfica en términos físicos y jurídicos-identitarios y sociodemográficos. En la presente conclusión, y a modo de síntesis, se exponen los resultados más significativos del análisis.

De acuerdo con las bases de datos disponibles y el relevamiento de campo hecho, se detectaron un total de **459 organizaciones culturales** pertenecientes al sector cultural independiente. Dentro de las 459 organizaciones culturales se identificaron **192 Salas de Teatro (41,83%), 148 Milongas (32,24%), 76 Centros Culturales (16,56%) y 43 Clubes de Música en Vivo (9,37%)**. La mayoría de las *organizaciones culturales* encuestadas abrieron sus puertas entre los años 2011 y 2015 (31,45%).

1) DESDE EL PUNTO DE VISTA DE SU **CONFIGURACIÓN SOCIAL**, SE PUDO CONSTATAR QUE:

- La mayoría de los **Centros Culturales** se constituyen como **asociaciones civiles** (41,94%), mientras que las **Salas de Teatro** los hacen como **personas físicas** (37,50%), los **Clubes de Música** como **SRL** (33,33%) y las **Milongas** no aparecen constituidas bajo **ninguna figura legal pre-establecida** (24,07%).
- La mayoría de las organizaciones culturales analizadas poseen algún **protocolo o norma que los regula**.
- La mayoría de las organizaciones culturales poseen al menos un **área de dirección** (70,48%) y un poco más de la mitad un área de **programación general** (51,43%), de **comunicación** (49,52%) y de **administración** (51,43%).
- **Más de la mitad de las personas integrantes de las organizaciones culturales tiene un vínculo permanente con los espacios** (57,87%), mientras que el resto lo hace de forma puntual para la realización de una actividad, tarea o programación específica (42,13%). Dentro de las personas que participan de forma permanente en las

organizaciones culturales en su conjunto, la mayoría lo hace de forma rentada (66,86%) por sobre pasantes (29,68%) y voluntarias (3,46%).

- Más de la mitad de las organizaciones culturales analizadas han caracterizado a sus espacios como **emprendimientos colectivos** (51,88%), por sobre emprendimientos personales (30,00%) o cooperativas de hecho (11,25%). La excepción la marcan los Clubes de Música y Milongas, que tienden a caracterizar sus organizaciones como emprendimientos personales.
- La mayoría de las organizaciones culturales definieron las relaciones entre sus integrantes como **de amistad** (61,49%) y **profesionalismo** (42,24%). La diferencia aparece en Centros Culturales (que las definen como de amistad y comunidad) y Clubes de Música (que las caracterizan como de profesionalismo y familiaridad).

2) EN LO QUE REFIERE A SU **CONFIGURACIÓN MATERIAL**, SE PUDO OBSERVAR QUE:

Respecto con el espacio donde desarrollan sus actividades:

- La **mayoría de las organizaciones culturales han priorizado las características del inmueble** como primera motivación a la hora de elegir un espacio donde desarrollar su programación (31,40%), aunque se advierte la importancia de la elección de **lugares cercanos al transporte público**.
- La **mayoría de las organizaciones culturales se mudaron pocas veces**. Por el contrario, **casi la mitad de las Milongas encuestadas lo han hecho más de una vez** (48,10%). La principal razón de las mudanzas está relacionada con la suba de alquileres en la mayoría de los casos.
- Más de la mitad de los espacios donde se desarrollan las Salas de Teatro (58,00%) y los Centros Culturales (58,00%) **se dividen en cuatro o más ambientes**; mientras que la mayoría de los espacios de los Clubes de Música se dividen en dos ambientes (75,00%).
- La mayoría de las Salas de Teatros (89,10%), Centros Culturales (83,90%) y Clubes de Música (66,70%) **cuentan con un lugar apropiado** para el guardado de materiales.
- Al 40% de las organizaciones culturales le resultó **bastante difícil adaptar el espacio** para finalidades culturales; mientras que cerca del 30% de los casos afirma que ha sido algo difícil.

En relación con el espacio escénico:

- La superficie del **espacio principal usado con finalidades artístico-culturales** de las organizaciones culturales analizadas **posee una media de 106,3 m²**. Las salas de mayor tamaño son las de los Clubes de Música (con una media de 163,92 m²), seguida por la de los Centros Culturales (con una media de 119,40 m²), siendo la de las Salas de Teatro las más pequeñas (con una media de 85,19 m²).
- La **media de aforo de las organizaciones culturales analizadas es de 133 localidades**. Divididas por sector, se puede constatar que la media de aforo de las Salas de Teatro es de 90 localidades, la de los Clubes de Música

es de 135, la de los Centros Culturales es de 142 y la de las Milongas de 188.

- La mayoría de las organizaciones culturales señala que la adaptabilidad de la sala principal para el desarrollo de la programación no ha sido fácil (56,10%),

En relación con equipamiento técnico de los espacios:

- La mayoría de las Salas de Teatro cuentan con consola de sonido (81,00%), parrilla de iluminación (77,80%) y cajas de sonido (76,20%). Los Centros Culturales poseen en mayor proporción consola y cajas de sonido (90,30%) y parrilla de iluminación (80,60%). Las Milongas son las que cuentan con menos equipamiento técnico en comparación con las otras organizaciones culturales.
- La mitad de las organizaciones culturales han señalado que los fondos obtenidos para la compra de equipamiento provinieron de capitales propios.

Respecto a la utilización de herramientas de gestión se destaca que:

- Un gran número de las organizaciones culturales analizadas trabajan a partir de **objetivos planificados**.
- La mayoría de las organizaciones culturales dicen tener algún tipo de **constancia y control de sus ingresos y egresos**.
- La mayoría de las organizaciones culturales sostiene que realizan revisiones con mucha y relativa frecuencia.

3) EN CUANTO A LOS EQUIPOS DE TRABAJO E INTEGRANTES SE IDENTIFICÓ QUE:

- La media de **integrantes permanentes** por organizaciones culturales según género es de 5,8 hombres, 5,1 mujeres y 1,6 disidencias por organizaciones culturales. Mientras que la media de **integrantes circunstanciales** es de 5,4 hombres, 5,1 mujeres y 2,8 disidencias. Los Centros Culturales tienen la media más alta de integrantes permanentes y circunstanciales y las Milongas el más bajo.
- El 18,36% de los integrantes permanentes de las organizaciones culturales analizadas se desempeña dentro de **equipos de coordinación general**. El 16,39% dentro de **equipos de coordinación de área**. El 13,85% cumple funciones dentro de **equipos técnicos**. El 14,34% realiza tareas administrativas y el 13,28% en comunicación (conformando los **equipos de gestión**). El 11,72% se desempeña dentro de **equipos de formación** y el 12,05% realiza tareas de mantenimiento y limpieza.
- Las personas que programan y organizan poseen un promedio de edad entre 25 y 35 años (Centros Culturales), 36 y 45 años (Salas de Teatro), 46 y 55 años (Milongas), con un **nivel de estudios superior** y algún tipo de **formación artística o en ciencias sociales y humanas**.
- La mayoría de las personas que programan u organizan las organizaciones culturales se auto-definen como **artistas gestores** (63,35%) por sobre otras figuras, como la de personas emprendedoras (29,81%), productoras (22,36%), o gestoras a secas (18,63%).

- La incorporación de personas a las organizaciones culturales se basa en la combinación de criterios de **afinidad artística** y la disposición de un **conocimiento específico**. Los canales para incorporarlas son a través de **búsquedas específicas** (54,84%) o por **interés de la persona que se quiere incorporar** (41,29%).

4) EN LO QUE RESPECTA A LA **CONFIGURACIÓN ECONÓMICA** SE OBSERVÓ QUE:

En relación con los ingresos de las organizaciones culturales:

- Las Salas de Teatro mencionan que su principal fuente ingreso proviene de **actividades de formación** (clases, talleres, seminarios, etc.) (28,57%), **subsídios** (28,57%) y **audiencias (boletería)** (17,46%). Los Centros Culturales mencionan, en primer lugar, ingresos provenientes del bar y la gastronomía (33,33%), seguido de subsidios (16,67%), actividades de formación (13,33%) y audiencias (13,33%). En cuanto a los Clubes de Música, indican que la principal fuente de ingresos proviene del bar (83,33%) y en segundo lugar de subsidios (16,67%). Las Milongas, por el contrario, indicaron que su principal ingreso proviene del público (55,00%).
- La mayoría de las organizaciones culturales analizadas vendió **entradas a un promedio de \$100** (61,74%), seguido por espacios que lo hicieron dentro de un rango que varía entre los \$101 a \$150 (32,89%). Muy pocas organizaciones culturales tuvieron un promedio de venta de entradas mayor a \$150 (5,37%).
- Más de la mitad de la totalidad de las organizaciones culturales encuestadas menciona que recibió algún **subsidio** en el último tiempo (54,66%). En lo que refiere al destino de los **subsídios recibidos**, la mayoría de las organizaciones culturales encuestadas mencionó que se utilizan para **garantizar su funcionamiento** (pago de servicios, sueldos, etc.) (61,46%), mejorar su equipamiento (luces, sonidos, etc.) (57,29%) e infraestructura (52,08%).

En relación con los gastos:

- La mayoría de las organizaciones culturales menciona que van a un **arreglo de 70/30** (83,18%) con las compañías, artistas y bandas que programan.
- La mayoría de los ingresos obtenidos por las organizaciones culturales independientes se destinan a cubrir las necesidades básicas que garanticen su mantenimiento y funcionamiento: el pago del **alquiler** del espacio (48,72%), pago de **sueldos** (23,08%) y los gastos destinados a cubrir **servicios** en su conjunto: luz (50,31%), agua (25,79%) y gas (19,50%).

5) EN LO QUE REFIERE A LA **PROGRAMACIÓN** DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES SE CONSTATÓ QUE:

En relación con los Criterios y Tipos de programación:

- La mayoría de las organizaciones culturales dice guiarse por **cuestiones estéticas y la adecuación con la infraestructura y el espacio de la sala**. En el caso de los Clubes de Música, se inclinan también por considerar la trayectoria de la banda o grupo programado.

- La mayoría de los Centros Culturales programan **música en vivo** (74,20%), **artes escénicas** (64,50%) y realizan **actividades de formación** (61,30%). Las Salas de Teatro programan principalmente artes escénicas (90,60%), **Clown** (50%), **Danza** (46,90%), propuestas escénicas emergentes (45,30%), Performance (40,60%) e Infantiles (40,60%). En los Clubes de Música se programa mayoritariamente **jazz, rock y tango** (75,00%).
- A la hora de definir el tipo de programación, las categorías de **emergente y popular** aparecen como las más escogidas por todas las organizaciones culturales encuestadas.

En relación con las formas y finalidades de la programación:

- En lo que refiere al criterio de rotación, se observa que en las Salas de Teatros se repiten funciones **hasta que se termina el público** (44,40%) o de acuerdo con **lo estipulado en el contrato** (37,90%); en los Centros Culturales, según la **cantidad de funciones-conciertos** (67,70%) o solo una fecha (51,60%); y en los Clubes de Música, mayoritariamente programan por una fecha (72,70%).
- En lo que respecta a la cantidad de compañías / bandas / artistas programados durante el último año (2018), las Salas de Teatros, oscilan entre hasta 10 (34,40%) y de entre 11 a 20 (31,10%) compañías; los Centros Culturales reciben entre 51 a 100 (35,50%) y más de 100 compañías / bandas / artistas anualmente; y la mayoría de los Clubes de Música más de 100 bandas/artistas por año (91,70%).
- La mayoría de las organizaciones culturales encuestadas sostiene que define su **programación con entre 2 y 4 meses de anticipación** (45,28%).
- Los **fines de semana son los días de mayor programación** de las organizaciones culturales encuestadas. Las Milongas son quienes muestran un patrón atípico en este sentido, desarrollando sus actividades a lo largo de la semana. Los horarios de mayor programación de las organizaciones culturales en su conjunto son la tarde noche (49,69%) y la noche (67,92%).
- Las organizaciones culturales se destacan por **participar en la producción y co-producción** de las obras, bandas y proyectos que programan a partir de **ceder su espacios para ensayar** y colaborar en la **difusión y comunicación**.
- La mayoría de las organizaciones culturales afirma que **la principal herramienta de difusión de su programación son los posteos en Facebook** (86,26%).
- La principal finalidad de la programación de las organizaciones culturales analizadas aparece asociadas al fomento y desarrollo de **actividades artístico-culturales** (Salas de Teatro, 93,70%, Clubes de Música 91,70% y Centros Culturales 87,10%) y al **desarrollo artístico-social** (especialmente Centros Culturales, 80,60%).
- Las Salas de Teatro cuentan con **sistemas de descuentos a jubilados** (66,70%) y **estudiantes** (65%). Los Centros Culturales, poseen descuentos para jubilados (31,03%) y público habitué del espacio (31,03%). Los Clubes de Música realizan descuentos a través del Club La Nación (40,00%).

- Un poco más de la mitad de las organizaciones culturales afirma **no tener ningún tipo de convenio con otras instituciones u organizaciones** (53,02%). Dentro de las organizaciones culturales que poseen algún tipo se destacan: las Salas de Teatro (28,60%) y los Centros Culturales (31,00%) con sindicatos; los Clubes de Música con el gobierno de la ciudad, especialmente, por el programa Pase cultural (36,40%); y las Milongas con universidades (21,70%).

6) EN LO QUE REFIERE A GÉNEROS Y ORGANIZACIONES CULTURALES SE PUDO OBSERVAR:

- Los **hombres (50,49%) tienen mayor presencia de forma permanente en las organizaciones culturales que las mujeres (46,56%) y las disidencias (2,95%)**.
- Las **mujeres ocupan mayoritariamente roles para los que fueron relegadas históricamente (administración, limpieza, comunicación y formación)** dentro de las organizaciones culturales y la presencia de las disidencias aún es muy baja o casi nula en relación con la división de tareas. Así se pudo observar que en la Coordinación General está compuesta por un 54,56% hombres, 44,20% mujeres y 1,34% disidencias; la Coordinación de área por un 54,00% de hombres, 44,00% mujeres y 2,00% disidencias; el equipo técnico por un 68,64% hombres, 30,18% mujeres y 1,18% disidencias; el área de Administración por un 44,71% hombres; 52,57% mujeres y 1,71% disidencias; la Comunicación por un 43,21% hombres, 55,56% mujeres y 1,23% disidencias; la formación por un 47,55% hombres, 49% mujeres y 2,80% disidencias; el Mantenimiento y Limpieza por un 46,26% hombres, 53,74% mujeres y ninguna disidencia.
- Los hombres son aquellos que eligen la programación y las coordinaciones generales de los espacios por sobre un 10% en cuanto a las mujeres y por sobre el 52% en cuanto a las disidencias.
- Dentro de las organizaciones culturales solo el 14,10% tiene protocolos para la atención de violencias de género y solo el 5,13% sobre disidencias.
- Dentro de las organizaciones culturales, **quienes más programación ofrecen sobre disidencias son Centros Culturales** (35,48%), le siguen los Clubes de Música (25%) y por último las Salas de Teatro (10,94%).

7) EN LO QUE RESPECTA AL ENTORNO ORGANIZACIONAL DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES SE OBSERVA QUE:

- **Más de la mitad pertenecen a una cámara, red u organización que las nuclea:** Centros Culturales (52,63%), Clubes de Música (55,81%) y Salas de Teatro (56,25%).
- La mayoría de las organizaciones culturales indicó que la pertenencia a una red o cámara le brinda **acompañamiento legal y habilitatorio** (66,40%), la **posibilidad de incidir en la política pública** (47,17%) y la realización de **proyectos artístico-culturales** (38,68%).
- Dentro de los principales problemas que enfrentan las organizaciones culturales se destacan la **caída de ingresos** (68,55%), y **de públicos** (55,35%), los **elevados costos de servicios** (52,20%) y **de alquiler** (50,94%) y la **falta de subsidios** (37,11%). Esta última situación se hace especialmente evidente en las Milongas (44,44%) y Centros Culturales (45,16%).

- Dentro de las principales demandas de las organizaciones culturales se destacan: **la mejora en la política de subsidios** (70,97%), **soluciones a la sostenibilidad mensual de los espacios** (60,00%), una **mejora en la política de habilitación** (56,13%), una **mejor legislación para cada sector en particular** (63,23%) y una **política de desarrollo de públicos** (53,55%).

8) EN LO QUE REFIERE AL ENTORNO URBANO DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES SE DESTACA QUE:

- Existe una elevada concentración de organizaciones culturales en las zonas centro y este de la ciudad. **Almagro aparece como el barrio que concentra la mayor cantidad de organizaciones culturales** (Salas de Teatros, Centros Culturales y Clubes de Música y Milongas) independientes en su conjunto con un total de 61 espacios (13,29% del total), seguido por **Palermo** con 56 espacios (12,20% del total), **Balvanera** con 55 (11,98% del total), **Villa Crespo** con 45 (9,80% del total) y **Monserrat** con 32 (6,97% del total). En su conjunto estos 5 barrios concentran más de la mitad de organizaciones culturales independientes de la ciudad con un total de 249 espacios sobre 459 (54,24% del total).
- La **Avenida Corrientes** con 131 casos y la **Avenida Córdoba** con 120 casos son las arterias donde se distribuyen la mayoría de las organizaciones culturales independientes de la ciudad, representando cada uno de estos ejes viales el 28,54% y 26,14% respectivamente del total de casos.
- Se identificó que en torno a un radio de 500 metros de todas las estaciones de la **línea B** se emplazan la mayoría de las organizaciones culturales independientes de la ciudad con 121 casos sobre 459, lo que representa un 26,36% del total. A esta línea de subte le siguen las estaciones de la línea E con 59 casos (el 12,85% del total), seguidos por las estaciones de línea A con 56 casos (el 12,20% del total), las de la línea D con 35 casos (el 7,63% del total), las de la línea H con 34 casos (el 7,41% del total) y finalmente las de la línea C con 28 casos (el 6,10% del total).
- Se constató que existe un principio de relación entre cantidad de habitantes, su edad y nivel de educación y las organizaciones de la cultura independiente de la ciudad. Esta relación resulta más significativa cuando se habla en términos de densidad más que de cantidades absolutas. En este sentido, se puede afirmar que la mayoría de las organizaciones culturales analizadas se emplazan en barrios con mayor densidad poblacional, que posee algún tipo de estudio superior y con edades entre 25 y 39 años.

la mayoría de las organizaciones culturales analizadas se emplazan en barrios con mayor densidad poblacional, que posee algún tipo de estudio superior y con edades entre 25 y 39 años.

Esta investigación se ha centrado en describir algunas características de las organizaciones culturales (Salas de Teatros, Centros Culturales, Clubes de Música en Vivo y Milongas) de la ciudad. Esperamos que estos datos aporten información valiosa para un mejor entendimiento del sector cultural independiente de la ciudad, y que, sirvan, además, como base para futuras investigaciones sobre el tema.

REFERENCIAS

- Alabarces, P. (1993). *Entre gatos y violadores. El rock nacional en la cultura argentina*. Buenos Aires: Colihue.
- Bayardo, R. (2009) *Los gestores culturales: nuevos profesionales en el sector cultural*. Summa Humanitatis 3(1).
- Benito, K. (2017a) *Tensiones entre la cultura independiente y la política cultural pública de la Ciudad de Buenos Aires*. Arte y Ciudad, 11: 93 – 116.
- Benito, K. (2017b) *Autogestión cultural en la Ciudad de Buenos Aires*. European Review of Artistic Studies, 8 (1): 74-91.
- Boix, O. (2017) *Estado y organizaciones musicales en las configuraciones emergentes en los años 2000 en Argentina*. Resonancias: Revista de investigación musical, 21 (40): 129-144.
- Broclain, E. (2013) *Tango@Enjeux d'une stratégie de promotion territoriale fondée sur la réappropriation d'un patrimoine musical*. Questions de communication, 22: 123-140.
- Bulloni Yaquina, M. N. (2013) *"La organización productiva y del trabajo en las redes de proyectos del cine publicitario"*, Papeles de Trabajo, 12: 19-39.
- Carilla, E. (1958). *El teatro independiente en la Argentina*. Universidad (Santa Fe), 37, 53-82.
- Cassini, S. (2018). *"Comunidades en cultura. El caso del Club Cultural Matienzo (CABA) y la red activista Fora do Eixo (Brasil)"*. En: Wortman, A. (Coompiladora). *Un mundo de sensaciones. Sensibilidades e imaginarios en producciones y consumos culturales argentinos del siglo XXI*. Buenos Aires: CLACSO.
- Cassini, S., Seldes M. y Marengo L. (2018), *Panorama ESCENA. Lógicas de programación y condiciones de producción en el circuito de espacios escénicos autónomos*. CABA. 2015-2017. Buenos Aires.
- Cecconi, S. (2010). *Los territorios de la milonga en Buenos Aires: Estilo, generación y género*. VI Jornadas de Sociología de la UNLP, 9 y 10 de diciembre de 2010, La Plata, Argentina.
- Chang, W. (2010). *How «small» are small arts organizations?* Journal of Arts Management Law and Society, 40(3), 217-234.
- Corbière, E. J. (1971) *"Socialistas y anarquistas, 1880 1910"*, en Historia Integral Argentina, omo 5. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Corti, B. (2009) *Redefiniciones culturales en la Buenos Aires post Cromañón: El debate sobre el vivo de la música independiente*. En VIII Reunión de Antropología del MERCOSUR, Universidad Nacional de General San Martín.
- Corti, Berenice (2007), *"Las redes del disco independiente: apuntes sobre producción, circulación y consumo"*, en Observatorios de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires, Concurso de Ensayos 2007: *Las industrias culturales en la Ciudad de Buenos Aires*, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, pp. 55-79.
- De León, M. (2011) *Espectáculos Escénicos –Producción y difusión*. México: Colección Intersecciones.
- DiMaggio, P. J., & Anheier, H. K. H. (1990). *The Sociology of Nonprofit Organizations*. *Annual Review of Sociology*, 16(1), 137-159.
- Dubatti, J. (2006). *Teatro independiente y pensamiento alternativo: traducción del otro y metáfora de sí en África* de Roberto Arlt.

- En H. E. Biagini, A. A. Roig (Dirs.). *El pensamiento alternativo en la Argentina del siglo XX. Tomo II: Obreroismo, vanguardia, justicia social (1930-1960)* (pp. 405- 415). Buenos Aires: Biblos.
- Fernández Bitar, M. (1987) *Historia del rock en Argentina: Una investigación cronológica*. Buenos Aires: El juglar.
- Fischer, P. V. y Ogás Puga, G. (2006). *El Teatro del Pueblo: período de culturización (1930-1949)*. En O. Pellettieri (Dir.). *Teatro del Pueblo: una utopía concretada* (pp. 159-212). Buenos Aires: Galerna.
- Ghirardi, O. (2007). *La Generación del '37 en el Río de la Plata*. Córdoba: Academia Nacional de Derecho y Ciencias Sociales de Córdoba.
- Gieryn, T. F. (2000). *A Space for Place in Sociology*. *Annual Review of Sociology*, 26(2000), 463-496.
- Gieryn, T. F. (2006). *City as Truth-Spot: Laboratories and Field-Sites in Urban Studies*. *Social Studies of Science*, 36(1), 5-38.
- Giunta, A. (2009) *Poscrisis: arte argentino después de 2001*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Goffman, E. (2009). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Halliday, T. C., Powell, M. J., & Granfors, M. W. (2006). *Minimalist Organizations: Vital Events in State Bar Associations, 1870-1930*. *American Sociological Review*, 52(4), 456.
- Hantouch, J y Sánchez Salinas, R. y (comp) (2018): *Cultura Independiente. Cartografía de un sector movlizado*. Buenos Aires, Caseros: RGC libros.
- Hartley, J. (2005) "Creative industries," in J. Hartley (ed.), *Creative Industries*, 1–40. Oxford: Blackwell Publishing.
- Hesmondhalgh, D. (1999) "Indie: The institutional politics and aesthetics of a popular music genre," *Cultural Studies* 13, 1: 34–61.
- Hesmondhalgh, D. y Baker, S. (2013) *Creative labour: Media work in three cultural industries*. London: Taylor & Francis.
- in G. King, C. Molloy and Y. Tzioumakis (eds.), *American Independent Cinema: Indie, Indiewood and Beyond*, 15–27. London: Routledge.
- King, G. (2014) *Indie 2.0: Change and Continuity in Contemporary Indie Film*. London: I. B. Tauris.
- Kushner, R. J., & Poole, P. I. (1996). *Exploring Structure- Nonprofit Arts Organizations*. *Nonprofit Management & Leadership*, 7(2), 119-136.
- Lamacchia, M. C. (2012) *Otro cantar. La música independiente en Argentina*. Buenos Aires: Unísono Ediciones.
- Larra, R. (1978) Leónidas Barletta. *El hombre de la campana*. Buenos Aires: Ediciones Conducta.
- Leadbetter, C and Oakley, K. (1999) *The Independents: Britain's New Cultural Entrepreneur*. London: Demos.
- Levalle, S. (2016) *Arte y política después del 2001. La experiencia estética del colectivo de educación y recreación popular "La Oruga"*, en la Ciudad de Buenos Aires. *Prácticas y Discursos*, 5 (7): 1-19.
- Lopez, V. (2012) *Subcultura y contracultura: categorías para pensar el Underground porteño de los ochenta*. *Medialógos*, 2 (1): 105-125.
- Lucena, D. (2018) *Foucault en Cemento: "Una analítica del poder"*. *Trashumante. Revista Americana de Historia Social*, 11: 6-26.

- Lunardelli, L. (2002) *Alternatividad, divino tesoro. El rock argentino en los 90*. Buenos Aires: Biblos.
- Marial, J. (1955). *El teatro independiente*. Buenos Aires: Alpe.
- Martínez, M. (2013) Buenos Aires 1990. *Ciudad pulsional. VII Jornadas de Jóvenes Investigadores*, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Universidad de Buenos Aires.
- Medina, M.; Fernández, C. y Massolo, C. (2017) *Modelos de gestión teatral*. Buenos Aires: Inteatro.
- Molinari, V. y Uhart, C. (2005). *Recuperando el trabajo y la cultura: Espacios culturales en empresas recuperadas*. IV Jornadas de Sociología de la UNLP, 23 al 25 de noviembre de 2005, La Plata, Argentina. *La Argentina de la crisis: Desigualdad social, movimientos sociales, política e instituciones*. EN: Actas. La Plata: UNLP. FAHCE
- Molotch, H. (2003). *Where stuff comes from. How Toasters, Toilets, Cars, Computers and Many Other Things Come to Be As They Are*. New York - London: Routledge.
- Morel, H. (2009) *El giro patrimonial del tango: políticas oficiales, turismo y campeonatos de baile en la Ciudad de Buenos Aires*. Cuadernos de Antropología Social, 30: 155–172.
- Morel, H. (2013) *Buenos Aires la meca del tango: procesos de activación, megaeventos culturales, turismo y dilemas en el patrimonio local*. Revista Publicar en Antropología y Ciencias Sociales, 15: 55-74.
- Morel, H. (2016) *Milongas barriales en la Ciudad de Buenos Aires: sentidos de lugar, sociabilidad y tradiciones*. Etnográfica, 20 (3) : 517-538.
- Newman, M. (2009) “Indie culture: In pursuit of the authentic, autonomous alternative,” Cinema Journal 48, 3: 16–34.
- Observatorio de Industrias Culturales (OIC). 2007. *El tango en la economía de la Ciudad de Buenos Aires*. Subsecretaría de Industrias Culturales. Ministerio de Producción.
- Ochoa, A. M. (2003). *Músicas locales en tiempos de globalización*. Buenos Aires: Norma.
- Ogás Puga, G. (2011). *Pilares de la escena independiente argentina. Roberto Arlt en el Teatro del Pueblo*. Stichomythia. 11/12, 28-41.
- Palmeiro, C. (2004) “*La Industria Discográfica y La Revolución Digital*” (Tesis de grado) Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires. Disponible en: <https://industriasdecontenido.files.wordpress.com/2010/08/arg-cc3a9sar-palmeiro-industria-discogrc3a1fica-y-la-revolucic3b3n-digital-2004.pdf> (acceso 08 marzo 2019).
- Pellettieri, O. (2006). *Algunos aspectos del “teatro de arte” en Buenos Aires*. En O. Pellettieri (Dir.). *Teatro del Pueblo: una utopía concretada* (pp. 69-158). Buenos Aires: Galerna.
- Pino Villar, M. P. (2016) “*Reflexiones sobre políticas culturales y dinámicas de circulación durante la democracia neoliberal argentina*.” Revista Question, 50: 405-413.
- Provéndola, J. I. (2015) *Rockpolitik. 50 años de rock nacional y sus vínculos con el poder político argentino*. Buenos Aires: Eudeba.
- Pujol, S. (1999) *Historia del Baile*. Buenos Aires, Emecé.
- Pujol, S. (2002). *La década rebelde. Los años 60 en la Argentina*. Buenos Aires: Emecé.

- Quiña, G. (2009) “*Cultura y crisis en la gran ciudad. Los colectivos de artistas y el desarrollo de una nueva legitimidad en el arte*”. En Ana Elisa Wortman (comp.) *Entre la política y la gestión de la cultura y el arte. Nuevos actores en la argentina contemporánea* (pp. 213-246). Buenos Aires: EUDEBA.
- Quiña, G. (2013, 29 Septiembre – 04 Octubre) “*La especificidad de la producción cultural independiente en Argentina*.” En: Actas XXIX Congreso Latinoamericano de Sociología, Asociación Latinoamericana de Sociología y Universidad de Chile, Santiago, Chile. Editor: Asociación Latinoamericana de Sociología.
- Quiña, G. (2014) *De la autogestión al modelo de negocios 360°. La producción musical independiente en vivo en la Ciudad de Buenos Aires*. Revista Aposta, 60: 1-1-27.
- Rivkin-fish, Z., Kaple, D., Louch, H., Dimaggio, P., & Morris, L. (2009). *Comparing Sample Frames for Research on Arts Organizations: Results of a Study in Three Metropolitan Areas*. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 28(1), 41-66.
- Rushton, M. (2014). *Hybrid organizations in the arts: A cautionary view*. *Journal of Arts Management Law and Society*, 44(3), 145-152.
- Saïta, S. (2003). *La dramaturgia de Elías Castelnuovo: del teatro social al teatro proletario*. En O. Pellettieri (Ed.). *Escena y realidad. Estudios de teatro iberoamericano y argentino* (pp. 187- 195). Buenos Aires: Galerna y Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.
- Scott, W. R. (2001). *Organizations: Rational, Natural, and Open Systems (5th Edition)*. New Jersey: Pearson Education International
- Staiger, J. (2013). “*Independent of what? Sorting out differences from Hollywood*.”
- Suriano, J. (2001) *Anarquistas. Cultura y política libertaria en Buenos Aires, 1890-1910*. Buenos Aires: Manantial.
- Taylor, J. (1976) *Tango: Theme of Class and Nation*. *Ethnomusicology*, Vol. 20, No. 2. (May, 1976), pp. 273-291.
- Taylor, J. (1998) *Paper Tangos*. Durham and London: Duke University Press.
- Travnik, P. (2015) “*Hacia una profesionalización del Teatro Independiente en la Ciudad de Buenos Aires*.” (Tesis de Especialización), Instituto de Altos Estudios Sociales, Universidad Nacional de San Martín.
- Valente, A. (2018) “*Centros, casas y espacios. Modos de autogestión artística y cultural en la ciudad de La Plata (2005-2015)*” (Tesis de Maestría) Facultad de Bellas Artes, Universidad Nacional de La Plata.
- Vecino, D. (2011). *Nuevos sellos discográficos y la producción de música independiente en la Ciudad de Buenos Aires*. En L. Rubinich y P. Miguel (Eds.), *Creatividad, economía y cultura en la Ciudad de Buenos Aires 2001-2010* (pp. 101-130). Buenos Aires: Aurelia Rivera.
- Vieites, M. (2009) “*Artes escénicas e industria cultural*”. En ADE Teatro, nro. 128. Disponible en: <http://www.revistasculturales.com/revistas/47/ade-teatro>
- Vila, P. (1989). *Argentina's “Rock Nacional”: The Struggle for Meaning*. *Latin American Music Review*, 10(1), 1-28.
- Waits, J. C. (2007) “*Does ‘indie’ mean independence? Freedom and restraint in a late 1990s US college radio community*,” *The Radio Journal—International Studies in Broadcast and Audio Media* 5, 2/3: 83–96.
- Wortman, A. (2009) *Entre la política y la gestión de la cultura y el arte. Nuevos actores en la Argentina contemporánea*. Buenos Aires: Eudeba.

REFERENCIAS

Wortman, A. (2018). *Un mundo de sensaciones. Sensibilidades e imaginarios en producciones y consumos culturales argentinos del siglo XXI*. Buenos Aires: CLACSO.

Yúdice, G. (2007): *Nuevas Tecnologías, Música y Experiencia*, Barcelona: Gedisa.

Zallo, R. (1992): *El mercado de la cultura: Estructura económica y política de la comunicación*. Donostia (España): Tercera Prensa.

ÍNDICE DE FIGURAS, TABLAS Y MAPAS

Índice de Figuras

Figura 1: Esquema conceptual de las organizaciones culturales urbanas que programan en vivo	26
Figura 2: Universo de organizaciones culturales	43
Figura 3: Año de apertura de las organizaciones culturales	44
Figura 4: Figura legal de las organizaciones culturales	46
Figura 5: Figura legal de las organizaciones culturales	47
Figura 6: Áreas o Comisiones en las que se dividen las organizaciones culturales	48
Figura 7: Modo de funcionamiento de las organizaciones culturales	50
Figura 8: Percepción de la sociabilidad existentes entre los integrantes de las organizaciones culturales	51
Figura 9: Medios de Comunicación internos utilizados por el equipo de trabajo de las organizaciones culturales (Categoría más elegida en primer lugar)	52
Figura 10: Uso previo del inmueble	54
Figura 11: Titularidad del inmueble	55
Figura 12: Motivaciones para la elección del Inmueble (Categoría más elegida en primer lugar)	56
Figura 13: Motivaciones para la elección del Inmueble (Categorías más elegidas independientemente del lugar)	56
Figura 14: Cambio de locación en los últimos 5 años	57
Figura 15: Motivaciones para el cambio de locación (Categorías más elegidas independientemente del lugar)	58
Figura 16: Superficie del inmueble (en m2)	59
Figura 17: Cantidad de ambientes en los que se divide el inmueble	59
Figura 18: Existencia de Espacios para el Guardado de Escenografía	60
Figura 19: Grado de dificultad en adaptar el inmueble para el desarrollo de la actividad	61
Figura 20: Cantidad de ambientes en las que se divide el inmueble	62
Figura 21: Superficie de la Sala Principal (en m2)	63
Figura 22: Capacidad máxima de aforo del espacio	64
Figura 23: Mobiliario de la Sala Principal	65
Figura 24: Disposición del mobiliario de la Sala Principal	65
Figura 25: Tipo de Piso de la Sala Principal	66
Figura 26: Tipo de Espacio de la Sala Principal	67
Figura 27: Adecuación de la Sala Principal para realizar Acrobacia Aérea	67
Figura 28: Grado de Dificultad en adaptar la Sala Principal según las necesidades de la propuesta artístico-cultural	68
Figura 29: Equipamiento de las organizaciones culturales	69
Figura 30: Origen de los fondos para el equipamiento del espacio (Categoría más elegida en primer lugar)	70
Figura 31: Planificación de objetivos dentro de la organización	71
Figura 32: Registro de ingresos y egresos de las organizaciones culturales	72
Figura 33: Realización de revisiones del financiamiento de las organizaciones culturales	72

Figura 34: Áreas o Comisiones en las que se divide las organizaciones culturales	76
Figura 35: Rango etario de las personas que programan en las organizaciones culturales	77
Figura 36: Máximo nivel educativo de las personas que programan en el espacio	78
Figura 37: Formación de las personas que programan en las organizaciones culturales	78
Figura 38: Auto-percepción del equipo de dirección o responsables de las organizaciones culturales	79
Figura 39: Criterios utilizados para la incorporación de nuevas personas dentro de las organizaciones culturales	80
Figura 40: Canales utilizados para la búsqueda de nuevas personas para incorporar a las organizaciones culturales	80
Figura 41: Capacitación del equipo de trabajo	81
Figura 42: Fuentes principales de ingresos de la organización durante el último año (2018) (Categoría más elegida en primer lugar)	82
Figura 43: Fuentes principales de ingresos de la organización durante el último año (2018) (Categorías más elegidas entre los cinco primeros lugares)	83
Figura 44: Valor de la entrada promedio durante el último año (2018)	84
Figura 45: Subsidios	84
Figura 46: Inversión de los subsidios recibidos durante el último año (2018)	85
Figura 47: Razones por la cual el espacio no recibe subsidios	86
Figura 48: Distribución de los ingresos entre integrantes estables de las organizaciones culturales	87
Figura 49: Distribución de los ingresos entre integrantes eventuales de las organizaciones culturales	87
Figura 50: Distribución de ingresos de boletería a compañías o agrupaciones artísticas y culturales que se presentan en las organizaciones culturales	88
Figura 51: Distribución de la totalidad de los ingresos recibidos por parte de las organizaciones culturales según costos (2018) (Categoría más elegida en primer lugar)	89
Figura 52: Distribución de la totalidad de los ingresos recibidos por parte de las organizaciones culturales según costos (2018) (Categorías más elegidas entre los cinco primeros lugares)	89
Figura 53: Criterios empleados para definir la programación de las organizaciones culturales (Categoría más elegida en primer lugar)	91
Figura 54: Criterios empleados para definir la programación de las organizaciones culturales (Categorías más elegidas entre los cinco primeros lugares)	91
Figura 55: Programación principal de las organizaciones culturales	92
Figura 56: Disciplinas programadas dentro de las organizaciones culturales	93
Figura 57: Definición del tipo de programación general de las organizaciones culturales	94
Figura 58: Criterio de rotación en la programación	95
Figura 59: Duración promedio de la programación	96
Figura 60: Cantidad de funciones / recitales / eventos programados por mes	97
Figura 61: Cantidad de compañías / bandas / artistas programados durante el último año (2018)	98
Figura 62: Anticipación en la definición de la programación	98
Figura 63: Días donde se concentra la mayor cantidad de programación de las organizaciones culturales	99
Figura 64: Franja Horaria donde se concentra la mayor cantidad de programación de las organizaciones culturales	99
Figura 65: Tipo de participación de las organizaciones culturales en la producción de obras, recitales o proyectos programados	100
Figura 66: Canales de Comunicación utilizados para difundir las actividades de las organizaciones culturales (categoría más elegida en primer lugar)	101
Figura 67: Misión / propósitos de las organizaciones culturales	101

Figura 68: Promociones o descuentos utilizados por las organizaciones culturales para la venta de entradas	102
Figura 69: Acuerdos con otras organizaciones para la venta de entradas con descuentos o promociones	103
Figura 70: Sistema de ventas de entradas utilizadas por las organizaciones culturales	104
Figura 71: Percepción del tipo de público de las organizaciones culturales	105
Figura 72: Percepción de la frecuencia de asistencia del público a las organizaciones culturales	105
Figura 73: Percepción de las razones por las cuales el público asiste a las organizaciones culturales	106
Figura 74: Porcentaje de personas involucradas en el funcionamiento de las organizaciones culturales de forma permanente y circunstancial según géneros	108
Figura 75: Porcentajes de personas involucradas de forma permanente en las organizaciones culturales según géneros	109
Figura 76: Porcentajes de personas involucradas de forma eventual en las organizaciones culturales según géneros	109
Figura 77: Roles de las personas involucradas de forma permanente en las organizaciones culturales según géneros	110
Figura 78: Tipo de vínculo de las personas involucradas de forma permanente, pasante y voluntarias con las organizaciones culturales según géneros	112
Figura 79: Toma de decisiones al interior de las organizaciones culturales según géneros y tipo de decisión	114
Figura 80: Pertenencia de las organizaciones culturales a redes, organizaciones y cámaras	119
Figura 81: Aportes de las redes, organizaciones y/o cámaras sectoriales a las organizaciones culturales	120
Figura 82: Principales problemas que enfrentan las organizaciones culturales en la actualidad (Categoría más elegida en primer lugar)	121
Figura 83: Principales problemas que enfrentan las organizaciones culturales en la actualidad (Categorías más elegidas entre los cinco primeros lugares)	122
Figura 84: Principales problemas que enfrentan las organizaciones culturales en la actualidad (Categorías más elegidas independientemente del lugar)	122
Figura 85: Principales demandas de las organizaciones culturales en la actualidad (Categoría más elegida en primer lugar)	123
Figura 86: Principales demandas de las organizaciones culturales en la actualidad (Categorías más elegidas independientemente del lugar)	123

Índice de Tablas

Tabla 1: Barrios de la Ciudad de Buenos Aires según Zonas	33
Tabla 2: Cantidad de casos según sub-universos de análisis	36
Tabla 3: Cantidad de casos según sectores	36
Tabla 4: Cantidad de encuestas realizadas por sub-universo de estudio	39
Tabla 5: Cantidad de encuestas realizadas por sector	40
Tabla 6: Cantidad de encuestas contestadas según formato de la encuesta	41
Tabla 7: Los 5 barrios de la Ciudad de Buenos Aires con mayor cantidad de organizaciones culturales	125
Tabla 8: Los 12 barrios de la Ciudad de Buenos Aires con mayor cantidad de organizaciones culturales Independientes	126
Tabla 9: Los 4 barrios de la Ciudad de Buenos Aires con mayor cantidad de Salas de Teatro Independiente	127
Tabla 10: Los 11 barrios de la Ciudad de Buenos Aires con mayor cantidad de Salas de Teatro Independiente	128
Tabla 11: Los 3 barrios de la Ciudad de Buenos Aires con mayor cantidad de Clubes de Música en vivo	129
Tabla 12: Los 8 barrios de la Ciudad de Buenos Aires con mayor cantidad de Clubes de Música en vivo	130
Tabla 13: Los 5 barrios de la Ciudad de Buenos Aires con mayor cantidad Centros Culturales	131

Tabla 14: Los 10 barrios de la Ciudad de Buenos Aires con mayor cantidad Centros Culturales	132
Tabla 15: Los 6 barrios de la Ciudad de Buenos Aires con mayor cantidad Milongas	134
Tabla 16: Los 12 barrios de la Ciudad de Buenos Aires con mayor cantidad Milongas	134
Tabla 17: Cantidad de organizaciones culturales según avenidas	136
Tabla 18: Cantidad de organizaciones culturales según avenidas (eje Este-Oeste)	137
Tabla 19: Cantidad de organizaciones culturales según avenidas (Eje Norte-Sur)	137
Tabla 20: Cantidad de Salas de Teatro según avenidas	139
Tabla 21: Cantidad de Salas de Teatro según avenidas (Eje Este-Oeste)	140
Tabla 22: Cantidad de Salas de Teatro según avenidas (Eje Norte Sur)	140
Tabla 23: Cantidad de Clubes de Música en vivo según avenidas	142
Tabla 24: Cantidad de Clubes de Música en vivo según avenidas (Eje Este-Oeste)	143
Tabla 25: Cantidad de Clubes de Música en vivo según Avenidas (Eje Norte-Sur)	143
Tabla 26: Cantidad de Centros Culturales según avenidas	145
Tabla 27: Cantidad de Centros Culturales según avenidas (Eje Este-Oeste)	146
Tabla 28: Cantidad de Centros Culturales según avenidas (Eje Norte-Sur)	146
Tabla 29: Cantidad de Milongas según avenidas	148
Tabla 30: Cantidad de Milongas según avenidas (Eje Este-Oeste)	149
Tabla 31: Cantidad de Milongas según avenidas (Eje Norte-Sur)	149
Tabla 32: Cantidad de organizaciones culturales por líneas de subte	151
Tabla 33: Cantidad de organizaciones culturales según todas las líneas de subte	151
Tabla 34: Cantidad de Salas de Teatro por líneas de subte	152
Tabla 35: Cantidad de Salas de Teatro según todas las líneas de subte	153
Tabla 36: Cantidad de Clubes de Música en Vivo por líneas de subte	154
Tabla 37: Cantidad de Clubes de Música en Vivo según todas las líneas de subte	154
Tabla 38: Cantidad de Centros Culturales por líneas de subte	155
Tabla 39: Cantidad de Centros Culturales según todas las líneas de subte	156
Tabla 40: Cantidad de Milongas por líneas de subte	157
Tabla 41: Cantidad de Milongas según todas las líneas de subte	157
Tabla 42: Cantidad de organizaciones culturales según barrios y zonas de la ciudad	165
Tabla 43: Barrios con más cantidad de habitantes y cantidad de organizaciones culturales	166
Tabla 44: Barrios con mayor cantidad de organizaciones culturales según cantidad de habitantes por Barrio	167
Tabla 45: Barrios con mayor densidad de habitantes por Km2 de la ciudad	168
Tabla 46: Barrios con mayor densidad de organizaciones culturales por Km2	169
Tabla 47: Oferta de aforo de las organizaciones culturales cada 1000 habitantes por barrio	170
Tabla 48: Oferta de aforo Salas de Teatro cada 1000 habitantes por barrio	171
Tabla 49: Oferta de aforo Clubes de Música cada 1000 habitantes por barrio	172
Tabla 50: Oferta de aforo Centros Culturales cada 1000 habitantes por barrio	174

Tabla 51: Oferta de aforo Milongas cada 1000 habitantes por barrio	176
Tabla 52: Barrios con mayor porcentaje de jóvenes entre 20 y 24 años en relación con porcentaje de organizaciones culturales	178
Tabla 53: Barrios con mayor porcentaje de jóvenes entre 25 y 29 años en relación con porcentaje de organizaciones culturales	179
Tabla 54: Barrios con mayor porcentaje de habitantes entre 30 y 39 años en relación con porcentaje de organizaciones culturales	180
Tabla 55: Densidad de habitantes según edad y densidad de organizaciones culturales por barrio	181
Tabla 56: Densidad de habitantes según edad y densidad de Salas de Teatro por barrio	182
Tabla 57: Densidad de habitantes según edad y densidad de Clubes de Música por barrio	183
Tabla 58: Densidad de habitantes según edad y densidad de Centros Culturales por barrio	185
Tabla 59: Densidad de habitantes según edad y densidad de Milongas por barrio	187
Tabla 60: Barrios con mayor porcentaje de habitantes con educación superior en relación con porcentaje de organizaciones culturales	189
Tabla 61: Barrios con mayor porcentaje de organizaciones culturales en relación a porcentaje de habitantes con educación superior	190
Tabla 62: Densidad de habitantes según nivel de estudios superiores y densidad de organizaciones culturales por barrio	191
Tabla 63: Densidad de habitantes según nivel de estudios superiores y densidad de Salas de Teatro por barrio	192
Tabla 64: Densidad de habitantes según nivel de estudios superiores y densidad de Clubes de Música por barrio	194
Tabla 65: Densidad de habitantes según nivel de estudios superiores y densidad de Centros Culturales por barrio	196
Tabla 66: Densidad de habitantes según nivel de estudios superiores y densidad de Milongas por barrio	197

Índice de Mapas

Mapa 1: Mapa de la Ciudad de Buenos Aires dividido en Barrios, Zonas y Comunas	33
Mapa 2: Distribución total de las organizaciones culturales Independientes según barrios de la Ciudad de Buenos Aires	124
Mapa 3: Distribución total de Salas de Teatro independiente según barrios de la Ciudad de Buenos Aires	127
Mapa 4: Distribución total de Clubes de Música en vivo según barrios de la Ciudad de Buenos Aires	129
Mapa 5: Distribución total de Centros Culturales según barrios de la Ciudad de Buenos Aires	131
Mapa 6: Distribución total de Milongas según barrios de la Ciudad de Buenos Aires	133
Mapa 7: Distribución Total organizaciones culturales según avenidas principales de la Ciudad de Buenos Aires	135
Mapa 8: Distribución Total de Salas de Teatro según avenidas principales de la Ciudad de Buenos Aires	138
Mapa 9: Distribución Total de Clubes de Música según avenidas principales de la Ciudad de Buenos Aires	141
Mapa 10: Distribución Total de Centros Culturales según avenidas principales de la Ciudad de Buenos Aires	144
Mapa 11: Distribución Total de Milongas según avenidas principales de la Ciudad de Buenos Aires	147
Mapa 12: Distribución Total de espacios culturales y Milongas según líneas de subte de la Ciudad de Buenos Aires	150
Mapa 13: Distribución Total de Salas de Teatro según líneas de subte de la Ciudad de Buenos Aires	152
Mapa 14: Distribución Total de Clubes de Música en vivo según líneas de subte de la Ciudad de Buenos Aires	153
Mapa 15: Distribución Total de clubes de Centros Culturales según líneas de subte de la Ciudad de Buenos Aires	155
Mapa 16: Distribución Total de Milongas según líneas de subte de la Ciudad de Buenos Aires	156
Mapa 17: Nivel de concentración de organizaciones culturales Independientes de la Ciudad de Buenos Aires	158
Mapa 18: Nivel de concentración de organizaciones culturales Independientes de la Ciudad de Buenos Aires según avenidas	159

Mapa 19: Nivel de concentración de Salas de Teatro Independientes de la Ciudad de Buenos Aires	160
Mapa 20: Nivel de concentración de Clubes de Música en Vivo de la Ciudad de Buenos Aires	161
Mapa 21: Nivel de concentración de Centros Culturales de la Ciudad de Buenos Aires	162
Mapa 22: Nivel de concentración de Milongas de la Ciudad de Buenos Aires	163
Mapa 23: Distribución organizaciones culturales según cantidad de habitantes por Barrio de la ciudad	167
Mapa 24: Distribución Salas de Teatro según cantidad de habitantes por Barrio de la ciudad	171
Mapa 25: Distribución Clubes de Música según cantidad de habitantes por Barrio de la ciudad	173
Mapa 26: Distribución Centros Culturales según cantidad de habitantes por Barrio de la ciudad	175
Mapa 27: Distribución Milongas según cantidad de habitantes por Barrio de la ciudad	177
Mapa 28: Distribución organizaciones culturales según porcentaje de edad de 20 a 24 años por barrio	178
Mapa 29: Distribución organizaciones culturales según porcentaje de edad de 25 a 29 años por barrio	179
Mapa 30: Distribución organizaciones culturales según porcentaje de edad de 30 a 39 años por barrio	180
Mapa 31: Distribución Salas de Teatro según porcentaje de edad de 30 a 39 años por barrio	183
Mapa 32: Distribución Clubes de Música según porcentaje de edad de 30 a 39 años por barrio	184
Mapa 33: Distribución Centros Culturales según porcentaje de edad de 30 a 39 años por barrio	186
Mapa 34: Distribución Milongas según porcentaje de edad de 30 a 39 años por barrio	188
Mapa 35: Distribución Milongas según porcentaje de edad de 40 a 49 años por barrio	188
Mapa 36: Distribución organizaciones culturales según porcentaje de habitantes con nivel de estudios superior por barrio	191
Mapa 37: Distribución Salas de Teatro según porcentaje de habitantes con nivel de estudios superior por barrio	193
Mapa 38: Distribución Clubes de Música en Vivo según porcentaje de habitantes con nivel de estudios superior por barrio	194
Mapa 39: Distribución Centros Culturales según porcentaje de habitantes con nivel de estudios superior por barrio	196
Mapa 40: Distribución Milongas según porcentaje de habitantes con nivel de estudios superior por barrio	198

ANEXOS

ANEXO 1: ACLARACIONES METODOLÓGICAS

DELIMITACIÓN DE LA CANTIDAD DE CASOS DEL UNIVERSO DE ESTUDIO

El número global de 459 casos (nuestra población de análisis) surge del cruce de las bases seleccionadas, su depuración para evitar duplicación de datos y su posterior corrección una vez concluida la etapa de relevamiento en campo. De este modo, en una primera fase de la investigación -previa a la salida a campo- partimos de una lista de 474 casos. Esta lista fue modificándose en su composición y número en la medida que la recolección de información se iba realizando. En campo se identificaron 23 nuevos casos (12 Salas de Teatros, 7 Milongas, 2 Clubes de Música y 2 Centros Culturales), se dio cuenta del cierre de 22 espacios (9 Salas de Teatro, 3 Milongas, 3 Clubes de Música y 7 Centros Culturales), de la exclusión de 16 casos (por inadecuación respecto a nuestra definición de la unidad muestral), y se actualizó la información de 14 casos (modificación de nombre, cambio de dirección, tipo, etc.), en total fueron 75 modificaciones. En la tabla A se puede apreciar en detalle estas observaciones y modificaciones por sector y en las tablas B y C las bases de datos que se utilizaron como fuentes iniciales de acuerdo con la cantidad de casos aportados por sector, 430 y 208 respectivamente.

Tabla A: Actualización del marco muestral según información relevada en campo

Sector	Agregado	Cerró	Dirección Actualizada	Excluido	Sector Actualizado	Nombre modificado	Modificaciones totales por sector
Centros Culturales	2	7	-	4	2	-	15
Clubes de Música	2	3	-	1	1	-	7
Milongas	7	3	7	1	-	-	18
Salas de Teatro	12	9	1	10	2	1	35
Totales	23	22	8	16	5	1	75

Tabla B: Cantidad de casos según sector y fuentes 1

Fuentes	Centro Cultural	Clubes de Música	Milongas	Salas de Teatro	Totales por fuente
BaMúsica 2018	-	37	-	-	37
HOY MILONGA	-	-	116	-	116
Relevamiento en Campo 2018	5	3	9	12	29
SINCA 2017	50	2	-	196	248
Totales por sector	55	42	125	208	430

Tabla C: Cantidad de casos Según sector y fuentes 2

Fuentes	Centro Cultural	Clubes de Música	Milongas	Salas de Teatro	Totales por fuente
AOM 2018	-	-	26	-	26
ARTEI 2018	6	-	-	92	98
CLUMVI 2018	1	25	-	-	26
CONSTRUYENDO CULTURA 2018	13	-	-	-	13
ESCENA 2018	-	-	-	18	18
MECA 2018	26	1	-	-	27
Totales por sector	46	26	26	110	208

DELIMITACIÓN DEL CRITERIO MUESTRAL

A partir del criterio muestral se seleccionaron de forma aleatoria, para la muestra mínima, un total de 25 Centros Culturales (2 perteneciente a ARTEI, 3 a Construyendo Cultura, 8 a MECA y 12 no afiliados a ninguna red u organización), 14 Clubes de Música en Vivo (7 pertenecientes a CLUMVI y 6 sin pertenencia a ninguna organización) y 48 Salas de Teatro (6 pertenecientes a ESCENA, 29 a ARTEI y 27 sin pertenencia a ninguna red u organización). Dentro del segundo universo de análisis se seleccionaron 48 Milongas, divididas según su pertenencia a AOM (11 casos) o a ninguna red u organización (37 casos) (Ver Tabla 7). Para la muestra óptima, se amplió la cantidad de casos para cubrir a un total de 33 Centros Culturales (3 perteneciente a ARTEI, 3 a Construyendo Cultural, 11 a MECA y 16 no afiliados a ninguna red u organización), 19 Clubes de Música en Vivo (10 pertenecientes a CLUMVI y 8 sin pertenencia a ninguna organización) y 84 Salas de Teatro (8 pertenecientes a ESCENA, 39 a ARTEI y 37 sin pertenencia ninguna red u organización). Dentro del segundo universo de estudio se amplió la muestra a un total de 84 Milongas, divididas según su pertenencia a AOM (11 casos) o a ninguna red u organización (37 casos) (Ver Tabla D).

Tabla D: Muestra de Análisis mínima y óptima

Sector	Población	Muestra Mínima	Muestra óptima
Centros Culturales	76	25	33
ARTEI	6	2	3
CLUMVI	1	0	0
CONSTRUYENDO CULTURA	8	3	3
MECA	25	8	11
Sin representación	36	12	16
Clubes de Música	43	14	19
AOM	1	0	0
CLUMVI	22	7	10
MECA	1	0	0
Sin representación	19	6	8
Milongas	148	48	64
AOM	35	11	15
Sin representación	113	37	49
Salas de Teatro	192	63	84
ARTEI	90	29	39
ESCENA	18	6	8
Sin representación	84	27	37
Totales	459	150	200

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE 1: CONFIGURACIÓN SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES

Definición Conceptual: Se entiende por configuración social a patrones de interacciones recíprocas estables o regulares que definen las maneras en que se relacionan quienes participan de forma permanente o esporádica (sean personas responsables, contratadas, voluntarias y/o pasantes) en una organización cultural. Estos patrones de interacción pueden estar definidos normativamente o surgir de la propia interacción estabilizada entre sus participantes.

Definición Operativa: La dimensión normativa o formal de la configuración social de una organización cultural remite a la figura legal, las normas y protocolos de funcionamiento, mecanismos en la toma de decisiones, y las áreas en las que se divide su funcionamiento. La dimensión informal o formas de sociabilidad remite a la forma en que sus miembros se relacionan entre sí (independientemente de las normas de funcionamiento pre-establecidas) y perciben su situación y la del funcionamiento de la organización en su totalidad.

Cuadro de Operacionalización de la Variable 1:

Variable	Dimensiones	Indicadores ³¹
Configuración Social de las organizaciones culturales	Regulaciones normativas o formales	Figura Legal de la organización [P36]
		Normas y protocolos de funcionamiento [P40]
		Áreas o comisiones de trabajo [P41]
		Mecanismos formales para la toma de decisiones según área [P34]
		Vinculación formal [P28 y 29]
	Marcos cognitivos-culturales y formas de sociabilidad	Percepción del funcionamiento del espacio [P37]
		Sociabilidad [P63]
		Participación en la toma de decisiones según género [P35]
		Formas de Comunicación internas [P42]

VARIABLE 2: CONFIGURACIÓN MATERIAL DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES

Definición conceptual: Se entiende por configuración material a los recursos físicos, las personas contratadas y las herramientas de gestión que se emplean para el desarrollo de las actividades y programación de una organización cultural.

Definición operativa: Por configuración material se entiende: (1) las características espaciales del inmueble dónde se desarrollan las actividades (según tipo, titularidad, tamaño, lugar de guardado y dificultades para su adaptación) y del espacio escénico donde se desarrolla la programación (según cantidades, dimensiones, aforo, tipo y distribución de butacas, características del piso, de la caja escénica y dificultades para su adaptación). (2) La tecnología disponible para el desarrollo de las actividades programadas y los recursos para su obtención. (3) Las herramientas de gestión empleadas para el funcionamiento de la organización (planificación, registro de ingresos y egresos y revisiones de funcionamiento).

31. Entre corchetes se consigna el número de pregunta del cuestionario al cual el indicador aparece asociado.

Cuadro de Operacionalización de la Variable 2:

Variable	Dimensiones	Sub-Dimensiones	Indicadores ³²
Configuración material de las organizaciones culturales	Características espaciales	Características del Inmueble	Tipo de inmueble [P10]
			Titularidad del inmueble [P12]
			Razones de la elección del inmueble y mudanza [P3, P4, P5]
			Superficie del Inmueble [P7]
			Cantidad de ambientes del Inmueble [P8]
			Disponibilidad y tipo de espacio de guardado [P26 y P27]
			Dificultades de adaptabilidad del inmueble [P11]
		Características del espacio escénico	Cantidades [P14]
			Dimensiones [P15]
			Altura [P16]
			Aforo [P9]
			Características y distribución de butacas [P19 y P20]
			Tipo y características del piso escénico [P17, P23, P24]
			Características de la caja escénica [P22, P25]
			Dificultades de adaptabilidad del espacio escénico para la programación [P18]
	Tecnología		Tipo de equipamiento [P21]
			Fuentes de ingresos para el equipamiento [P53]
	Gestión		Planificación [P44]
			Registro de ingresos y egresos [P45]
			Revisiones de funcionamiento [P46]

VARIABLE 3: EQUIPOS DE TRABAJO E INTEGRANTES DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES

Definición conceptual: Se entiende por equipo de trabajo a las personas que cooperan entre sí con el fin de llevar adelante las diferentes tareas (centrales y auxiliares) dentro de una organización cultural determinada. Se entiende por integrantes de una organización cultural aquellas personas que participan de forma estable o circunstancial dentro de una organización (independientemente del tipo de contratación).

Definición operativa: Los equipos de trabajo se definen a partir de las tareas a cubrir dentro de la organización y la cantidad de roles que asumen sus participantes. A su vez, las personas que integran una organización se definen de acuerdo con su número, características sociodemográficas, mecanismos de contratación y su capacitación dentro de la organización.

32. Entre corchetes se consigna el número de pregunta del cuestionario al cual el indicador aparece asociada.

Cuadro de Operacionalización de la Variable 3:

Variable	Dimensiones	Indicadores ³³	Categorías
Equipos de trabajo e integrantes de las organizaciones culturales	Equipos de trabajo	Cantidad de equipos de trabajo según tareas [P30]	
		Cantidad de roles cubiertos por participantes de los equipos [P31]	
	Características de los integrantes de la organización	Cantidades de personas estables y eventuales según géneros [P28, P29]	
		Características socio-demográficas de programadores	Cantidad [P67] Rango etario [P68] Nivel educativo [P69] Tipo de Formación [P70]
	Tipos y canales de contratación y formas de capacitación de integrantes de la organización	Criterios de contratación [P47]	
		Canales de contratación [P48]	
		Formas de capacitación [P49]	

VARIABLE 4: CONFIGURACIÓN ECONÓMICA DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES

Definición conceptual: Se entiende por configuración económica a las formas en que una organización cultural regula las relaciones con su entorno para la obtención de recursos, los distribuye y utiliza, con el fin de garantizar su funcionamiento, lograr las metas planteadas y desarrollar sus actividades y programación.

Definición operativa: Se entiende por configuración económica: (1) las fuentes de ingresos, (2) los criterios y mecanismos de distribución de ingresos, (3) los gastos y (4) la utilización de excedentes para garantizar el funcionamiento de una organización cultural.

Cuadro de Operacionalización de la Variable 4:

Variable	Dimensiones	Indicadores ³⁴
Configuración económica de las organizaciones culturales	Ingresos	Fuentes de Ingresos [P52]
		Ingresos por Subsidios [P54, P55, P56]
		Ingresos por arreglos con los grupos programados [P59]
		Ingresos por precio de la entrada [P94, P95, P96, P97]
	Distribución de ingresos	Criterios empleados para la distribución de ingresos entre miembros del equipo de trabajo [P58]
		Distribución de ingresos entre miembros del equipo de trabajo [P60]
	Gastos	Destino de los gastos de la organización [P57]
	Excedentes	Destino de los excedentes de la organización [P62]

33. Entre corchetes se consigna el número de pregunta del cuestionario al cual el indicador aparece asociado.

34. Entre corchetes se consigna el número de pregunta del cuestionario al cual el indicador aparece asociado.

VARIABLE 5: PROGRAMACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES

Definición conceptual: Se entiende por programación a los criterios, tipos, formas y finalidades empleadas para el desarrollo de obras, proyectos, investigaciones, seminarios, charlas, etc. que conforman la oferta cultural y perfil de una organización cultural.

Definición operativa: La programación de las organizaciones culturales se define a partir de: (1) su tipo, dentro de los que se incluye criterios y características de la programación principal y secundaria, y las disciplinas artísticas programadas. (2) Los modos de programación, donde se tienen en cuenta criterios de rotación empleados, el tiempo y cantidad de programación, la anticipación para programar, los días y horarios de programación, las formas de producción y co-producción y los canales de difusión de las actividades y programación. (3) Las finalidades de la programación, que remiten a la misión y propósitos de la programación y al público destinatario. Se incluye, además, los mecanismos de promoción, la percepción del público y la evaluación de la programación.

Cuadro de Operacionalización de la Variable 5:

Variables	Dimensiones	Indicadores ³⁵
Programación de las organizaciones culturales	Tipo de programación	Criterios de Programación [P75]
		Programación Principal [P71],
		Disciplinas artísticas programadas [P73]
		Característica de la programación principal [P74]
		Característica de la programación principal [P74]
	Modos de programación:	Criterio de rotación [P76]
		Tiempo de programación [P77]
		Cantidad de programación [P78, P79]
		Anticipación en la programación [P80]
		Días y horarios de mayor programación [P81, P82]
		Formas de producción y co-producción [P83]
		Canales de difusión de las actividades y programación [P43]
		Canales de difusión de las actividades y programación [P43]
	Finalidades de la programación	Misión/Propósitos [P65]
		Público destinatario [P72]
	Promociones	Tipos de promoción [P92]
		Convenios para descuentos [P93]
		Sistema de Venta de entradas [P91]
	Caracterización y percepción de Públicos	Caracterización de públicos [P85, P86, P87]
		Sugerencias y mecanismos de evaluación de públicos [P88, P89, P90]

VARIABLE 6: ENTORNO URBANO DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES

Definición conceptual: Se entiende por entorno/ambiente al contexto urbano y organizacional en los que se inscriben las organizaciones culturales.

Definición operativa: Se entiende por entorno urbano a las características geográficas donde se inscriben las organizaciones culturales en términos de su ubicación (grado de agrupamiento, dispersión y densidad) e inserción

35. Entre corchetes se consigna el número de pregunta del cuestionario al cual el indicador aparece asociada

(según aspectos sociodemográficos y de infraestructura de la ciudad). Se entiende por entorno organizacional e institucional a las redes de colaboración y conflicto con otras organizaciones, meta-organizaciones (cámaras, plataformas y organizaciones), instituciones, dependencias administrativas para la obtención de recursos, el desarrollo de proyectos, la asistencia técnica y legal, la provisión de servicios, la formación, etc.

Cuadro de Operacionalización de la Variable 6:

Variable	Dimensiones	Sub-dimensiones	Indicadores
Entorno urbano de las organizaciones culturales	Contexto organizacional		Redes de colaboración con otras organizaciones culturales [P6]
			Pertenencia a meta organizaciones culturales [plataformas, movimientos, organizaciones, cámaras] [P50, P51]
			Problemas y Demandas [P98, P99]
	Contexto urbano	Infraestructura urbana	Distribución por barrios [Georreferenciación]
			Distribución por avenidas principales [Georreferenciación]
			Distribución por líneas de subte [Georreferenciación]
			Distribución según tipología de viviendas [Georreferenciación]
		Aspectos Socio-demográficos	Distribución según población [Georreferenciación]
			Distribución según edad [Georreferenciación]
			Distribución según nivel educativo [Georreferenciación]

ANEXO 2: TABLAS CONFIGURACIÓN SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES

Figura 2: Censo de organizaciones culturales

	Freq.	%
Centro Cultural	76	16,56
Clúbes de Música	43	9,37
Milongas	148	32,24
Salas de Teatro	192	41,83
Total	459	100,00

Figura 3: Año de apertura de las organizaciones culturales

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Antes del 2000	15	24,19%	4	12,90%	3	25,00%	22	20,95%	5	9,26%	27	16,98%
Entre 2001 y 2004	12	19,35%	3	9,68%	0	0,00%	15	14,29%	3	5,56%	18	11,32%
Entre 2005 y 2010	14	22,58%	6	19,35%	6	50,00%	26	24,76%	7	12,96%	33	20,75%
Entre 2011 y 2015	19	30,65%	9	29,03%	3	25,00%	31	29,52%	19	35,19%	50	31,45%
2016 y más	2	3,23%	9	29,03%	0	0,00%	11	10,48%	20	37,04%	31	19,50%
Total	62	100,00%	31	100,00%	12	100,00%	105	100,00%	54	100,00%	159	100,00%

Figura 4: Figura legal de las organizaciones culturales

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Cooperativa	2	3,13%	5	16,13%	0	0,00%	7	6,54%	1	1,85%	8	4,97%
Asociación Civil	14	21,88%	13	41,94%	2	16,67%	29	27,10%	4	7,41%	33	20,50%
Fundación	4	6,25%	0	0,00%	0	0,00%	4	3,74%	0	0,00%	4	2,48%
SRL	9	14,06%	2	6,45%	4	33,33%	15	14,02%	1	1,85%	16	9,94%
SA	2	3,13%	0	0,00%	2	16,67%	4	3,74%	0	0,00%	4	2,48%
SH	0	0,00%	1	3,23%	1	8,33%	2	1,87%	0	0,00%	2	1,24%
Unipersonal (Persona física)	24	37,50%	7	22,58%	3	25,00%	34	31,78%	7	12,96%	41	25,47%
Ninguna	5	7,81%	1	3,23%	0	0,00%	6	5,61%	11	20,40%	17	18,63%
Otro	4	6,25%	2	6,45%	0	0,00%	6	5,61%	17	31,48%	23	14,29%
S/D	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	13	24,04%	13	0,00%
Total	64	100,00%	31	100,00%	12	100,00%	107	100,00%	54	100,00%	161	100,00%

Figura 5: Normas o protocolos de funcionamiento de las organizaciones culturales

	Espacios Culturales						Milonga		Totales Generales	
	Centros culturales		Club de música		Salas de Teatro					
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
De funcionamiento	17	54,84%	2	16,67%	24	38,71%	14	27,45%	57	36,54%
De programación	16	51,61%	4	33,33%	17	27,42%	11	21,57%	48	30,77%
De seguridad	14	45,16%	6	50,00%	23	37,10%	7	13,73%	50	32,05%
De violencias	6	19,35%	3	25,00%	6	9,68%	6	11,76%	21	13,46%
De violencias de género	8	25,81%	1	8,33%	7	11,29%	6	11,76%	22	14,10%
De disidencias	1	3,23%	2	16,67%	2	3,23%	3	5,88%	8	5,13%
De posibles clausuras	7	22,58%	3	25,00%	14	22,58%	5	9,80%	29	18,59%
Se están trabajando en la definición de los protocolos de funcionamiento	5	16,13%	0	0,00%	12	19,35%	1	1,96%	18	11,54%
Se están trabajando en la definición de los protocolos de programación	3	9,68%	0	0,00%	6	9,68%	0	0,00%	9	5,77%
Se están trabajando en la definición de los protocolos de seguridad	4	12,90%	0	0,00%	5	8,06%	2	3,92%	11	7,05%
Se están trabajando en la definición de los protocolos de violencias	6	19,35%	1	8,33%	3	4,84%	3	5,88%	13	8,33%
Se están trabajando en la definición de los protocolos de violencia de género	10	32,26%	2	16,67%	7	11,29%	2	3,92%	21	13,46%
Se están trabajando en la definición de los protocolos de disidencias	7	22,58%	0	0,00%	2	3,23%	3	5,88%	12	7,69%
Se están trabajando en la definición de los protocolos de clausuras	5	16,13%	0	0,00%	5	8,06%	5	9,80%	15	9,62%
No existen protocolos de ningún tipo	3	9,68%	4	33,33%	19	30,65%	28	54,90%	54	34,62%
Otros	2	6,45%	1	8,33%	3	4,84%	0	0,00%	6	3,85%
Subtotal	31	100,00%	12	100,00%	62	100,00%	51	100,00%	156	100,00%

Figura 6 / 34: Áreas o Comisiones en las que se dividen las organizaciones culturales

	Espacios Culturales						Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro			
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Dirección	17	56,67%	12	100,00%	45	71,43%	74	70,48%
Coordinación de áreas	11	36,67%	0	0,00%	16	25,40%	27	25,71%
Programación general	14	46,67%	3	25,00%	37	58,73%	54	51,43%
Artes escénicas	8	26,67%	4	33,33%	13	20,63%	25	23,81%
Música	8	26,67%	1	8,33%	4	6,35%	13	12,38%
Literatura	4	13,33%	0	0,00%	1	1,59%	5	4,76%
Audiovisual	6	20,00%	1	8,33%	2	3,17%	9	8,57%
Artes plásticas/visuales	6	20,00%	3	25,00%	7	11,11%	16	15,24%
Área técnica	13	43,33%	5	41,67%	31	49,21%	49	46,67%
Comunicación	18	60,00%	1	8,33%	33	52,38%	52	49,52%
Enseñanza/Formación	17	56,67%	3	25,00%	25	39,68%	45	42,86%
Administración	18	60,00%	4	33,33%	32	50,79%	54	51,43%
Desarrollo de fondos	6	20,00%	0	0,00%	8	12,70%	14	13,33%
Institucionales/comunidad	7	23,33%	10	83,33%	8	12,70%	25	23,81%
Bar/Gastronomía	18	60,00%	1	8,33%	20	31,75%	39	37,14%
Ninguno	3	10,00%	2	16,67%	5	7,94%	10	9,52%
Otros	4	13,33%	0	0,00%	2	3,17%	6	5,71%
Subtotal	30	100,00%	12	100,00%	63	100,00%	105	100,00%

Figura 7: Modo de funcionamiento de las organizaciones culturales

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Emprendimiento personal	16	25,00%	3	9,68%	6	50,00%	25	23,36%	23	43,40%	48	30,00%
Emprendimiento colectivo	41	64,06%	22	70,97%	2	16,67%	65	60,75%	18	33,96%	83	51,88%
Cooperativa	6	9,38%	5	16,13%	0	0,00%	11	10,28%	7	13,21%	18	11,25%
Otro	1	1,56%	1	3,23%	4	33,33%	6	5,61%	5	9,43%	11	6,88%
Total	64	100,00%	31	100,00%	12	100,00%	107	100,00%	53	100,00%	160	100,00%

Figura 8: Percepción de la sociabilidad existentes entre los integrantes de las organizaciones culturales

	Espacios Culturales						Milonga		Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro					
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
De Amistad	23	74,19%	4	33,33%	32	50,00%	40	74,07%	99	61,49%
De Familiaridad	11	35,48%	6	50,00%	22	34,38%	15	27,78%	54	33,54%
De Comunidad	18	58,06%	4	33,33%	27	42,19%	11	20,37%	60	37,27%
De Militancia	12	38,71%	2	16,67%	8	12,50%	8	14,81%	30	18,63%
De Profesionalismo	9	29,03%	7	58,33%	31	48,44%	21	38,89%	68	42,24%
Empresarial	0	0,00%	0	0,00%	2	3,13%	4	7,41%	6	3,73%
Otros	1	3,23%	1	8,33%	2	3,13%	3	5,56%	7	4,35%
Subtotal	31	100,00%	12	100,00%	64	100,00%	54	100,00%	161	100,00%

Figura 9: Medios de Comunicación internos utilizados por el equipo de trabajo de las organizaciones culturales (Categoría más elegida en primer lugar)

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
WhatsApp	28	45,90%	11	37,93%	5	41,67%	44	43,14%	31	59,62%	75	48,70%
Telegram	1	1,64%	1	3,45%	0	0,00%	2	1,96%	0	0,00%	2	1,30%
Facebook	7	11,48%	4	13,79%	0	0,00%	11	10,78%	5	9,62%	16	10,39%
Telefono	0	0,00%	1	3,45%	0	0,00%	1	0,98%	2	3,85%	3	1,95%
Email	8	13,11%	2	6,90%	0	0,00%	10	9,80%	0	0,00%	10	6,49%
Cara/Cara	17	27,87%	10	34,48%	6	50,00%	33	32,35%	13	25,00%	46	29,87%
Otros	0	0,00%	0	0,00%	1	8,33%	1	0,98%	1	1,92%	2	1,30%
Subtotal	61	100,00%	29	100,00%	12	100,00%	102	100,00%	52	100,00%	154	100,00%

ANEXO 3: TABLAS CONFIGURACIÓN MATERIAL DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES

Figura 10: Uso previo del inmueble

	Espacios Culturales						Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música			
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Otro	14	21,88%	8	25,81%	0	0,00%	22	20,56%
Casa	12	18,75%	6	19,35%	0	0,00%	18	16,82%
Escuela	7	10,94%	2	6,45%	6	50,00%	15	14,02%
Galpón	6	9,38%	7	22,58%	0	0,00%	13	12,15%
Fábrica	8	12,50%	4	12,90%	0	0,00%	12	11,21%
Comercio	7	10,94%	3	9,68%	2	16,67%	12	11,21%
Taller Mecánico	5	7,81%	0	0,00%	0	0,00%	5	4,67%
No sabe	1	1,56%	0	0,00%	2	16,67%	3	2,80%
Gimnasio	1	1,56%	0	0,00%	1	8,33%	2	1,87%
Salas de Teatro o Cine-Salas de Teatro	1	1,56%	1	3,23%	0	0,00%	2	1,87%
Club de música	1	1,56%	0	0,00%	1	8,33%	2	1,87%
Centros Culturales	1	1,56%	0	0,00%	0	0,00%	1	0,93%
Subtotal	64	100,00%	31	100,00%	12	100,00%	107	100,00%

Figura 11: Titularidad del inmueble

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
De propiedad	23	36,51%	5	16,13%	5	41,67%	33	31,13%	1	1,85%	34	21,25%
Alquiler	34	53,97%	24	77,42%	7	58,33%	65	61,32%	29	53,70%	94	58,75%
Convenio Institucional	1	1,59%	0	0,00%	0	0,00%	1	0,94%	4	7,41%	5	3,13%
Cesión de espacio	1	1,59%	1	3,23%	0	0,00%	2	1,89%	9	16,67%	11	6,88%
Comodato	2	3,17%	1	3,23%	0	0,00%	3	2,83%	2	3,70%	5	3,13%
Otro	2	3,17%	0	0,00%	0	0,00%	2	1,89%	9	16,67%	11	6,88%
Total	63	100,00%	31	100,00%	12	100,00%	106	100,00%	54	100,00%	160	100,00%

Figura 12: Motivaciones para la elección del Inmueble (Categoría más elegida en primer lugar)

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Accesibilidad en transporte público	7	11,48%	3	9,68%	1	8,33%	11	10,58%	4	11,11%	15	10,71%
Bajos costos de los alquileres y propiedades del barrio	3	4,92%	1	3,23%	1	8,33%	5	4,81%	2	5,56%	7	5,00%
Clima cultural del barrio	2	3,28%	4	12,90%	1	8,33%	7	6,73%	1	2,78%	8	5,71%
Identidad cultural del barrio	5	8,20%	4	12,90%	1	8,33%	10	9,62%	2	5,56%	12	8,57%
Amor al barrio	4	6,56%	5	16,13%	1	8,33%	10	9,62%	3	8,33%	13	9,29%
Por cercanía	7	11,48%	0	0,00%	0	0,00%	7	6,73%	1	2,78%	8	5,71%
Por cesión	3	4,92%	2	6,45%	0	0,00%	5	4,81%	3	8,33%	8	5,71%
Por herencia	7	11,48%	4	12,90%	1	8,33%	12	11,54%	0	0,00%	12	8,57%
Por las características inmueble	21	34,43%	7	22,58%	6	50,00%	34	32,69%	10	27,78%	44	31,43%
Otros	2	3,28%	1	3,23%	0	0,00%	3	2,88%	10	27,78%	13	9,29%
Total	61	100,00%	31	100,00%	12	100,00%	104	100,00%	36	100,00%	140	100,00%

Figura 13: Motivaciones para la elección del Inmueble (Categorías más elegidas independientemente del lugar)

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Accesibilidad en transporte público	62	96,88%	33	100,00%	12	100,00%	107	100,00%	45	83,33%	152	94,41%
Bajos costos de los alquileres y propiedades	53	82,81%	28	90,32%	8	66,67%	89	83,18%	32	59,26%	121	75,16%
Clima cultural del barrio	48	75,00%	27	87,10%	5	41,67%	80	74,77%	27	50,00%	107	66,46%
Amor al barrio	19	29,69%	10	32,26%	1	8,33%	30	28,04%	8	14,81%	38	23,60%
Por cercanía	18	28,13%	12	38,71%	1	8,33%	31	28,97%	6	11,11%	37	22,98%
Identidad cultural del barrio	18	28,13%	11	35,48%	1	8,33%	30	28,04%	7	12,96%	37	22,98%
Por herencia	16	25,00%	10	32,26%	1	8,33%	27	25,23%	6	11,11%	33	20,50%
Por las características inmueble	16	25,00%	9	29,03%	1	8,33%	26	24,30%	7	12,96%	33	20,50%
Por cesión	14	21,88%	10	32,26%	1	8,33%	25	23,36%	6	11,11%	31	19,25%
Otros	18	28,13%	12	38,71%	1	8,33%	31	28,97%	8	14,81%	39	24,22%

Figura 14: Cambio de locación en los últimos 5 años

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Cambió de locación en los últimos 5 años	6	9,38%	6	19,35%	0	0,00%	12	11,32%	26	48,15%	38	23,75%
No cambió de locación en los últimos 5 años	58	90,63%	25	80,65%	9	81,82%	92	86,79%	28	51,85%	120	75,00%
Otro	0	0,00%	0	0,00%	2	18,18%	2	1,89%	0	0,00%	2	1,25%
Col %	64	100,00%	31	100,00%	9	100,00%	106	100,00%	54	100,00%	160	100,00%

Figura 15: Motivaciones para el cambio de locación (Categorías más elegidas independientemente del lugar)

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
El alto costo del alquiler	6	100,00%	6	100,00%	0	0,00%	12	92,31%	25	96,15%	37	94,87%
Fin de contrato o no renovación del alquiler	4	66,67%	4	66,67%	1	100,00%	9	69,23%	13	50,00%	22	56,41%
La inadecuación del inmueble para el desarrollo de la actividad	2	33,33%	4	66,67%	0	0,00%	6	46,15%	8	30,77%	14	35,90%
Otros	1	16,67%	0	0,00%	0	0,00%	1	7,69%	4	15,38%	5	12,82%
Conflicto con personas del barrio	1	16,67%	0	0,00%	0	0,00%	1	7,69%	3	11,54%	4	10,26%
La poca concurrencia de público	1	16,67%	0	0,00%	0	0,00%	1	7,69%	2	7,69%	3	7,69%
Por conflicto con la persona propietaria	1	16,67%	0	0,00%	0	0,00%	1	7,69%	2	7,69%	3	7,69%
Por problemas con el transporte público	1	16,67%	0	0,00%	0	0,00%	1	7,69%	2	7,69%	3	7,69%
La falta de clima cultural del barrio	1	16,67%	0	0,00%	0	0,00%	1	7,69%	1	3,85%	2	5,13%
Por problemas de habilitación	1	16,67%	0	0,00%	0	0,00%	1	7,69%	1	3,85%	2	5,13%

Figura 16: Superficie del inmueble (en m2)

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Hasta 100 mts2	10	15,63%	3	10,00%	1	8,33%	14	13,21%	21	41,18%	35	22,29%
De 101 a 200 mts2	26	40,63%	8	26,67%	4	33,33%	38	35,85%	8	15,69%	46	29,30%
De 201 a 300 mts2	10	15,63%	10	33,33%	4	33,33%	24	22,64%	9	17,65%	33	21,02%
De 301 a 400 mts2	5	7,81%	5	16,67%	1	8,33%	11	10,38%	5	9,80%	16	10,19%
401 a 500 mts2	7	10,94%	2	6,67%	2	16,67%	11	10,38%	4	7,84%	15	9,55%
501 mts2 y más	6	9,38%	2	6,67%	0	0,00%	8	7,55%	4	7,84%	12	7,64%
Total	64	100,00%	30	100,00%	12	100,00%	106	100,00%	51	100,00%	157	100,00%
Media		284,83		288,47		273,17		284,54		220,55		263,75

Figura 17: Cantidad de ambientes en los que se divide el inmueble

	Espacios Culturales						Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música			
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Hasta dos	13	20,63%	7	22,58%	9	75,00%	29	27,36%
Tres	13	20,63%	6	19,35%	2	16,67%	21	19,81%
Cuatro o más	37	58,73%	18	58,06%	1	8,33%	56	52,83%
Total	63	100,00%	31	100,00%	12	100,00%	106	100,00%
Media		12,03		4,35		1,83		8,63

Figura 18: Existencia de Espacios para el Guardado de Escenografía

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Existen Espacios destinados para el guardado de escenografía	57	89,06%	26	83,87%	8	66,67%	91	85,05%	26	49,06%	117	73,13%
No existen Espacios destinados para el guardado de escenografía	6	9,38%	5	16,13%	4	33,33%	15	14,02%	18	33,96%	33	20,63%
No sabe	1	1,56%	0	0,00%	0	0,00%	1	0,93%	8	15,09%	9	5,63%
Otro	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	1	1,89%	1	0,60%
Total	64	100,00%	31	100,00%	12	100,00%	107	100,00%	53	100,00%	160	100,00%

Figura 19: Grado de dificultad en adaptar el inmueble para el desarrollo de la actividad

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales	Milongas		Totales Generales		
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Muy difícil	8	12,50%	4	13,33%	4	33,33%	16	15,09%	5	9,26%	21	13,13%
Bastante difícil	26	40,63%	12	40,00%	3	25,00%	41	38,68%	2	3,70%	43	26,88%
Algo difícil	20	31,25%	10	33,33%	3	25,00%	33	31,13%	11	20,37%	44	27,50%
Nada difícil	7	10,94%	3	10,00%	2	16,67%	12	11,32%	35	64,81%	47	29,38%
No sabe	3	4,69%	1	3,33%	0	0,00%	4	3,77%	1	1,85%	5	3,13%
Total	64	100,00%	30	100,00%	12	100,00%	106	100,00%	54	100,00%	160	100,00%

Figura 20: Cantidad de ambientes en las que se divide el inmueble

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música		Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%						
Uno	35	55,56%	13	41,94%	7	58,33%	55	51,89%	34	64,15%	89	55,97%
Dos	14	22,22%	11	35,48%	4	33,33%	29	27,36%	12	22,64%	41	25,79%
Tres o más	14	22,22%	7	22,58%	1	8,33%	22	20,75%	7	13,21%	29	18,24%
Total	63	100,00%	31	100,00%	12	100,00%	106	100,00%	53	100,00%	159	100,00%
Media		1,81		1,90		1,50		1,80		1,62		1,74

Figura 21: Superficie de la Sala Principal (en m2)

	Espacios Culturales						Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música		Freq.	%
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%		
Hasta 20m2	3	4,76%	0	0,00%	0	0,00%	3	2,86%
De 21 a 50m2	18	28,57%	8	26,67%	0	0,00%	26	24,76%
De 51 a 100m2	29	46,03%	11	36,67%	6	50,00%	46	43,81%
101m2 y más	13	20,63%	11	36,67%	6	50,00%	30	28,57%
Total	63	100,00%	30	100,00%	12	100,00%	105	100,00%
Media		85,19		119,40		163,92		103,96

Figura 22: Capacidad máxima de aforo del espacio

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música		Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%						
Hasta 50 localidades	26	40,63%	2	6,45%	1	8,33%	29	27,10%	6	13,04%	35	22,88%
Desde 51 hasta 80	13	20,31%	6	19,35%	1	8,33%	20	18,69%	5	10,87%	25	16,34%
Desde 81 hasta 150	19	29,69%	15	48,39%	7	58,33%	41	38,32%	14	30,43%	55	35,95%
Desde 151 hasta 250	4	6,25%	5	16,13%	2	16,67%	11	10,28%	10	21,74%	21	13,73%
Desde 251 hasta 300	2	3,13%	3	9,68%	1	8,33%	6	5,61%	11	23,91%	17	11,11%
Total	64	100,00%	31	100,00%	12	100,00%	107	100,00%	46	100,00%	153	100,00%
Media		89,88		142,10		134,58		110,02		187,98		133,46

Figura 23: Mobiliario de la Sala Principal

	Espacios Culturales						Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música		Freq.	%
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%		
Gradas móviles	3	4,76%	2	6,45%	0	0,00%	5	4,76%
Gradas fijas	12	19,05%	1	3,23%	0	0,00%	13	12,38%
Sillas	28	44,44%	9	29,03%	0	0,00%	37	35,24%
Sillas y mesas	18	28,57%	16	51,61%	11	100,00%	45	42,86%
No tienen o no usan ni gradas ni sillas	2	3,17%	2	6,45%	0	0,00%	4	3,81%
Ns/Nc	0	0,00%	1	3,23%	0	0,00%	1	0,95%
Total	63	100,00%	31	100,00%	11	100,00%	105	100,00%

Figura 24: Disposición del mobiliario de la Sala Principal

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Cultu- rales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
En un frente	39	61,90%	12	40,00%	6	50,00%	57	54,29%	5	25,00%	62	49,60%
En doble frente	6	9,52%	2	6,67%	1	8,33%	9	8,57%	3	15,00%	12	9,60%
En tres frentes	6	9,52%	3	10,00%	0	0,00%	9	8,57%	1	5,00%	10	8,00%
Semicircular	2	3,17%	8	26,67%	4	33,33%	14	13,33%	3	15,00%	17	13,60%
Circular	7	11,11%	5	16,67%	1	8,33%	13	12,38%	5	25,00%	18	14,40%
No hay gradas ni sillas	3	4,76%	0	0,00%	0	0,00%	3	2,86%	3	15,00%	6	4,80%
Total	63	100,00%	30	100,00%	12	100,00%	105	100,00%	20	100,00%	125	100,00%

Figura 25: Tipo de Piso de la Sala Principal

	Espacios Culturales						Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música			
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Madera s/ cámara aire	15	23,44%	5	16,13%	4	33,33%	24	22,43%
Madera c/ cámara aire	22	34,38%	9	29,03%	0	0,00%	31	28,97%
Cemento alisado	14	21,88%	7	22,58%	3	25,00%	24	22,43%
Alfombra	1	1,56%	1	3,23%	0	0,00%	2	1,87%
Otro	12	18,75%	9	29,03%	5	41,67%	26	24,30%
Total	64	100,00%	31	100,00%	12	100,00%	107	100,00%

Figura 26: Tipo de Espacio de la Sala Principal

	Espacios Culturales						Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música			
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Caja negra	42	65,63%	9	33,33%	3	27,27%	54	52,94%
Caja blanca	15	23,44%	6	22,22%	1	9,09%	22	21,57%
Otro	7	10,94%	12	44,44%	7	63,64%	26	25,49%
Total	64	100,00%	27	100,00%	11	100,00%	102	100,00%

Figura 27: Adecuación de la Sala Principal para realizar Acrobacia Aérea

	Espacios Culturales						Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música			
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Altura y Estructura Adecuada para la Acrobacia Aérea	14	21,88%	8	26,67%	1	8,33%	23	21,70%
Altura y Estructura No Adecuada para la Acrobacia Aérea	48	75,00%	19	63,33%	11	91,67%	78	73,58%
Ns/Nc	2	3,13%	3	10,00%	0	0,00%	5	4,72%
Total	64	100,00%	30	100,00%	12	100,00%	106	100,00%

Figura 28: Grado de Dificultad en adaptar la Sala Principal según las necesidades de la propuesta artístico-cultural

	Espacios Culturales						Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música			
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Muy difícil	1	1,59%	1	3,33%	0	0,00%	2	1,90%
Bastante difícil	5	7,94%	1	3,33%	0	0,00%	6	5,71%
Algo difícil	20	31,75%	9	30,00%	1	8,33%	30	28,57%
Nada difícil	37	58,73%	19	63,33%	11	91,67%	67	63,81%
Total	63	100,00%	30	28,57%	12	100,00%	105	100,00%

Figura 29: Equipamiento de las organizaciones culturales

	Espacios Culturales						Milonga		Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro					
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Paneles	5	16,13%	2	16,67%	16	25,40%	8	16,67%	31	20,13%
Bastidores	3	9,68%	1	8,33%	14	22,22%	4	8,33%	22	14,29%
Telón de frente	6	19,35%	1	8,33%	10	15,87%	5	10,42%	22	14,29%
Telón de fondo	17	54,84%	7	58,33%	39	61,90%	5	10,42%	68	44,16%
Patas	10	32,26%	1	8,33%	22	34,92%	1	2,08%	34	22,08%
Ciclorama	0	0,00%	0	0,00%	3	4,76%	0	0,00%	3	1,95%
Monofásica	10	32,26%	2	16,67%	14	22,22%	8	16,67%	34	22,08%
Trifásica	14	45,16%	10	83,33%	37	58,73%	8	16,67%	69	44,81%
Consola ilum manual	21	67,74%	5	41,67%	33	52,38%	15	31,25%	74	48,05%
Consola ilum digital	9	29,03%	7	58,33%	34	53,97%	18	37,50%	68	44,16%
Parrilla iluminación	25	80,65%	10	83,33%	49	77,78%	19	39,58%	103	66,88%
LED en escena	9	29,03%	5	41,67%	20	31,75%	6	12,50%	40	25,97%
Consola sonido	28	90,32%	12	100,00%	51	80,95%	27	56,25%	118	76,62%
Cajas de sonido	28	90,32%	11	91,67%	48	76,19%	16	33,33%	103	66,88%
Micrófonos	29	93,55%	11	91,67%	49	77,78%	34	70,83%	123	79,87%
Retorno	13	41,94%	9	75,00%	24	38,10%	27	56,25%	73	47,40%
Cables de sonido	30	96,77%	11	91,67%	45	71,43%	30	62,50%	116	75,32%
Reproductores	12	38,71%	10	83,33%	42	66,67%	14	29,17%	78	50,65%
Intrumentos musicales	5	16,13%	7	58,33%	7	11,11%	22	45,83%	41	26,62%
Pantalla	17	54,84%	9	75,00%	32	50,79%	20	41,67%	78	50,65%
Equipo proyección	23	74,19%	10	83,33%	35	55,56%	11	22,92%	79	51,30%
Equipo refrigeración	19	61,29%	9	75,00%	50	79,37%	19	39,58%	97	62,99%
Equipo calefacción	17	54,84%	9	75,00%	50	79,37%	18	37,50%	94	61,04%
Máquina de humo	11	35,48%	6	50,00%	14	22,22%	24	50,00%	55	35,71%
Alfombra vinílica	1	3,23%	3	25,00%	8	12,70%	0	0,00%	12	7,79%
Otros	3	9,68%	1	8,33%	3	4,76%	0	0,00%	7	4,55%
Subtotal	31	100,00%	12	100,00%	63	100,00%	48	100,00%	154	100,00%

Figura 30: Origen de los fondos para el equipamiento del espacio (Categoría más elegida en primer lugar)

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Donaciones (de los miembros de la propia organización o externas)	17	27,87%	7	25,00%	0	0,00%	24	23,76%	12	32,43%	36	26,09%
Subsidios	10	16,39%	7	25,00%	2	16,67%	19	18,81%	2	5,41%	21	15,22%
Préstamos	0	0,00%	2	7,14%	1	8,33%	3	2,97%	1	2,70%	4	2,90%
Sesiones	4	6,56%	0	0,00%	0	0,00%	4	3,96%	0	0,00%	4	2,90%
Capital propio del espacio	29	47,54%	12	42,86%	8	66,67%	49	48,51%	19	51,35%	68	49,28%
Otros	1	1,64%	0	0,00%	1	8,33%	2	1,98%	3	8,11%	5	3,62%
Total	61	100,00%	28	100,00%	12	100,00%	101	100,00%	37	100,00%	138	100,00%

Figura 31: Planificación de objetivos dentro de la organización

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Trabaja a partir de objetivos planificados	50	78,13%	25	80,65%	6	50,00%	81	75,70%	33	62,26%	114	71,25%
No trabaja a partir de objetivos planificados	11	17,19%	5	16,13%	5	41,67%	21	19,63%	20	37,74%	41	25,63%
No sabe	3	4,69%	1	3,23%	1	8,33%	5	4,67%	0	0,00%	5	3,13%
Total	64	100,00%	31	100,00%	12	100,00%	107	100,00%	53	100,00%	160	100,00%

Figura 32: Registro de ingreso y egresos de la organización

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Tiene registro de ingresos y egresos	55	85,94%	31	100,00%	12	100,00%	98	91,59%	31	58,49%	129	80,63%
No tiene registro de ingresos y egresos	6	9,38%	0	0,00%	0	0,00%	6	5,61%	20	37,74%	26	16,25%
No sabe	3	4,69%	0	0,00%	0	0,00%	3	2,80%	2	3,77%	5	3,13%
Total	64	100,00%	31	100,00%	12	100,00%	107	100,00%	53	100,00%	160	100,00%

Figura 33: Realización de revisiones del funcionamiento de la organización

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Con mucha frecuencia	27	42,19%	17	54,84%	8	66,67%	52	48,60%	22	41,51%	74	46,25%
Con relativa frecuencia	30	46,88%	12	38,71%	3	25,00%	45	42,06%	16	30,19%	61	38,13%
Casi nunca	6	9,38%	2	6,45%	1	8,33%	9	8,41%	11	20,75%	20	12,50%
Nunca	1	1,56%	9	0,00%	0	0,00%	1	0,93%	4	7,55%	5	3,13%
Total	64	100,00%	31	100,00%	12	100,00%	107	100,00%	53	100,00%	160	100,00%

ANEXO 4: TABLAS EQUIPOS DE TRABAJO E INTEGRANTES DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES

Figura 34 (Ver Figura 6)

Figura 35: Rango etario de las personas que programan en el espacio

	Espacios Culturales						Milonga		Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro					
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Entre 18 y 25 años	2	7,14%	0	0,00%	2	3,13%	2	3,85%	6	3,87%
Entre 25 y 35 años	15	53,57%	4	36,36%	16	25,00%	12	23,08%	47	30,32%
Entre 36 y 45 años	7	25,00%	1	9,09%	25	39,06%	11	21,15%	44	28,39%
Entre 46 y 55 años	7	25,00%	3	27,27%	14	21,88%	19	36,54%	43	27,74%
Entre 56 y 65 años	3	10,71%	2	18,18%	9	14,06%	9	17,31%	23	14,84%
Más de 65 años	2	7,14%	1	9,09%	3	4,69%	1	1,92%	7	4,52%
Subtotal	28	100,00%	11	100,00%	64	100,00%	52	100,00%	155	100,00%

Figura 36: Máximo nivel educativo de las personas que programan en el espacio

	Espacios Culturales						Milonga		Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro					
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Primario incompleto	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Primario completo	2	7,14%	0	0,00%	2	3,13%	1	1,92%	5	3,23%
Secundario incompleto	4	14,29%	0	0,00%	2	3,13%	2	3,85%	8	5,16%
Secundario completo	5	17,86%	0	0,00%	14	21,88%	6	11,54%	25	16,13%
Terciario-universitario incompleto	10	35,71%	4	36,36%	21	32,81%	16	30,77%	51	32,90%
Terciario-universitario completo	11	39,29%	6	54,55%	26	40,63%	27	51,92%	70	45,16%
Posgrado-doctorado	2	7,14%	1	9,09%	6	9,38%	3	5,77%	12	7,74%
Subtotal	28	100,00%	11	100,00%	64	100,00%	52	100,00%	155	100,00%

Figura 37: Formación de las personas que programan en el espacio

	Espacios Culturales						Milonga		Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro					
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Artística	20	71,43%	2	22,22%	52	91,23%	31	79,49%	105	78,95%
En gestión cultural	11	39,29%	2	22,22%	12	21,05%	6	15,38%	31	23,31%
En ciencias sociales y humanas	7	25,00%	5	55,56%	9	15,79%	15	38,46%	36	27,07%
Subtotal	28	100,00%	9	100,00%	57	100,00%	39	100,00%	133	100,00%

Figura 38. Auto-percepción del equipo de dirección o responsables de las organizaciones culturales

	Espacios Culturales						Milonga		Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro					
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Como Artistas / Gestores-as	17	54,84%	5	41,67%	49	76,56%	31	57,41%	102	63,35%
Como Gestores/as	11	35,48%	2	16,67%	12	18,75%	5	9,26%	30	18,63%
Como Productores/as	7	22,58%	4	33,33%	17	26,56%	8	14,81%	36	22,36%
Como Promotores/as comunitarios/as	3	9,68%	1	8,33%	3	4,69%	8	14,81%	15	9,32%
Como Activistas	7	22,58%	1	8,33%	6	9,38%	2	3,70%	16	9,94%
Como Militantes partidarios	7	22,58%	1	8,33%	1	1,56%	4	7,41%	13	8,07%
Como emprendedor/ a	8	25,81%	6	50,00%	12	18,75%	22	40,74%	48	29,81%
Otros	5	16,13%	2	16,67%	4	6,25%	6	11,11%	17	10,56%
Subtotal	31	100,00%	12	100,00%	64	100,00%	54	100,00%	161	100,00%

Figura 39: Criterios utilizados para la incorporación de nuevas personas dentro de las organizaciones culturales

	Espacios Culturales						Milonga		Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro					
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Por afinidad artística	21	67,74%	6	50,00%	38	59,38%	26	52,00%	91	57,96%
Por afinidad política	11	35,48%	1	8,33%	13	20,31%	6	12,00%	31	19,75%
Por amistad	11	35,48%	4	33,33%	19	29,69%	23	46,00%	57	36,31%
Por disponer un conocimiento específico	21	67,74%	4	33,33%	30	46,88%	22	44,00%	77	49,04%
Por su trayectoria	10	32,26%	5	41,67%	20	31,25%	12	24,00%	47	29,94%
Por recomendación	17	54,84%	2	16,67%	25	39,06%	6	12,00%	50	31,85%
Por ser conocido/interesado	8	25,81%	0	0,00%	7	10,94%	13	26,00%	28	17,83%
Porque frecuenta el espacio	13	41,94%	2	16,67%	23	35,94%	5	10,00%	43	27,39%
Por continuidad de actividad en el espacio	11	35,48%	6	50,00%	18	28,13%	9	18,00%	44	28,03%
Otros	3	9,68%	1	8,33%	6	9,38%	4	8,00%	14	8,92%
Subtotal	31	100,00%	12	100,00%	64	100,00%	50	100,00%	157	100,00%

Figura 40: Canales utilizados para la búsqueda de nuevas personas para incorporar a las organizaciones culturales

	Espacios Culturales						Milonga		Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro					
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Por convocatoria abierta	9	29,03%	0	0,00%	20	32,26%	2	4,00%	31	20,00%
Por búsqueda específica	16	51,61%	8	66,67%	36	58,06%	25	50,00%	85	54,84%
Por interés de la persona que se quiere incorporar	21	67,74%	3	25,00%	27	43,55%	13	26,00%	64	41,29%
Otros	3	9,68%	2	16,67%	5	8,06%	19	38,00%	29	18,71%
Subtotal	31	100,00%	12	100,00%	62	100,00%	50	100,00%	155	100,00%

Figura 41: Capacitación del equipo de trabajo

	Espacios Culturales						Milonga		Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro					
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Instancias de capacitaciones internas	21	67,74%	1	8,33%	30	47,62%	7	14,58%	59	38,31%
Formación universitaria	2	6,45%	0	0,00%	6	9,52%	0	0,00%	8	5,19%
Cursos / seminarios	12	38,71%	2	16,67%	21	33,33%	4	8,33%	39	25,32%
Intercambios / viajes	5	16,13%	1	8,33%	4	6,35%	1	2,08%	11	7,14%
No se capacita	8	25,81%	8	66,67%	17	26,98%	37	77,08%	70	45,45%
Otros	2	6,45%	0	0,00%	2	3,17%	2	4,17%	6	3,90%
Subtotal	31	100,00%	12	100,00%	63	100,00%	48	100,00%	154	100,00%

ANEXO 5: TABLAS CONFIGURACIÓN ECONÓMICA DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES

Figura 42: Fuentes principales de ingresos de la organización durante el último año (2018) (Categoría más elegida en primer lugar)

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Subsidios (ProSalas de Teatro, INT, etc.)	18	28,57%	5	16,67%	2	16,67%	25	23,81%	1	2,50%	26	17,93%
Sponsor	1	1,59%	0	0,00%	0	0,00%	1	0,95%	0	0,00%	1	0,69%
Boletería	11	17,46%	4	13,33%	0	0,00%	15	14,29%	22	55,00%	37	25,52%
Actividades de formación (clases, talleres, seminarios, etc.)	18	28,57%	4	13,33%	0	0,00%	22	20,95%	4	10,00%	26	17,93%
Alquileres de espacio	6	9,52%	4	13,33%	0	0,00%	10	9,52%	0	0,00%	10	6,90%
Bar/Gastro-nomía	5	7,94%	10	33,33%	10	83,33%	25	23,81%	2	5,00%	27	18,62%
Aportes personales de las personas responsables	1	1,59%	1	3,33%	0	0,00%	2	1,90%	2	5,00%	4	2,76%
Aportes del equipo de trabajo del espacio (cooperativa / mutual)	2	3,17%	1	3,33%	0	0,00%	3	2,86%	1	2,50%	4	2,76%
Otros	1	1,59%	1	3,33%	0	0,00%	2	1,90%	8	20,00%	10	6,90%
Total	63	100,00%	30	100,00%	12	100,00%	105	100,00%	40	100,00%	145	100,00%

Figura 43: Fuentes principales de ingresos de la organización durante el último año (2018) (Categoría más elegidas entre los cinco primeros lugares)

	Espacios Culturales			Totales Espacios Culturales	Milongas	Totales Generales
	Salas de Teatro	Centros Culturales	Clubes de música			
	%	%	%	%	%	%
Boletería	79,69%	67,74%	66,67%	74,77%	65,00%	72,11%
Actividades de formación (clases, talleres, seminarios, etc.)	73,44%	61,29%	8,33%	62,62%	32,50%	54,42%
Subsidios (ProSalas de Teatro, INT, etc.)	64,06%	45,16%	75,00%	59,81%	17,50%	48,30%
Bar/Gastronomía	34,38%	83,87%	100,00%	56,07%	22,50%	46,94%
Alquileres de espacio	59,38%	45,16%	41,67%	53,27%	2,50%	39,46%
Aportes personales de las personas responsables	39,06%	45,16%	8,33%	37,38%	25,00%	34,01%
Aportes del equipo de trabajo del espacio (cooperativa / mutual)	15,63%	29,03%	8,33%	18,69%	42,50%	25,17%
Mecenazgo	9,38%	12,90%	0,00%	9,35%	7,50%	8,84%
Donación	4,69%	16,13%	0,00%	7,48%	10,00%	8,16%
Sponsor	3,13%	6,45%	8,33%	4,67%	2,50%	4,08%

Figura 44: Valor de la entrada promedio durante el último año (2018)

	Espacios Culturales			Totales Espacios Culturales	Milongas	Totales Generales
	Salas de Teatro	Centros Culturales	Clubes de música			
	%	%	%	%	%	%
Hasta \$100	30,16%	80,00%	66,67%	48,57%	93,18%	61,74%
De \$101 a \$150	60,32%	20,00%	16,67%	43,81%	6,82%	32,89%
Más de \$150	9,52%	0,00%	16,67%	7,62%	0,00%	5,37%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Media	203,97	133,33	166,67	179,52	107,68	158,31

Figura 45: Subsidios

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música		Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%						
El espacios recibe subsidios	45	70,31%	19	61,29%	9	75,00%	73	68,22%	15	27,78%	88	54,66%
El espacio no recibe subsidios	19	29,69%	12	38,71%	1	8,33%	32	29,91%	27	50,00%	59	36,65%
Otro	0	0,00%	0	0,00%	2	16,67%	2	1,87%	12	22,22%	14	8,70%
Total	65	100,00%	31	100,00%	12	100,00%	107	100,00%	54	100,00%	161	100,00%

Figura 46: Inversión de los subsidios recibidos durante el último año (2018)

	Espacios Culturales						Milonga		Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro		Freq.	%	Freq.	%
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%				
Infraestructura (inversión edilicia)	12	63,16%	8	72,73%	27	55,10%	3	17,65%	50	52,08%
Funcionamiento (servicios, sueldos, etc.)	10	52,63%	4	36,36%	36	73,47%	9	52,94%	59	61,46%
Equipamiento (luces, sonido, micrófonos, etc.)	14	73,68%	8	72,73%	26	53,06%	7	41,18%	55	57,29%
Producciones artísticas (obras, festivales, residencias, etc.)	6	31,58%	0	0,00%	18	36,73%	6	35,29%	30	31,25%
Otros	2	10,53%	1	9,09%	3	6,12%	1	5,88%	7	7,29%
Subtotal	19	100,00%	11	100,00%	49	100,00%	17	100,00%	96	100,00%

Figura 47: Razones por la cual el espacio no recibe subsidios

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música		Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%						
Por falta de recursos humanos y de tiempo para solicitarlos	5	16,13%	2	14,29%	0	0,00%	7	12,50%	9	19,15%	16	15,53%
Por no ser política de la organización pedir subsidios	5	16,13%	0	0,00%	0	0,00%	5	8,93%	4	8,51%	9	8,74%
Por no cumplir con los requisitos para hacerlo	3	9,68%	3	21,43%	0	0,00%	6	10,71%	2	4,26%	8	7,77%
Por no saber gestionarlo	1	3,23%	2	14,29%	0	0,00%	3	5,36%	4	8,51%	7	6,80%
Por no haber ganado ningún subsidio	1	3,23%	4	28,57%	0	0,00%	5	8,93%	1	2,13%	6	5,83%
Por quedar fuera de las convocatorias por motivos desconocidos	0	0,00%	1	7,14%	0	0,00%	1	1,79%	3	6,38%	4	3,88%
Otros	16	51,61%	2	14,29%	11	100,00%	29	51,79%	24	51,06%	53	51,46%
Subtotal	31	100,00%	14	100,00%	11	100,00%	56	100,00%	47	100,00%	103	100,00%

Figura 48: Distribución de lo ingresos entre los integrantes estables de las organizaciones culturales

	Espacios Culturales						Milonga		Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro					
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Según tipo de trabajo	14	53,85%	6	66,67%	40	80,00%	23	92,00%	83	75,45%
Según cantidad de horas trabajadas	16	61,54%	6	66,67%	25	50,00%	4	16,00%	51	46,36%
Subtotal	26	100,00%	9	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	110	100,00%

Figura 49: Distribución de lo ingresos entre integrantes circunstanciales de la organización cultural

	Espacios Culturales						Milonga		Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro					
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Según tipo de trabajo	12	50,00%	4	57,14%	25	59,52%	14	73,68%	55	59,78%
Según cantidad de horas trabajadas	17	70,83%	4	57,14%	27	64,29%	5	26,32%	53	57,61%
Subtotal	24	100,00%	7	100,00%	42	100,00%	19	100,00%	92	100,00%

Figura 50: Distribución de los ingresos de boletería a compañías o grupos artístico culturales que se presentan en la organizaciones culturales

	Espacios Culturales						Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro			
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Van a un arreglo de 70/30	26	83,87%	10	83,33%	53	82,81%	89	83,18%
Van a un arreglo de 60/40	3	9,68%	0	0,00%	6	9,38%	9	8,41%
Cobran Seguro de Sala	2	6,45%	1	8,33%	7	10,94%	10	9,35%
Pagan Cachet	6	19,35%	4	33,33%	0	0,00%	10	9,35%
Gorra	21	67,74%	3	25,00%	21	32,81%	45	42,06%
Valor o rango	4	12,90%	0	0,00%	10	15,63%	14	13,08%
Otros	6	19,35%	7	58,33%	3	4,69%	16	14,95%
Subtotal	31	100,00%	12	100,00%	64	100,00%	107	100,00%

Figura 51: Distribución de la totalidad de los ingresos recibidos por parte de la organización según costos (2018) (Categoría más elegida en primer lugar)

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Alquiler	30	48,39%	17	56,67%	3	25,00%	50	48,08%	26	50,00%	76	48,72%
Impuestos Varios	6	9,68%	1	3,33%	0	0,00%	7	6,73%	0	0,00%	7	4,49%
Servicios de Luz	7	11,29%	1	3,33%	1	8,33%	9	8,65%	0	0,00%	9	5,77%
Servicios de Agua	1	1,61%	0	0,00%	1	8,33%	2	1,92%	0	0,00%	2	1,28%
Técnico de Sala	1	1,61%	0	0,00%	0	0,00%	1	0,96%	0	0,00%	1	0,64%
Mantenimiento	7	11,29%	0	0,00%	0	0,00%	7	6,73%	3	5,77%	10	6,41%
Equipa- miento	1	1,61%	0	0,00%	0	0,00%	1	0,96%	3	5,77%	4	2,56%
Sueldos	7	11,29%	10	33,33%	6	50,00%	23	22,12%	13	25,00%	36	23,08%
Otros	2	3,23%	1	3,33%	1	8,33%	4	3,85%	7	13,46%	11	7,05%
Total	62	100,00%	30	100,00%	12	100,00%	104	100,00%	52	100,00%	156	100,00%

Figura 52: Distribución de la totalidad de los ingresos recibidos por parte de la organización según costos (2018) (Categoría más elegidas entre los cinco primeros lugares)

	Espacios Culturales			Totales Espacios Culturales	Milongas	Totales Generales
	Salas de Teatro	Centros Culturales	Clubes de música			
	%	%	%			
Alquiler	53,97%	74,19%	58,33%	60,38%	66,04%	62,26%
Servicios de Luz	76,19%	67,74%	91,67%	75,47%	0,00%	50,31%
Sueldos	42,86%	64,52%	83,33%	53,77%	52,83%	53,46%
Mantenimiento	57,14%	45,16%	33,33%	50,94%	24,53%	42,14%
Impuestos Varios	50,79%	41,94%	16,67%	44,34%	0,00%	29,56%
Equipamiento	34,92%	41,94%	16,67%	34,91%	26,42%	32,08%
Servicios de Agua	36,51%	38,71%	50,00%	38,68%	0,00%	25,79%
Servicios de Gas	26,98%	25,81%	50,00%	29,25%	0,00%	19,50%
Técnico de Sala	26,98%	9,68%	8,33%	19,81%	24,53%	21,38%
Limpieza	25,40%	12,90%	8,33%	19,81%	9,43%	16,35%
Derechos de autor (ARGENTORES/SADAIC)	17,46%	9,68%	8,33%	14,15%	16,98%	15,09%
Boletería	12,70%	9,68%	0,00%	10,38%	18,87%	13,21%

ANEXO 6: TABLAS PROGRAMACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES

Figura 53: Criterios empleados para definir la programación del espacio (Categoría más elegida en primer lugar)

	Espacios Culturales						Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música			
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Por cuestiones Estética / poética (de contenido y forma)	35	57,38%	14	48,28%	5	45,45%	54	53,47%
Por afinidad política	1	1,64%	1	3,45%	0	0,00%	2	1,98%
Por adecuación con la infraestructura y espacio de la sala para la propuesta	4	6,56%	6	20,69%	0	0,00%	10	9,90%
Por requerimientos de programación (obligación)	2	3,28%	0	0,00%	0	0,00%	2	1,98%
Por amistad / personas conocidas	1	1,64%	0	0,00%	0	0,00%	1	0,99%
Por trayectoria de la compañía / obra / banda	0	0,00%	0	0,00%	4	36,36%	4	3,96%
Por si es producción propia	11	18,03%	5	17,24%	1	9,09%	17	16,83%
Por ciclos de obras / conciertos	2	3,28%	1	3,45%	0	0,00%	3	2,97%
Por si es una obra estrenada o no estrenada	1	1,64%	0	0,00%	0	0,00%	1	0,99%
Por necesidad de completar la grilla	3	4,92%	1	3,45%	1	9,09%	5	4,95%
Otros	1	1,64%	1	3,45%	0	0,00%	2	1,98%
Total	61	100,00%	29	100,00%	11	100,00%	101	100,00%

Figura 54: Criterios empleados para definir la programación del espacio (Categoría más elegidas entre los cinco primeros lugares)

	Espacios Culturales			Totales Generales
	Salas de Teatro	Centros Culturales	Clubes de música	
	%	%	%	
Por cuestiones Estética / poética (de contenido y forma)	83,87%	87,10%	63,64%	82,69%
Por adecuación con la infraestructura y espacio de la sala para la propuesta	62,90%	77,42%	36,36%	64,42%
Por si es producción propia	58,06%	61,29%	36,36%	56,73%
Por trayectoria de la compañía / obra / banda	43,55%	38,71%	81,82%	46,15%
Por necesidad de completar la grilla	37,10%	35,48%	36,36%	36,54%
Por amistad / personas conocidas	40,32%	32,26%	18,18%	35,58%
Por requerimientos de programación (obligación)	25,81%	32,26%	0,00%	25,00%
Por afinidad política	14,52%	41,94%	9,09%	22,12%
Por ciclos de obras / conciertos	17,74%	19,35%	36,36%	20,19%
Por si es una obra estrenada o no estrenada	22,58%	3,23%	9,09%	15,38%

Figura 55: Programación principal de las organizaciones culturales

	Espacios Culturales						Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro			
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Artes Escénicas	20	64,52%	2	16,67%	60	93,75%	82	76,64%
Música en vivo	23	74,19%	12	100,00%	17	26,56%	52	48,60%
Audiovisual	7	22,58%	1	8,33%	5	7,81%	13	12,15%
Artes plásticas/visuales	8	25,81%	1	8,33%	6	9,38%	15	14,02%
Formación (Incluye talleres / Docencia)	19	61,29%	0	0,00%	32	50,00%	51	47,66%
Otros	5	16,13%	1	8,33%	1	1,56%	7	6,54%
Subtotal	31	100,00%	12	100,00%	64	100,00%	107	100,00%

Figura 56: Disciplinas que se programan dentro de las organizaciones culturales

	Espacios Culturales						Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro			
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Clown	9	29,03%	2	16,67%	32	50,00%	43	40,19%
Infantiles	13	41,94%	0	0,00%	26	40,63%	39	36,45%
Opera	2	6,45%	0	0,00%	4	6,25%	6	5,61%
Varieté	17	54,84%	2	16,67%	20	31,25%	39	36,45%
Stand up	9	29,03%	3	25,00%	6	9,38%	18	16,82%
Acrobacia aérea	3	9,68%	1	8,33%	2	3,13%	6	5,61%
Salas de Teatro imagen/ Ciego	0	0,00%	0	0,00%	3	4,69%	3	2,80%
Salas de Teatro Comunitario	8	25,81%	0	0,00%	8	12,50%	16	14,95%
Comedia musical	4	12,90%	1	8,33%	11	17,19%	16	14,95%
Artes Circenses	6	19,35%	1	8,33%	8	12,50%	15	14,02%
Títeres	3	9,68%	1	8,33%	15	23,44%	19	17,76%
Salas de Teatro	25	80,65%	5	41,67%	58	90,63%	88	82,24%
Danza	16	51,61%	3	25,00%	30	46,88%	49	45,79%
Performance	15	48,39%	2	16,67%	26	40,63%	43	40,19%
Propuestas escénicas emergentes	14	45,16%	1	8,33%	29	45,31%	44	41,12%
Blues	8	25,81%	7	58,33%	6	9,38%	21	19,63%
Flamenco	3	9,68%	4	33,33%	8	12,50%	15	14,02%
Folcklore	17	54,84%	8	66,67%	12	18,75%	37	34,58%
Jazz	13	41,94%	9	75,00%	8	12,50%	30	28,04%
Cumbia	13	41,94%	5	41,67%	4	6,25%	22	20,56%
Regetón	5	16,13%	1	8,33%	2	3,13%	8	7,48%
Rock	16	51,61%	9	75,00%	9	14,06%	34	31,78%
Pop	13	41,94%	7	58,33%	7	10,94%	27	25,23%
Indie	13	41,94%	6	50,00%	7	10,94%	26	24,30%
Tango	18	58,06%	9	75,00%	12	18,75%	39	36,45%
Instalaciones	9	29,03%	0	0,00%	6	9,38%	15	14,02%
Video-arte	9	29,03%	2	16,67%	7	10,94%	18	16,82%
Plástica	17	54,84%	5	41,67%	11	17,19%	33	30,84%
Interdisciplinaria	11	35,48%	0	0,00%	17	26,56%	28	26,17%
Cíclos Temáticos	17	54,84%	4	33,33%	22	34,38%	43	40,19%
Programación especial sobre disidencias	11	35,48%	3	25,00%	7	10,94%	21	19,63%
Otro	3	9,68%	1	8,33%	3	4,69%	7	6,54%
Subtotal	31	100,00%	12	100,00%	64	100,00%	107	100,00%

Figura 57: Definición del tipo de programación general de las organizaciones culturales

	Espacios Culturales						Milonga		Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro					
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Experimental	9	29,03%	2	16,67%	22	34,92%	8	15,09%	41	25,79%
Emergente	20	64,52%	6	50,00%	30	47,62%	8	15,09%	64	40,25%
Clásica	4	12,90%	2	16,67%	12	19,05%	12	22,64%	30	18,87%
Popular	18	58,06%	8	66,67%	28	44,44%	35	66,04%	89	55,97%
Otros	0	0,00%	1	8,33%	6	9,52%	6	11,32%	13	8,18%
Subtotal	31	100,00%	12	100,00%	63	100,00%	53	100,00%	159	100,00%

Figura 58: Criterio de rotación en la programación

	Espacios Culturales						Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro			
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Según contrato	10	32,26%	1	9,09%	25	39,68%	36	34,29%
Por cantidad de funciones / conciertos	21	67,74%	2	18,18%	22	34,92%	45	42,86%
Solo una fecha	16	51,61%	8	72,73%	10	15,87%	34	32,38%
Se repite hasta que se termina el público	7	22,58%	1	9,09%	28	44,44%	36	34,29%
Otros	1	3,23%	3	27,27%	4	6,35%	8	7,62%
Subtotal	31	100,00%	11	100,00%	63	100,00%	105	100,00%

Figura 59: Duración promedio de la programación del espacio

	Espacios Culturales						Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro			
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Una sola fecha	17	54,84%	5	45,45%	16	25,40%	38	36,19%
Por fin de semana	2	6,45%	1	9,09%	5	7,94%	8	7,62%
Semanal	7	22,58%	3	27,27%	5	7,94%	15	14,29%
Mensual	14	45,16%	4	36,36%	14	22,22%	32	30,48%
Bimensual	7	22,58%	2	18,18%	29	46,03%	38	36,19%
Trimensual	4	12,90%	1	9,09%	16	25,40%	21	20,00%
Cuatrimensual	2	6,45%	2	18,18%	3	4,76%	7	6,67%
Semestral	4	12,90%	0	0,00%	2	3,17%	6	5,71%
Anual	4	12,90%	1	9,09%	5	7,94%	10	9,52%
Según convocatoria	5	16,13%	0	0,00%	23	36,51%	28	26,67%
Otros	5	16,13%	1	9,09%	3	4,76%	9	8,57%
Subtotal	31	100,00%	11	100,00%	63	100,00%	105	100,00%

Figura 60: Cantidad de funciones / recitales / eventos programados por mes

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Hasta 5	18	28,57%	6	19,35%	0	0,00%	24	22,64%	41	77,36%	65	40,88%
De 6 a 10	8	12,70%	7	22,58%	0	0,00%	15	14,15%	9	16,98%	24	15,09%
De 11 a 20	20	31,75%	12	38,71%	4	33,33%	36	33,96%	2	3,77%	38	23,90%
Más de 20	17	26,98%	6	19,35%	8	66,67%	31	29,25%	1	1,89%	32	20,13%
Total	63	100,00%	31	100,00%	12	100,00%	106	100,00%	53	100,00%	159	100,00%
Media		19,00		15,48		29,83		19,20		5,09		14,50

Figura 61: Cantidad de compañías / bandas / artistas programados durante el último año (2018)

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Hasta 10	21	34,40%	2	6,50%	1	8,30%	24	23,10%	37	100,00%	61	43,30%
De 11 a 20	19	31,10%	3	9,70%	0	0,00%	22	21,20%	0	0,00%	22	15,60%
De 21 a 50	11	18,00%	5	16,10%	0	0,00%	16	15,40%	0	0,00%	16	11,30%
De 51 a 100	4	6,60%	11	35,50%	0	0,00%	15	14,40%	0	0,00%	15	10,60%
Más de 100	6	9,80%	10	32,30%	11	91,70%	27	26,00%	0	0,00%	27	19,10%
Total	61	100,00%	31	100,00%	12	100,00%	104	100,00%	37	100,00%	141	100,00%
Media		35,10		149,81		295,00		99,28		1,89		73,72

Figura 62: Anticipación en la definición de la programación

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Con un año de anticipación	4	6,25%	0	0,00%	0	0,00%	4	3,74%	0	0,00%	4	2,52%
Un año antes parcialmente	1	1,56%	0	0,00%	0	0,00%	1	0,93%	1	1,92%	2	1,26%
Medio año antes programado	9	14,06%	7	22,58%	2	16,67%	18	16,82%	2	3,85%	20	12,58%
Entre 4 -2 meses de anticipación	35	54,69%	17	54,84%	8	66,67%	60	56,07%	12	23,08%	72	45,28%
Sobre la marcha	12	18,75%	5	16,13%	0	0,00%	17	15,89%	19	36,54%	36	22,64%
Otros	3	4,69%	2	6,45%	1	8,33%	7	5,61%	18	34,62%	25	15,09%
Total	64	100,00%	31	100,00%	12	100,00%	107	100,00%	52	100,00%	159	100,00%

Figura 63: Días donde se concentra la mayor cantidad de programación del espacio

	Espacios Culturales						Milonga		Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro					
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Lunes	2	6,45%	2	16,67%	2	3,13%	8	15,09%	14	8,75%
Martes	3	9,68%	2	16,67%	2	3,13%	9	16,98%	16	10,00%
Miércoles	5	16,13%	4	33,33%	3	4,69%	15	28,30%	27	16,88%
Jueves	12	38,71%	4	33,33%	20	31,25%	12	22,64%	48	30,00%
Viernes	26	83,87%	10	83,33%	44	68,75%	12	22,64%	92	57,50%
Sábado	30	96,77%	12	100,00%	62	96,88%	9	16,98%	113	70,63%
Domingo	13	41,94%	3	25,00%	44	68,75%	13	24,53%	73	45,63%
Subtotal	31	100,00%	12	100,00%	64	100,00%	53	100,00%	160	100,00%

Figura 64: Franja Horaria donde se concentra la mayor cantidad de programación de las organizaciones culturales

	Espacios Culturales						Milonga		Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro					
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
De mañana	0	0,00%	0	0,00%	3	4,76%	0	0,00%	3	1,89%
De tarde	1	3,23%	0	0,00%	10	15,87%	11	20,75%	22	13,84%
De tarde noche	24	77,42%	5	41,67%	34	53,97%	16	30,19%	79	49,69%
De noche	20	64,52%	11	91,67%	45	71,43%	32	60,38%	108	67,92%
Subtotal	31	100,00%	12	100,00%	63	100,00%	53	100,00%	159	100,00%

Figura 65: Tipo de participación de las organizaciones culturales en la producción de obras, recitales o proyectos que se programan dentro del espacio

	Espacios Culturales						Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro			
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
El espacio no produce ni co-produce	4	13,33%	3	25,00%	13	20,63%	20	19,05%
Se le brinda espacio para ensayar	23	76,67%	4	33,33%	41	65,08%	68	64,76%
Gestión de recursos / búsqueda de financiamiento	5	16,67%	2	16,67%	12	19,05%	19	18,10%
Material gráfico	9	30,00%	0	0,00%	7	11,11%	16	15,24%
Registro fotográfico de la función	7	23,33%	2	16,67%	4	6,35%	13	12,38%
Vestuario	1	3,33%	0	0,00%	7	11,11%	8	7,62%
Escenografía	5	16,67%	0	0,00%	8	12,70%	13	12,38%
Diseño de luces	7	23,33%	2	16,67%	11	17,46%	20	19,05%
Producción dramática	1	3,33%	0	0,00%	10	15,87%	11	10,48%
Producción de danza	3	10,00%	0	0,00%	2	3,17%	5	4,76%
Producción musical	4	13,33%	2	16,67%	3	4,76%	9	8,57%
Producción visual/audiovisual	3	10,00%	3	25,00%	3	4,76%	9	8,57%
Comunicación (Flyers y piezas gráficas)	20	66,67%	6	50,00%	21	33,33%	47	44,76%
Otros	15	50,00%	4	33,33%	27	42,86%	46	43,81%
El espacio tiene producción propia	3	10,00%	0	0,00%	3	4,76%	6	5,71%
Subtotal	30	100,00%	12	100,00%	63	100,00%	105	100,00%

Figura 66: Medios de Comunicación utilizados para difundir las actividades de las organizaciones culturales (Categoría más elegida en primer lugar)

	Espacios Culturales						Milonga		Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro					
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Post en Facebook	25	83,33%	12	100,00%	56	90,32%	52	98,11%	145	92,36%
Eventos en Facebook	18	60,00%	6	50,00%	32	51,61%	38	71,70%	94	59,87%
Instagram	25	83,33%	10	83,33%	42	67,74%	33	62,26%	110	70,06%
Twitter	10	33,33%	6	50,00%	12	19,35%	6	11,32%	34	21,66%
Dominio propio de WEB	10	33,33%	7	58,33%	34	54,84%	10	18,87%	61	38,85%
Alternativa teatral	7	23,33%	0	0,00%	41	66,13%	32	60,38%	80	50,96%
Rádios	2	6,67%	5	41,67%	7	11,29%	9	16,98%	23	14,65%
Diarios	4	13,33%	3	25,00%	8	12,90%	5	9,43%	20	12,74%
Televisión	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Publicidad en la calle	5	16,67%	0	0,00%	3	4,84%	1	1,89%	9	5,73%
Otros	5	16,67%	5	41,67%	5	8,06%	20	37,74%	35	22,29%
Subtotal	30	100,00%	12	100,00%	62	100,00%	53	100,00%	157	100,00%

Figura 67: Misión / propósitos de las organizaciones culturales

	Espacios Culturales						Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro			
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Desarrollo de actividades artístico culturales	27	87,10%	11	91,67%	59	93,65%	97	91,51%
Desarrollo artístico-social	25	80,65%	4	33,33%	28	44,44%	57	53,77%
Social	10	32,26%	3	25,00%	10	15,87%	23	21,70%
Político	13	41,94%	1	8,33%	7	11,11%	21	19,81%
Comercial	3	9,68%	0	0,00%	5	7,94%	8	7,55%
Otros	4	12,90%	0	0,00%	3	4,76%	7	6,60%
Subtotal	31	100,00%	12	100,00%	63	100,00%	106	100,00%

Figura 68: Promociones o descuentos utilizados por las organizaciones culturales para la venta de entradas

	Espacios Culturales						Milonga		Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro					
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Club La Nación	0	0,00%	2	40,00%	9	15,00%	0	0,00%	11	7,75%
Clarín 365	0	0,00%	1	20,00%	3	5,00%	0	0,00%	4	2,82%
Bancos	0	0,00%	0	0,00%	2	3,33%	0	0,00%	2	1,41%
Personas socias	4	13,79%	0	0,00%	6	10,00%	2	4,17%	12	8,45%
Habitués del espacio	9	31,03%	0	0,00%	18	30,00%	8	16,67%	35	24,65%
Personas jubiladas	9	31,03%	0	0,00%	40	66,67%	1	2,08%	50	35,21%
Estudiantes	7	24,14%	0	0,00%	39	65,00%	8	16,67%	54	38,03%
Ninguno	11	37,93%	0	0,00%	4	6,67%	6	12,50%	21	14,79%
Otros	7	24,14%	4	80,00%	17	28,33%	10	20,83%	38	26,76%
Subtotal	29	100,00%	5	100,00%	60	100,00%	48	100,00%	142	100,00%

Figura 69: Acuerdos con otras organizaciones para la venta de entradas con descuentos o promociones

	Espacios Culturales						Milonga		Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro					
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Con Universidades	3	10,34%	0	0,00%	11	17,46%	10	21,74%	24	16,11%
Con Escuelas	2	6,90%	0	0,00%	15	23,81%	4	8,70%	21	14,09%
Con Sindicatos	9	31,03%	0	0,00%	18	28,57%	1	2,17%	28	18,79%
Con el Gobierno (por ejemplo, Pase cultural)	8	27,59%	4	36,36%	8	12,70%	1	2,17%	21	14,09%
Con Nadie	16	55,17%	6	54,55%	30	47,62%	27	58,70%	79	53,02%
Otros	3	10,34%	1	9,09%	6	9,52%	5	10,87%	15	10,07%
Subtotal	29	100,00%	11	100,00%	63	100,00%	46	100,00%	149	100,00%

Figura 70: Sistema de ventas de entradas utilizadas por las organizaciones culturales

	Espacios Culturales						Milonga		Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro					
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Boletería	21	67,74%	9	75,00%	51	80,95%	34	65,38%	115	72,78%
Cartelera	2	6,45%	1	8,33%	7	11,11%	1	1,92%	11	6,96%
Alternativa Teatral	7	22,58%	1	8,33%	34	53,97%	0	0,00%	42	26,58%
Ticketeras	4	12,90%	1	8,33%	2	3,17%	0	0,00%	7	4,43%
Otros	8	25,81%	7	58,33%	6	9,52%	18	34,62%	39	24,68%
Subtotal	31	100,00%	12	100,00%	63	100,00%	52	100,00%	158	100,00%

Figura 71: Percepción del tipo de público de las organizaciones culturales

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Mayoritariamente joven (entre 18 y 35 años)	5	8,06%	8	25,81%	1	8,33%	14	13,33%	7	12,96%	21	13,21%
Tantos jóvenes (entre 18 y 35 años) como personas adultas (mayores a 35 años)	37	59,68%	20	64,52%	9	75,00%	66	62,86%	35	64,81%	101	63,52%
Pocos jóvenes (entre 18 y 35 años), mayoría de personas adultas (mayores a 35 años)	19	30,65%	3	9,68%	2	16,67%	24	22,86%	11	20,37%	35	22,01%
Otro	1	1,61%	0	0,00%	0	0,00%	1	0,95%	1	1,85%	2	1,26%
Total	62	100,00%	31	100,00%	12	100,00%	105	100,00%	54	100,00%	159	100,00%

Figura 72: Percepción de la frecuencia de asistencia del público a las organizaciones culturales

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Mayorita-riamente es un público que suele frecuentar el espacio	12	19,35%	5	16,13%	1	8,33%	18	17,14%	20	37,74%	38	24,05%
Tanto público frecuente, como público nuevo	35	56,45%	21	67,74%	8	66,67%	64	60,95%	31	58,49%	95	60,13%
Poco público frecuente, mayoría de público nuevo	13	20,97%	3	9,68%	3	25,00%	19	18,10%	2	3,77%	21	13,29%
Otro	2	3,23%	2	6,45%	0	0,00%	4	3,81%	0	0,00%	4	2,53%
Total	62	100,00%	31	100,00%	12	100,00%	105	100,00%	53	100,00%	158	100,00%

Figura 73: Percepción de las razones por las cuales el público asiste al espacio

	Espacios Culturales						Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro			
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Por la programación del espacio	27	87,10%	10	83,33%	47	75,81%	84	80,00%
Por la afinidad estética del espacio	13	41,94%	8	66,67%	32	51,61%	53	50,48%
Por la afinidad ideológica con el espacio	16	51,61%	1	8,33%	14	22,58%	31	29,52%
Por las relaciones de amistad con las personas miembros del espacio	17	54,84%	3	25,00%	33	53,23%	53	50,48%
Por las relaciones de amistad con las personas miembros del espacio	17	54,84%	7	58,33%	21	33,87%	45	42,86%
Por el afecto hacia el espacio	12	38,71%	3	25,00%	11	17,74%	26	24,76%
Por el público que asiste	1	3,23%	0	0,00%	2	3,23%	3	2,86%
Subtotal	31	100,00%	12	100,00%	62	100,00%	105	100,00%

ANEXO 7: TABLAS GÉNEROS Y ORGANIZACIONES CULTURALES

Figura 74: Cantidad de personas involucradas en el funcionamiento de las organizaciones culturales de forma permanente y circunstancial según géneros

Figura 75: Cantidad de personas involucradas en el funcionamiento de las organizaciones culturales de forma permanente según géneros

Figura 76: Cantidad de personas involucradas en el funcionamiento de las organizaciones culturales de forma circunstancial según géneros

		Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música		Milongas		Totales Generales	
		Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Permanentes	Hombres	63	50,81	30	46,15	12	48,00	49	53,85	154	50,49
	Mujeres	58	46,77	30	46,15	12	48,00	42	46,15	142	46,56
	Disidencias	3	2,42	5	7,69	1	4,00	0	0,00	9	2,95
	Totales	124	100,00	65	100,00	25	100,00	91	100,00	305	100,00
Eventuales	Hombres	37	46,84	26	41,27	7	46,67	32	49,23	102	45,95
	Mujeres	41	51,90	29	46,03	7	46,67	31	47,69	108	48,65
	Disidencias	1	1,27	8	12,70	1	6,67	2	3,08	12	5,41
	Totales	79	100,00	63	100,00	15	100,00	65	100,00	222	100,00
Permanentes y Eventuales	Hombres	100	49,26	56	43,75	19	47,50	81	51,92	256	48,58
	Mujeres	99	48,77	59	46,09	19	47,50	73	46,79	250	47,44
	Disidencias	4	1,97	13	10,16	2	5,00	2	1,28	21	3,98
	Totales	203	100,00	128	100,00	40	100,00	156	100,00	527	100,00

Figura 77: Roles de las personas involucradas de forma permanente en las organizaciones culturales según género

Salas de Teatro	Coordinación General		Coordinación de Área		Equipo Técnico		Administración		Comunicación		Formación		Mantenimiento y limpieza		Total
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	
Hombres	52	55,32	42	51,85	50	65,79	37	48,05	27	41,54	33	51,56	31	46,97	272
Mujeres	40	42,55	37	45,68	24	31,58	38	49,35	37	56,92	30	46,88	35	53,03	241
Disidencias	2	2,13	2	2,47	2	2,63	2	2,60	1	1,54	1	1,56	0	0,00	10
Total	94	100,00	81	100,00	76	100,00	77	100,00	65	100,00	64	100,00	66	100,00	523
Centros Culturales	Coordinación General		Coordinación de Área		Equipo Técnico		Administración		Comunicación		Formación		Mantenimiento y limpieza		Total
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	
Hombres	25	51,02	24	50	26	66,67	16	40,00	16	42,11	12	34,29	18	43,90	137
Mujeres	23	46,94	22	45,83	13	33,33	23	57,50	21	55,26	20	57,14	23	56,10	145
Disidencias	1	2,04	2	4,17	0	0,00	1	2,50	1	2,63	3	8,57	0	0,00	8
Total	49	100,00	48	100,00	39	100,00	40	100,00	38	100,00	35	100,00	41	100,00	290
Clubes de Música	Coordinación General		Coordinación de Área		Equipo Técnico		Administración		Comunicación		Formación		Mantenimiento y limpieza		Total
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	
Hombres	8	57,14	8	53,33	9	69,23	6	15,00	2	20,00	2	50,00	6	46,15	41
Mujeres	6	42,86	7	46,67	4	30,77	9	22,50	8	80,00	2	50,00	7	53,85	43
Disidencias	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0
Total	14	100,00	15	100,00	13	100,00	15	37,50	10	100,00	4	100,00	13	100,00	84
Milongas	Coordinación General		Coordinación de Área		Equipo Técnico		Administración		Comunicación		Formación		Mantenimiento y limpieza		Total
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	
Hombres	37	55,22	34	60,71	31	75,61	21	52,50	25	51,02	21	52,50	13	48,15	182
Mujeres	30	44,78	22	39,29	10	24,39	22	55,00	24	48,98	19	47,50	14	51,85	141
Disidencias	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0
Total	67	100,00	56	100,00	41	100,00	43	107,50	49	100,00	40	100,00	27	100,00	323
Totales	Coordinación General		Coordinación de Área		Equipo Técnico		Administración		Comunicación		Formación		Mantenimiento y limpieza		Total
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	
Hombres	122	54,46	108	54	116	68,64	80	45,71	70	43,21	68	47,55	68	46,26	632
Mujeres	99	44,20	88	44	51	30,18	92	52,57	90	55,56	71	49,65	79	53,74	570
Disidencias	3	1,34	4	2	2	1,18	3	1,71	2	1,23	4	2,80	0	0,00	18
Total	224	100,00	200	100	169	100,00	175	100,00	162	100,00	143	100,00	147	100,00	1220

Figura 78: Tipo de vínculo de las personas involucradas de forma permanente, pasante y voluntarias con las organizaciones culturales según géneros

		Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de Música		Milongas		Totales Generales	
		Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Persona Rentada (aquella que recibe algún tipo de remuneración por tarea realizada)	Hombres	50	49,50	25	49,02	11	45,83	26	46,43	112	48,28
	Mujeres	49	48,51	23	45,10	12	50,00	30	53,57	114	49,14
	Disidencias	2	1,98	3	5,88	1	4,17	0	0,00	6	2,59
	Totales	101	100,00	51	100,00	24	100,00	56	100,00	232	100,00
Persona Pasante	Hombres	16	48,48	15	51,72	2	50,00	22	59,46	55	53,40
	Mujeres	16	48,48	13	44,83	2	50,00	15	40,54	46	44,66
	Disidencias	1	3,03	1	3,45	0	0,00	0	0,00	2	1,94
	Totales	33	100,00	29	100,00	4	100,00	37	100,00	103	100,00
Persona voluntaria	Hombres	3	50,00	2	40,00	0	0,00	1	100,00	6	50,00
	Mujeres	3	50,00	3	60,00	0	0,00	0	0,00	6	50,00
	Disidencias	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
	Totales	6	100,00	5	100,00	0	0,00	1	100,00	12	100,00

Figura 79: Toma de decisiones al interior de las organizaciones culturales según géneros y tipo de decisión

		Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de Música		Totales	
		Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Decisiones sobre la dirección general de la organización	Hombres	52	55,32	28	53,85	8	53,33	88	54,66
	Mujeres	40	42,55	23	44,23	7	46,67	70	43,48
	Disidencias	2	2,13	1	1,92	0	0,00	3	1,86
	Total	94	100,00	52	100	15	100	161	100
Decisiones sobre cuestiones de programación	Hombres	45	52,94	24	51,06	7	50,00	76	52,05
	Mujeres	38	44,71	20	42,55	7	50,00	65	44,52
	Disidencias	2	2,35	3	6,38	0	0,00	5	3,42
	Total	85	100	47	100	14	100	146	100
Decisiones sobre cuestiones administrativas y de gestión	Hombres	42	51,22	22	48,89	6	42,86	70	49,65
	Mujeres	38	46,34	23	51,11	8	57,14	69	48,94
	Disidencias	2	2,44	0	0,00	0	0,00	2	1,42
	Total	82	100	45	100	14	100	141	100

ANEXO 8: TABLAS ENTORNO ORGANIZACIONAL DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES

Figura 80: Pertenencia de las organizaciones culturales a redes, organizaciones y cámaras

	Pertenencia a alguna red u organización		Sin pertenencia a ninguna red u organización	
	Freq.	%	Freq.	%
Centro Cultural	40	52,63	36	47,37
Clúbes de Música	24	55,81	19	44,19
Milongas	35	23,65	113	76,35
Salas de Teatro	108	56,25	84	43,75
Total general	207	45,10	252	54,90

Figura 81: Aportes de las redes, organizaciones y/o cámaras sectoriales a las organizaciones culturales

	Espacios Culturales						Milonga		Totales Generales	
	Centros Culturales		Club de música		Salas de Teatro		Freq.	%	Freq.	%
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%				
Realización de proyectos artísticos culturales	14	50,00%	3	37,50%	17	35,42%	7	31,82%	41	38,68%
Realización de Eventos/Festivales	12	42,86%	2	25,00%	14	29,17%	5	22,73%	33	31,13%
Asistencia técnica	17	60,71%	1	12,50%	15	31,25%	2	9,09%	35	33,02%
Acompañamiento legal / habilitatorio	20	71,43%	8	100,00%	36	75,00%	6	27,27%	70	66,04%
Provisión de servicios	8	28,57%	3	37,50%	6	12,50%	0	0,00%	17	16,04%
Formación/Capacitación	11	39,29%	2	25,00%	10	20,83%	2	9,09%	25	23,58%
Incidencia en la política pública	16	57,14%	3	37,50%	26	54,17%	5	22,73%	50	47,17%
Nada	2	7,14%	0	0,00%	2	4,17%	5	22,73%	9	8,49%
No pertenezco a ninguna institución	2	7,14%	0	0,00%	2	4,17%	4	18,18%	8	7,55%
Otros	3	10,71%	0	0,00%	6	12,50%	2	9,09%	11	10,38%
Subtotal	28	100,00%	8	100,00%	48	100,00%	22	100,00%	106	100,00%

Figura 82: Principales problemas que enfrentan las organizaciones culturales en la actualidad (Categoría más elegida en primer lugar)

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música		Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%						
De Habilitación	8	12,90%	4	13,79%	0	0,00%	12	11,76%	4	7,69%	16	10,39%
De Costos de Alquiler	18	29,03%	7	24,14%	0	0,00%	25	24,51%	11	21,15%	36	23,38%
De Costos de Servicios (luz, agua, gas, etc.)	12	19,35%	3	10,34%	2	18,18%	17	16,67%	0	0,00%	17	11,04%
De caída de ingresos	4	6,45%	8	27,59%	4	36,36%	16	15,69%	8	15,38%	24	15,58%
De caída de público	9	14,52%	1	3,45%	2	18,18%	12	11,76%	7	13,46%	19	12,34%
Inadecuación del espacio	1	1,61%	2	6,90%	0	0,00%	3	2,94%	2	3,85%	5	3,25%
Inadecuación del equipamiento	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	2	3,85%	2	1,30%
Falta de subsidios	2	3,23%	2	6,90%	0	0,00%	4	3,92%	8	15,38%	12	7,79%
Inadecuación en el monto de los subsidios	5	8,06%	1	3,45%	0	0,00%	6	5,88%	0	0,00%	6	3,90%
Inadecuación de tipo de subsidios	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	1	1,92%	1	0,65%
Falta de presupuesto para pagar a las personas trabajadoras	2	3,23%	1	3,45%	0	0,00%	3	2,94%	4	7,69%	7	4,55%
Reducción de equipo de trabajo	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	1	1,92%	1	0,65%
Otros	1	1,61%	0	0,00%	3	27,27%	4	3,92%	4	7,69%	8	5,19%
Total	62	100,00%	29	100,00%	11	100,00%	102	100,00%	52	100,00%	154	100,00%

Figura 83: Principales problemas que enfrentan las organizaciones culturales en la actualidad (Categoría más elegidas entre los cinco primeros lugares)

	Espacios Culturales			Totales Espacios Culturales	Milongas	Totales Generales
	Salas de Teatro	Centros Culturales	Clubes de música			
	%	%	%	%	%	%
De caída de ingresos	61,29%	80,65%	75,00%	68,57%	68,52%	68,55%
De Costos de Servicios (luz, agua, gas, etc.)	79,03%	77,42%	83,33%	79,05%	0,00%	52,20%
De caída de público	67,74%	41,94%	50,00%	58,10%	50,00%	55,35%
De Costos de Alquiler	45,16%	64,52%	41,67%	50,48%	51,85%	50,94%
Falta de subsidios	32,26%	45,16%	8,33%	33,33%	44,44%	37,11%
De Habilitación	29,03%	48,39%	16,67%	33,33%	11,11%	25,79%
Inadecuación en el monto de los subsidios	37,10%	12,90%	16,67%	27,62%	11,11%	22,01%
Falta de presupuesto para pagar a las personas trabajadoras	16,13%	22,58%	8,33%	17,14%	40,74%	25,16%
Reducción de equipo de trabajo	8,06%	16,13%	16,67%	11,43%	7,41%	10,06%
Inadecuación de tipo de subsidios	11,29%	6,45%	0,00%	8,57%	7,41%	8,18%
Inadecuación del espacio	4,84%	9,68%	0,00%	5,71%	14,81%	8,81%
Atraso de pagos a las personas trabajadoras	6,45%	6,45%	8,33%	6,67%	3,70%	5,66%
Inadecuación del equipamiento	1,61%	6,45%	0,00%	2,86%	12,96%	6,29%
Otros	3,23%	6,45%	25,00%	6,67%	11,11%	8,18%

Figura 84: Principales problemas que enfrentan las organizaciones culturales en la actualidad (Categorías más elegidas independientemente del lugar)

	Espacios Culturales			Totales Espacios Culturales	Milongas	Totales Generales
	Salas de Teatro	Centros Culturales	Clubes de música			
	%	%	%	%	%	%
De Habilitación	98,44%	100,00%	91,67%	98,13%	100,00%	100,00%
De Costos de Alquiler	87,50%	93,55%	91,67%	89,72%	81,48%	86,96%
De Costos de Servicios (luz, agua, gas, etc.)	78,13%	83,87%	83,33%	80,37%	64,81%	75,16%
De caída de ingresos	68,75%	83,87%	58,33%	71,96%	37,04%	60,25%
De caída de público	57,81%	83,87%	25,00%	61,68%	33,33%	52,17%
Inadecuación del espacio	21,88%	29,03%	0,00%	21,50%	5,56%	16,15%
Inadecuación de tipo de subsidios	21,88%	25,81%	0,00%	20,56%	3,70%	14,91%
Atraso de pagos a las personas trabajadoras	21,88%	25,81%	0,00%	20,56%	3,70%	14,91%
Inadecuación en el monto de los subsidios	20,31%	25,81%	0,00%	19,63%	5,56%	14,91%
Falta de subsidios	20,31%	25,81%	0,00%	19,63%	3,70%	14,29%
Falta de presupuesto para pagar a las personas trabajadoras	20,31%	22,58%	0,00%	18,69%	3,70%	13,66%
Inadecuación del equipamiento	18,75%	22,58%	0,00%	17,76%	5,56%	13,66%
Reducción de equipo de trabajo	18,75%	22,58%	0,00%	17,76%	5,56%	13,66%
Otros	21,88%	22,58%	0,00%	19,63%	0,00%	13,04%

Figura 85: Principales demandas de las organizaciones culturales en la actualidad (Categoría más elegida en primer lugar)

	Espacios Culturales						Totales Espacios Culturales		Milongas		Totales Generales	
	Salas de Teatro		Centros Culturales		Clubes de música							
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Mejora en la política de habilitación	10	16,13%	7	25,93%	0	0,00%	17	16,83%	10	19,61%	27	17,76%
Mejor legislación para el sector	10	16,13%	3	11,11%	2	16,67%	15	14,85%	7	13,73%	22	14,47%
Necesidad de mejores políticas de subsidios	17	27,42%	6	22,22%	2	16,67%	25	24,75%	7	13,73%	32	21,05%
Política de desarrollo de públicos	8	12,90%	2	7,41%	0	0,00%	10	9,90%	3	5,88%	13	8,55%
Apertura de la responsabilidad empresarial al sector cultural	1	1,61%	0	0,00%	0	0,00%	1	0,99%	3	5,88%	4	2,63%
Cómo resolver la sostenibilidad mensual del espacio	16	25,81%	9	33,33%	6	50,00%	31	30,69%	7	13,73%	38	25,00%
Necesidad de contar con un espacio propio	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	11	21,57%	11	7,24%
Otros	0	0,00%	0	0,00%	2	16,67%	2	1,98%	3	5,88%	5	3,29%
Total	62	100,00%	27	100,00%	12	100,00%	101	100,00%	51	100,00%	152	100,00%

Figura 86: Principales demandas de las organizaciones culturales en la actualidad (Categorías más elegidas independientemente del lugar)

	Espacios Culturales			Totales Espacios Culturales	Milongas	Totales Generales
	Salas de Teatro	Centros Culturales	Clubes de música			
	%	%	%	%	%	%
Mejora en la política de habilitación	98,41%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Mejor legislación para el sector	85,71%	93,10%	83,33%	87,50%	76,92%	83,97%
Necesidad de mejores políticas de subsidios	77,78%	82,76%	75,00%	78,85%	44,23%	67,31%
Política de desarrollo de públicos	61,90%	68,97%	25,00%	59,62%	40,38%	53,21%
Apertura de la responsabilidad empresarial al sector cultural	34,92%	58,62%	0,00%	37,50%	17,31%	30,77%
Cómo resolver la sostenibilidad mensual del espacio	19,05%	24,14%	0,00%	18,27%	3,85%	13,46%
Necesidad de contar con un espacio propio	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,85%	1,28%
Otros	17,46%	24,14%	0,00%	17,31%	5,77%	13,46%

ANEXO 9: CANTIDAD TOTAL DE ORGANIZACIONES CULTURALES INDEPENDIENTES DISTRIBUIDOS SEGÚN BARRIOS DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Barrio	Zonas	Salas de Teatro	Centros Culturales	Clubes de Música en Vivo	Milongas	Total organizaciones culturales	%Sobre total
ALMAGRO	Centro	28	9	7	17	61	13,29
PALERMO	Norte	22	11	11	12	56	12,2
BALVANERA	Este	31	9	1	14	55	11,98
VILLA CRESPO	Centro	22	9	2	12	45	9,8
MONSERRAT	Este	17	1	3	11	32	6,97
SAN NICOLAS	Este	17	2	0	6	25	5,45
SAN CRISTOBAL	Este	1	3	3	15	22	4,79
SAN TELMO	Este	4	2	4	4	14	3,05
CHACARITA	Centro	9	0	0	3	12	2,61
CABALLITO	Centro	4	0	1	6	11	2,4
COLEGIALES	Norte	4	3	1	3	11	2,4
BOEDO	Centro	5	4	0	2	11	2,4
CONSTITUCION	Este	1	0	0	8	9	1,96
BOCA	Sur	5	1	1	2	9	1,96
PARQUE PATRICIOS	Sur	0	3	0	4	7	1,53
RECOLETA	Norte	4	1	1	0	6	1,31
FLORES	Centro	1	0	2	3	6	1,31
BARRACAS	Sur	1	1	2	2	6	1,31
PARQUE AVELLANEDA	Oeste	2	0	0	3	5	1,09
BELGRANO	Norte	1	0	0	3	4	0,87
VILLA URQUIZA	Norte	0	3	0	1	4	0,87
VELEZ SARSFIELD	Oeste	1	0	0	3	4	0,87
VILLA GRAL. MITRE	Oeste	2	0	1	1	4	0,87
RETIRO	Este	1	1	1	0	3	0,65
PARQUE CHACABUCO	Centro	0	1	0	2	3	0,65
FLORESTA	Oeste	0	2	0	1	3	0,65
VILLA ORTUZAR	Centro	2	1	0	0	3	0,65
NUEVA POMPEYA	Sur	0	1	0	2	3	0,65
AGRONOMIA	Centro	0	1	0	2	3	0,65
PATERNAL	Centro	2	1	0	0	3	0,65
NUÑEZ	Norte	1	1	0	0	2	0,44
VILLA DEVOTO	Oeste	0	1	0	1	2	0,44
VILLA DEL PARQUE	Oeste	1	0	1	0	2	0,44
VILLA LUGANO	Sur	0	2	0	0	2	0,44
VERSALLES	Oeste	0	0	0	2	2	0,44
SAAVEDRA	Norte	0	0	0	1	1	0,22
VILLA PUEYRREDON	Norte	1	0	0	0	1	0,22
MATADEROS	Oeste	0	0	0	1	1	0,22
VILLA SANTA RITA	Oeste	1	0	0	0	1	0,22
MONTE CASTRO	Oeste	1	0	0	0	1	0,22
VILLA LURO	Oeste	0	1	0	0	1	0,22
PARQUE CHAS	Centro	0	1	0	0	1	0,22
VILLA REAL	Oeste	0	0	1	0	1	0,22
VILLA SOLDATI	Sur	0	0	0	1	1	0,22
LINIERS	Oeste	0	0	0	0	0	0
COGHLAN	Norte	0	0	0	0	0	0
PUERTO MADERO	Este	0	0	0	0	0	0
VILLA RIACHUELO	Sur	0	0	0	0	0	0
Total		192	76	43	148	459	100

ANEXO 10: CANTIDAD DE ORGANIZACIONES CULTURALES INDEPENDIENTES DISTRIBUIDOS SEGÚN EJES VIALES PRINCIPALES DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Distancia 500 m ejes viales seleccionados

Avenida	Teatros	Música en Vivo	Centros Culturales	Milongas	Total organizaciones culturales	%Total
Corrientes	68	8	18	37	131	28,54
Córdoba	47	13	17	43	120	26,14
Independencia	28	7	11	32	78	16,99
Callao/Entre Ríos	31	2	4	33	70	15,25
Rivadavia	33	6	7	18	64	13,94
Belgrano	33	6	5	17	61	13,29
San Juan	10	5	9	27	51	11,11
Juan B. Justo	21	5	10	12	48	10,46
Pueyrredón/Jujuy	15	2	7	11	35	7,63
9 de Julio	15	3	3	8	29	6,32
Santa Fé / Cabildo	12	3	8	5	28	6,1
Total	166	33	5	116	370	80,61

ANEXO 11: CANTIDAD DE ORGANIZACIONES CULTURALES INDEPENDIENTES DISTRIBUIDOS SEGÚN LÍNEAS DE SUBTE DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Distancia 500m a estaciones de subte por línea

Subte	Centros Culturales	Teatros	Milongas	Música en Vivo	Total organizaciones culturales	%Totales
B	17	62	34	8	121	26,36
E	9	16	29	5	59	12,85
A	4	32	14	6	56	12,2
D	8	17	7	3	35	7,63
H	8	12	12	2	34	7,41
C	3	14	9	2	28	6,1

CULTURAS INDEPENDIENTES

Caracterización y distribución geográfica de las organizaciones culturales urbanas con programación en vivo de la Ciudad de Buenos Aires.

2018-2019

