

CONSUMOS CULTURALES

Públicos y audiencias: nuevas configuraciones en la era digital

Dra. Mercedes Calzado

Universidad de Buenos Aires, Argentina

mcalzado@sociales.uba.ar - <https://orcid.org/0000-0003-0211-6480>

Dra. Ana Broitman

Universidad de Buenos Aires, Argentina

abroitman@sociales.uba.ar - <https://orcid.org/0000-0002-2708-0667>

Dr. Leandro González

Universidad Nacional de General Sarmiento, Argentina

legonzal@campus.ungs.edu.ar - <https://orcid.org/0000-0001-9773-0517>

Identificadores permanentes

ARK: <https://id.caicyt.gov.ar/ark:/s18535925/cqubat0vm>

DOI: <https://doi.org/10.62174/avatares.2025.10968>

¿Qué miramos? ¿Qué escuchamos? ¿Qué leemos? ¿Qué agenda cultural seguimos? ¿Cuánto tiempo pasamos y qué hacemos en las redes y plataformas digitales? ¿Con qué medios o dispositivos tecnológicos contamos para llevar adelante estas prácticas de consumo cultural?

Las investigaciones sobre consumos culturales, públicos y audiencias forman un campo consolidado dentro de los estudios de la comunicación y la cultura. Sus bases remiten a los aportes de la estética de la recepción y a los lineamientos de la teoría cultural. A partir de estas perspectivas, los aportes latinoamericanos incorporaron discusiones situadas sobre los usos sociales de bienes simbólicos y las prácticas de recepción en contextos atravesados por la desigualdad y las disputas por el sentido. A este conjunto de estudios, se sumaron en los últimos años investigaciones sobre medios, políticas culturales, artes combinadas y dinámicas de acceso que ampliaron la comprensión de las prácticas culturales en distintos territorios y circuitos institucionales.

El escenario actual introduce transformaciones que interpelan los marcos de análisis. Las plataformas digitales organizan la circulación, clasifican contenidos e imponen lógicas de visibilidad articuladas con nuevas formas de participación, con modos de acceso desiguales y con mediaciones institucionales diversas. Las distancias sociales, económicas y territoriales influyen en las posibilidades efectivas de participación



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.



cultural, en la disponibilidad de recursos y en la construcción de vínculos con los objetos culturales. En este contexto, las categorías tradicionales de público, audiencia o espectador requieren actualizaciones que permitan registrar las novedades de las experiencias situadas y repertorios heterogéneos abiertos por el mundo digital.

El dossier reúne resultados de investigaciones que abordan estos problemas desde distintos recortes temáticos y metodológicos. Aunque organizados en tres ejes, los trabajos convergen en una preocupación común: comprender cómo se definen, se vinculan y se transforman los públicos en un entorno donde lo territorial, lo institucional y lo digital interactúan de manera creciente. O, para decirlo de otro modo, comprender una dimensión fundamental de la vida social contemporánea.

1. Construcción y gestión de públicos

El primer conjunto de artículos examina cómo se configuran los públicos en espacios institucionales, comunitarios y artísticos. El trabajo de **Cassini** revisa la disponibilidad de categorías conceptuales y propone un sistema apoyado en experiencias territoriales, institucionales y de gestión. Su aporte se orienta a definir herramientas que permitan observar vínculos, experiencias y trayectorias en prácticas culturales diversas.

Los estudios de **Peirano, Navarrete y Valdovinos**, y el de **Schtivelband Guindi y Bucca** se apoyan en perspectivas etnográficas y pedagógicas que analizan experiencias situadas. Los primeros abordan festivales regionales de cine en Chile y describen estrategias de mediación que amplían el acceso en contextos donde las barreras geográficas, económicas y simbólicas limitan la participación. El segundo trabajo presenta una experiencia de cineclubismo infantil desarrollada en un espacio comunitario del barrio de Barracas y discute el potencial pedagógico del cine en prácticas culturales de sectores populares. En ambos casos se sugiere algo central para este dossier: que devenir espectador es algo que se aprende y, por lo tanto, que es necesaria una política de formación de espectadores.

El artículo de **Ceccarelli** analiza producciones teatrales realizadas en contexto de virtualidad durante la pandemia. Su recorte permite observar transformaciones en la relación entre escena, público y dispositivos técnicos, y revisar nociones como *convivio* y *tecnovivio*. Por su parte, **Aramburu** estudia las barreras de acceso al teatro entre públicos esporádicos y no públicos. Sus resultados muestran cómo factores económicos, simbólicos y subjetivos inciden en la posibilidad de reconocerse como participante legítimo de una práctica cultural.

El artículo de **Morales** se incorpora a este eje al analizar la constitución contemporánea de audiencias audiovisuales a partir de datos del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA). El estudio describe regularidades y cambios en el consumo de televisión, radio y plataformas digitales, y discute la articulación entre tecnologías analógicas y digitales sin reducir las transformaciones a la sustitución tecnológica ni a la



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.

datafificación. Su aporte se nutre de un relevamiento público fundamental para el campo de la comunicación en la Argentina y se integra a las discusiones sobre construcción de públicos en contextos de mediatización profunda.

2. Comunidades, fandom y prácticas colectivas

El segundo grupo de trabajos se orienta a analizar la conformación de comunidades en torno a prácticas culturales diversas. **Robledo Sánchez** aplica la teoría del espacio social para estudiar el fandom del K-pop y examina cómo las redes sociales organizan consumos, producen vínculos y habilitan formas de agencia entre fans. Por su parte, el artículo de **Marambio-Tapia y Valenzuela Pulgar** estudia el caso #ArmaysxBoric durante la campaña presidencial chilena de 2021. Su análisis del fandom de BTS como comunidad de afinidad que despliega repertorios digitales para intervenir en el espacio político, permite observar cómo prácticas culturales populares se articulan con formas de participación ciudadana en entornos digitales.

Pildain indaga en las recepciones del programa de televisión *Bendita* y observa cómo su audiencia construye una comunidad interpretativa que comparte lógicas de elección y usos del humor. Su análisis permite comprender procesos de interacción entre televidentes y el modo en que un producto televisivo funciona como punto de encuentro cultural. Mientras que el artículo de **Sebastián Alaniz** aporta una lectura histórica sobre programas de música popular-masiva en TVN Chile. Su revisión de formatos, estrategias discursivas y modos de interpelación a audiencias juveniles permite comprender la relación entre televisión pública, cambios tecnológicos y transformaciones en la participación de estos públicos.

Hernández Ruiz explora la relación entre artistas callejeros y transeúntes en la avenida Juárez de Ciudad de México. El estudio muestra cómo las microaudiencias formadas en el espacio público se proyectan en redes sociales, donde se amplifican los vínculos, la circulación y la visibilidad de los artistas. En paralelo, **Rosain** analiza escrituras literarias vinculadas al manga y al anime, y reconstruye condiciones de producción y trayectorias de autores que trabajan con códigos propios de estas estéticas.

A este eje se suma también el trabajo de **Muller, Pedemonte Fernández y Smith**, que examina la construcción de identidad y la “nostalgia estética” en el *fandom* de Saramalacara. El análisis muestra cómo referencias a la cultura de internet de los 2000 operan como insumo para la producción de sentido y para la construcción de memorias generacionales compartidas.

3. Plataformas, algoritmos y reconfiguraciones del consumo

El tercer eje reúne investigaciones que examinan los modos en que plataformas y algoritmos participan en la organización del consumo cultural. **Zelcer** analiza cómo la publicidad digital define audiencias en contextos de hipermediatización y describe



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.

procedimientos inferenciales ligados al funcionamiento de algoritmos y operadores humanos.

Díaz, Batres y Pereyra estudian la percepción de las audiencias sobre técnicas SEO en medios digitales y muestran cómo los públicos reconocen determinadas estrategias, valoran algunas y problematizan otras. **Alboroz y Krakowiak** revisan el caso de Cine.Ar Play y discuten su papel en la diversificación del acceso audiovisual en Argentina frente a un entorno marcado por tensiones presupuestarias y por la necesidad de políticas sostenidas.

Albarello, Arri, García Luna y Paredes analizan la relación de estudiantes de comunicación de nueve países latinoamericanos con los algoritmos, y distinguen entre niveles de conciencia y márgenes limitados de agencia. **Ahmed, Blanco, Hammoe, Iuliano, Minzi, Uriarte y Vizcarra** estudian consumos digitales de infancias y adolescencias en el Área Metropolitana de Buenos Aires y discuten el modo en que plataformas como TikTok influyen en la construcción de subjetividades y en el ejercicio de derechos.

El artículo de **Radakovich, Calvello, Echániz y Figari**, así como el de **Car y Pessina**, examinan prácticas audiovisuales de jóvenes universitarios en Uruguay y en Tierra del Fuego. Sus resultados permiten observar criterios de elección, intensidades de consumo y transformaciones en la serialidad vinculadas a la vida cotidiana.

El trabajo de **Sabbione Juri y Ferrufino** se suma a este eje al explorar la división entre “nativos” e “inmigrantes digitales” en el consumo de *streaming*. El análisis de imaginarios generacionales y prácticas culturales frente a las plataformas permite observar cómo se producen distancias lingüísticas, culturales y sociales en los usos del *streaming*.

A este conjunto se agrega el artículo de **Sánchez Ceci**, que analiza hábitos de lectura en la ciudad de Córdoba a lo largo de treinta años. El estudio plantea una posible “privatización” de la lectura en un contexto de cambios tecnológicos, desigualdades persistentes y modificaciones en las políticas culturales.

Un mapa en construcción

El conjunto de artículos reunidos en este dossier permite trazar un mapa posible de los consumos culturales en la región y de las transformaciones que los atraviesan. Las investigaciones analizan cómo se definen los públicos, qué mediaciones organizan sus experiencias y de qué manera se combinan los entornos territoriales, institucionales y digitales en los modos de acceso. También muestran la relevancia de los algoritmos en la disponibilidad de contenidos y en la conformación de elecciones culturales, la persistencia de brechas socioeconómicas y simbólicas, y el impacto de las políticas públicas en la circulación de bienes culturales.



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.

Las contribuciones actualizan herramientas conceptuales y metodológicas y permiten observar problemas comunes: los modos de construcción de públicos, las estrategias de mediación cultural, las dinámicas comunitarias, la reorganización del consumo bajo lógicas de plataforma y los efectos de estas transformaciones sobre los derechos culturales.

El dossier, por lo tanto, ofrece elementos para revisar categorías, ordenar nuevas preguntas y abrir líneas de investigación que atiendan las tensiones entre desigualdad, digitalización y participación cultural. En un contexto de cambios acelerados en los modos de producción, circulación y acceso, así como de intervención política a partir de las nuevas prácticas digitales, estas aproximaciones contribuyen a comprender un campo en transformación y a delinean agendas de trabajo capaces de seguir interrogando estos problemas e intervenir en estos desafíos.



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.

