EXPTE. D- 2222 /23-24

H.C. DE DIPUTADOS FOLIO 1 PCIA. BS. AS.

Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires

151° Período Legislativo
1983 – 2023
"40 Años de Democracia Argentina"

PROYECTO DE DECLARACIÓN

LA HONORABLE CÁMARA DE DIPUTADOS DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

DECLARA

De interés legislativo, la Encuesta Nacional de Consumos Culturales que realizó el Ministerio de Cultura de la Nación con Investigadores de la Escuela Interdisciplinaria de Altos Estudios Sociales (Idaes) de la Universidad Nacional de San Martín (Unsam).

Dip. JOSÉ IGNACIO "COTE" ROSSI
Frente de Todos
H.C. Diputados Pcia. de Bs. As.

FUNDAMENTOS

Sr. Presidente

Entre los principales resultados se destacan que el 91 % los argentinos miramos televisión de aire o cable y lo hacemos a través del televisor. Otros dispositivos se usan mucho menos: el 16 % de la población ve televisión de aire o cable en el celular. Además, el 65 % de la población mira películas o series en plataformas de streaming, y el 59 % paga alguna clase de abono para hacerlo. Casi la totalidad de la población (91 %) utiliza redes sociales, un 67 % escucha radio y un 51% leyó al menos un libro durante el último año.

En total, se encuestó a 3380 personas mayores de trece años que respondieron 93 preguntas y residen en centros urbanos de más de treinta mil habitantes. La encuesta se realizó realizó entre noviembre de 2022 y enero de este año. Los resultados del trabajo fueron presentados en el Centro Cultural Kirchner en un acto presidido por el ministro de Cultura de la Nación, Tristán Bauer, la directora de Planificación y Seguimiento de Gestión, Julia Houllé y el coordinador del Sistema de Información Cultural de la Argentina (Sinca), Federico Bonazzi. «Lo que aparece es la digitalización de las plataformas. Este mundo, esta cultura digital que ha surgido. Es asombroso lo que estamos viendo en estos tiempos, como la digitalización de la imagen y la irrupción reciente de la inteligencia artificial, que todo lo cambia y que todo lo modifica con una celeridad asombrosa y como convive lo vivo con la cultura digital. En ese desafío estamos nosotros», dijo Bauer durante la presentación de la encuesta. Y agregó: «El análisis de toda esta información nos permite derribar mitos y prejuicios que están instalados en el sentido común. Nunca antes la humanidad pudo obtener tantos datos. No solamente la obtención y la disposición de esos datos personales, hasta íntimos, sino la capacidad de poder analizarlos y tener respuestas directas sobre dispositivos como es la pantalla de un televisor o de un celular».

El Sinca y la Dirección de Planificación y Seguimiento de Gestión trabajaron en conjunto con el Idaes y el Centro de Investigaciones en Estadística Aplicada (Universidad

Nacional de Tres de Febrero). «Desde la Escuela Idaes aportamos una mirada sobre las transformaciones en el ecosistema de medios y redes sociales, y sobre las nuevas prácticas culturales para repensar la forma de preguntar y de medir esto en la ENCC», dijeron a Marina Moguillansky y Brenda Focas, investigadoras que participaron de la encuesta. Y agregaron: «Hubo lecturas y discusiones con especialistas en cada área (cine, música, lectura, museos, redes sociales) para trabajar en el cuestionario».

A continuación un desglose de los principales resultados de la encuesta:

- El aumento del consumo de las redes sociales en los últimos diez años se duplicó.
- Otro dato nuevo que surgió en esta encuesta es el consumo de podcast.
- Las redes sociales lideran los resultados de la encuesta, pero la música y la TV siguen siendo masivas.
- El 95 % de los encuestados usa las redes sociales, y la principal es WhatsApp con 92 % y le siguen YouTube (82 %) y Facebook (72 %).
- En otro ítem del segmento, figuran los videojuegos, en donde se indica, según el informe, que un tercio de los argentinos juega y la mayoría lo hace varias veces a la semana, y que «los varones juegan más que las mujeres (41 % vs 25 %), y la franja etaria con más participación es la comprendida entre los trece y los diecisiete años», y que «quienes más juegan pertenecen al nivel socioeconómico alto».
- En otras de las preguntas, «¿Miró televisión de cable o aire durante el último año, ya sea en un TV o a través de otros dispositivos?», el 91 % de las personas respondió que sí y el 83 % que lo hace habitualmente. Si bien hoy el consumo de televisión está en el 91 %, en el año 2017 estaba en 96% y en 2013 en 97 %.
- La contracara de esto es el crecimiento de las plataformas de contenidos audiovisuales: «El 65 % de la población mira películas o series vía plataformas web (streaming) y el 59 % paga alguna clase de abono para hacerlo». La

H.C. DE DIPUTADOS
FOLIO
7
Pcia. BS. AS.

plataforma más consumida es Netflix con el 63 % de la población, que significa casi el triple que Disney Plus, que está en segundo lugar.

- En otro de los segmentos del informe «¿Qué escuchamos?» se desprende el dato que el gran consumo masivo está en la música: 96 %, del cual el 93 % lo hace frecuentemente. Mientras que la radio está en caída aunque en esa instancia siguen encabezando la FM y los programas musicales.

- Un dato nuevo que surgió en esta encuesta es el consumo de podcast, que es escuchado por el 13 % de la población: «Este consumo cultural se verifica más en jóvenes de dieciocho a veintinueve años, en el estrato socioeconómico alto y entre los varones».

El informe con los resultados provisorios de la encuesta puede consultarse en:

https://drive.google.com/file/d/1aRSGVcUNXier5ynkp53zfxSBX-ZT_ihd/view

Por todo lo expuesto, solicito a los Sres. Legisladores acompañen con su voto la presente iniciativa.

Dip. JOSÉ IGNACIO "COTE" ROSSI
Frente de Todos
H.C. Diputados Pcia. de Bs. As.