

LA PENETRACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA VIDA COTIDIANA DE LOS ARGENTINOS ES UN HECHO CONSUMADO E IRREFUTABLE, LO CUAL GENERA NUEVOS HÁBITOS DE TRABAJO, OCIO Y COMUNICACIÓN. SIN EMBARGO, A PESAR DEL CRECIMIENTO DEL CONSUMO DE CONTENIDOS CULTURALES A TRAVÉS DE MEDIOS DIGITALES, SE OBSERVA UNA TENAZ PERSISTENCIA DE LOS DISPOSITIVOS ANALÓGICOS. A CONTINUACIÓN, LOS PRIMEROS RESULTADOS DE LA ENCUESTA NACIONAL DE CONSUMOS CULTURALES Y ENTORNO DIGITAL.

SIN PAUSA... PERO SIN PRISA

yourself

37 Videos ▾

ren

you



por **NATALIA CALCAGNO**. *Lic. en Sociología (UBA),
Directora del SInCA*

por **JULIO VILLARINO**. *Lic. en Geografía (UBA),
Coordinador del Mapa Cultural del SInCA*

7.118.147

Recientemente, el **Sistema de Información Cultural de la Argentina**, programa dependiente del Ministerio de Cultura de la Nación, presentó los primeros resultados de la **Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital**. La información que provee la encuesta es, en muchos aspectos, reveladora.

Es así, por ejemplo, que hoy sabemos que la computadora es el dispositivo tecnológico que más se extendió en los últimos tiempos: el 71% de los argentinos tiene PC en su hogar, el 68% es usuario, el 65% se conecta a Internet y el 60% tiene conexión en su casa. La computadora, además, muestra un uso intenso: en promedio se la utiliza dos horas y media diarias. Es de esperar que en los próximos años este dispositivo logre una penetración casi universal, como es el caso de la TV.

Ahora bien, si se pone el foco en el consumo cultural digital, destaca el protagonismo del teléfono celular. Como se verá en este artículo, tiene un uso extendido como reproductor de música y radio y el 24% de la población se conecta a Internet a través de los smartphones, mientras que el 10% los usa para jugar videojuegos.

En tanto que 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%. Además, el 55% de los argentinos tiene un perfil en Facebook y el 13%, una cuenta en Twitter. Chequear e-mails, bajar música o escucharla online 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 hace durante una hora diaria en promedio. La penetración de las nuevas tecnologías en la vida cotidiana de los argentinos es un hecho consumado e irrefutable. Junto a ellas se observa también nuevos hábitos de trabajo, ocio y comunicación, como el (re)surgimiento de los videojuegos. Los alcances y tendencias de la cultura digital, su impacto sobre la sociedad y la economía es una discusión signada por la misma velocidad con que estas nuevas tecnologías han irrumpido. Muchos desprecian su aporte a la sociedad, temiendo convertirnos en sujetos tecnodependientes, a la vez que se sobreestima su alcance y masividad, por ejemplo cuando se advierte que las industrias culturales tradicionales ya han muerto. Más allá de ciertas visiones fatalistas, la propuesta de este trabajo es exponer qué está ocurriendo realmente con los consumos culturales en particular y hasta qué punto han sido influidos por los nuevos dispositivos digitales.

Qué escuchamos: música en general, radio, música grabada y en vivo

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, folklore 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 dos horas y media diarias de música. El 75% escucha cotidianamente entre una y cuatro horas de música en diversos dispositivos.

La penetración de Internet en los consumos musicales es alta, casi la mitad de los argentinos descargó o escuchó música online, aunque sea esporádicamente (al menos una vez al año). 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%). Sin embargo, como forma de acceso principal el celular es utilizado tan sólo por el 14% y la PC (notebook, tablet) tan sólo el 13%, frente al 42% del reproductor de CD.

La penetración de las nuevas tecnologías en la vida cotidiana de los argentinos es un hecho consumado e irrefutable. Junto a ellas se observa también nuevos hábitos de trabajo, ocio y comunicación.

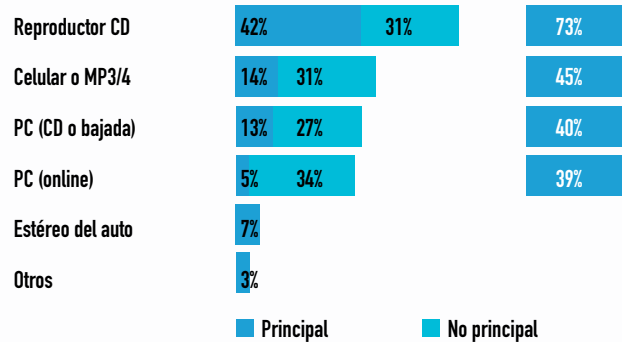
Los dos sitios o programas para bajar o escuchar música online más mencionados son Ares (utilizado por el 27%) y YouTube (14%). En menor medida se mencionan Taringa (4%) y Groove-shark (2%). Pese a la creciente tendencia en cuanto a la utilización de la conectividad para acceder a distintos contenidos, la mayoría de las personas siguen utilizando preponderantemente la descarga como forma de acceso a la música digital. Contrariamente a lo que muchas veces se piensa, la radio sigue siendo una de las principales formas de acceso a la cultura y la información, tal y como lo demuestra el porcentaje de usuarios que diariamente la escucha: 86% de la población. La radio es, además, un hábito que se sostiene a lo largo del día: el 60% de la población escucha radio entre una y tres 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%) y muy atrás se escuchan programas de actualidad, deportivos, culturales o de chimentos.

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, un 35% en general y el 12% como dispositivo principal. Un 22% utiliza la PC/notebook/tablet, pero tan sólo un 3% las utiliza como medios principales. El estéreo del auto es utilizado por un 8 por ciento.

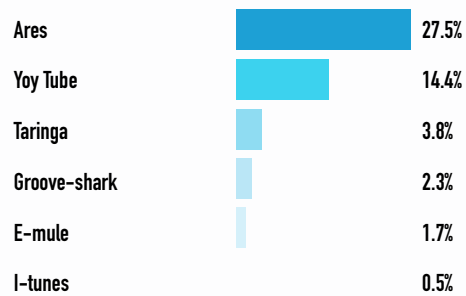
Uno de cada tres argentinos asiste a recitales de música en vivo. De ese público, el 26% presenció shows de artistas nacionales; el 7%, de artistas extranjeros, y un 1%, de ambos. Si al 34% de los argentinos que durante el último año asistió a un espectáculo de música en vivo añadimos el 25% que concurrió hace más de un año, se obtiene que casi un 60% de argentinos asistió alguna vez a un espectáculo de música en vivo. Estos valores de consumo musical en vivo se relacionan con los datos de ingresos que genera la música en vivo, particularmente crecientes durante los últimos años.

En cuanto al hábito de escuchar (música, radio, etc.) los artefactos y prácticas tradicionales tienen una enorme vigencia. Si bien se verifica una utilización creciente de nuevos dispositivos tecnológicos como el celular, computadoras, no se presentan como una opción de reemplazo sino más bien como formas de acceso complementarias. Asimismo, se verifica una proporción significativa de personas que asisten a recitales, lo que demuestra un refuerzo de prácticas históricas en cuanto al disfrute de la cultura, no mediadas por dispositivos tecnológicos.

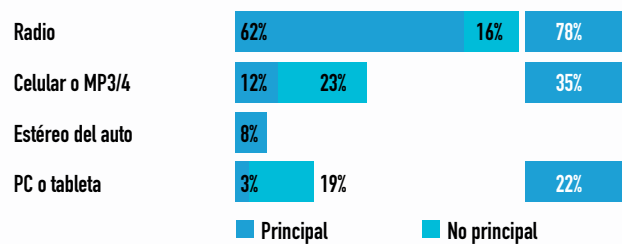
¿Con qué aparato escucha música habitualmente? (%) *



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



¿Con qué aparato escucha radio habitualmente? (%) *

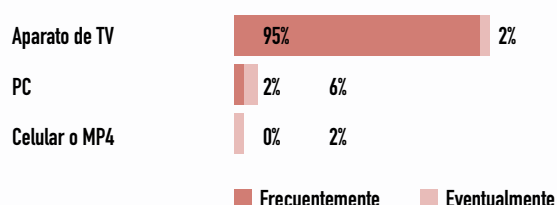


Qué miramos: producciones audiovisuales en general, televisión, cine y video en casa

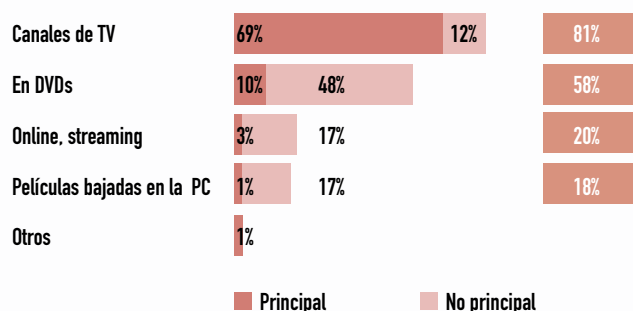
Prácticamente todos los argentinos miran TV. Muy pocos espectadores tienen sólo TV “de aire” (ya sea analógica o digital); la mayoría utiliza servicios de TV por cable (68%) o satelital (13%). El promedio de consumo diario de TV ronda las 3 horas (2 horas y 51 minutos) y casi la mitad mira tele durante 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. Una mayoría abrumadora de los espectadores de TV lo hace a través del televisor. Otros dispositivos como la PC o el celular son raramente utilizados.

A la pregunta si mira películas o series en casa la respuesta es afirmativa en un 84%. 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 online y/o bajadas de Internet se ubica alrededor del 20%, y constituye un canal secundario para el consumo audiovisual hogareño. Como forma de acceso principal a contenidos audiovisuales, los medios digitales suman apenas el 4% de las menciones. Entre los canales más utilizados por los usuarios digitales se encuentran YouTube, Ares y Cuevana. En términos generales, la población que miró online o descargó vía Internet material audiovisual para consumir en su casa, es una minoría en relación a quienes aún usan el DVD (58%) y los canales de TV (81%). Ningún dispositivo digital parece hacerle sombra a este soporte clásico tradicional. Asimismo, el cine en pantalla grande sigue más vivo que nunca y continúa batiendo récords de audiencia y recaudación. Este dato se corrobora con los datos de la encuesta de consumos que reconoce que un significativo porcentaje de los argentinos (40%) 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.

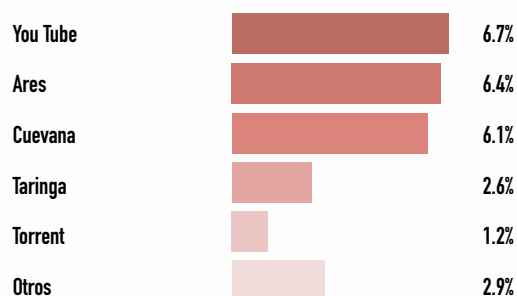
¿Con qué aparato mira habitualmente TV?*



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



¿De qué sitios o programas baja películas?



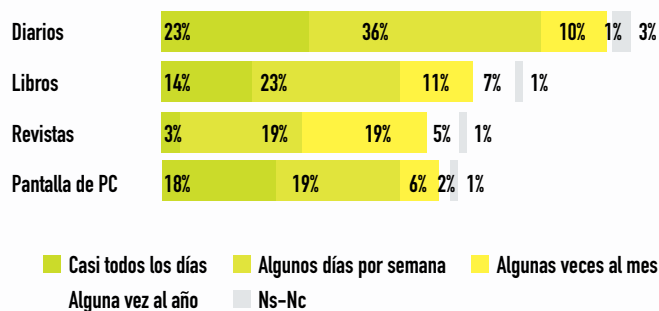
Qué leemos: lectura en general, diarios, revistas, libros y PC

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). Tres de cada cuatro argentinos leen el diario; uno de cada cuatro lo lee todos o casi todos los días; y uno de cada tres, algunos días a la semana. En suma, casi el 60% de los argentinos lee 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. 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 diez años atrás la Primera Encuesta Nacional de Lectura. Las revistas, con un 47% de lectores, a pesar de ser un formato estancado o en retroceso, acaparan tantos lectores como las pantallas, aunque con menor intensidad.

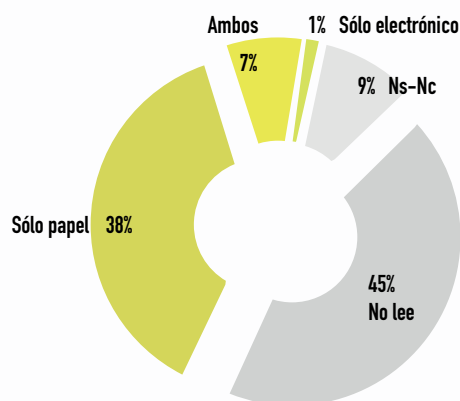
Respecto de los lectores de libros, el 56% de lectores anuales de libros se compone de un 37% que lee semanalmente (ya sea todos o algunos días por semana), un 11% que lo hace mensualmente y un 8% que lee con menos frecuencia. Considerando toda la población del país, es decir, incluyendo a quienes no leen siquiera un libro al año, el promedio anual de lectura es de casi tres libros. Los géneros más leídos son los cuentos, novelas y biografías, y la principal temática escogida es la historia. Por ahora, el formato libro electrónico es un fenómeno marginal: sólo un 7% lee en papel y en digital y apenas un 1% dice leer sólo libros electrónicos. En este sentido, la industria editorial argentina registra importantes incrementos en la edición y producción durante la última década.

La lectura digital es un fenómeno considerable en los diarios, ya que un 20% de la población lee diarios a través de Internet de manera frecuente.

Frecuencia de lectura



Soporte de lectura de libros



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).

Una agenda para la cultura (digital y analógica)

Los datos de la **Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital**, realizada por el Ministerio de Cultura de la Nación, destacan un impacto profundo de las nuevas tecnologías en la vida de los argentinos. La penetración de Internet es muy alta, tendiendo a convertirse en un servicio universal como la televisión. Se destaca el uso de dispositivos digitales en ciertos tipos de consumos culturales como escuchar música, leer diarios, así como leer en pantalla en general. Y así como estas prácticas digitales están muy arraigadas en la población, otros consumos como ver TV o escuchar radio se encuentran más demorados en el camino hacia el mundo digital. En general, en el ámbito de la cultura, se observa una tenaz persistencia de los consumos analógicos y, contradictoria y simultáneamente,

En todas las áreas de la cultura las prácticas y los dispositivos tradicionales prevalecen, y además, son los más utilizados como formas de acceso principal; mientras que las nuevas tecnologías tienen un uso creciente pero secundario, complementario, que no sustituye a los primeros, al menos por ahora.





una creciente penetración de los consumos digitales. Es decir, en todas las áreas de la cultura las prácticas y los dispositivos tradicionales prevalecen, y además, son los más utilizados como formas de acceso principal; mientras que las nuevas tecnologías tienen un uso creciente pero secundario, complementario, que no sustituye a los primeros, al menos por ahora. Un sello de esta época: alto consumo cultural de todo tipo y a través de todos los canales. Sin embargo, datos aún no publicados indican que la digitalización de los consumos en cultura avanza a medida que baja la edad y sube el nivel socioeconómico, lo que exige continuar monitoreando y midiendo su impacto de manera continua y sistemática. Es por ello que a lo largo de este año, desde el Ministerio de Cultura de la Nación, continuaremos ampliando datos sobre la encuesta, publicando informes sectoriales organizados en Cine, Música, Televisión, Radio, Diarios y Revistas, Libros, Videojuegos y Teatro y otros consumos culturales que dispondrán de aperturas por edad, género, nivel socioeconómico y región. Los datos estarán disponibles en <http://sinca.cultura.gob.ar/sic/encuestas/>.

El acceso a la cultura está siendo afectado por las transformaciones tecnológicas, registrándose un avance de los consumos online. Por ello, la discusión sobre la regulación y la gobernanza de Internet resulta una cuestión central para la agenda de la cultura. Sin embargo, el hecho de que los argentinos continúen mayoritariamente accediendo a contenidos audiovisuales a través del cable y el televisor, a música a través de la radio y el equipo reproductor, y a diarios y libros a través del papel, indica también la pertinencia y vigencia de algunas políticas públicas emprendidas durante estos años. Particularmente, nos referimos a la sanción de la **Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual**, que justamente regula y ataca la concentración en los canales a través de los cuales aún siguen informándose y accediendo a bienes culturales los más de cuarenta millones de argentinos.