

ENCUESTA NACIONAL DE CONSUMOS CULTURALES



Dirección Nacional de Industrias Culturales


FICHA TÉCNICA

La Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital del año 2013, es una iniciativa de la Secretaría de Cultura de la Nación, llevada adelante por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA), dependiente de la Dirección Nacional de Industrias Culturales. Con esta encuesta se buscó conocer los gustos, las preferencias, los usos y las percepciones y las valoraciones de los argentinos respecto de la cultura en general, y de los consumos culturales en particular. Para eso, se consultó a la población acerca de sus gustos y consumos culturales efectivos, pero también se indagó acerca de las percepciones relativas al imaginario cultural.

Las principales características técnicas de la encuesta son:

- ◆ Se aplicó a población de 12 años y más residente en localidades de más de 30.000 habitantes de todo el país.
- ◆ El trabajo de campo fue realizado durante el primer semestre de 2013 por la Universidad Nacional de San Martín y contó con la colaboración del Centro de Investigaciones en Estadística Aplicada (CINEA) dependiente de la Universidad Nacional de Tres de Febrero.
- ◆ El cuestionario tomó en cuenta antecedentes nacionales e internacionales e incluyó consultas a destacados investigadores y profesionales de las industrias culturales. Se realizó a través de entrevistas domiciliarias y de aplicación personal, el formato adoptado fue semiestructurado, con predominio de preguntas cerradas, y la extensión alcanzó alrededor de 128 preguntas aproximadamente.
- ◆ El diseño muestral contempló la estratificación según las 6 regiones del país (AMBA, NOA, NEA, Centro, Cuyo y Patagonia). Al interior de cada estrato se realizó una selección aleatoria (con probabilidad proporcional al tamaño) de radios censales y manzanas de viviendas; la selección final del entrevistado al interior del hogar se realizó con cuotas de sexo y edad ajustadas a parámetros censales. El tamaño de la muestra fue de 3.574 casos efectivos, sobre un total de 3.600 casos planificados inicialmente.
- ◆ Considerando un nivel de confianza del 95,5 % y tomando en cuenta indicadores que incluyan a toda la muestra, el margen de error máximo es de +/-1,63%.

ÍNDICE GENERAL



Qué escuchamos. Música en general, radio, música grabada y en vivo.
Práctica de instrumentos y baile.




Qué miramos. Producciones audiovisuales en general, televisión, cine, video en casa y teatro.



Qué leemos. Lectura en general, diarios, revistas, libros y PC.



Los usos de pantallas interactivas. Uso de PC, Internet y videojuegos.



El digitalómetro. Velocidades de penetración digital en las distintas industrias culturales.



Gastos y equipamiento cultural de los hogares



Otras prácticas y consumos culturales

QUÉ ESCUCHAMOS

Música en general, radio, música grabada y en vivo. Práctica de instrumentos y de baile

En la Argentina, escuchar música es una práctica universal. Solamente un 1% de la población no desarrolló nunca la costumbre de escuchar música. Se escuchan muchos géneros, especialmente música romántica, folclore y rock nacional. En consonancia con los rankings de discos más vendidos, los contenidos son, en su mayoría, de origen argentino o en español.

Se escucha un promedio de alrededor de 2 horas y media diarias de música. El 75% escucha cotidianamente entre 1 y 4 horas de música en diversos dispositivos. Casi la mitad de los argentinos descargó, aunque sea una vez, música de la web. Sin embargo, el reproductor de CD sigue siendo el aparato más usado para escuchar música grabada (73%). Le siguen el celular (45%) y la PC (40%).

La radio sigue vigente tal y como lo demuestra el porcentaje de usuarios que diariamente la escucha: 86% de la población. El aparato transmisor de radio también pervive, ya que el 78% de los encuestados lo utiliza. No obstante, el celular va ganando terreno entre los dispositivos utilizados para escuchar radio: más de un tercio de la población lo emplea.

La radio es, además, un hábito que se sostiene a lo largo del día: el 60% de la población escucha radio entre 1 y 3 horas por día y sólo un 5%, menos de una hora.

Es a través de la radio que mucha gente escucha música, así lo demuestra el hecho de que el 75% de los radioescuchas eligen programas musicales. En segundo lugar se mencionan los programas de noticias (60%).

Uno de cada tres argentinos asiste a recitales de música en vivo. De ese público, el 26% presenció shows de artistas nacionales; el 7%, de artistas extranjeros y un 1%, de ambos.

Si al 34% de los argentinos que durante el último asistió a un espectáculo de música en vivo añadimos el 25% que concurrió hace más de un año, se obtiene que casi un 60% de argentinos asistió alguna vez a un espectáculo de música en vivo.

MÚSICA EN GENERAL: USUARIOS Y GÉNEROS

Total población, 12 años y más

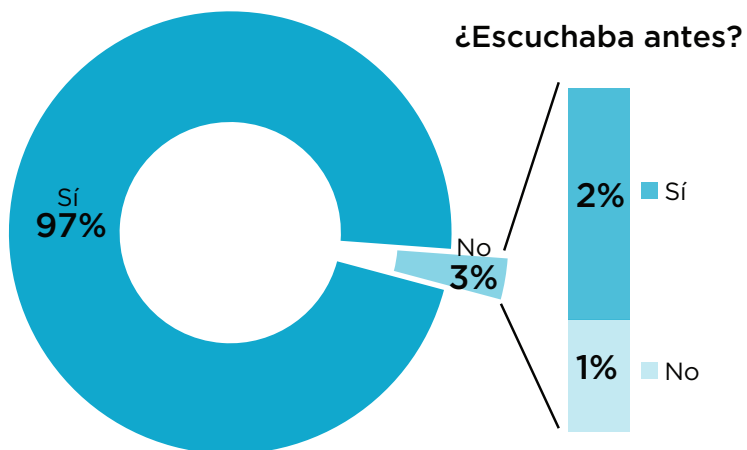
> Todos los argentinos escuchan música. Sólo un 1% de la población nunca tuvo costumbre de escuchar música.

> Se escuchan muchos géneros, pero los más elegidos son música romántica (85%), folclore (84%) y rock nacional (81%).

> Coincidentemente con los rankings de discos más vendidos, la música más escuchada es de origen argentino o en español.

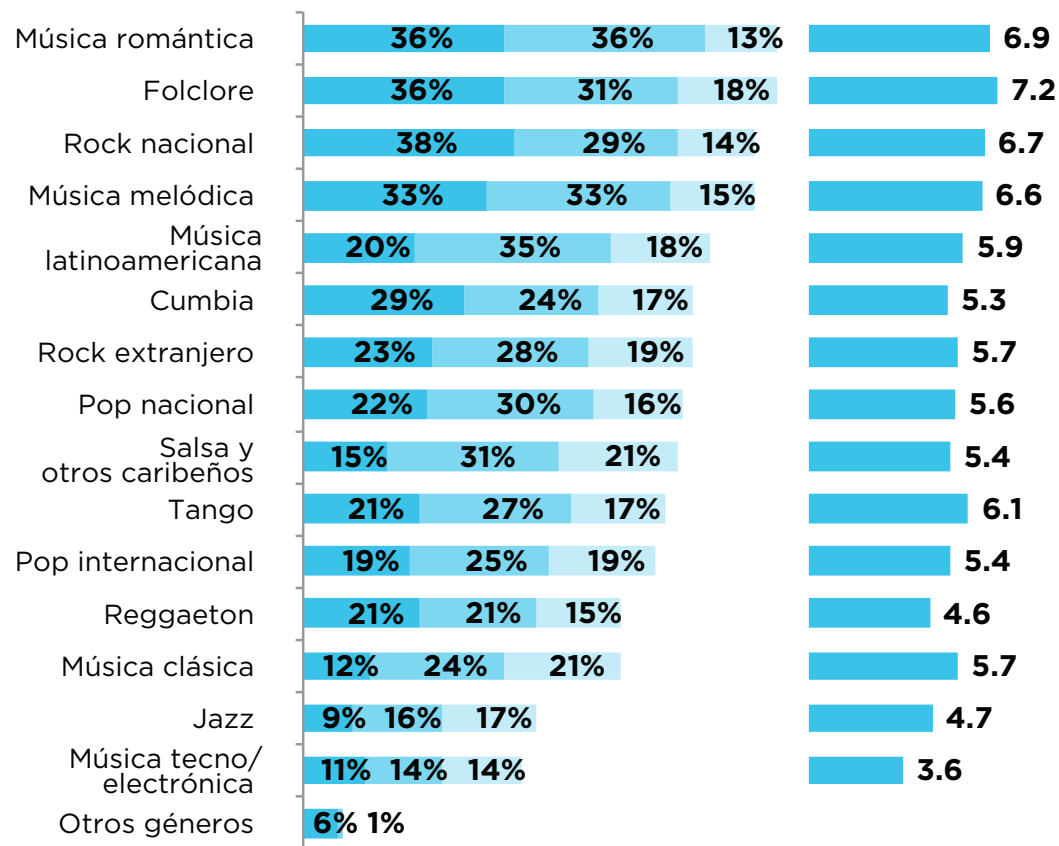
> La opinión sobre los géneros musicales tiende a alinearse con la cantidad de usuarios, con excepción del tango y la música clásica que mejoran un poco su evaluación, y la cumbia y el reggaetón que la empeoran.

¿Acostumbra a escuchar música?



Géneros musicales escuchados

Evaluación
(de 0 a 10)



Frecuentemente

A veces

Casi nunca

RADIO: USUARIOS, FRECUENCIA DE ESCUCHA, TIPO DE PROGRAMAS Y SOPORTES

Total población, 12 años y más

¿Escuchó radio durante el último año?

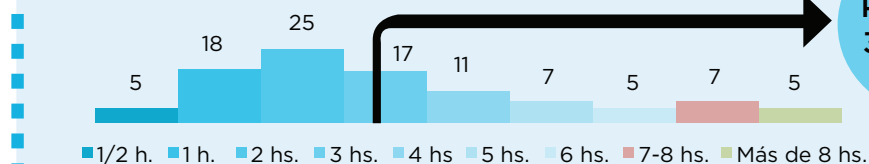
86%

¿Escuchaba antes?



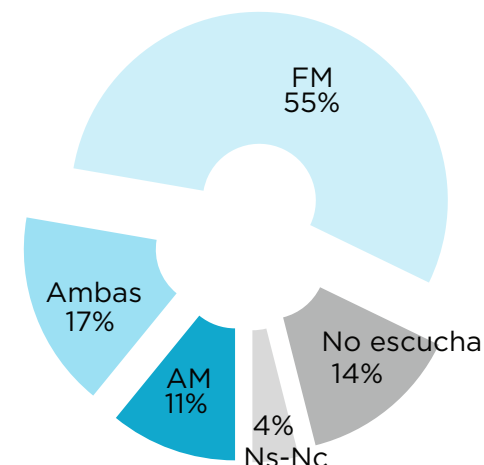
■ Casi todos los días ■ Algunos días por semana ■ Algunas veces al mes ■ Alguna vez al año

¿Durante cuánto tiempo escucha radio?



Promedio
3hs. 28m.

¿AM o FM?

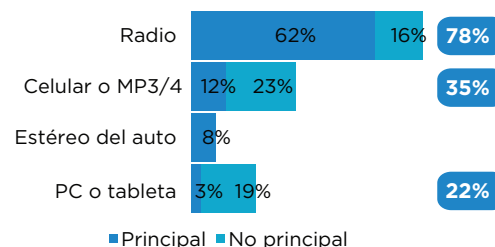


> La radio no murió ni está en crisis: el 86% de los argentinos la escucha. El 78% usa el aparato transmisor de radio tradicional, pero también se emplea el celular, con un uso del 35% en general y del 12% como dispositivo principal.

> Los argentinos escuchan radio a lo largo de todo el día: el 60% escucha entre 1 y 3 horas por día. En promedio, se escuchan diariamente casi 3 horas y media.

> El 75% de los radioescuchas elige programas musicales, casi el 60% escoge programas de noticias y muy atrás se escuchan programas de actualidad, deportivos, culturales o de chimentos.

¿Con qué aparato escucha radio habitualmente? *



■ Principal ■ No principal

Tipo de programas que escucha frecuentemente



(*) La categoría aparato "no principal" para escuchar radio, corresponde a la diferencia entre el total de personas que utilizan esos aparatos aunque sea de vez en cuando y quienes lo mencionan como el medio con el que habitualmente escucha radio. Estas menciones suelen coincidir con quienes los utilizan, pero con poca frecuencia (a veces o casi nunca).

MÚSICA GRABADA: CUÁNTOS ESCUCHAN, CON QUÉ FRECUENCIA Y EN QUÉ SOPORTES

Total población, 12 años y más

¿Escuchó música grabada durante el último año? (%)

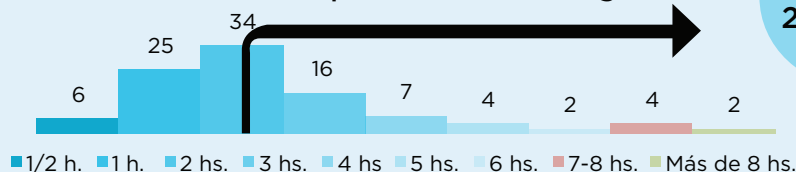
84%

¿Escuchaba antes?



¿Durante cuánto tiempo escucha música grabada?

Promedio
2hs, 34m.

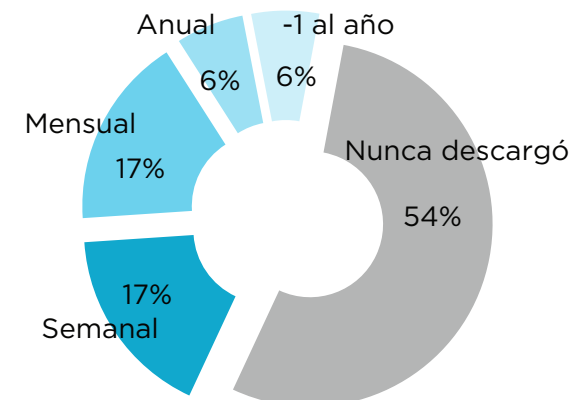


> El 84% escuchó música grabada durante el último año y, en promedio, lo hizo durante 2 horas y media diarias.

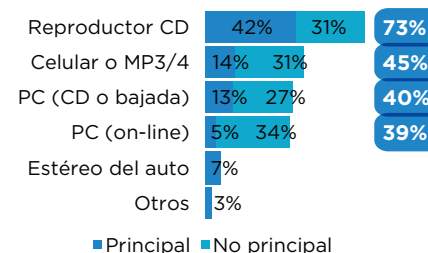
> El 46% de la población descargó música de la web aunque sea alguna vez. Sin embargo, el reproductor de CD sigue siendo el aparato más usado para escuchar música grabada (73%). Le siguen el celular (45%) y la PC (40%).

> Los dos sitios o programas para bajar o escuchar música on line más mencionados son Ares (utilizado por el 27%) y Youtube (14%). En menor medida se mencionan Taringa (4%) y Groove-shark (2%).

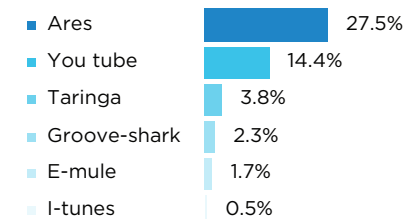
¿Con qué frecuencia descarga música?



Con qué aparato escucha música habitualmente? (%) *



De qué sitios o programas baja o escucha música? (%)



(*) La categoría aparato "no principal" para escuchar radio, corresponde a la diferencia entre el total de personas que utilizan esos aparatos aunque sea de vez en cuando y quienes lo mencionan como el medio con el que habitualmente escucha radio. Estas menciones suelen coincidir con quienes los utilizan, pero con poca frecuencia (a veces o casi nunca).

MÚSICA EN VIVO: CONCURRENCIA, FRECUENCIA Y TIPO DE RECITAL

Total población, 12 años y más

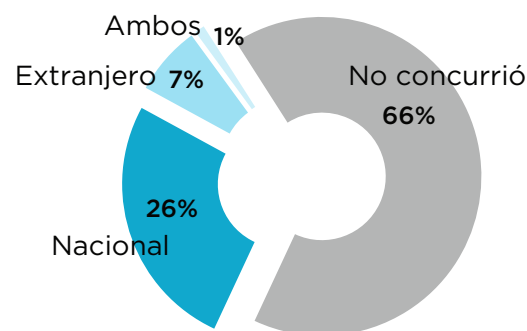
> El 34% de los argentinos asistió a un espectáculo de música en vivo durante el último año. El 26% eligió artistas nacionales; el 7%, extranjeros; y el 1%, de los dos.

> Además, un 25% concurrió a algún recital hace más de un año. Esto significa que casi el 60% de los argentinos asistió alguna vez a un espectáculo de música en vivo.

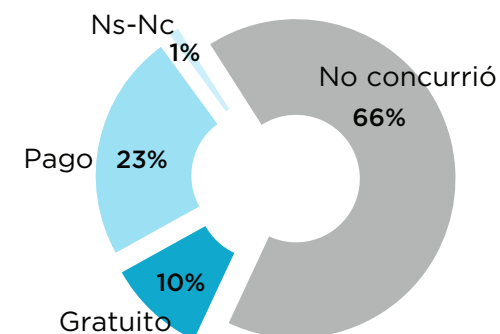
> Se frecuentan más del doble de recitales pagos que gratuitos: 23% y 10% respectivamente.

> Hay gran variedad de espacios donde se escucha música en vivo. En primer lugar se mencionan estadios y plazas (9% cada uno), seguidos por teatros (7%), clubes (6%) y bares (4%).

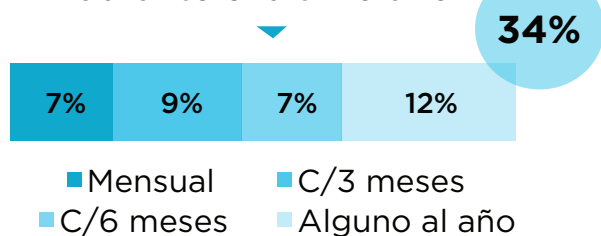
Nacionalidad del artista del recital más reciente al que concurrió



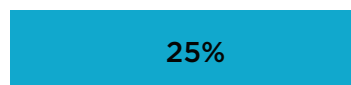
El recital más reciente, ¿fue pago o gratuito?



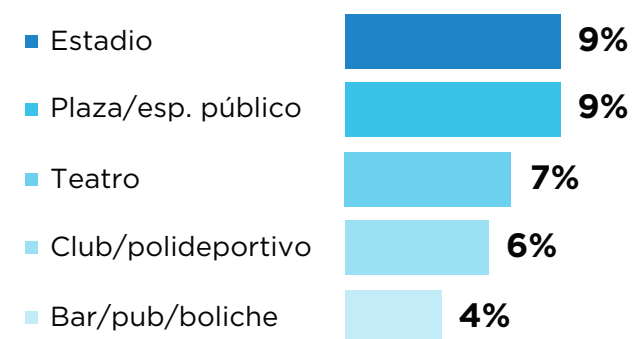
¿Concurrió a recitales durante el último año?



¿Concurría antes a recitales?



¿Dónde se realizó el recital más reciente...? (%)



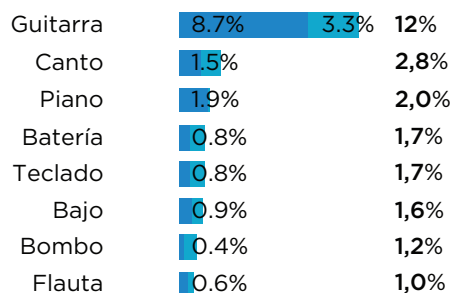
PRÁCTICA DE INSTRUMENTOS Y BAILE: CUÁNTOS, QUÉ Y DÓNDE

Total población, 12 años y más

¿Toca algún instrumento o canta?
¿Tomó clases?



¿Qué instrumento toca? ¿Tomó clases?

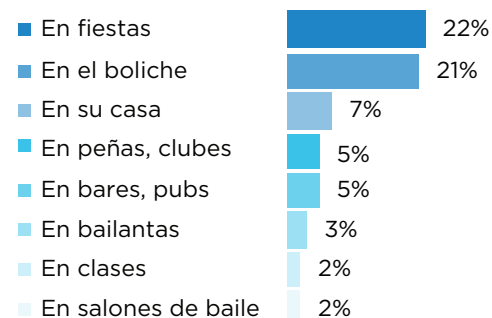


■ Tomó clases ■ Sólo toca

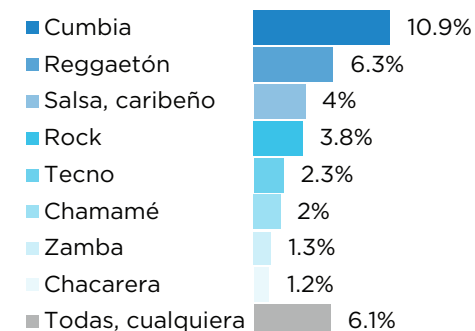
¿Baila regularmente?



¿Dónde baila?



¿Qué música baila?



> 2 de cada 10 argentinos cantan o interpretan algún instrumento, o lo han hecho antes y ya no lo hacen.

> La guitarra es el instrumento más elegido (12%), seguida por el piano o teclado (4%) y el canto (3%).

> 4 de cada 10 argentinos baila regularmente. La mayoría baila en fiestas (22%) y boliches (21%), y la cumbia es el género más bailado (11%).

> Los géneros musicales más bailados -cumbia y reggaetón- no se mencionan como los más escuchados ni los mejor evaluados.

QUÉ MIRAMOS

Producciones audiovisuales en general, televisión, cine, video en casa y teatro

Prácticamente **todos los argentinos miran TV** a través del **televisor**. Ningún dispositivo digital parece hacerle sombra a este soporte clásico tradicional. No obstante, muy pocos espectadores tienen sólo TV «de aire» (ya sea analógica o digital); la mayoría utiliza servicios de TV por cable (68%) o satelital (13%).

El promedio de consumo diario de TV ronda las 3 horas (2 horas y 51 minutos) y casi la mitad mira tele durante más de 2 horas al día. La mayoría (73%) mira noticieros, la mitad mira películas y un poco menos (43%), series. Cierran la grilla los programas deportivos (34%), humorísticos (22%) y otros con menciones menores al 20%.

Se miran muchas y muy variadas producciones audiovisuales, entre las que se destacan, por cantidad de audiencia y buena evaluación, el cine extranjero y el cine nacional. En menor medida, aparecen los programas humorísticos, los documentales, las comedias y la ficción, especialmente de origen nacional.

Un **40% de los argentinos concurre al cine por lo menos una vez al año**. Un 33% asiste con menos frecuencia y el 27% restante no va ni fue al cine. Acción, comedia, aventura, suspenso, ciencia ficción y drama son los géneros que los argentinos mencionan mirar principalmente, con alrededor de un 30% de espectadores frecuentes.

Los **complejos multisala** acaparan, hace varios años, la mayor parte del público (35%); mientras que los **cines de sala única** convocan 1 de cada 10 espectadores de frecuencia anual (4%).

El consumo de cine y video en el hogar es una actividad muy practicada, con un 84% de menciones. La principal vía de consumo es la TV (81%), dada la gran extensión del servicio de televisión paga con gran variedad de canales. El reproductor de DVD todavía se sigue usando en los hogares argentinos (10% como principal dispositivo de consumo hogareño y 48% como dispositivo secundario). El consumo de películas y series on-line y/o bajadas de Internet es menor al 20%, y constituye un canal secundario para el consumo audiovisual hogareño.

TELEVISIÓN: USUARIOS, FRECUENCIA DE ESCUCHA, TIPOS DE PROGRAMAS Y SOPORTES

Total población, 12 años y más

¿Miró televisión durante el último año?

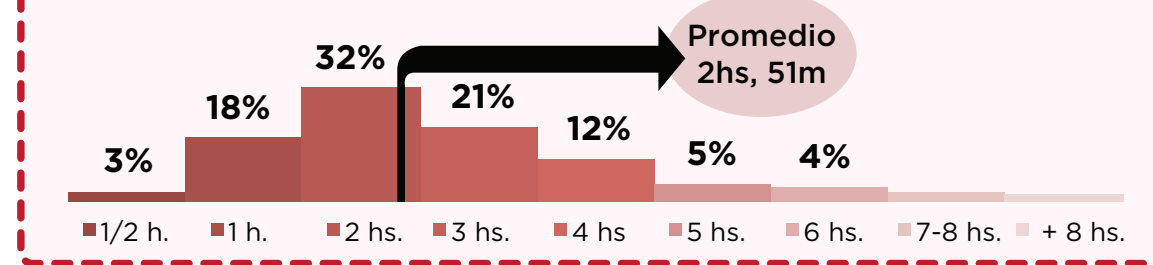
98%

¿Miraba antes?

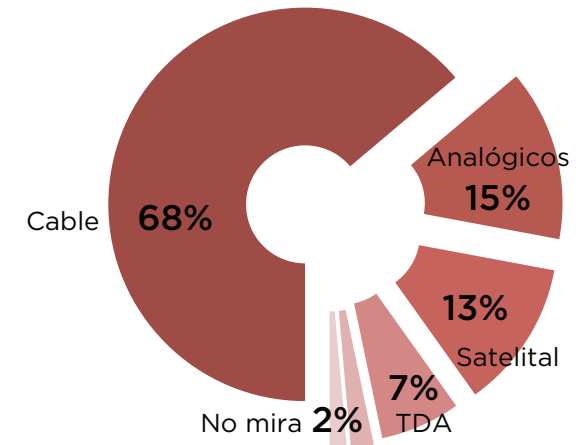


■ Casi todos los días ■ Algunos días por semana ■ Algunas veces al mes ■ Ns-nc

¿Durante cuánto tiempo mira al día TV?



Señal de TV
(respuesta múltiple)



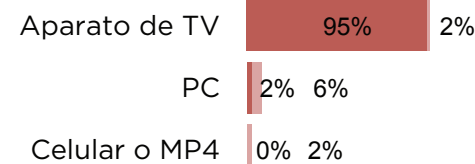
> Prácticamente todos los argentinos miran TV a través del televisor. Otros dispositivos de transmisión, como la PC o el celular, se usan muy poco o no se usan.

> La TV se mira durante bastante tiempo: casi 3 horas en promedio diario. Casi la mitad de los argentinos mira más de 2 horas diarias.

> El 73% de los argentinos mira noticieros y cerca de la mitad también mira películas y series.

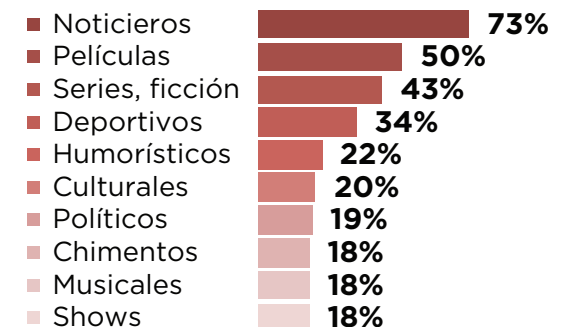
> La televisión paga tiene mucha cobertura: el 68% de los argentinos están abonados a algún servicio de TV por cable, y un 13% consume TV satelital.

¿Con qué aparato mira habitualmente TV?*



■ Frecuentemente
■ Eventualmente

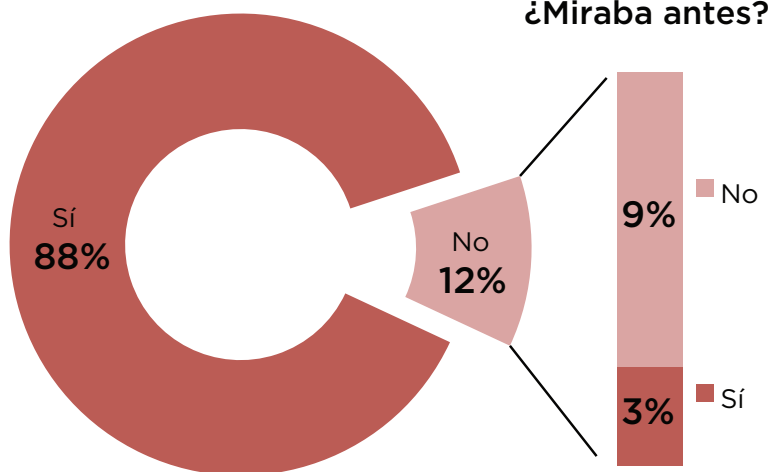
Tipo de programas que mira



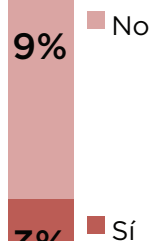
GÉNEROS AUDIOVISUALES: USUARIOS Y GÉNEROS

Total población, 12 años y más

¿Miró películas, series u otros audiovisuales, el último año?



¿Miraba antes?



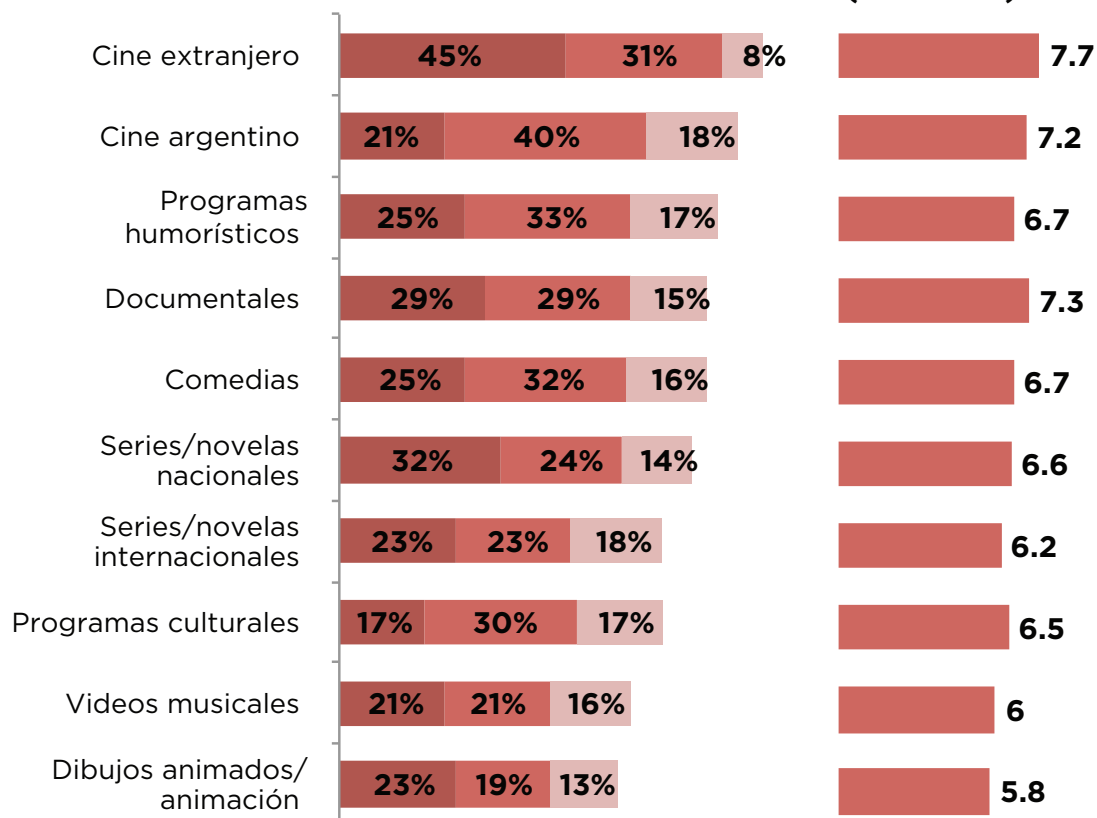
> Se miran muchas y muy variadas producciones audiovisuales.

> El cine extranjero es el tipo de producto audiovisual más visto y mejor evaluado.

> El cine nacional también tiene una gran cantidad de espectadores y se lo evalúa muy positivamente.

Géneros audiovisuales que mira

Evaluación (de 0 a 10)



Frecuentemente

A veces

Casi nunca

CINE: CONCURRENCIA, FRECUENCIA Y TIPO DE SALA

Total población, 12 años y más

¿Concurrió al cine durante el último año?



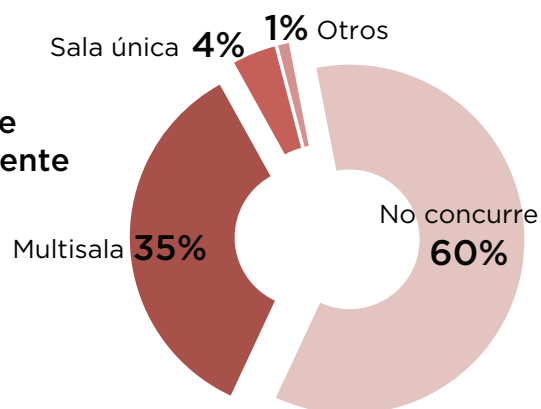
■ Varias al mes ■ Alguna al mes ■ Cada 3 meses ■ Cada 6 meses ■ Alguna al año

40%

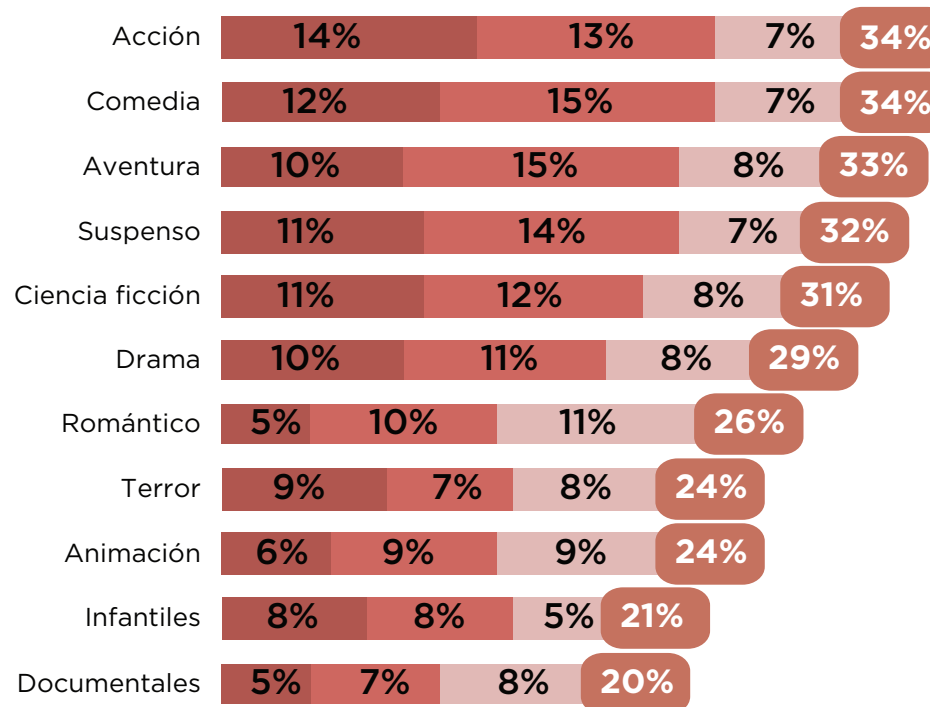
¿Iba anteriormente al cine?



Tipo de sala a la que concurre habitualmente



Frecuencia con que mira cada género



■ Frecuentemente ■ A veces ■ Casi nunca

> El 40% concurre al cine al menos una vez al año, el 33% lo hace con una frecuencia menor y un 27% nunca fue.

> Varios géneros convocan grandes cantidades de espectadores; en orden de importancia: acción, comedia, aventura, suspense, ciencia ficción y drama.

> Los complejos multisala concentran la mayor parte del público (35% de un total de 40%). Los cines de sala única sólo convocan al 4% de espectadores habituales.

VIDEO EN CASA: CUÁNTOS MIRAN, CON QUÉ FRECUENCIA Y DE QUÉ FORMA

Total población, 12 años y más

¿Miró películas o series en su casa durante...?

84%

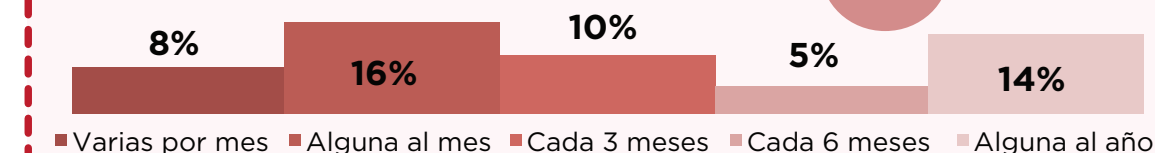
¿Miraba antes?



■ Casi todos los días ■ Algunos días por semana ■ Algunas veces al mes ■ Alguna vez al año

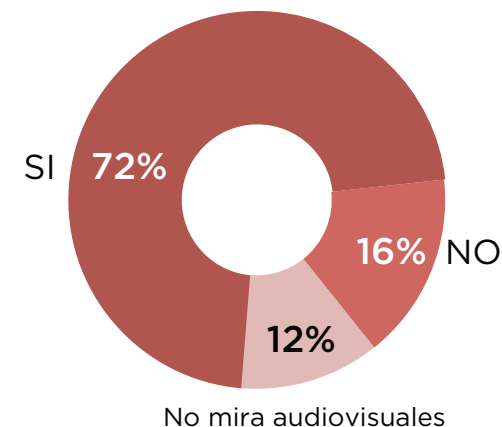
¿Con qué frecuencia compra o alquila DVD...?

54%



■ Varias por mes ■ Alguna al mes ■ Cada 3 meses ■ Cada 6 meses ■ Alguna al año

¿Alguna vez siguió una novela o serie?

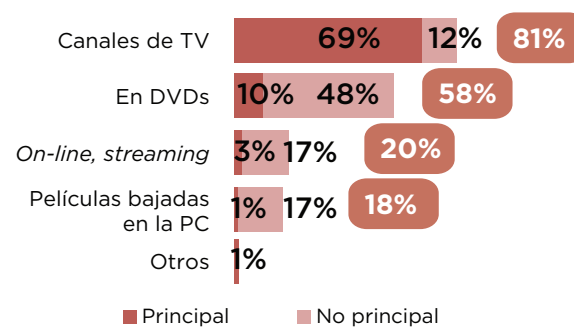


> El consumo de cine y video en el hogar es una actividad muy extendida (84%), principalmente a través de los canales de TV y, en menor medida, en formato DVD. Los canales digitales no parecen ser muy populares, al menos por ahora.

> El 23% de la población miró *on-line* o descargó vía Internet material audiovisual para consumir en su casa, una minoría en relación a quienes aún usan el DVD (58%) y los canales de TV (81%).

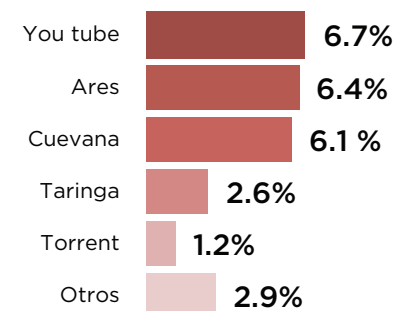
> Entre los canales más utilizados por los usuarios digitales se encuentran Youtube, Ares y Cuevana.

¿De qué forma mira películas o series en su casa?



■ Principal ■ No principal

¿De qué sitios baja películas?



QUÉ LEEMOS

Lectura en general, diarios, revistas, libros y PC

Las tasas de lectura en nuestro país son altas, de las más altas de Latinoamérica. Hay muchos lectores (85%) y se lee bastante en casi todos los formatos considerados (diarios, libros, revistas y pantallas de PC). El 73% de la población lee **diarios**, un 56% lee al menos 1 **libro** al año, poco menos del 50% leyó **revistas** el último año y casi la misma cantidad lee textos de la **pantalla de la PC**.

La **lectura digital** es un fenómeno considerable en los diarios, pero bastante menor respecto de los libros (apenas un 8% de la población menciona haber leído algún libro digital).

La pantalla de PC es el formato en mayor expansión y ya alcanza al 45% de los argentinos, más del doble del porcentaje que arrojó 10 años atrás la Primera Encuesta Nacional de Lectura.

Respecto de los **lectores anuales libros**, el 37% lee semanalmente (ya sea todos o algunos días por semana), un 11% mensualmente y un 8% lee con menos frecuencia.

Si se considera la población total del país (incluyendo a quienes no leen), **se leen casi 3 libros al año** por persona de 12 años o más. Los géneros de los libros más leídos son cuento, novela y biografía. Y la temática más elegida es la historia .

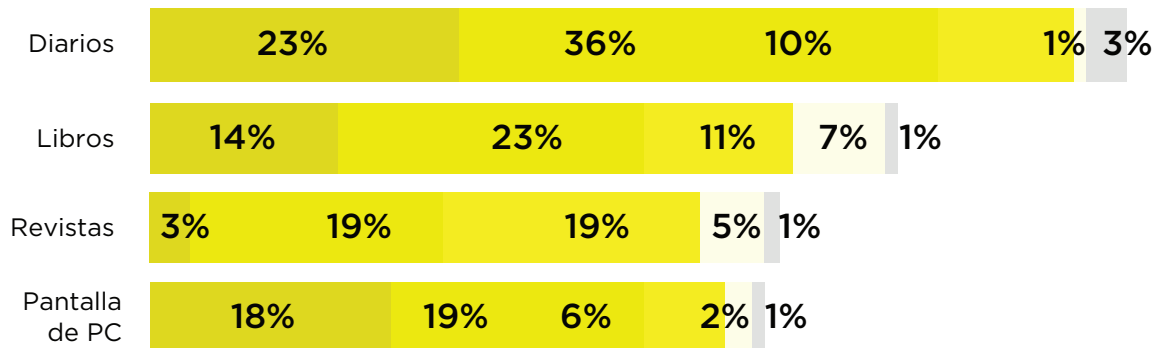
LIBROS, DIARIOS, REVISTAS, PANTALLAS

Total población, 12 años y más

Lectura en general (diarios, libros, revistas, etc., en papel o formato electrónico)

85%

Frecuencia de lectura



Casi todos los días Algunos días por semana Algunas veces al mes
 Alguna vez al año Ns-nc

> En la Argentina hay muchos lectores (85%) que leen en diversos formatos: diarios, libros, revistas y pantallas de PC.

> 3 de cada 4 argentinos leen el diario; 1 de cada 4, lo lee todos o casi todos los días; y uno de cada 3, algunos días a la semana. En suma, casi el 60% de los argentinos leen el diario al menos una vez a la semana.

> El libro también cuenta con muchos lectores en nuestro país: 56% de la población, el valor más alto de Latinoamérica.

> En cambio, las revistas, con un 47% de lectores parece ser un formato estancado o en retroceso.

> La pantalla de PC es el formato en mayor expansión y ya alcanza al 45% de los argentinos.

LIBROS: FRECUENCIA, SOPORTE, CANTIDAD Y GÉNERO DE LIBROS LEÍDOS

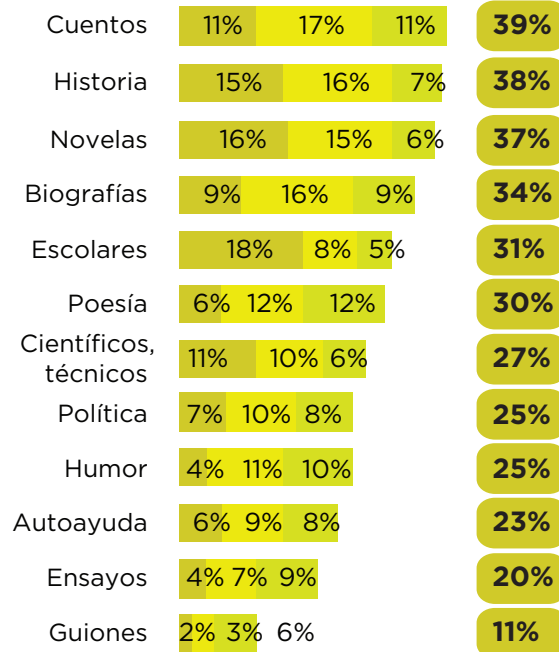
Total población, 12 años y más

¿Con qué frecuencia leyó libros el último año? **56%**



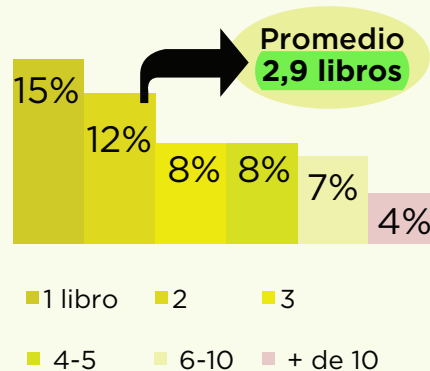
■ Casi todos los días ■ Algunos por semana ■ Algunos al mes
■ Algunos al año ■ Ns-nc

Frecuencia de lectura de géneros y temáticas



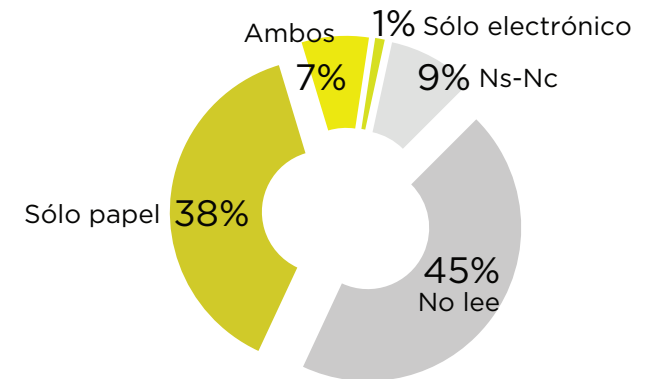
■ Habitualmente ■ A veces ■ Casi nunca

¿Cuántos libros leyó durante el último año?



■ 1 libro ■ 2 ■ 3
■ 4-5 ■ 6-10 ■ + de 10

Soporte de lectura



> El 56% de lectores anuales de libros se compone de un 37% que lee semanalmente (ya sea todos o algunos días por semana), un 11% que lo hace mensualmente y un 8% que lee con menos frecuencia.

> Considerando toda la población del país, es decir, incluyendo a quienes no leen siquiera 1 libro al año, **el promedio anual de lectura es de casi 3 libros.**

> Por ahora, el formato libro electrónico es un fenómeno marginal: sólo un 7% lee en ambos formatos y apenas un 1% dice leer sólo libros electrónicos.

> Los géneros más leídos son los cuentos, novelas y biografías, y la principal temática escogida es la historia.

LOS USOS DE PANTALLAS INTERACTIVAS

Uso de la PC, Internet y videojuegos

La **computadora es el dispositivo tecnológico que más se extendió en los últimos tiempos**: el 71% de los argentinos tiene PC, el 68% es usuario, el 65% se conecta a Internet y el 60% tiene conexión en su casa. La computadora, además, se usa bastante, **2 horas y media diarias** en promedio. Es de esperar que en los próximos años este dispositivo logre una penetración casi universal, como en el caso de la TV.

Destaca el **protagonismo del teléfono celular en los consumos digitales**. Ya se mencionó su uso extendido como reproductor de música y radio, aquí se añade que el 24% de la población se conecta a Internet a través de los **smartphones**, y el 10% los usa para jugar videojuegos.

De los contenidos que se consumen en Internet, las **redes sociales** se ubican primero, con un 57% de usuarios (46% de uso frecuente). Esta importancia de las redes sociales también se verifica al consultar las páginas más visitadas: Facebook queda primera con el 24% de menciones y **Youtube** segunda, con el 22%. El 55% tiene un perfil en **Facebook** y el 13%, una cuenta en **Twitter**. Chequear mails, bajar música o escucharla on-line e informarse a través de diarios o de medios alternativos son también actividades muy habituales.

El 30% de los argentinos juega videojuegos. La mayoría (54% de quienes juegan) lo hacen durante una hora diaria y, en promedio, se juega 1 hora y media aproximadamente. Además, la mayoría de estos usuarios juega **desde la PC** (20% en total y 17% como dispositivo principal); las **consolas** se usan en menor medida y están en segundo lugar (12%); y el **celular** queda en tercer lugar como dispositivo empleado para jugar videojuegos (10%).

PC

Total población, 12 años y más

¿Utilizó la PC durante el último año?

68%

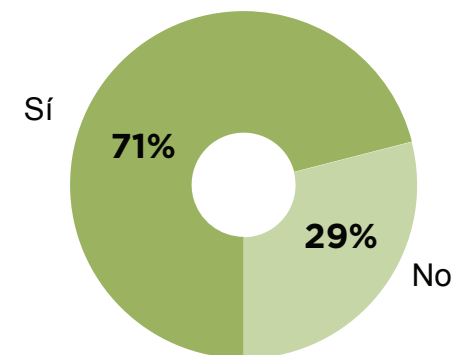


■ Casi todos los días ■ Algunos días por semana ■ Alguna vez al mes
■ Alguna vez al año ■ Ns-nc

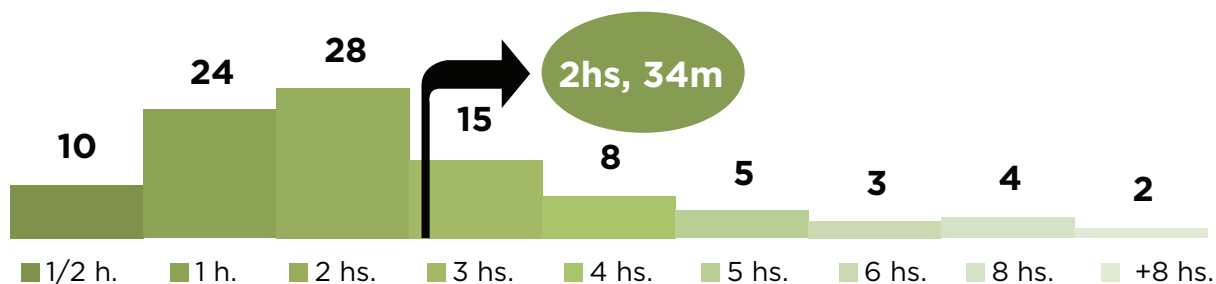
¿La utilizaba anteriormente?

1.4%

¿Tiene PC en su casa?



¿Durante cuántas horas usa la PC por día?



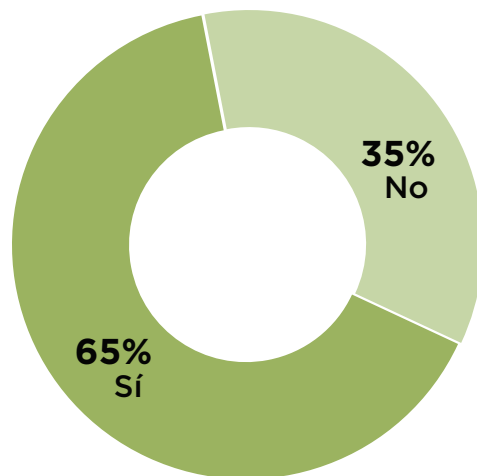
> El uso de la PC se encuentra muy extendido: un 71% tiene al menos una en su casa y el 68% es usuario. A este ritmo, es de esperar que en una o dos décadas este aparato alcance la penetración hogareña que hoy tienen la radio y la TV.

> El promedio diario de uso de PC es de poco más de 2 horas y media, y la mitad de los usuarios superan las 2 horas.

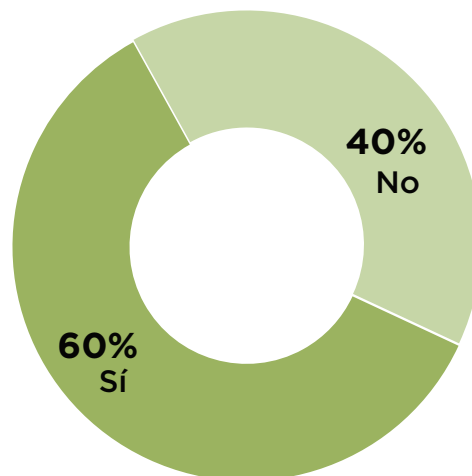
INTERNET

Total población, 12 años y más

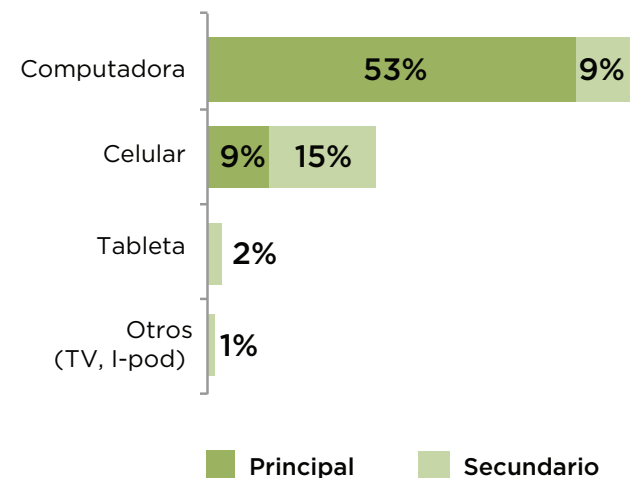
¿Usa Internet?



¿Tiene Internet en su casa?



¿Cómo se conecta a Internet?

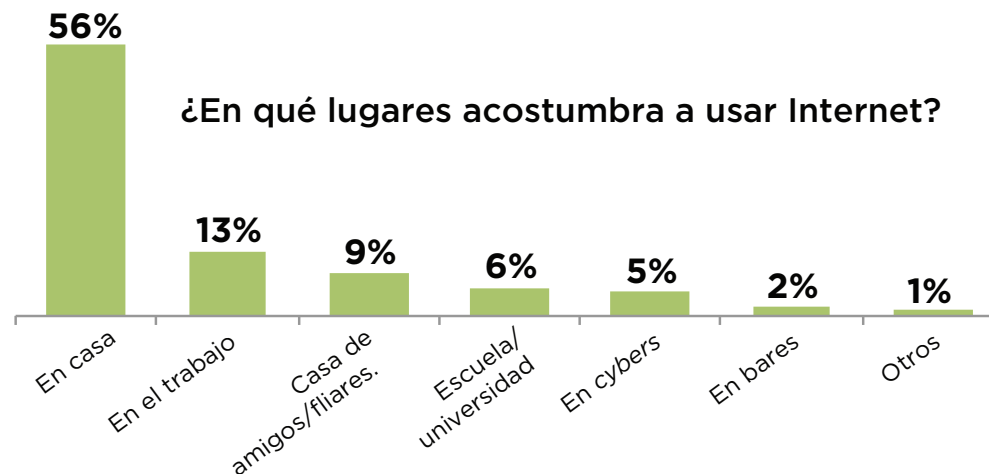


> Internet se convirtió en sinónimo de PC: el 68% de los argentinos usa PC y el 65% se conecta a Internet. Y casi todos ellos, el 60%, poseen conexión domiciliaria.

> La gran mayoría de los usuarios se conecta en su casa (56%) y, muy atrás de este porcentaje, un 13% se conecta en el trabajo.

> El 24% de los argentinos se conecta a Internet a través del celular, y un 9% dice que ésta es su principal vía de conexión.

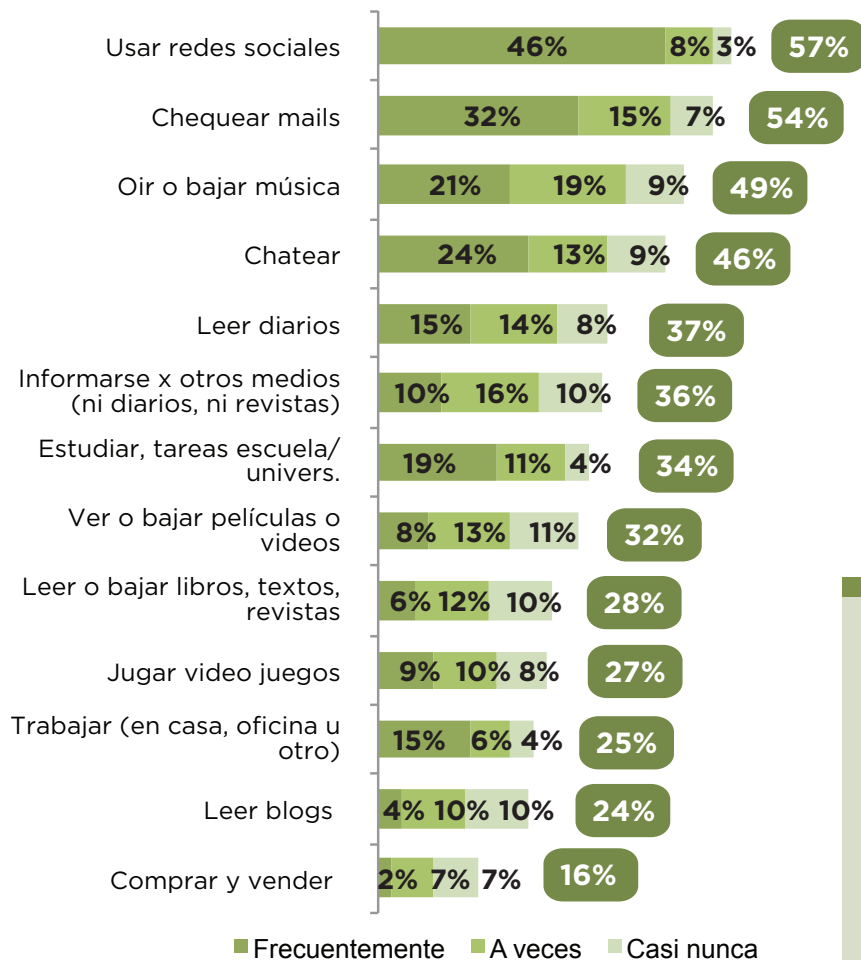
¿En qué lugares acostumbra a usar Internet?



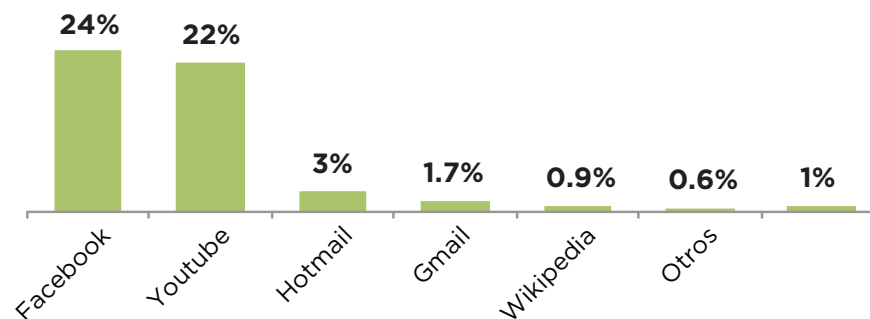
USOS DE INTERNET

Total población, 12 años y más

¿Qué hace en internet?



¿Qué páginas visita más frecuentemente?



¿Tiene página de Facebook?

55%

¿Tiene Twitter?

13%

> La actividad en las redes sociales es el uso más extendido que se da a Internet.

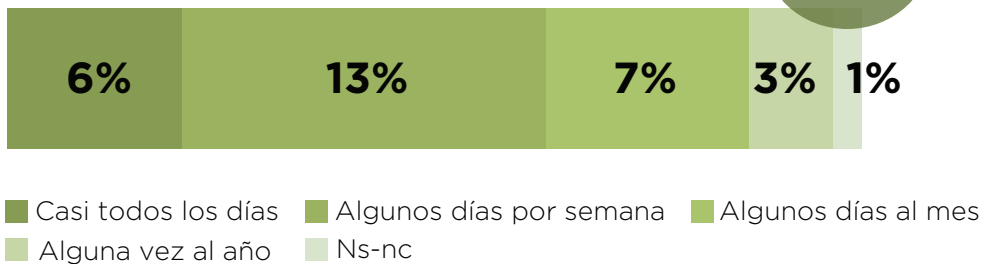
> Chequear mails sigue siendo una actividad habitual y cotidiana. También se oye o descarga música con frecuencia (el 49% de los internautas lo hace, y el 21%, diariamente). Informarse, tanto por diarios como por vías alternativas, es también una de las actividades más habitualmente realizadas (37% y 36% respectivamente).

> El 24% de los argentinos declaran que la página que más visitan es Facebook, y el 22% menciona Youtube en primer lugar. Asimismo, el 55% de toda la población tiene un perfil en Facebook y el 13%, una cuenta en Twitter.

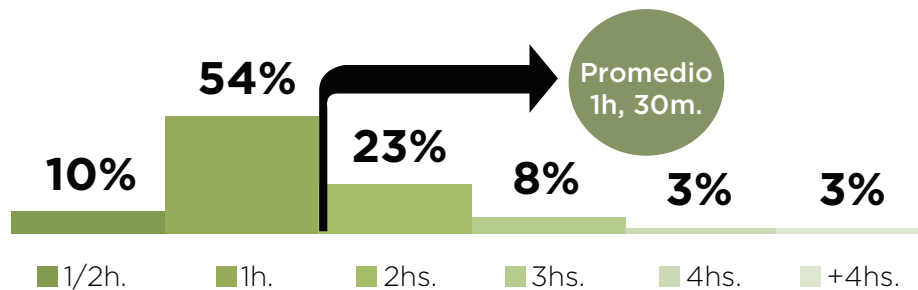
VIDEOJUEGOS

Total población, 12 años y más

¿Jugó videojuegos durante el último año?



¿Durante cuántas horas juega por día?

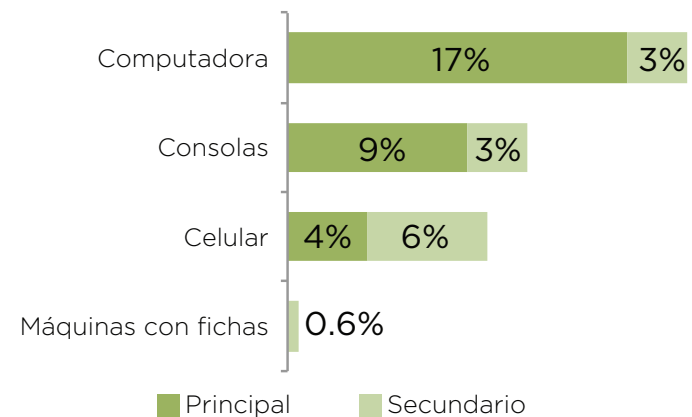


> El 30% de la población juega videojuegos. Este dato puede ser considerado de dos maneras: como un número menor que el de otros consumos digitales; o como un porcentaje importante, si se lo contempla como expresión de una actividad puramente lúdica y recreativa.

> La mayoría de los usuarios juega semanalmente, todos o algunos días a la semana. Y la mayoría (54% de quienes juegan) juega durante una hora.

> La industria del videojuego es, seguramente, la que mayor impacto de la tecnología digital ha recibido, ya que el 20% de la población juega desde la PC (y el 17% en forma principal), y 10% desde el celular. Las consolas de videojuegos son utilizadas por el 12% de las personas.

¿En qué dispositivos juega?



EL DIGITALÓMETRO

Este capítulo analiza la **penetración de las tecnologías digitales en las industrias culturales**.

Se considera *usuarios de cultura digital* a aquellas personas que consumen regularmente creaciones culturales en formato digital. Se describen los dispositivos y soportes de reproducción considerados *digitales* y, a partir de ello, se mide el grado de penetración en las industrias culturales, según la proporción de público alcanzado por los dispositivos y/o soportes digitales.

La penetración de la cultura digital se define como el uso de al menos 1 soporte o dispositivo digital para cualquier industria cultural. Y los resultados de la encuesta permiten afirmar que **esta penetración es alta**, ya que alcanza al **69%** de los argentinos, valor directamente asociado a la extensión del uso de la PC y de los celulares con conexión a Internet.

La industria con mayor cantidad de usuarios digitales es la fonográfica, con 58% de usuarios digitales. En este caso parece particularmente importante el consumo de música y radio a través de dispositivos digitales portátiles (celulares y, en menor medida, reproductores de MP3 y MP4).

El cine y la televisión presentan menores porcentajes de usuarios digitales, probablemente porque las nuevas tecnologías digitales presentarían menos ventajas relativas para su consumo respecto de la tecnología audiovisual analógica.

La penetración de las tecnologías digitales en la **industria editorial** es dispar, pues aunque el diario, los blogs y las revistas digitales crecen sostenidamente y puede que resten consumidores al mercado editorial en papel; el libro electrónico apenas es consumido en el país y está muy lejos de competir con el libro tradicional.

Seguramente, **el videojuego es la industria cultural digital por naturaleza**, el sector donde más velozmente se impone el formato digital. Entre los usuarios de videojuegos, el 78% emplea soportes digitales.

LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN FASE ANALÓGICA Y DIGITAL

Resumen comparativo de dispositivos de reproducción y soportes de almacenamiento digitales y analógicos en las industrias fonográfica, audiovisual, del videojuego y editorial

- > El siguiente cuadro compara los dispositivos y soportes de almacenamiento para la reproducción de creaciones culturales seriadas (música, películas, libros, videojuegos, etc.) en formato analógico y su versión digital.
- > Definimos operativamente usuarios de cultura digital a las personas que consumen con un mínimo de regularidad creaciones culturales en formato digital, ya sea a través de dispositivos de reproducción o soportes de almacenamiento de origen digital. A partir de esta definición, se mide el grado de penetración de la tecnología digital en las industrias culturales, según la proporción de público alcanzado por los dispositivos y/o soportes en formatos digitales. Esa información se consigna en el cuadro de la página siguiente.
- > El cuadro también permite comparar el tipo de consumo digital que predomina en cada industria, los dispositivos empleados y el tipo de distribución de las creaciones culturales posibles de acuerdo con los diversos soportes de almacenamiento.

			INDUSTRIA FONOGRAFICA	INDUSTRIA AUDIOVISUAL		INDUSTRIA EDITORIAL
				Cine y Televisión	Video juegos	
DISPOSITIVOS de REPRODUCCIÓN	Chicos (portátiles)	Analógicos	Walkman, radio portátil	-	Videos portátiles, relojes c/juegos	Libros, diarios, revistas
		Digitales	MP3, celular	MP4, celular	MP4, celular	e-reader, tablet
	Grandes	Analógicos	Reproductores de CD, discos, casetes	TV, reproductor de DVD, VHS	Arcade, consolas antiguas	-
		Digitales	PC + software	PC + software, SmartTV	PC + software, consolas modernas	PC + software
SOPORTES de ALMACENAMIENTO	Físicos para dispositivo específico		CD, casetes, discos	DVD, VHS	Casetes de consolas antiguas	Libros, diarios, revistas
	Físicos para PC		Pendrive, disco rígido, CD	Pendrive, disco rígido, DVD	Diskette, pendrive, disco rígido, CD	Diskette, CD-ROM
	Digitales virtuales		Aplicaciones on-line	Aplicaciones on-line	Juegos on-line	Periódicos digitales, blogs, bibliotecas y librerías virtuales

USUARIOS DE CULTURA DIGITAL SEGÚN INDUSTRIA, SOPORTE Y DISPOSITIVOS

Total población, 12 años y más

- > En la Argentina, la penetración de la cultura digital (entendida como el uso o consumo de al menos 1 soporte o dispositivo digital para cualquier industria cultural) es muy alta y alcanza al 69% de los argentinos. Este número está directamente ligado a la extensión del uso de la PC, de modo que casi todos los usuarios de PC, suelen transformarse casi automáticamente en consumidores de cultura digital. Incluso, muchas de quienes no utilizan PC son usuarios digitales a través del celular.
- > En términos absolutos, la industria con mayor cantidad de usuarios digitales es la fonográfica, con un 58% de usuarios digitales. En este sector pareciera ser muy significativo el consumo de música y radio a través de dispositivos digitales portátiles (celulares y, un poco menos, reproductores de MP3 y MP4).
- > El cine y la televisión, en cambio, no presentan altos porcentajes de usuarios digitales (22% en total). Probablemente esto se deba a que las nuevas tecnologías digitales presentarían menos ventajas relativas para su consumo respecto de la tecnología audiovisual analógica. En efecto, se trata de una industria poco funcional a los formatos portátiles y, además, la reproducción en su formato analógico ya se realizaba con pantallas de calidad comparable a las digitales.
- > La penetración digital en la industria editorial es la más dispar. Por un lado, respecto del consumo de material escrito para información cotidiana (diarios, revistas, etc.), el formato digital crece sostenidamente. Por el otro, respecto de los libros, que son material de lectura y almacenamiento con mayor duración en el tiempo, el formato digital parece avanzar muy lentamente.
- > Finalmente, el videojuego puede considerarse el sector donde más velozmente se impone el formato digital, ya que incluye al 78% de sus usuarios (24% de un total de 30%).

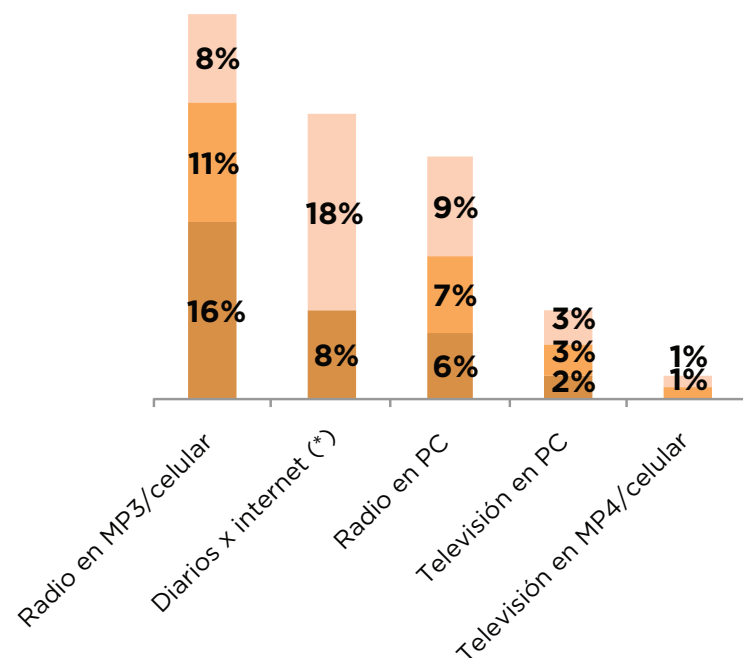
USUARIOS DIGITALES TOTALES 69%			INDUSTRIA FONOGRÁFICA	INDUSTRIA AUDIOVISUAL		INDUSTRIA EDITORIAL
				Cine y televisión	Videojuegos	
DISPOSITIVOS de REPRODUCCIÓN	Chicos (portátiles)	Digitales	46%	2%	10%	29%
	Grandes	Digitales	43%	17% (*)	20%	
SOPORTES de ALMACENAMIENTO	Digitales virtuales		30%	16%	- -	
TOTAL DIGITALES DE LA INDUSTRIA			58%	22% (*)	24%	29%
% DE USUARIOS DIGITALES DE LA INDUSTRIA			59%	23%	78%	34%

(*) Los dispositivos digitales de “cine y televisión” medidos, fueron las PC y tabletas por un lado, y los celulares y MP4 por el otro. La diferencia entre el total de usuarios digitales (22%) y la combinación de los dispositivos de reproducción grandes y chicos (17% y 2%), puede responder a usuarios digitales exclusivos de aparatos *Smart TV* y otros dispositivos digitales, que no fueron específicamente identificados en la encuesta.

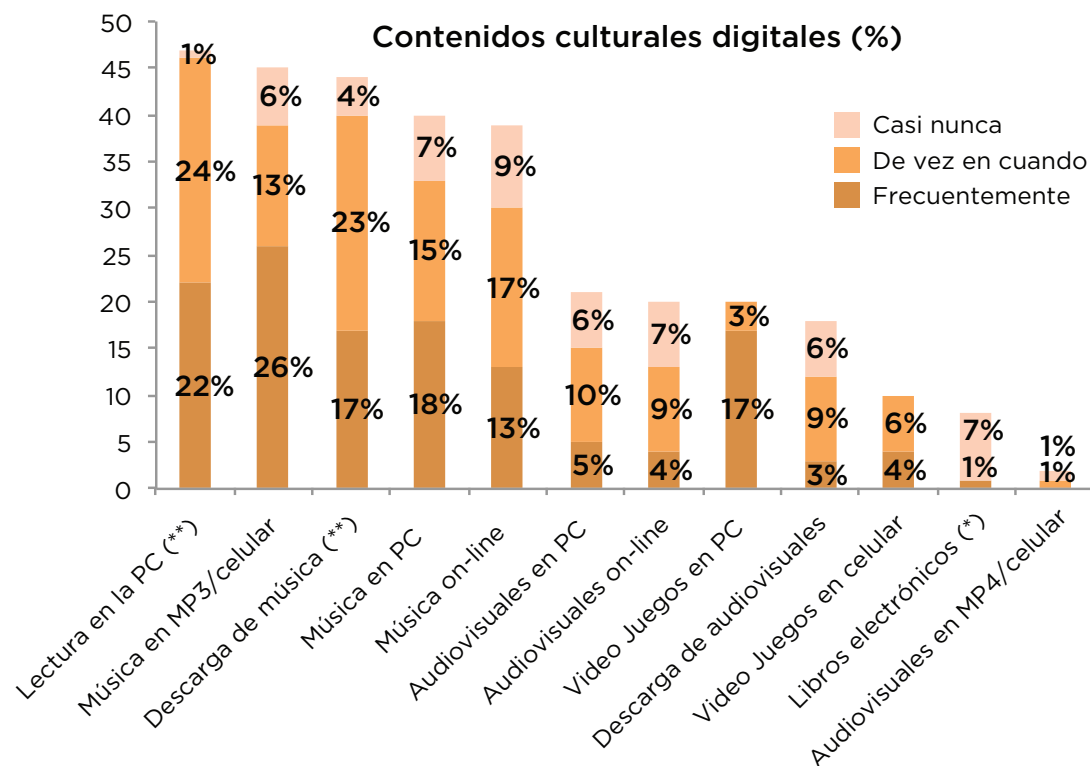
INDICADORES DE USO DE CULTURA DIGITAL

Total población, 12 años y más

Medios de comunicación



Contenidos culturales digitales (%)



(*) Las categorías corresponden a “sólo lee por Internet” (oscura) y “lee por Internet y en papel” (clara).

(**) Las categorías fueron reemplazadas del siguiente modo: “frecuentemente” por “frecuencia semanal”; “de vez en cuando” por “alguna vez cada 1 a 6 meses”; “casi nunca” por “alguna vez al año o menos”.

GASTOS Y EQUIPAMIENTO DE LOS HOGARES

Equipamiento cultural en el hogar. Posesión y compra de libros, discos y películas.
Gasto aproximado en consumos culturales

En prácticamente todos los hogares argentinos hay televisor y radio; específicamente, el 99% tiene al menos un aparato de TV y el 95%, un transmisor de radio. Estos porcentajes superan incluso al de algunos servicios, como el teléfono fijo que alcanza el 68% de los hogares. La telefonía celular revela también elevados niveles de penetración: el 85% de las personas tiene al menos un celular con línea activada y casi el 40% tiene celular de tipo inteligente con conexión a Internet, que actualmente constituye una muy significativa vía de acceso a contenidos culturales.

En promedio, los hogares argentinos poseen 82 libros y 76 CD de música. Aproximadamente la mitad de los argentinos compró durante el último año al menos un disco, un libro y una película para ver en su casa. De los CD de música que se compraron durante el último año, aproximadamente el 41% son originales; y, de las películas alquiladas o compradas en DVD o VHS, solo 12% son originales. De los discos de música que hay efectivamente en los hogares, un poco más de la mitad son copias (42 de 76).

En cuanto al **gasto cultural**, el rubro **compra o alquiler de películas en DVD o VHS** es el que más gente incluye (55% de la población gastó \$1 o más), pero en el que menos se gasta (en promedio, \$38 al año). Los **libros**, en cambio, si bien convocan menos cantidad de compradores al año (39%), recaudan montos mayores (\$178 en promedio). Además, durante el último año, el 14% de los encuestados compró **reproductores de audio**, con un gasto promedio de \$144. No obstante, y más allá del promedio, un 4% de la población gastó más de \$1.000 en este tipo de equipamiento.

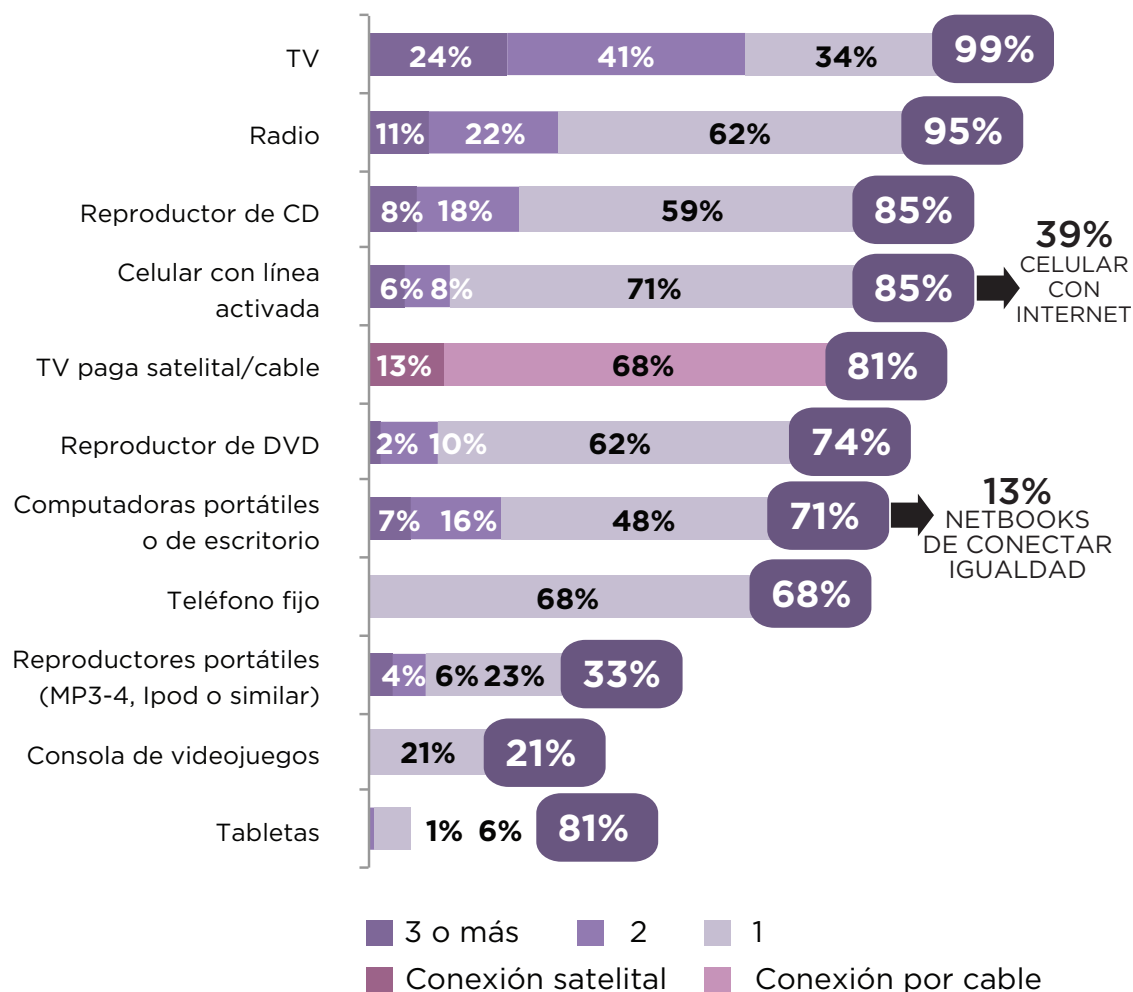
Si se considera Internet como un gasto cultural, en tanto que ofrece contenidos audiovisuales, musicales y escritos (y ya que, en gran parte, es por eso que la gente paga mensualmente por el servicio); entonces puede decirse que **el abono a Internet es el gasto más alto en materia de cultura (en promedio \$1.236 anuales).**

En cuanto al gasto total en cultura, significa alrededor del 5% de un salario mínimo vital y móvil del año que se realizó la encuesta (2013), sin incluir Internet; y sube al 9% si se incluye este consumo.

EQUIPAMIENTO

Total población, 12 años y más

Equipamiento cultural en el hogar



> Televisión y radio hay en todas las casas. En el 99% de los hogares argentinos hay una tele y en el 95%, una radio.

> Estos niveles de cobertura no se observan en servicios públicos como el teléfono fijo, que está presente sólo en el 68% de los hogares.

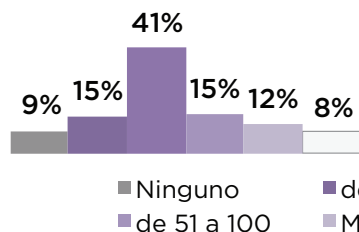
> La TV paga (satelital o por cable) es consumida por el 81% de los argentinos. El cable llega a cubrir el 68% de la población.

> El 85% de los argentinos tiene al menos un celular con línea activada. Y casi el 40% tiene un celular de tipo inteligente con conexión a Internet. Este dispositivos, además de un aparato de comunicación, es cada vez más una vía de acceso a contenidos culturales.

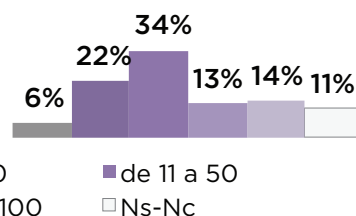
COMPRA Y POSESIÓN DE DISCOS, LIBROS Y PELÍCULAS

Total población, 12 años y más

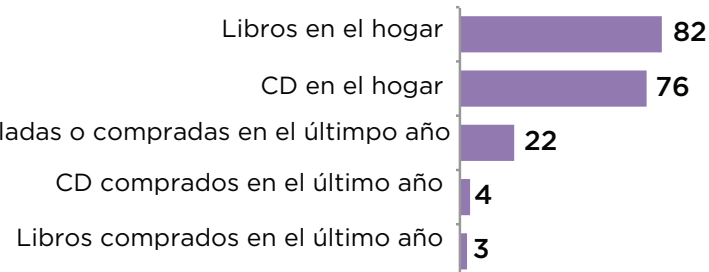
Cantidad de CD de música en el hogar



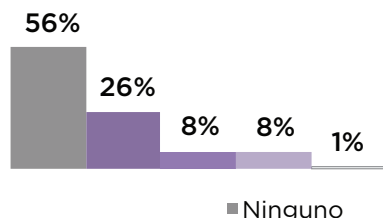
Cantidad de libros en el hogar



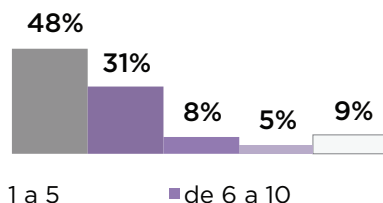
Promedio de libros, discos y películas



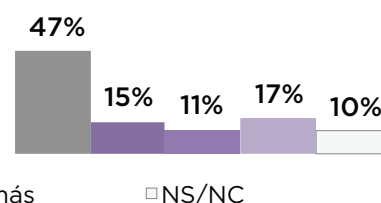
Cantidad de CD de música comprados el último año



Cantidad de libros comprados el último año



Cantidad de películas en VHS o DVD compradas o alquiladas el último año

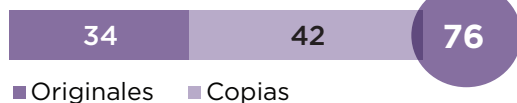


> En los hogares del país hay, en promedio, 82 libros y 76 CD de música.

> Aproximadamente la mitad de los argentinos compró al menos un disco, un libro y una película para ver en casa durante el último año.

> En promedio, son originales el 41% de todos los CD de música comprados y el 12% de los DVD o VHS comprados o alquilados durante el último año.

Promedio de CD de música en el hogar



Promedio de CD de música comprados el último año



originales 41%

Promedio de películas (VHS o DVD) compradas o alquiladas el último año

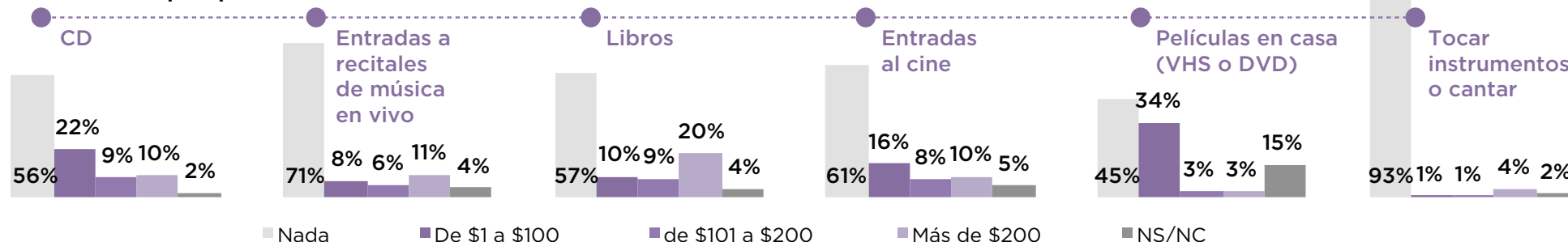


originales 12%

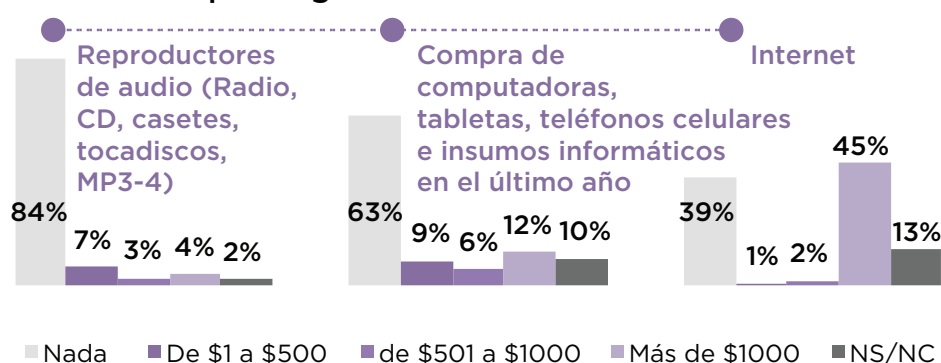
GASTO MONETARIO EN CULTURA

Total población, 12 años y más

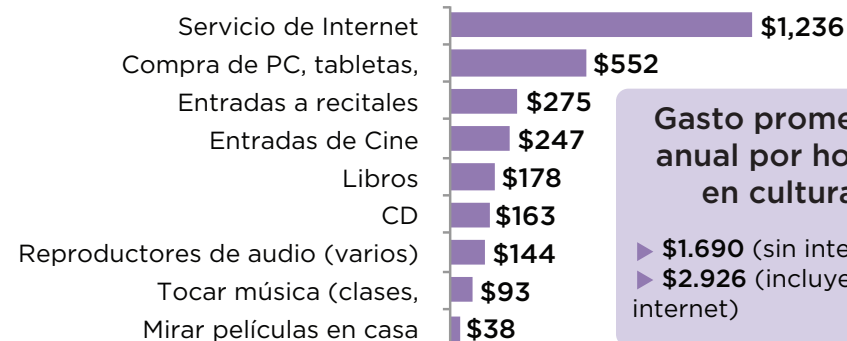
Gasto anual por persona en...



Gasto anual por hogar en...



Promedio de gasto anual sobre el total de población



Gasto promedio anual por hogar en cultura

- ▶ \$1.690 (sin internet)
- ▶ \$2.926 (incluyendo internet)

> El gasto cultural más común corresponde a la compra o alquiler de películas: el 55% hizo gastos en ese rubro durante el último año y el 34% destinó hasta \$100.

> La población que compró libros en el último año (39%) es algo menor que la que compró o alquiló películas, pero el gasto es mayor (un 20% destinó más de \$200 a la compra de libros).

> Durante el último año, el 14% de los encuestados gastó dinero en reproductores de audio. En promedio, el gasto fue de \$144, pero un 4% gastó más de \$1.000 en este rubro.

> El gasto cultural más alto (compartido con otros sectores, pero componente del PBI cultural, en tanto que ofrece contenidos audiovisuales, musicales y escritos) es, por lejos, el abono a Internet, con un promedio de \$1.236 anuales.

> El gasto total en cultura significa alrededor del 5% de un salario mínimo vital y móvil del año que se realizó la encuesta (2013) sin incluir Internet, y un 9% si se incluye ese consumo.

OTRAS PRÁCTICAS Y CONSUMOS CULTURALES

Indicadores generales

Prácticamente **dos de cada diez entrevistados fue al teatro durante el último año**. Un tercio de los que asistieron lo hizo sólo una vez durante ese período, mientras que la mitad lo hizo entre dos y cuatro veces en el año. Una sexta parte de los espectadores de teatro (el 3% del total de los encuestados) asistió al menos una vez por mes. En promedio, quienes fueron al teatro en el último año gastaron **\$230 en entradas**. Proporcionalmente, la mitad de los espectadores de teatro son potenciales actores. Así, mientras el 18% asistió a ver un espectáculo, un 7% tomó alguna vez clases de actuación.

La última sección de la encuesta indagó sobre consumos culturales menos ligados a la industria cultural. Como el cuestionario ya era muy extenso, se hicieron pocas y breves preguntas sobre este tipo de consumos. No obstante, la breve información recolectada permite constatar la **gran penetración de algunos consumos culturales menos industriales o seriados, como los carnavales, las fiestas populares o el circo**. A estos espectáculos o eventos asistió, al menos alguna vez, alrededor del 80% de los argentinos.

La visita a museos y monumentos históricos, así como la participación en peñas y fiestas religiosas convocan alrededor de un 60% de argentinos (aproximadamente un 30% asistió a tales eventos culturales hace menos de un año).

Las expresiones culturales que menos convocaron a los argentinos durante el último año fueron las más asociadas con la “alta cultura” o “la cultura de elite”: la ópera y los conciertos de música clásica, que no fueron consumidos por alrededor del 85% de la población.

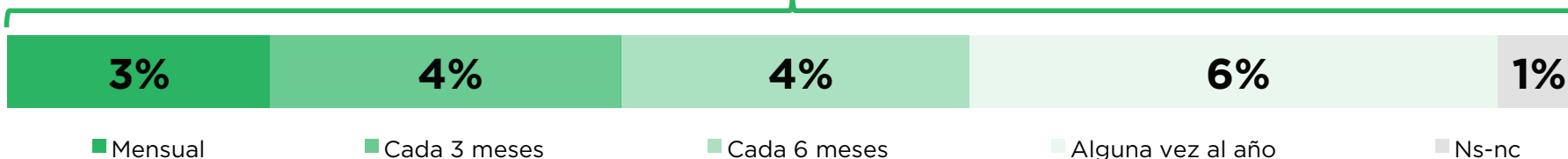
TEATRO: CONCURRENCIA Y CLASES DE ACTUACIÓN

Total población, 12 años y más

¿Concurrió al teatro durante el último año?

18%

Quienes fueron al teatro gastaron
anualmente en promedio
\$230
(lo que equivale
a \$38 per cápita en el país)



¿Alguna vez tomó clases de actuación?

7%

> El 18% de los entrevistados asistió al teatro durante el último año. El 6% concurrió sólo alguna vez en ese período, y el 7% suele ir cada 3 meses o menos.

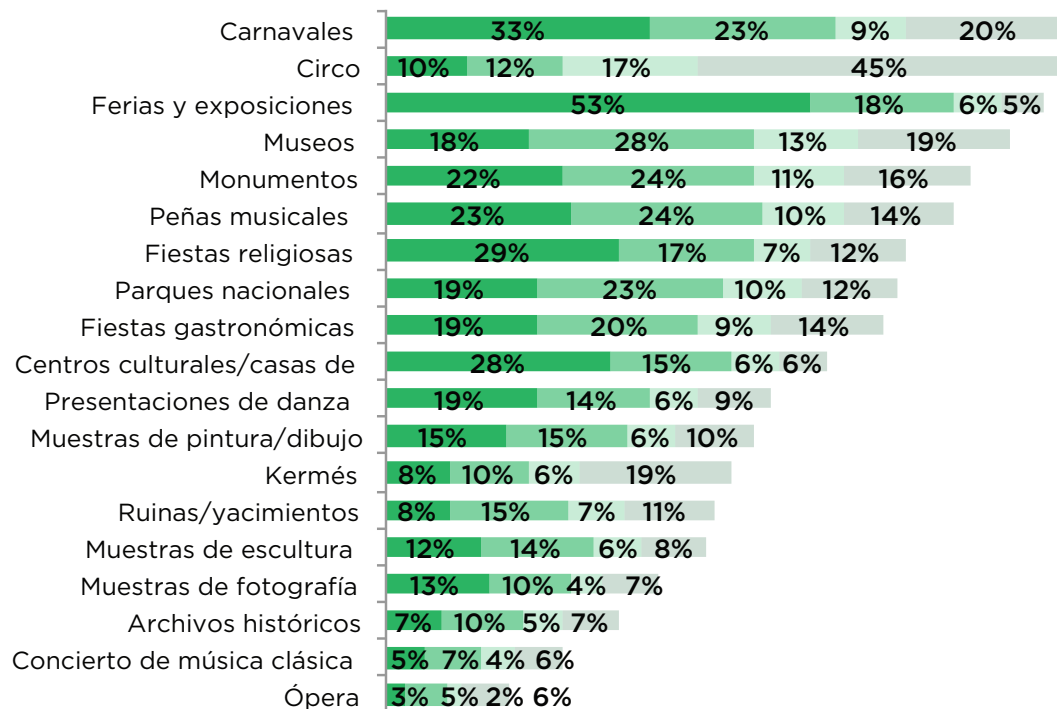
> En promedio, quienes asistieron al teatro gastaron \$230 al año en concepto de entradas.

> Una gran parte (7%) de los asistentes al teatro tomó clases de actuación alguna vez, lo que implica que casi la mitad de los espectadores de teatro son potenciales actores.

DIVERSAS ACTIVIDADES CULTURALES

Total población, 12 años y más

Cuándo fue la última vez que concurríó a...



■ Menos de un año ■ de 1 a 3 años ■ de 4 a 10 años ■ Más de 10 años

Nunca concurríó a...



- > Con respecto a los consumos culturales no seriados (o no industrializados), se aprecia la gran convocatoria de algunos eventos culturales, como los carnavales, las fiestas populares o el circo, que fueron frecuentados al menos una vez por alrededor del 80 % de los argentinos.
- > Casi el 60% de los argentinos visita museos y monumentos históricos, y participa de peñas y fiestas religiosas. Aproximadamente un 30% de la población asistió a esos eventos culturales hace menos de un año.
- > Las expresiones culturales con menor asistencia en nuestro país son las asociadas con la “alta cultura” o con la «cultura de elite”: la ópera y los conciertos de música clásica no fueron frecuentados por alrededor del 85% de la población.

ENCUESTA NACIONAL DE CONSUMOS CULTURALES

AUTORIDADES NACIONALES

Presidenta de la Nación

Cristina Fernández de Kirchner

Vicepresidente de la Nación

Amado Boudou

Secretario de Cultura de la Nación

Jorge Coscia

Subsecretaria de Gestión Cultural

Marcela Cardillo

Subsecretario de Políticas Socioculturales

Franco Vitali

Jefe de Gabinete

Fabián Blanco

Director Nacional de Industrias Culturales

Rodolfo Hamawi

Coordinadora del Sistema de Información Cultural de la Argentina

Natalia Calcagno



Secretaría de
Cultura

Presidencia de la Nación