



DOCUMENTO DE TRABAJO N° 50

ORGANISMOS ARTÍSTICOS DEL SUR, BAHÍA BLANCA: ANÁLISIS ECONÓMICO Y SOCIAL

Diciembre 2024

**Viviana Leonardi
Marina Tortul**

ISSN 2250 8333

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
POCISIONAMIENTO DE LOS OAS EN BAHIA BLANCA.....	4
¿Cómo perciben los residentes de BB a los OAS?.....	4
ESTUDIOS DE PÚBLICO	5
CARACTERÍSTICAS DE LOS ASISTENTES A ESPECTÁCULOS DE LOS OAS	6
DIFERENCIAS ENTRE LOS ASISTENTES A LOS ESPECTÁCULOS DE LOS OAS Y LOS NO ASISTENTES	7
CONDICIONANTES DE LA DECISION DE ASISTIR A LOS ESPECTÁCULOS DE LOS OAS.....	8
LOS VALORES ATRIBUÍDOS AL PATRIMONIO CULTURAL	9
EL VALOR CULTURAL DE LOS OAS	10
¿Cómo medimos el valor cultural? ¿Cuál es el valor cultural de los OAS?.....	10
EL VALOR SOCIAL DE LOS OAS	11
¿Cómo medimos el valor social? ¿Cuál es el valor social de los OAS?	11
EL VALOR ECONÓMICO DE LOS OAS	12
¿Cómo medimos el valor económico? ¿Cuál es el valor económico de los OAS?.....	12
LIMITACIONES.....	13
REFLEXIONES Y PROPUESTAS	14

INTRODUCCIÓN

Los Organismos Artísticos del Sur (OAS) nuclean a tres cuerpos artísticos con una importante trayectoria en la ciudad de Bahía Blanca (BB), a saber: el Ballet del Sur, la Orquesta Sinfónica de BB y el Coro Estable de BB. El Ballet del Sur y la Orquesta Sinfónica fueron creados hace más de 50 años, mientras que el Coro se conforma en la década de los 90. Estos cuerpos cuentan con personal artístico estable, personal auxiliar artístico, técnicos, administrativos y de mantenimiento general; aproximadamente emplean a 300 trabajadores y realizan al año más de 50 presentaciones, algunas en forma gratuita y otras pagas.

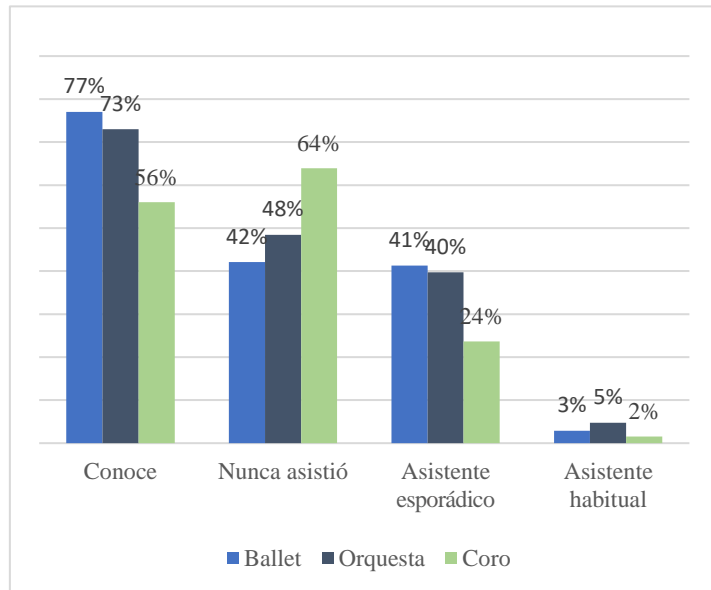
Si bien los OAS ofrecen espectáculos de alta calidad, conocer acerca de su público, del valor y significado que la sociedad les otorga permite plantear las estrategias de gestión sostenibles relativas a un acceso más general e igualitario. El objetivo de este informe es proveer información basada en evidencia en esta dirección. Para ello, se sistematizan diferentes investigaciones realizadas por el grupo Economía y Turismo Cultural (IIESS, UNS-CONICET), dirigido por la Dra. Viviana Leonardi y Mg. Silvina Elías, sobre trabajos de campo propios. En particular, se provee información sobre estudios de públicos y estimación del valor cultural, social y económico.

POCISIONAMIENTO DE LOS OAS EN BAHIA BLANCA

¿Cómo perciben los residentes de BB a los OAS?

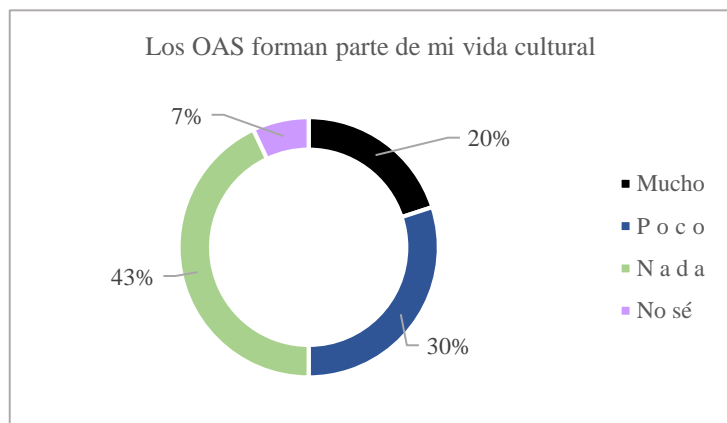
✓ Existe un alto conocimiento del Ballet y la Orquesta por parte de los residentes de BB (más del 75% declara conocerlos). El 40% asistió alguna vez a sus espectáculos, pero menos del 5% se considera asistente habitual¹.

✓ La situación del Coro es más crítica en términos de sostenibilidad, pues es conocido por la mitad de la población adulta y solo asiste el 24%. Aún más, su público es el de mayor edad, con un 42% mayor de 60 años.

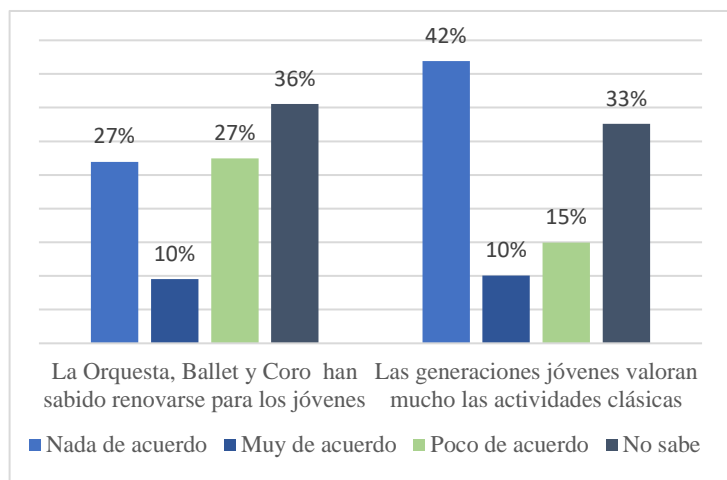


✓ El 50% de los encuestados reconoce a los OAS como parte de su vida cultural, como parte de su espacio vivido.

✓ El 45% de los encuestados sabe que los OAS son financiados por el Instituto Cultural de la Provincia de Buenos Aires.



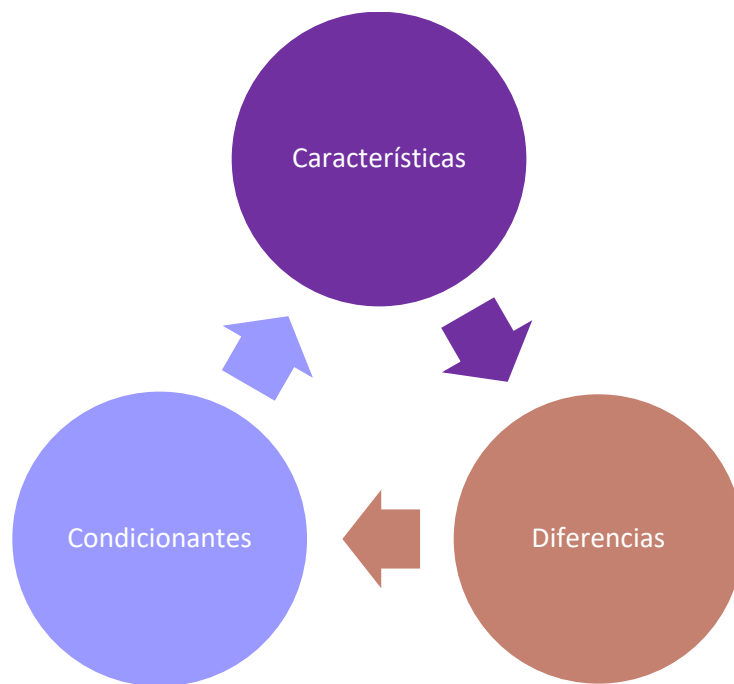
✓ Gran parte de los bahienses (60% aprox.) cree que los OAS han sabido renovarse para captar la atención de las generaciones más jóvenes; sin embargo, no consideran que los jóvenes valoren las actividades de artes clásicas en general (57%).



¹ Por asistente habitual se entiende aquel que asistió más de dos veces a algún evento de los cuerpos artísticos.

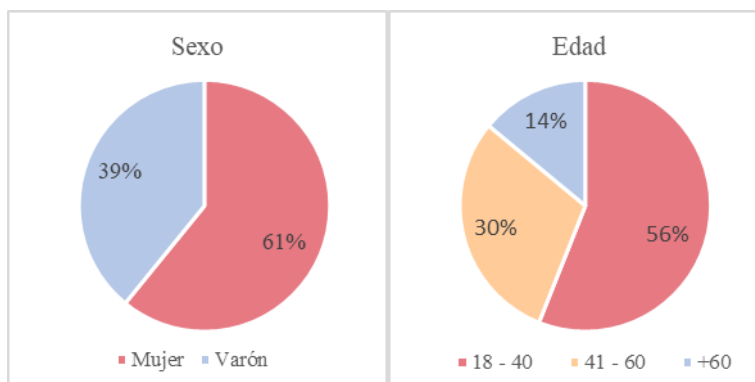
ESTUDIOS DE PÚBLICO

Los estudios de público pretenden conocer las características de los demandantes de ciertos bienes culturales y también de aquellos no demandantes. Aquí se presentan tres cuestiones: ¿Qué características tienen los asistentes a espectáculos de los OAS? ¿Qué los diferencia de los no asistentes? Y entonces, ¿de qué depende que los residentes de BB asistan a los espectáculos de los OAS?



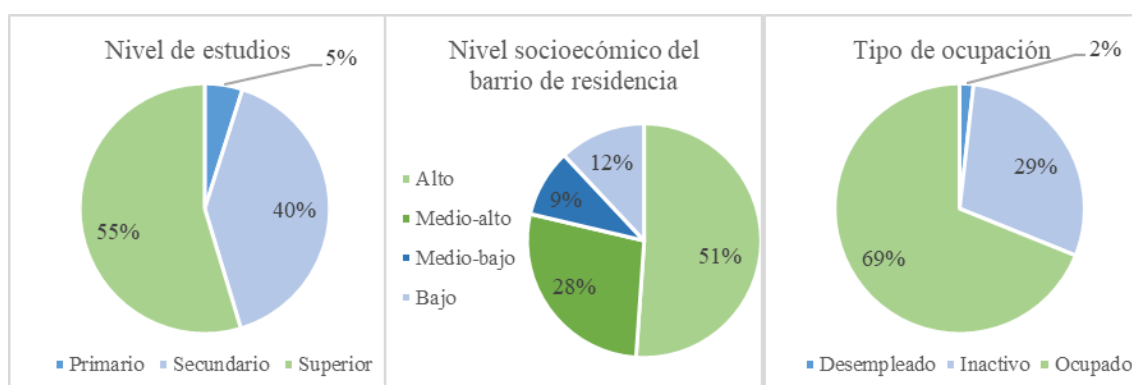
CARACTERÍSTICAS DE LOS ASISTENTES A ESPECTÁCULOS DE LOS OAS

✓ Características demográficas: la mayoría de los asistentes a los espectáculos de los OAS son mujeres de entre 18 y 40 años.

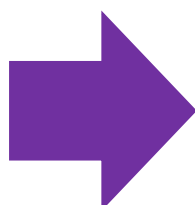
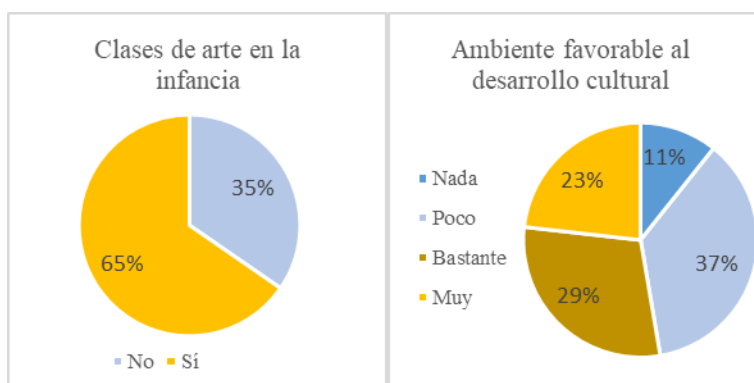


✓ Características socioeconómicas: la mayoría de los asistentes alcanzaron un nivel de educación superior (terciario, universitario o de posgrado), residen en los barrios de mejor nivel socioeconómico de BB y están trabajando.

un nivel de educación superior (terciario, universitario o de posgrado), residen en los barrios de mejor nivel socioeconómico de BB y están trabajando.



✓ Características culturales: la mayoría de los asistentes vivenciaron una exposición temprana a la cultura, la mayoría tomó clases o talleres de arte y cultura en su niñez, a la vez crecieron en entornos favorables al desarrollo cultural².



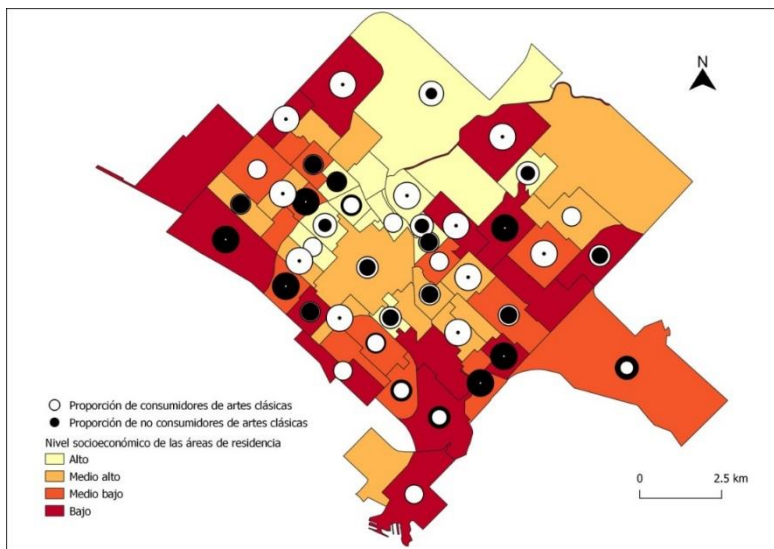
La mayoría de los asistentes a los espectáculos de los OAS son mujeres de entre 18 y 40 años, con un nivel de educación superior, que residen en los barrios de mejor nivel socioeconómico de BB y poseen cierto capital cultural, basado en la exposición temprana a la cultura.

² Por entorno familiar favorable al desarrollo cultural se entiende aquellos entornos donde se asistía a espectáculos artístico-culturales, escuchaba música clásica, incentivaban los talleres culturales desde una edad temprana, etc.

DIFERENCIAS ENTRE LOS ASISTENTES A LOS ESPECTÁCULOS DEL OAS Y LOS NO ASISTENTES³

✓ Características sociodemográficas. La edad y el nivel educativo podrían ser condicionantes del consumo de espectáculos de los OAS. *Es más probable que las personas mayores de 40 años, con estudios superiores y de posgrado sean asistentes a los espectáculos de los OAS a que no lo sean.* Por el contrario, los jóvenes y personas con nivel educativo secundario, tienen más probabilidades de no ser consumidores de estos eventos. El sexo no parece ser un condicionante del consumo.

✓ Los factores económicos y de localización también podrían condicionar el consumo de las artes clásicas. La evidencia indica que *las personas con una mejor situación laboral (ocupadas) y que residen en barrios de nivel socioeconómico alto o medio alto tienen más probabilidades de asistir a eventos de los OAS que de no hacerlo.*



✓ El capital cultural. Se observa que aquellas personas que han crecido en *un entorno familiar favorable para el desarrollo cultural tienen más probabilidades de asistir a eventos de los OAS que quienes no lo hicieron.*



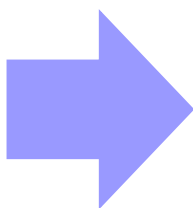
El público de los OAS se concentra en un grupo definido de personas pertenecientes a un alto estrato socioeconómico y que han tenido un entorno familiar favorable.

³ Leonardi, V. y Tortul, M. (s/f). Distribución del consumo cultural de eventos de artes clásicas en la ciudad de Bahía Blanca: un abordaje sociodemográfico, económico-espacial y cultural. En Geografía de las industrias culturales: Aproximación y estudios de caso. Borello, J. (coord.) Universidad Nacional de General Sarmiento

CONDICIONANTES DE LA DECISION DE ASISTIR A LOS ESPECTÁCULOS DE LOS OAS⁴

Es importante conocer de qué factores depende la decisión de los residentes de BB de asistir a los espectáculos de los OAS, para poder definir lineamientos de políticas efectivos que amplíen el acceso a dichos bienes culturales. Para ello, se utilizan modelos econométricos para estimar la probabilidad de demanda.

- ✓ Los residentes adultos de BB encuestados (casi 400 personas) tienen una probabilidad promedio de poco más de 60% de consumir los eventos de los OAS.
- ✓ Los factores asociados al capital cultural determinado por la exposición temprana a la cultura son claves. Por ejemplo, haber tomado clases de arte en la infancia aumenta la probabilidad de asistir a estos espectáculos en casi un 22% y haber crecido en un ambiente familiar propicio al desarrollo cultural, en un 7%.
- ✓ Por su parte, un año más de edad aumenta en un 1% dicha probabilidad.
- ✓ Finalmente, el consumo tampoco depende de la distancia a la que viven los encuestados del Teatro Municipal, principal centro de espectáculos de los OAS.
- ✓ Sin embargo, estos dos últimos aspectos posiblemente se puedan atribuir a un sesgo en la recolección de datos. Como se explica en la sección Limitaciones de los análisis, la mayoría de los encuestados reside en áreas poco pobladas de alto nivel socioeconómico, es decir, en los suburbios de mayor poder adquisitivo de la ciudad. Esto, sumado a que BB es una ciudad intermedia, podría implicar que la distancia no constituye una limitación para el acceso, pues los encuestados cuentan con los medios para trasladarse a los espectáculos.

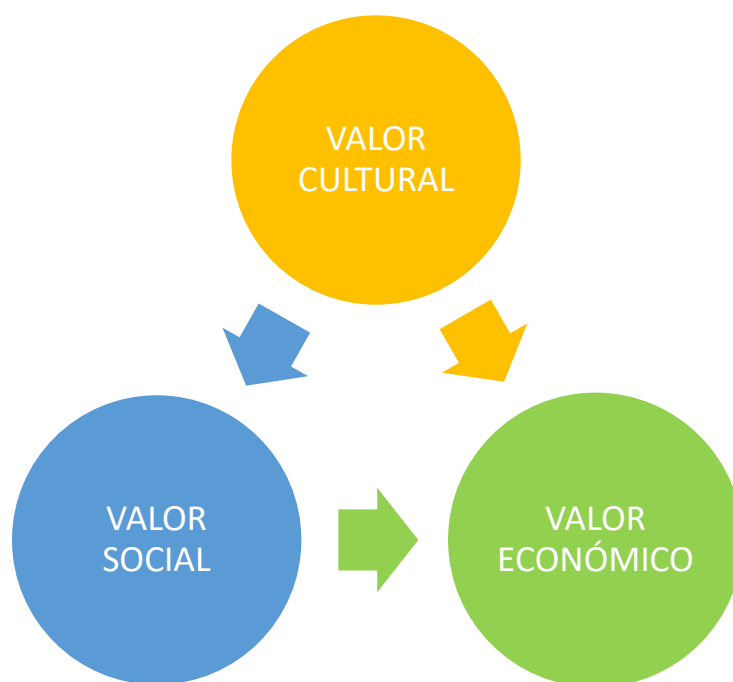


La demanda de espectáculos provistos por los OAS está determinada fundamentalmente por el capital cultural de los asistentes. Esto pone de manifiesto la importancia de la educación artística y patrimonial a edad temprana para expandir el gusto por los lenguajes artísticos ofrecidos por los OAS, así también como los programas de formación de espectadores que han sido exitosos en teatros nacionales, como el Teatro Nacional Cervantes, CABA.

⁴ Leonardi, V y Tortul, M. (2024). Condicionantes del consumo del patrimonio cultural inmaterial: una estimación mediante un modelo PROBIT. IV SIEC. 27-29/11/2025. Ciudad de México.

LOS VALORES ATRIBUÍDOS AL PATRIMONIO CULTURAL

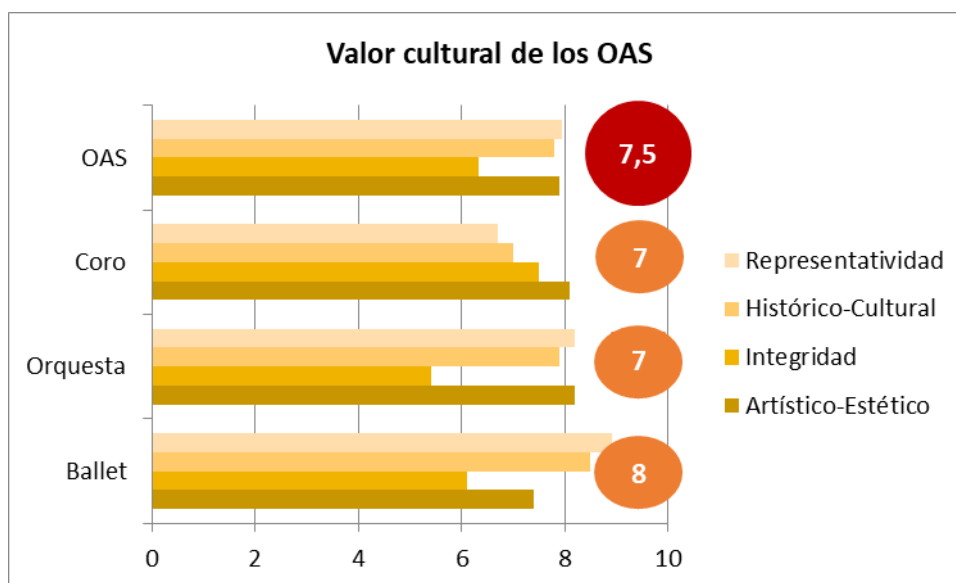
- ✓ El valor cultural hace referencia a los atributos artísticos de los OAS. En general, se determina a partir de la opinión de expertos en el área.
- ✓ El valor social abarca el conjunto de representaciones y apropiaciones colectivas que conceden sentido social a los bienes, que los legitiman y les otorgan un significado. Recién cuando el patrimonio posee valor social, puede considerarse como representativo de una determinada sociedad y, por lo tanto, debe preservarse. En consecuencia, las políticas de gestión patrimonial orientadas a la protección y salvaguardia del patrimonio cultural deben estar fundamentadas en el aprecio de la sociedad.
- ✓ Reconocer el valor económico es primordial para la asignación eficiente de presupuesto y el diseño de políticas públicas. No obstante, esta es una tarea compleja, pues se trata de intangibles, con atributos de bien público que no tienen un mercado definido.



EL VALOR CULTURAL DE LOS OAS

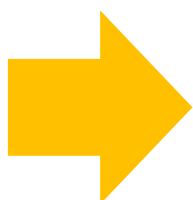
¿Cómo medimos el valor cultural? ¿Cuál es el valor cultural de los OAS?

Para estimar el valor cultural de los OAS, se consultó a nueve expertos en ballet, nueve en música orquestal y siete en música cantada coral. El valor



cultural estimado considera cuatro criterios:

- ✓ **El valor artístico-estético** (8/ 10) evalúa si los cuerpos artísticos cumplen con las exigencias técnicas de la disciplina. Sus cualidades técnicas e interpretativas son relevantes y destacadas; además, poseen singularidad.
- ✓ **El valor de integridad** (8/ 10) indica el grado en que pueden ser reconocidos como tradicionales y, a la vez, actuales en función de la integración de diferentes lenguajes artísticos, el estado de preservación de los componentes materiales de los OAS.
- ✓ **El valor histórico-cultural** (6/ 10) indica el valor histórico en función de la trayectoria de los cuerpos artísticos en la ciudad, la importancia que tienen los OAS para los diferentes colectivos (bailarines, músicos, cantantes líricos) y la importancia de la ciudad OAS por los grandes artistas que han colaborado con esta institución
- ✓ **El valor de representatividad** (8/ 10) indica el grado en que los OAS supieron constituirse a lo largo de su historia en una institución trascendente y representativa de la ciudad y la relevancia de los cuerpos artísticos para la preservación y difusión las expresiones artísticas clásicas.



Se estima que los OAS tiene un valor cultural alto (7,5/ 10), fundamentado en su valor artístico-estético, histórico-cultural y por ser reconocidos como elementos representativos para la sociedad.

EL VALOR SOCIAL DE LOS OAS

¿Cómo medimos el valor social? ¿Cuál es el valor social de los OAS?⁵

A partir de una encuesta a casi 400 residentes de BB, se estima que el valor social de los OAS es de 6,2/10. Para ello se consideraron cuatro criterios de valor:

✓ **Identidad** contempla los vínculos sentimentales y

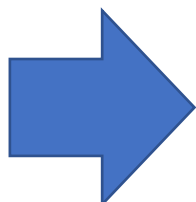


afectivos de la comunidad. Está relacionado con la validación por parte de los residentes, su relación con tradiciones, la identidad y el reconocimiento como parte de la vida cultural. Su valor es alto (7/10) y está determinado por el grado de conocimiento de los OAS (83%) y la tasa de asistencia (56%).

✓ **Apropiación** considera si la comunidad local reconoce a los OAS como patrimonio cultural local. Su valor es alto (7,5/10) y está determinado por su relevancia en la vida cultural de los residentes (3,8%), la importancia que le otorgan a su funcionamiento (90%) y su consideración como patrimonio cultural local (97%).

✓ **Dinamismo** considera cómo los usuarios perciben que los OAS se renuevan para captar la atención de los jóvenes. Se busca que los cuerpos artísticos sean tradicionales y contemporáneos a la vez para que perduren en el tiempo. Indica el potencial de continuidad. Su valor es bajo (2,9/10) principalmente porque pocos residentes consideran que los OAS han sabido renovarse (4,6%) y menos aún que los jóvenes tienen interés (1,3%).

✓ **Participación ciudadana** considera la presencia de actores sociales involucrados en su preservación. En este caso, existe una asociación civil que cuida de ellos.



Se estima que los OAS tienen un valor social medio (6/10), fundamentado en el sentimiento de identidad y apropiación. Asimismo, se pone de manifiesto la necesidad de afianzar la continuidad de dicho patrimonio planificando acciones que permitan acercar a los jóvenes a sus presentaciones.

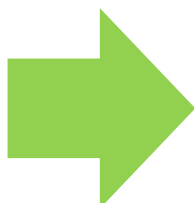
⁵ Leonardi, V. y Tortul, M. (s/f). Metodología para determinar el valor social del patrimonio cultural: el caso de las artes clásicas en Bahía Blanca, Argentina.

EL VALOR ECONÓMICO DE LOS OAS

¿Cómo medimos el valor económico? ¿Cuál es el valor económico de los OAS? ⁶

A partir de una encuesta a casi 400 residentes de BB, se simula un mercado hipotético, donde se insta a los entrevistado a declarar su disposición a pagar (DAP) para conservar o tener la posibilidad de utilizar un determinado bien o servicio.

- ✓ 31% de los encuestados está dispuesto a pagar para asegurar el funcionamiento de los OAS.
- ✓ La estimación de la DAP da como resultado que, en promedio, los residentes de BB mayores a 18 años están dispuestos a pagar entre USD 0,77 y USD 0,88 (USD 0,82 promedio) por mes para que los OAS sigan en funcionamiento. Esto implicaría una recaudación anual potencial de USD 2.103.733.
- ✓ Este valor depende de la percepción y valoración social que los residentes tengan de los OAS, más que de su propio capital cultural.
- ✓ Un aumento de un punto en la valoración social de los OAS aumenta la DAP en USD 0,90. No obstante, conocer la institución reduce la disposición a pagar en USD 0,63, posiblemente porque se agota el valor de opción. Es probable que quienes no conocen los OAS deseen tener la posibilidad de hacerlo en el futuro y, por lo tanto, estén dispuestos a pagar una suma mayor para asegurar su buen funcionamiento (valor de opción).
- ✓ En cuanto al capital cultural de los residentes, se espera que afecte indirectamente al valor económico, ya que incide positivamente en la valorización social de los OAS.
- ✓ Las características sociodemográficas, como el sexo o el nivel de educación de los residentes, no parecen ser relevantes para determinar el valor económico de los OAS, a diferencia de la edad. En particular, se observa que, a menor edad, mayor es la disposición a pagar de los residentes. Una persona un año más joven está dispuesta a pagar USD 0,02 más.



El valor económico es una función creciente de la percepción y valoración social de los residentes sobre los cuerpos artísticos, más que de su propio capital cultural. Este resultado respalda las acciones orientadas a avanzar en su proceso de patrimonialización.

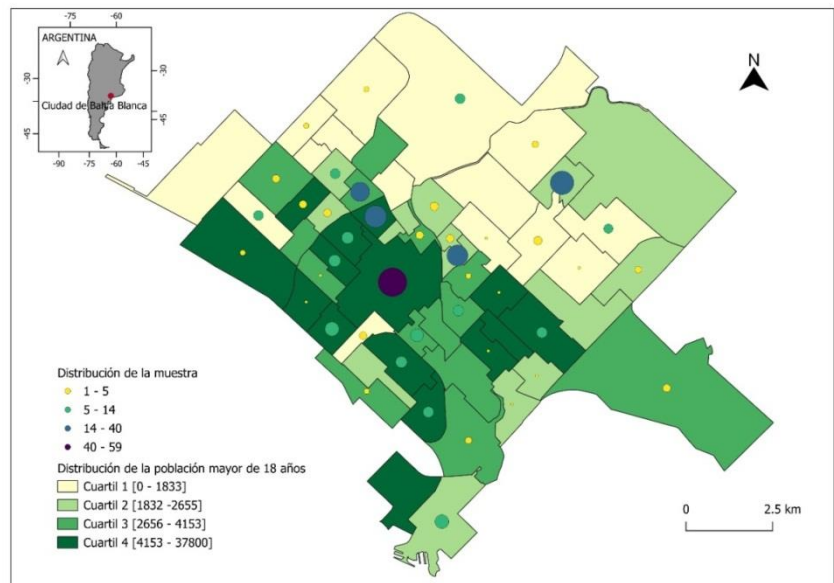
⁶ Tortul, M., Leonardi, V. & Viego, V (s/f). Valoración contingente del arte clásico: un análisis de la disposición a pagar en Bahía Blanca, Argentina.

LIMITACIONES

Los resultados presentados dependen de la representatividad de los datos estadísticos. A continuación, se exponen algunas consideraciones a tener en cuenta.

✓ Los datos provienen de dos trabajos de campo realizados durante el año 2022. El primero fue un relevamiento a los residentes de BB mayores de 18 años (agosto-diciembre de 2022), que combinó encuestas virtuales y presenciales. Estas últimas se realizaron en espacios públicos (plazas, parques, centros de compras) para captar diferentes perfiles de personas. En total se obtuvieron 398 respuestas. El segundo fue un relevamiento presencial a la comunidad usuaria (mayo-agosto de 2022) y se obtuvieron 412 respuestas.

✓ Características de la muestra: el 57% consume eventos provistos por los OAS. En su mayoría son mujeres (59%), adultos jóvenes con una edad promedio de 38 años, con estudios superiores (49%), ocupados laboralmente y que residen en barrios de alto nivel socioeconómico. En relación a la dimensión cultural, la

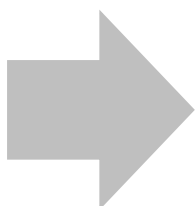


mayoría tomó clases de arte en su niñez, aunque declara que creció en un ambiente familiar poco propicio para el desarrollo cultural. Finalmente, en promedio, los encuestados residen a casi 3km del centro de la ciudad.

✓ El 49% de las observaciones se concentraron en la delegación centro: Centro (16%); Patagonia (11%); Universitario (9%); Bella Vista (8%); Santa Margarita (6%).

✓ De la comparación con las características de los residentes de BB, se observa que algunos estratos están sobrerrepresentados, como: mujeres, jóvenes, personas con educación superior y residentes en áreas poco pobladas. Asimismo, se reconoce cierta subrepresentación de los adultos mayores y del estrato de menor nivel educativo. Esto se explica por una captación localizada en los barrios céntricos y en espacios públicos.

✓ En relación a la localización en áreas muy poco pobladas y medianamente pobladas, a la cantidad de adultos de edad media y de personas con estudios secundarios, la muestra no manifiesta sesgos significativos.



La distribución geográfica de las personas encuestadas, en términos de la población barrial, no es uniforme. Esto representa también una limitación del análisis y podría explicar la sobrerrepresentación del estrato de mayor nivel educativo y socioeconómico.

REFLEXIONES Y PROPUESTAS

Los análisis precedentes verifican que los OAS son cuerpos artísticos de alto valor cultural, con importante potencial económico y reconocidos por la sociedad local. No obstante, queda trabajo por hacer para afianzar el interés y valoración de las generaciones más jóvenes. Asimismo, se encuentra que la demanda de eventos de los OAS se concentra en un grupo definido de personas, pertenecientes a un alto estrato socioeconómico y cultural.

Estos resultados plantean la necesidad de implementar estrategias para mejorar el acceso. Para ello, en general se propone la coordinación de esfuerzos entre los organismos públicos e instituciones educativas y barriales, como sociedades de fomento. También es posible pensar en acciones que posicionen a estos elencos estables como factor de atracción turística para la región.

Actualmente, los OAS realizan algunas actividades en este sentido, como ensayos abiertos a la comunidad con charlas educativas, funciones didácticas y producciones conjuntas entre los OAS, las escuelas artísticas y las escuelas secundarias con orientación artística. Sin embargo, queda mucho por hacer en materia de formación de público. El primer paso en esta dirección podría ser desarrollar un Departamento de Formación de Público propio. Además, a continuación se proponen algunas líneas de acción específicas:

Estrategias orientadas a ampliar los públicos ocasionales:

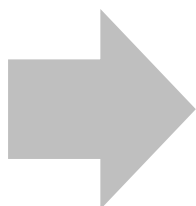
- ✓ Generación de experiencias culturales activas, como producciones participativas de los OAS y escuelas artísticas y escuelas secundarias con orientación artística.
- ✓ Intensificar los planes de comunicación focalizados.
- ✓ Diseñar un programa que vincule al arte y al turismo local.

Estrategias orientadas a fidelizar los públicos actuales:

- ✓ Creación de una página web de los OAS con información sobre las obras.
- ✓ Diseñar un programa educativo virtual que implique la publicación de videos en la página web de los OAS, que permitan el acercamiento a la obra.
- ✓ Otorgar beneficios al público, por ejemplo, una entrada gratis cada tres pagas.

Estrategias orientadas a la creación de públicos nuevos:

- ✓ Identificar barreras de acceso en barrios mediante estudios de público.
- ✓ Intensificar la mediación cultural a través de la articulación con otras instituciones culturales (museos, estudios, centros culturales) y planificación conjunta de talleres y eventos que permitan la formación de capital cultural.
- ✓ Diseñar un programa de arte y deporte. Por ejemplo, inaugurar eventos deportivos, en especial de básquet (Bahía Blanca: capital del básquet).



En general, para ampliar el acceso a los eventos de los OAS, se proponen estrategias de formación de público y programas de vinculación entre el arte y el turismo local.