



# **Consumos Culturales en la Ciudad de Buenos Aires**

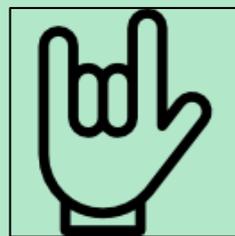
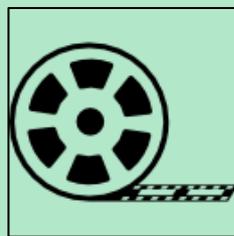
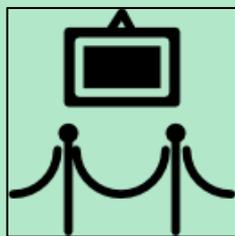
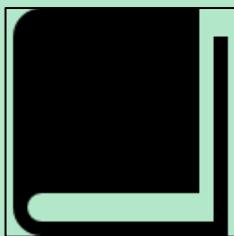
## **Informe Final**

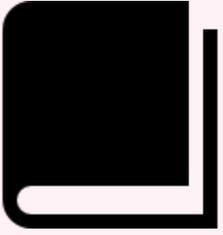
**CABA**

**Junio 2016**

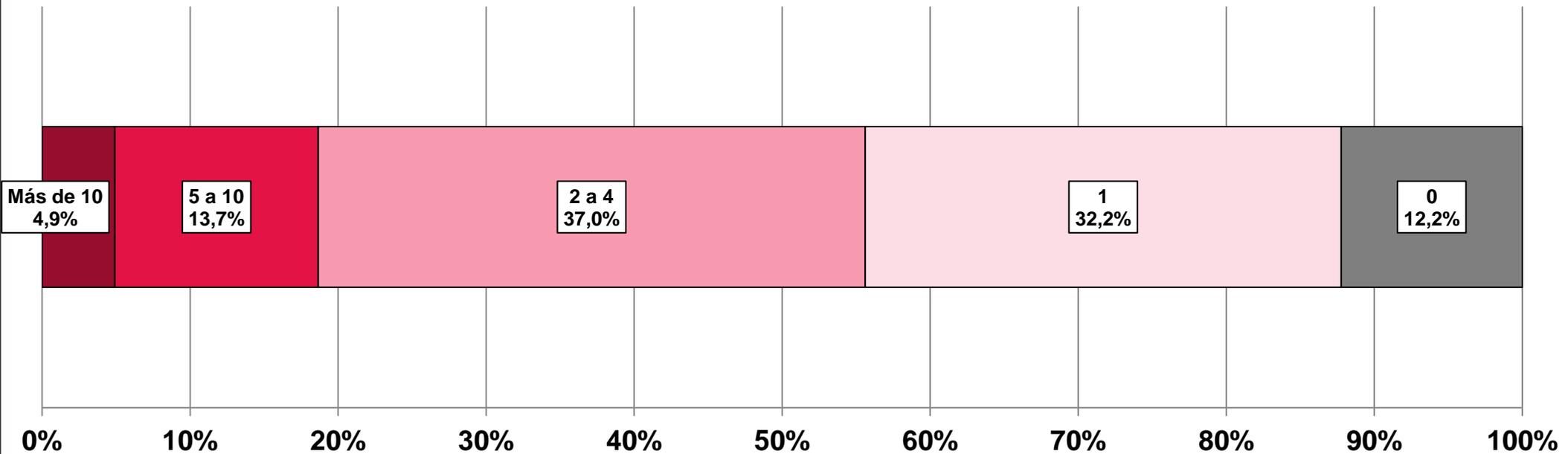


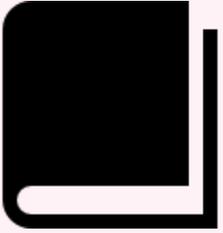
## CONSUMO CULTURAL





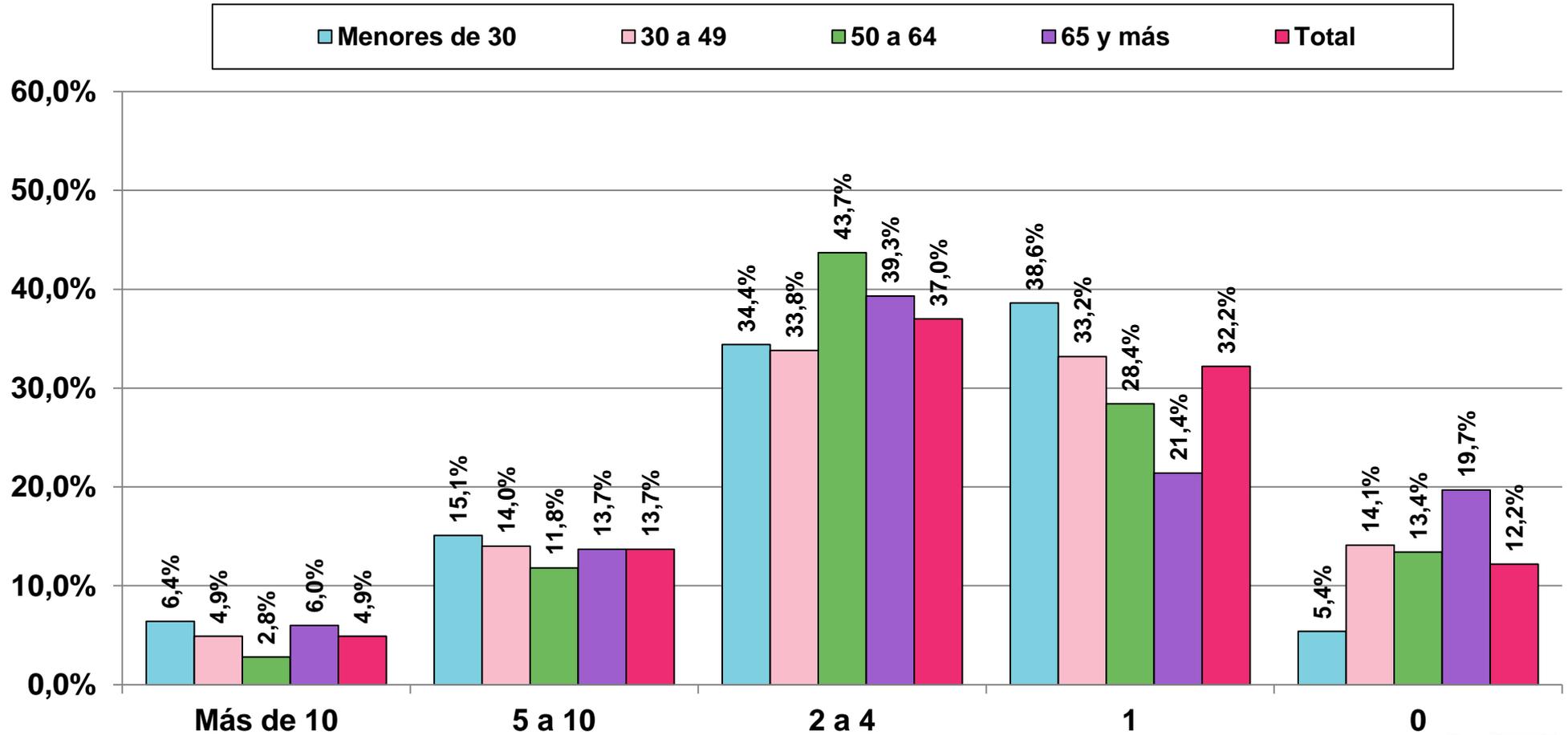
## LECTURA: Cantidad de Libros que leyó en los últimos 6 meses

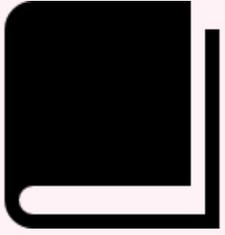




## LECTURA: Cantidad de Libros que leyó en los últimos 6 meses

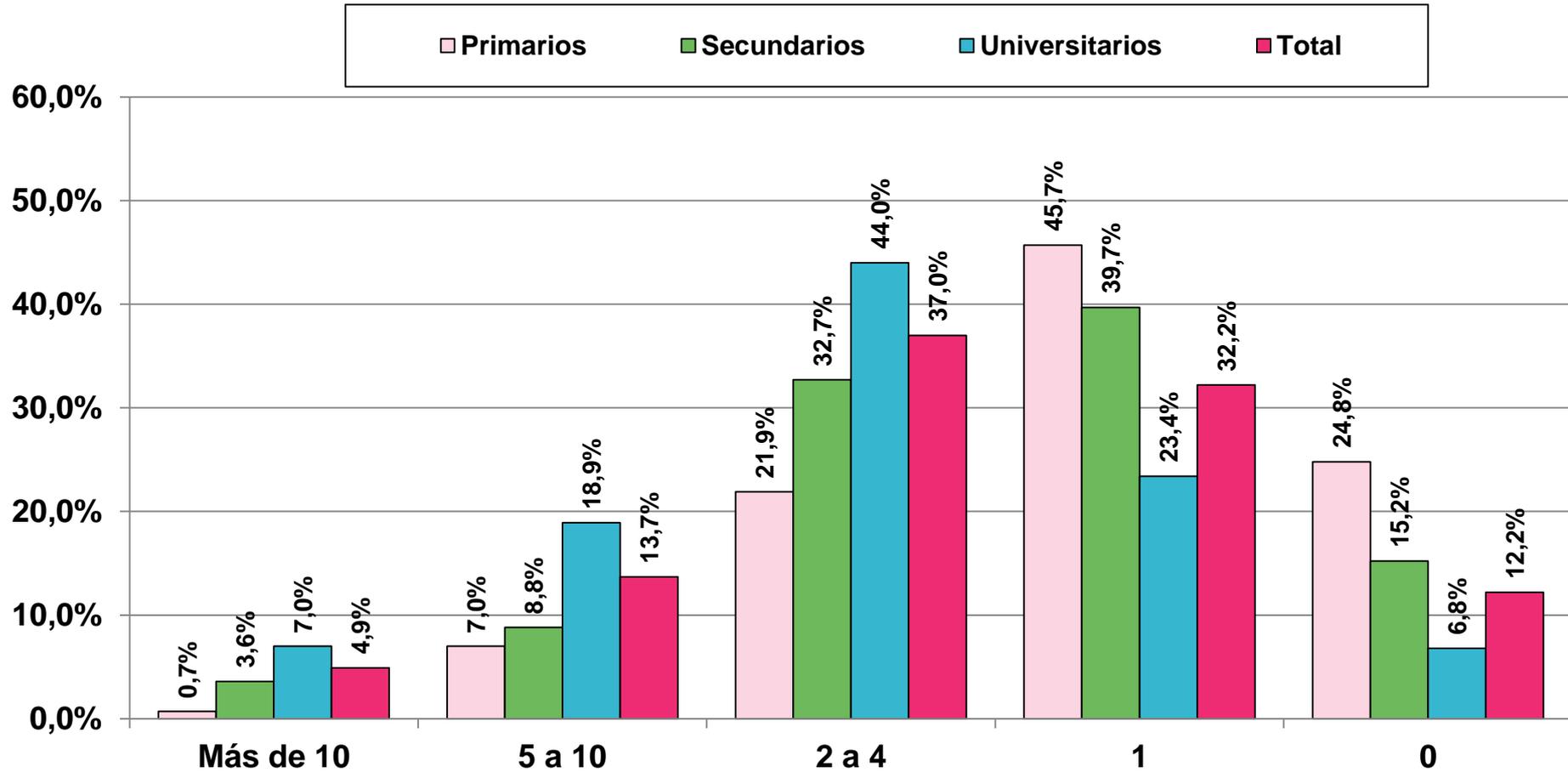
Según Edad

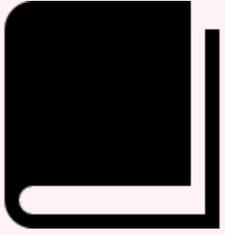




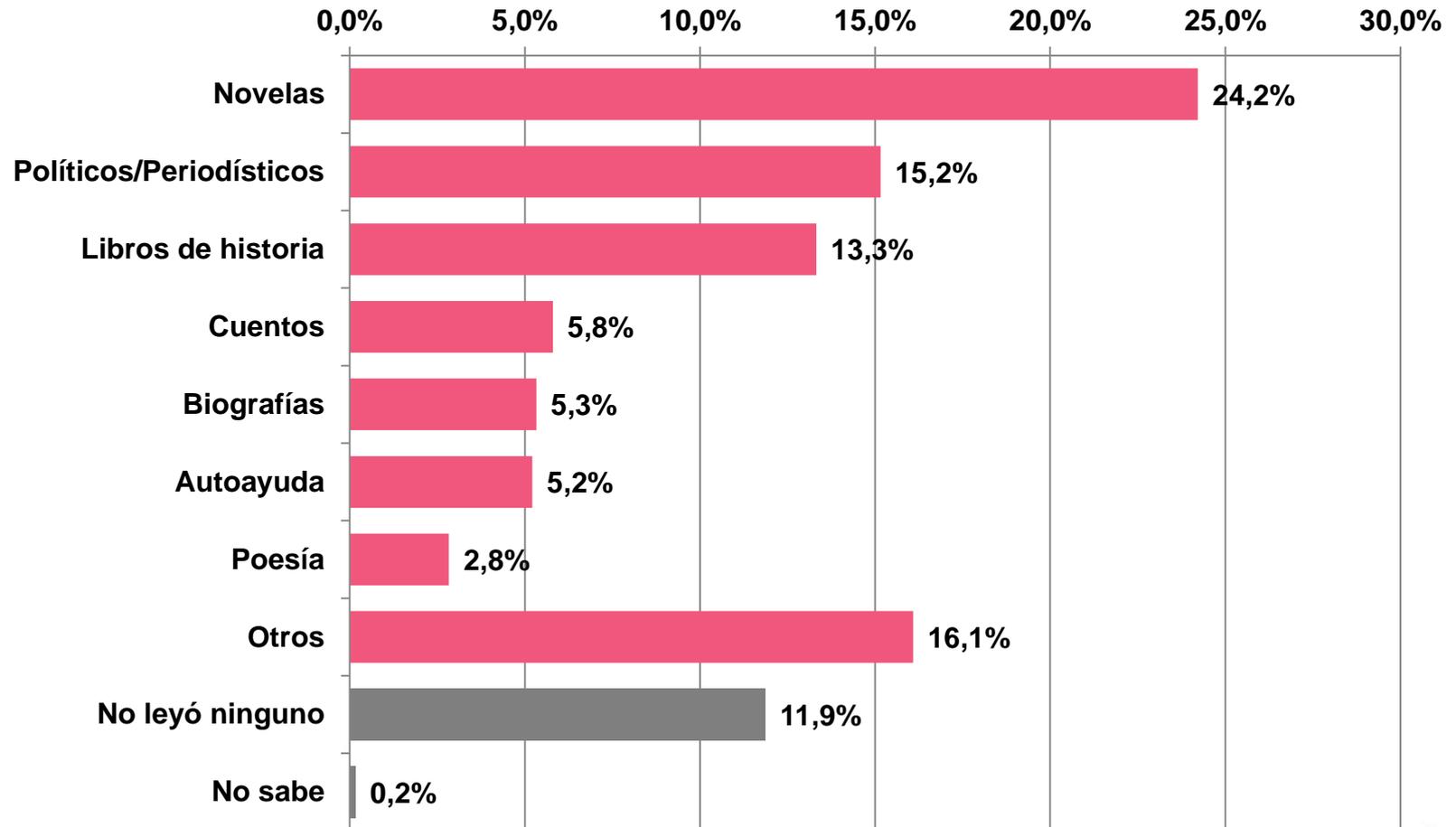
## LECTURA: Cantidad de Libros que leyó en los últimos 6 meses

Según Nivel Educativo



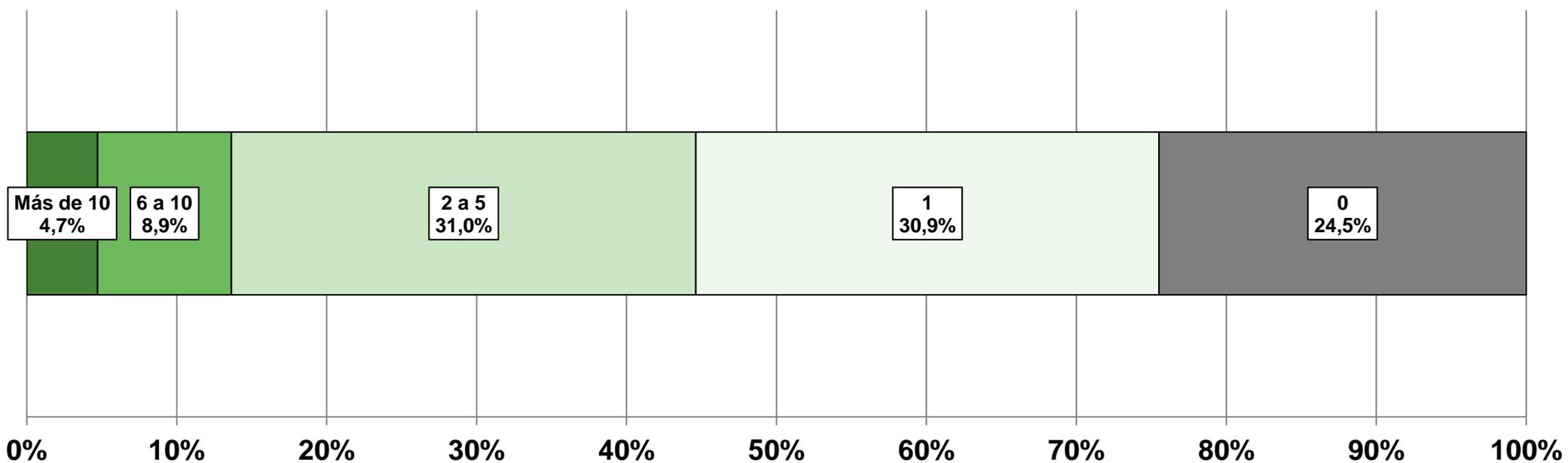


## LECTURA: Género más leído





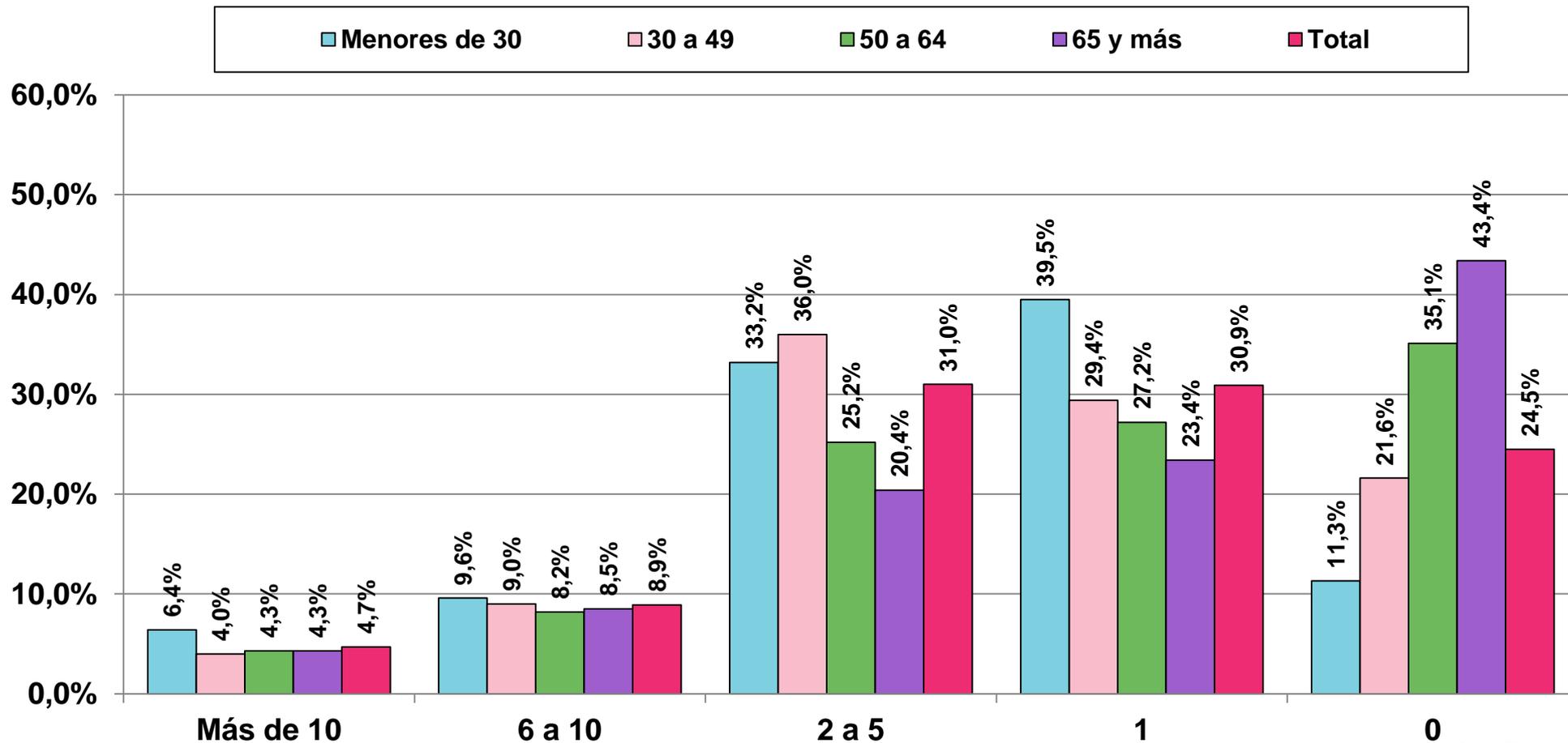
## CINE: Cantidad de veces que fue en los últimos 6 meses





## CINE: Cantidad de veces que fue en los últimos 6 meses

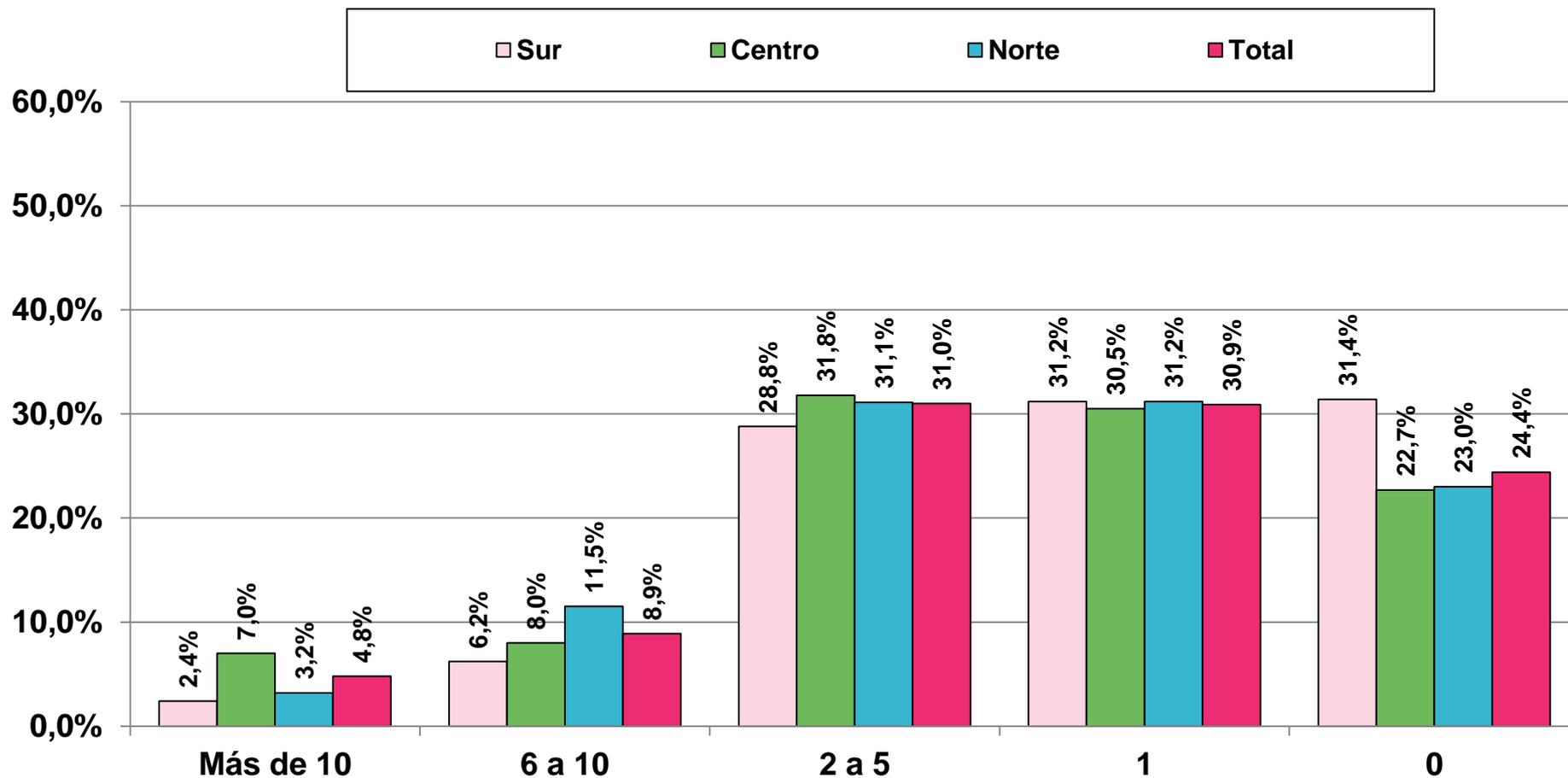
Según Edad





## CINE: Cantidad de veces que fue en los últimos 6 meses

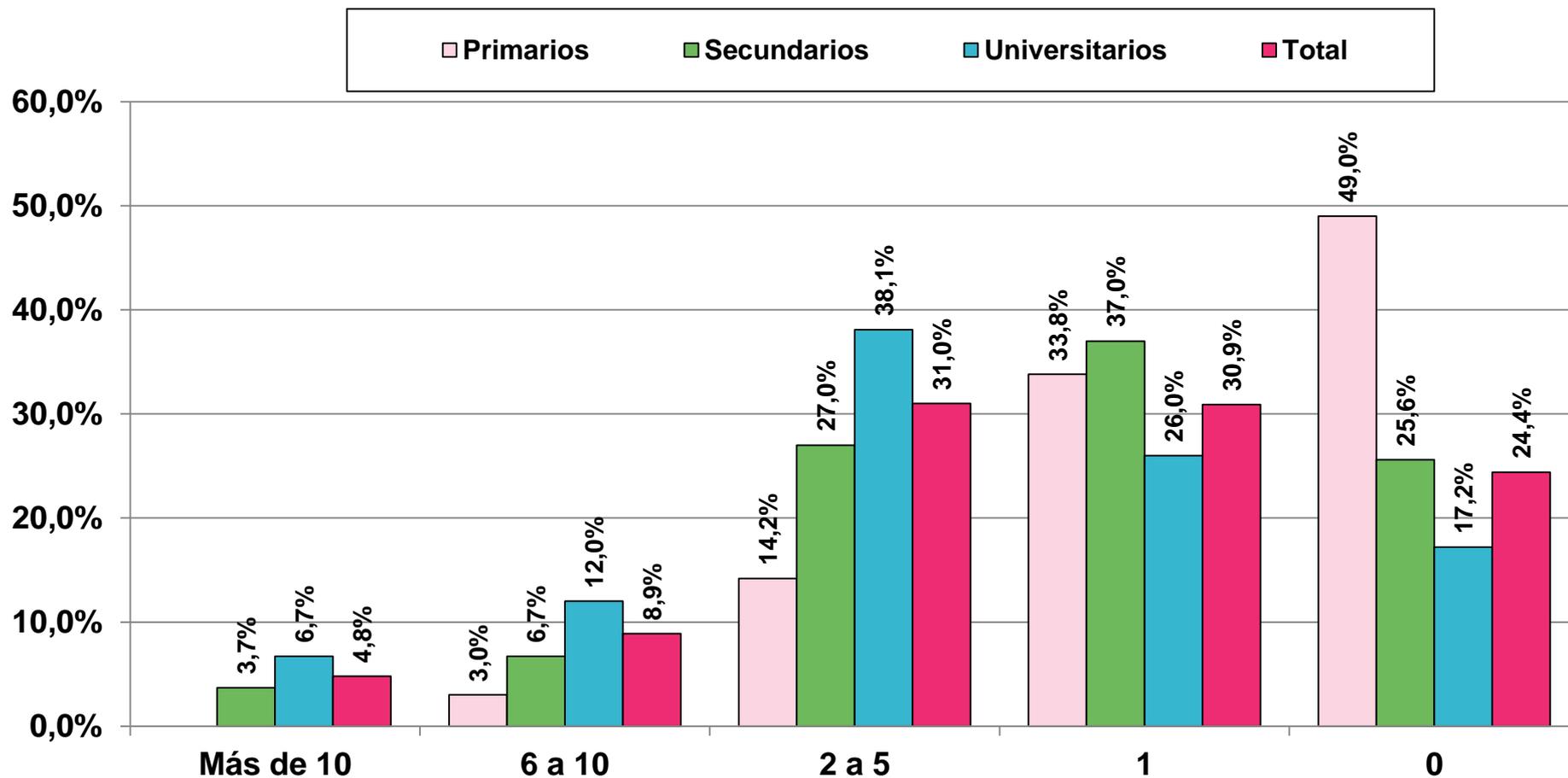
Según Zona





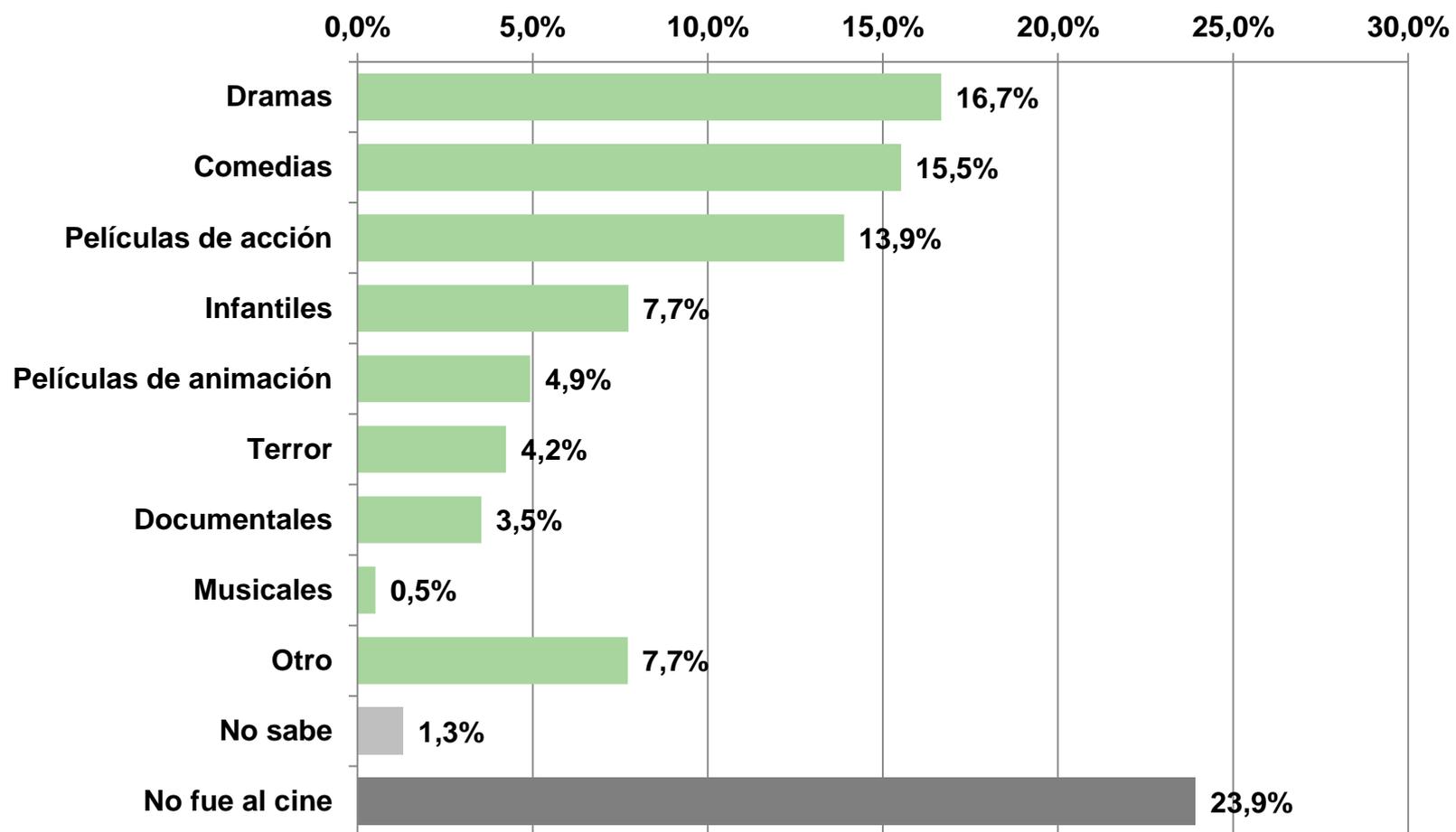
## CINE: Cantidad de veces que fue en los últimos 6 meses

Según Nivel Educativo



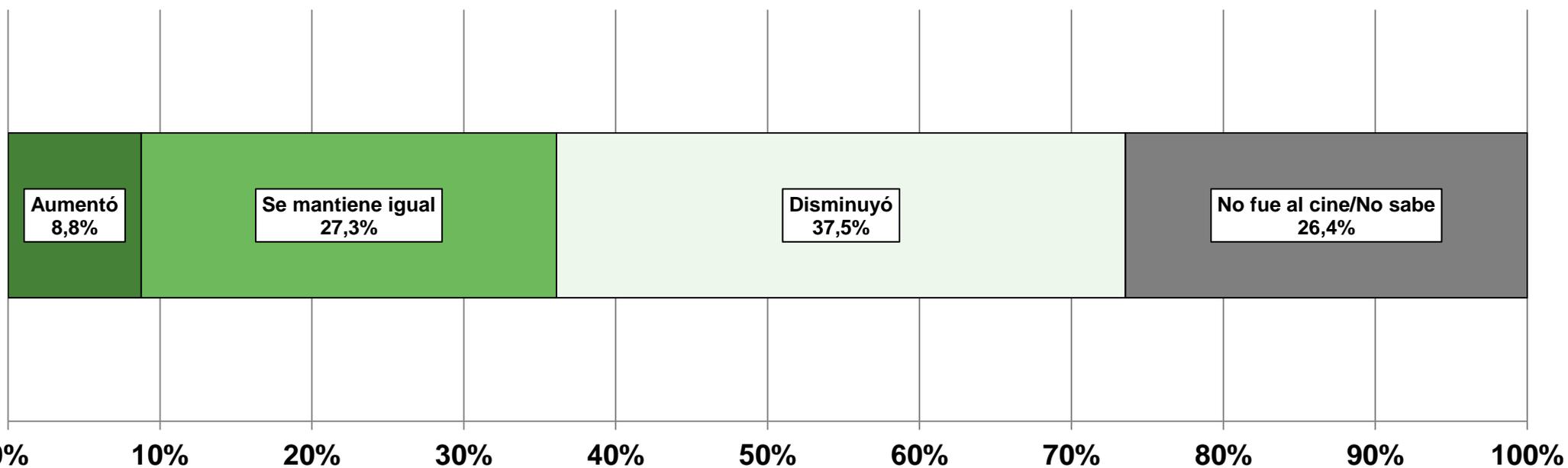


## CINE: Tipo de película más vista



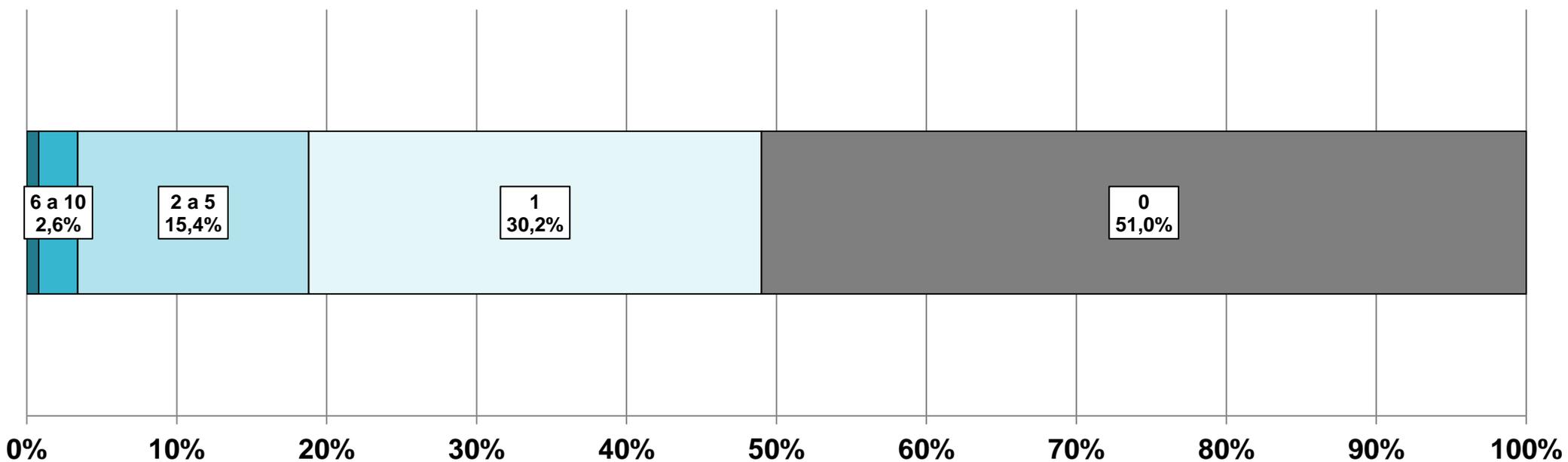


## CINE: Comparación frecuencia de asistencia vs año pasado





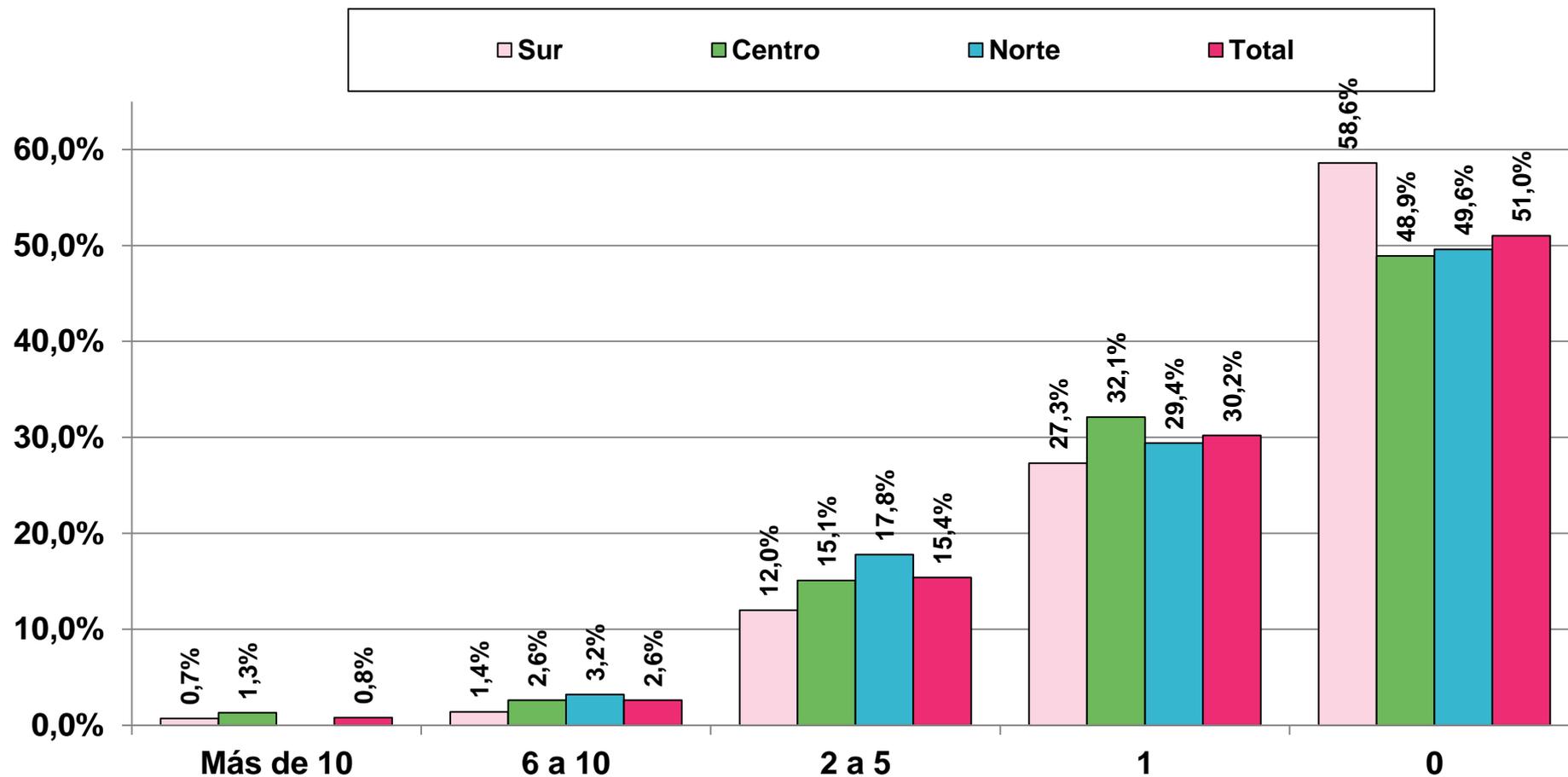
## TEATRO: Cantidad de veces que fue en los últimos 6 meses





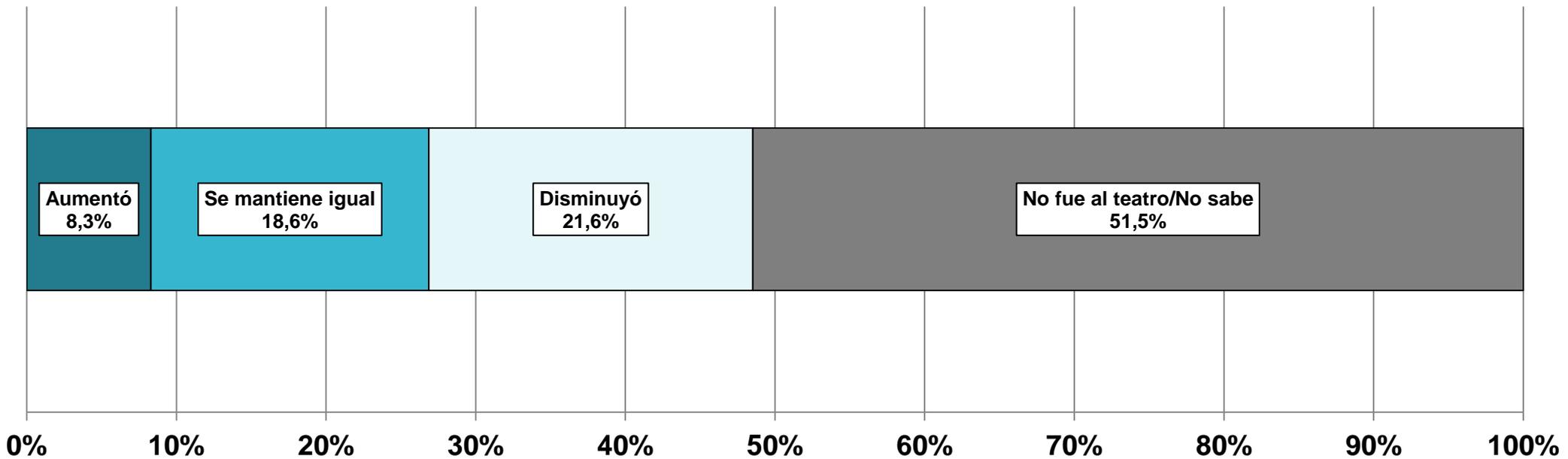
## TEATRO: Cantidad de veces que fue en los últimos 6 meses

Según Zona



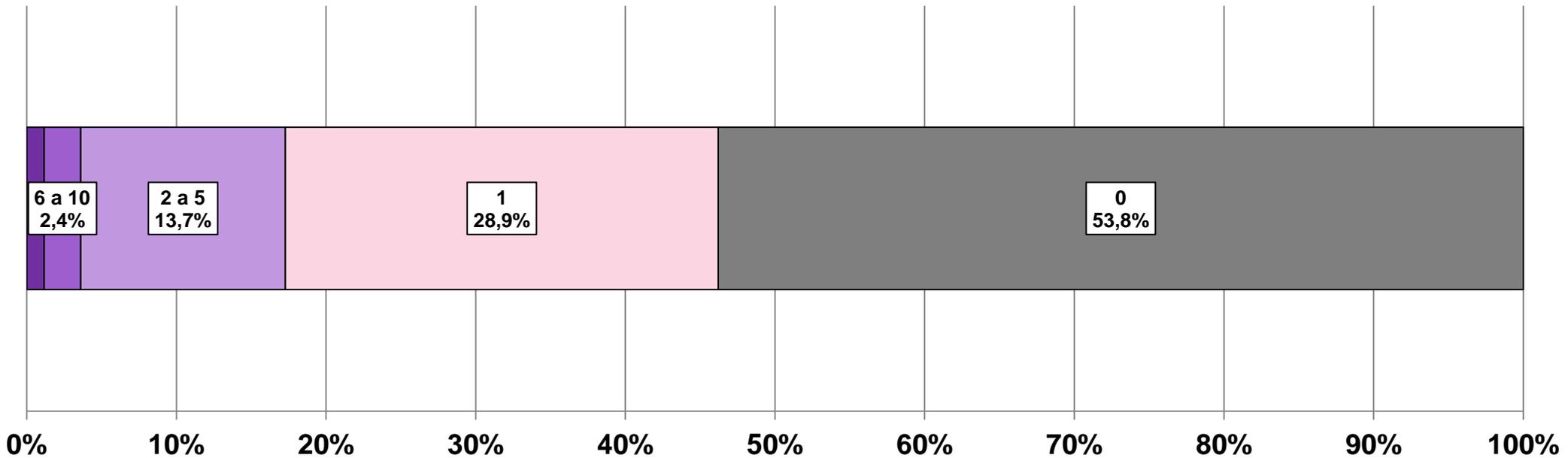


## TEATRO: Comparación frecuencia de asistencia vs año pasado





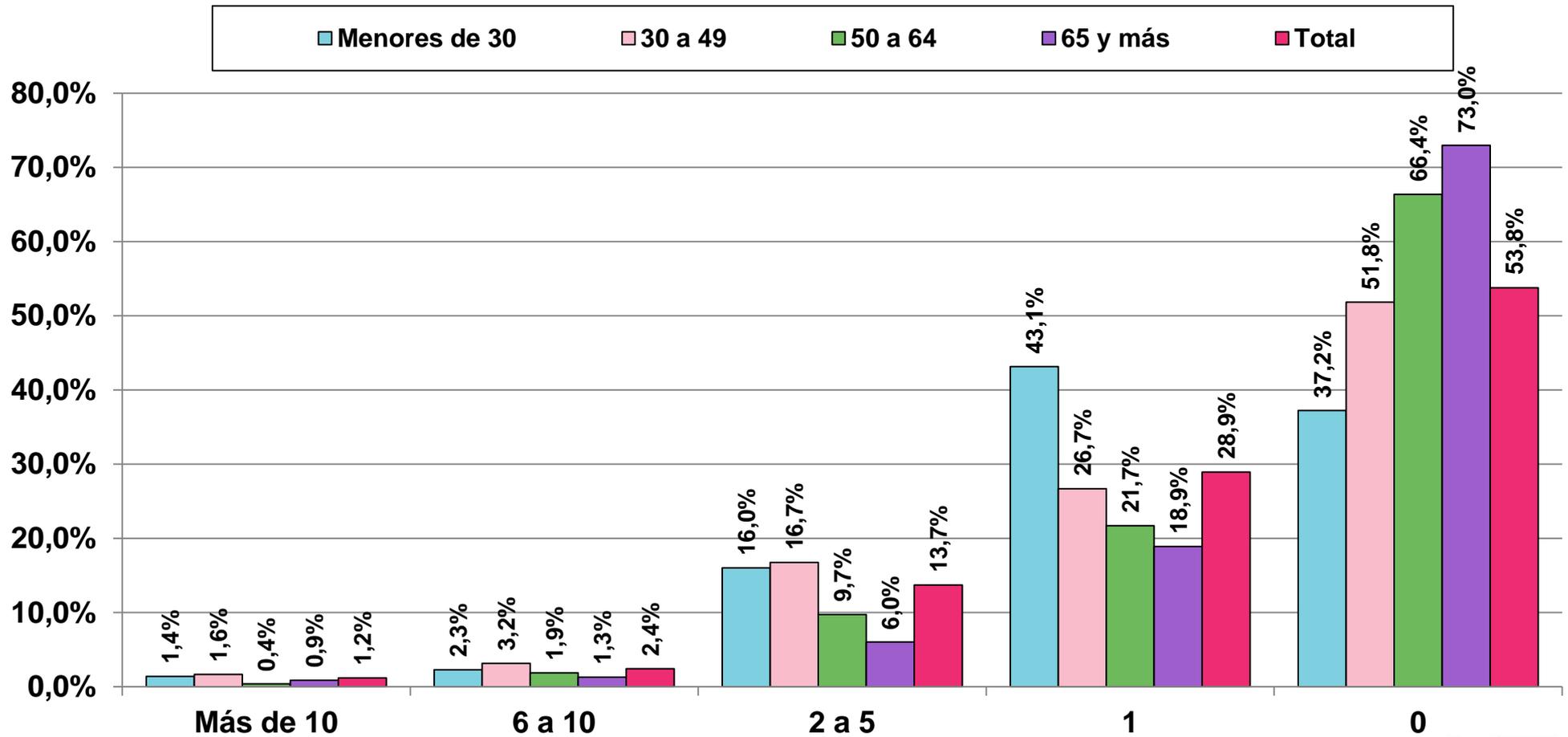
## RECITALES: Cantidad de veces que fue en los últimos 6 meses





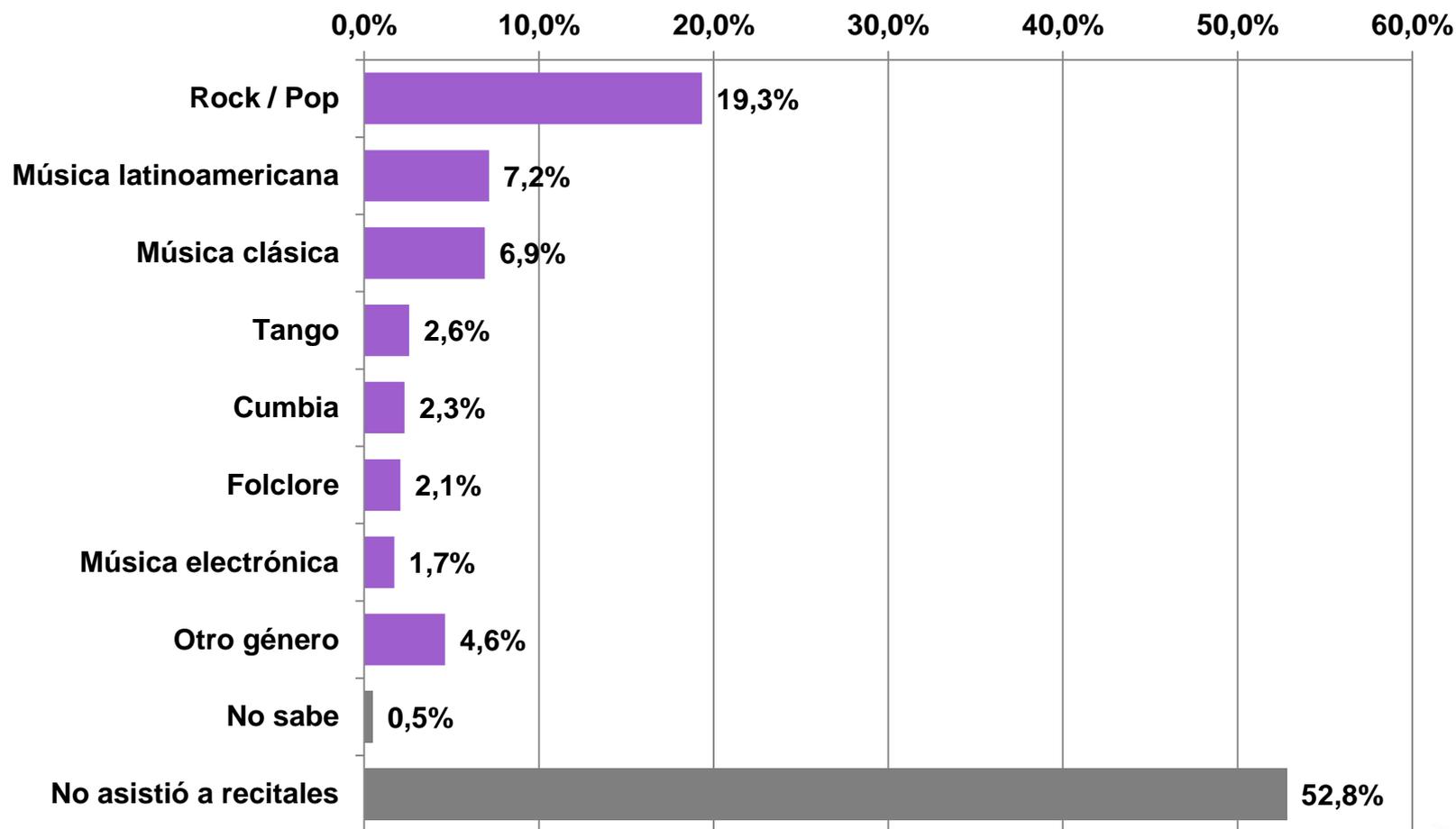
## RECITALES: Cantidad de veces que fue en los últimos 6 meses

Según Edad



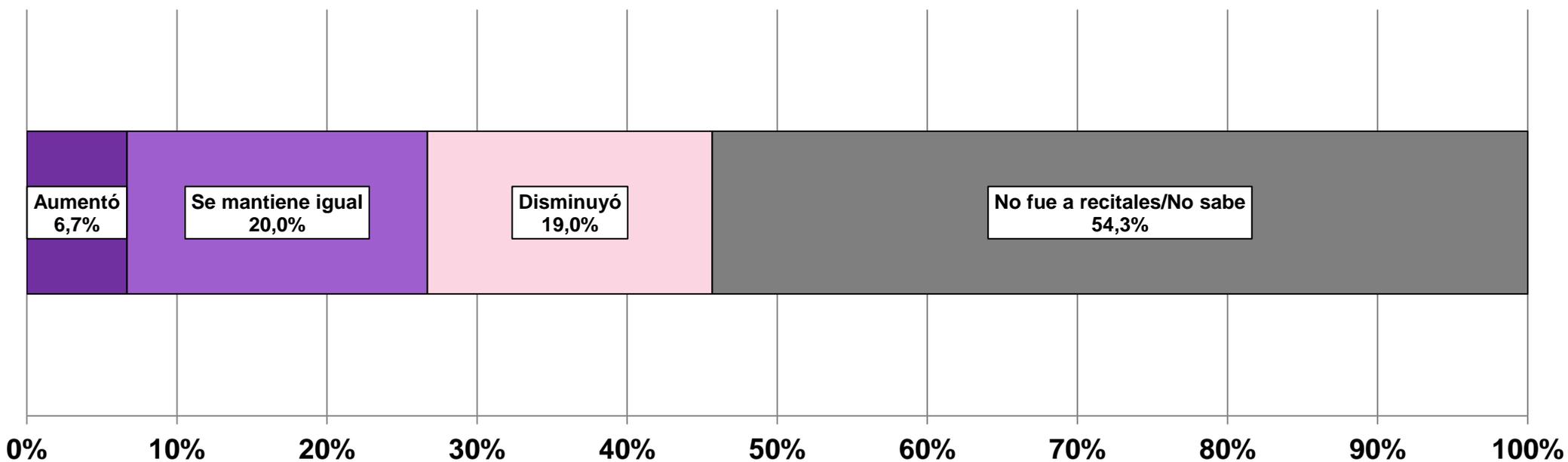


## RECITALES: Género más escuchado





## RECITALES: Comparación frecuencia de asistencia vs año pasado

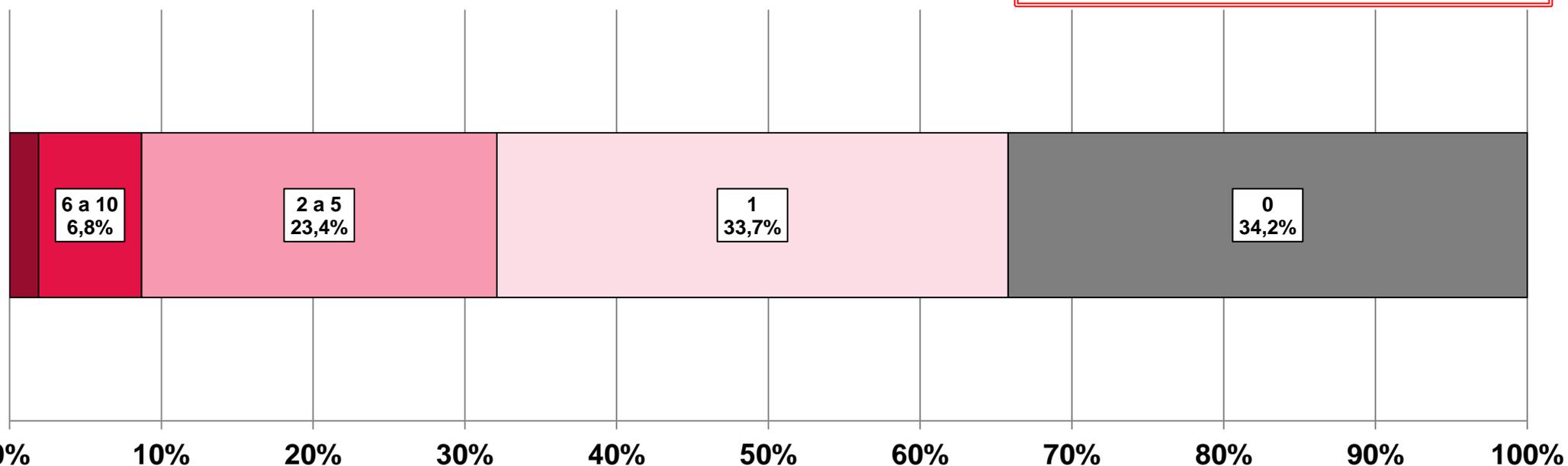




## MUSEOS: Cantidad de veces que fue en los últimos 6 meses



Se incluye en la categoría las visitas a Museos, Centros Culturales y Exposiciones





## MUSEOS: Cantidad de veces que fue en los últimos 6 meses

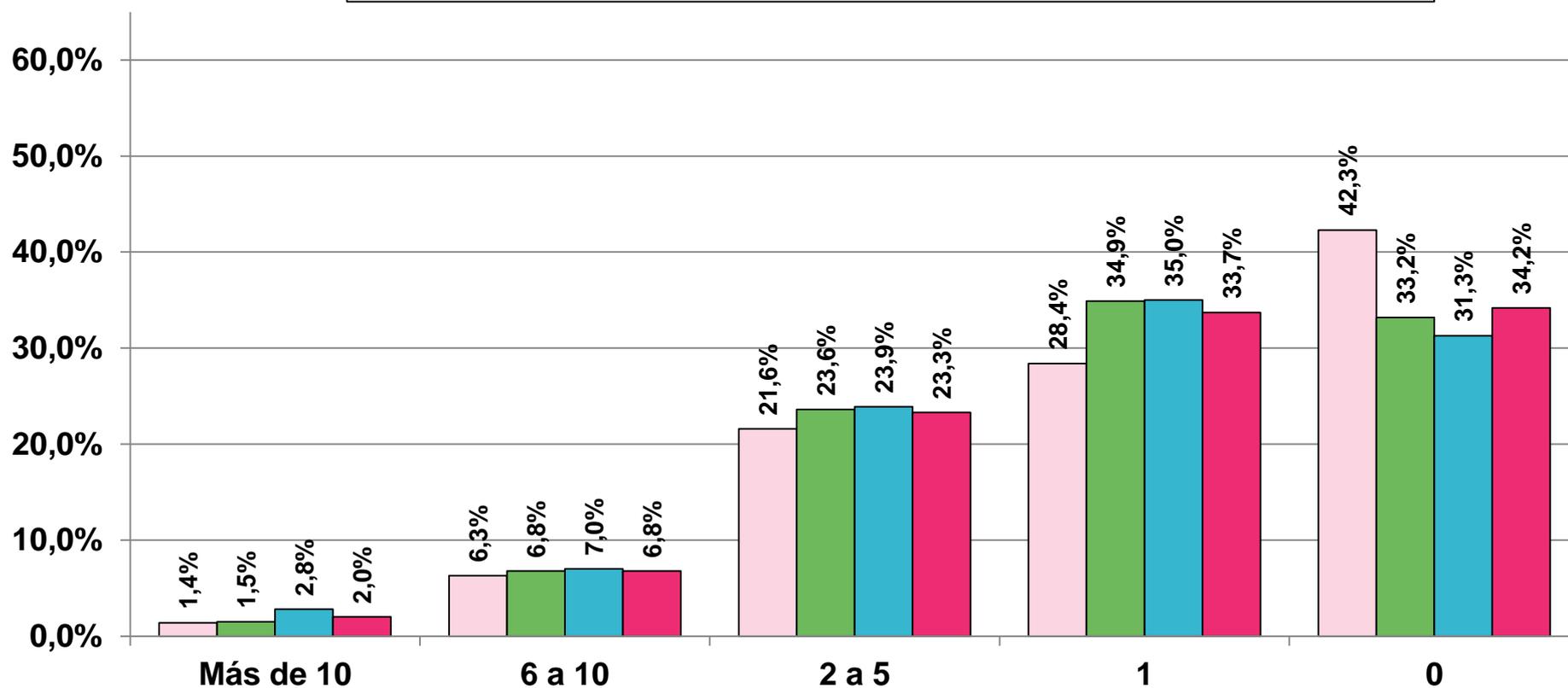
Según Zona

Sur

Centro

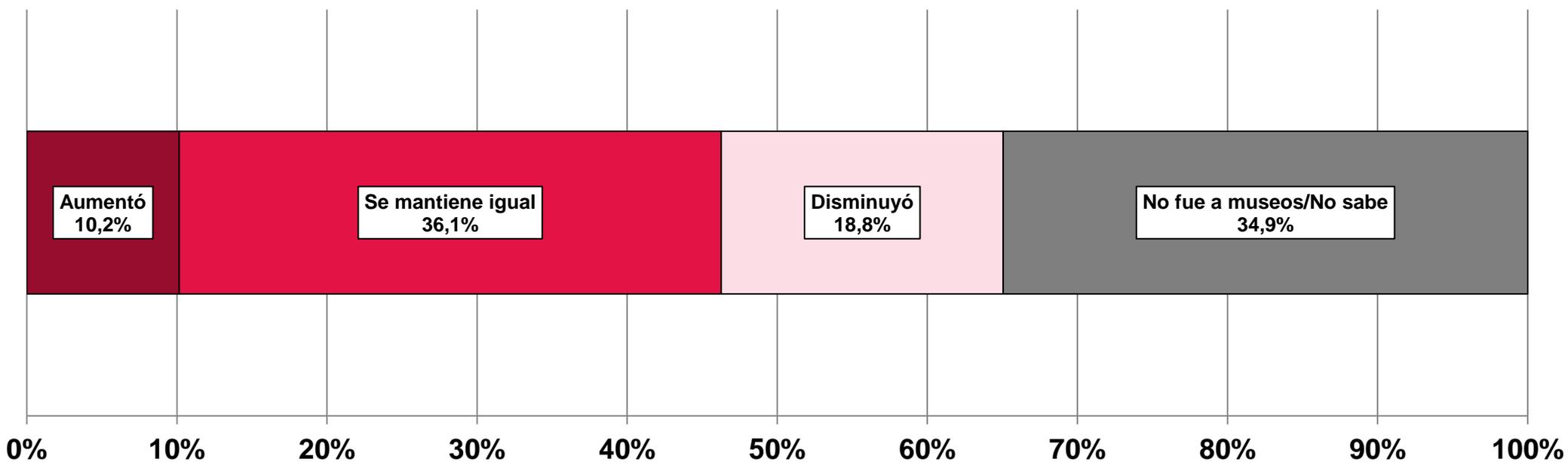
Norte

Total



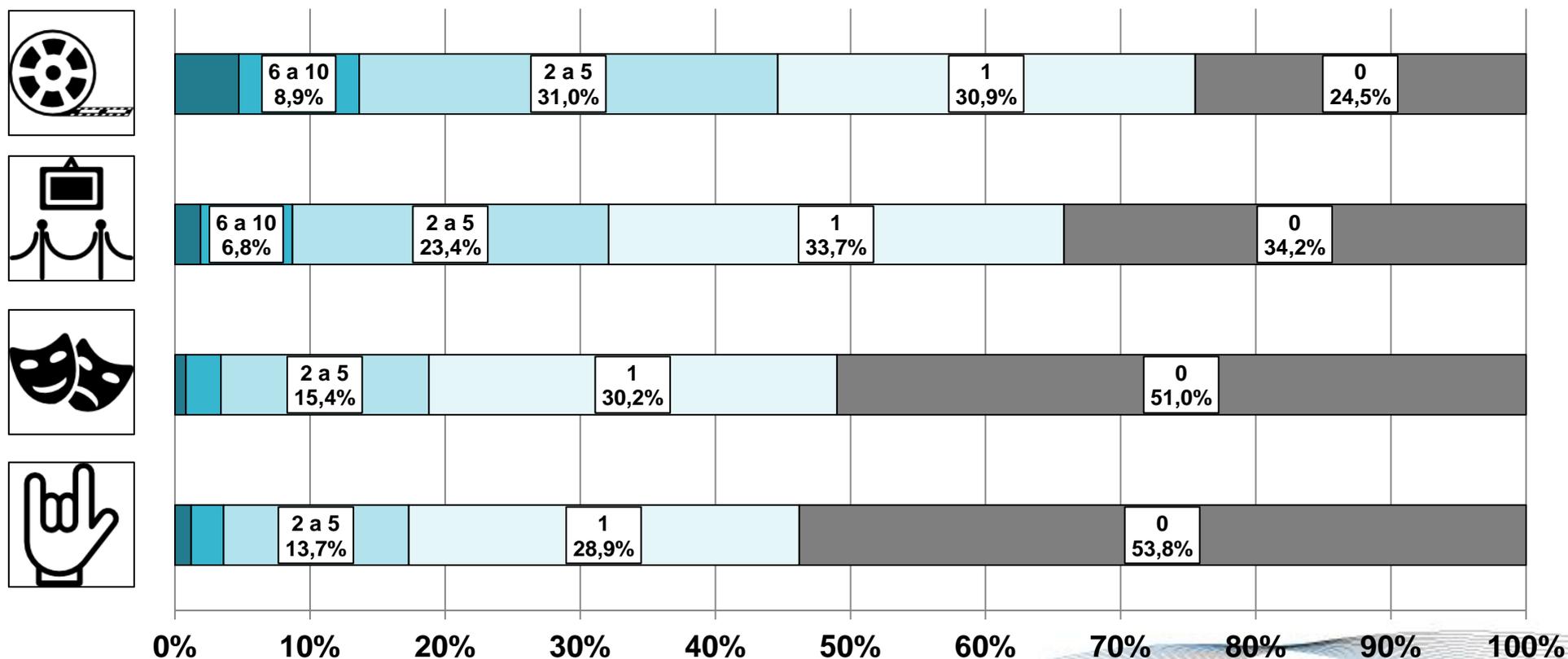


## MUSEOS: Comparación frecuencia de asistencia vs año pasado

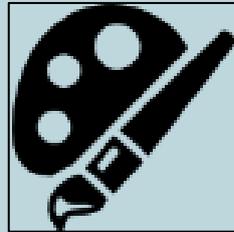




## COMPARATIVO: Cantidad de veces que fue en los últimos 6 meses a eventos culturales

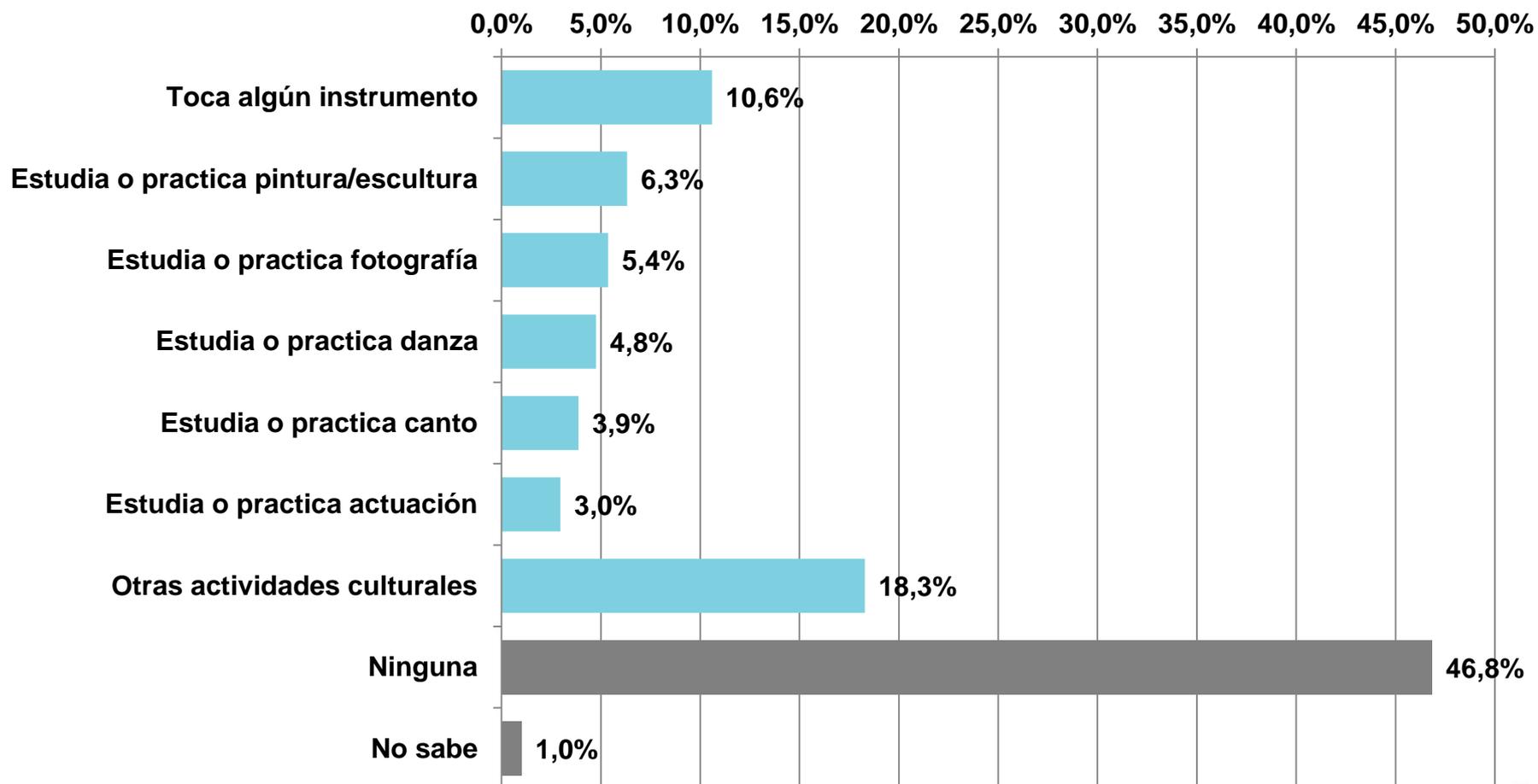


## PRÁCTICA CULTURAL PERSONAL





## PRÁCTICA CULTURAL PERSONAL

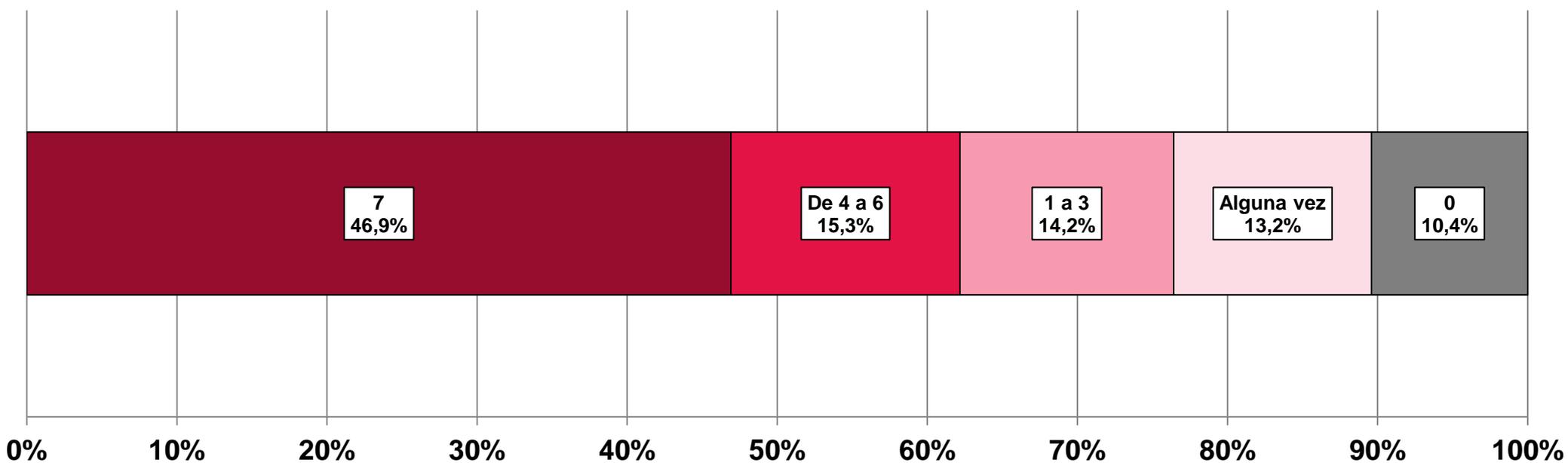


## CONSUMO DE MEDIOS



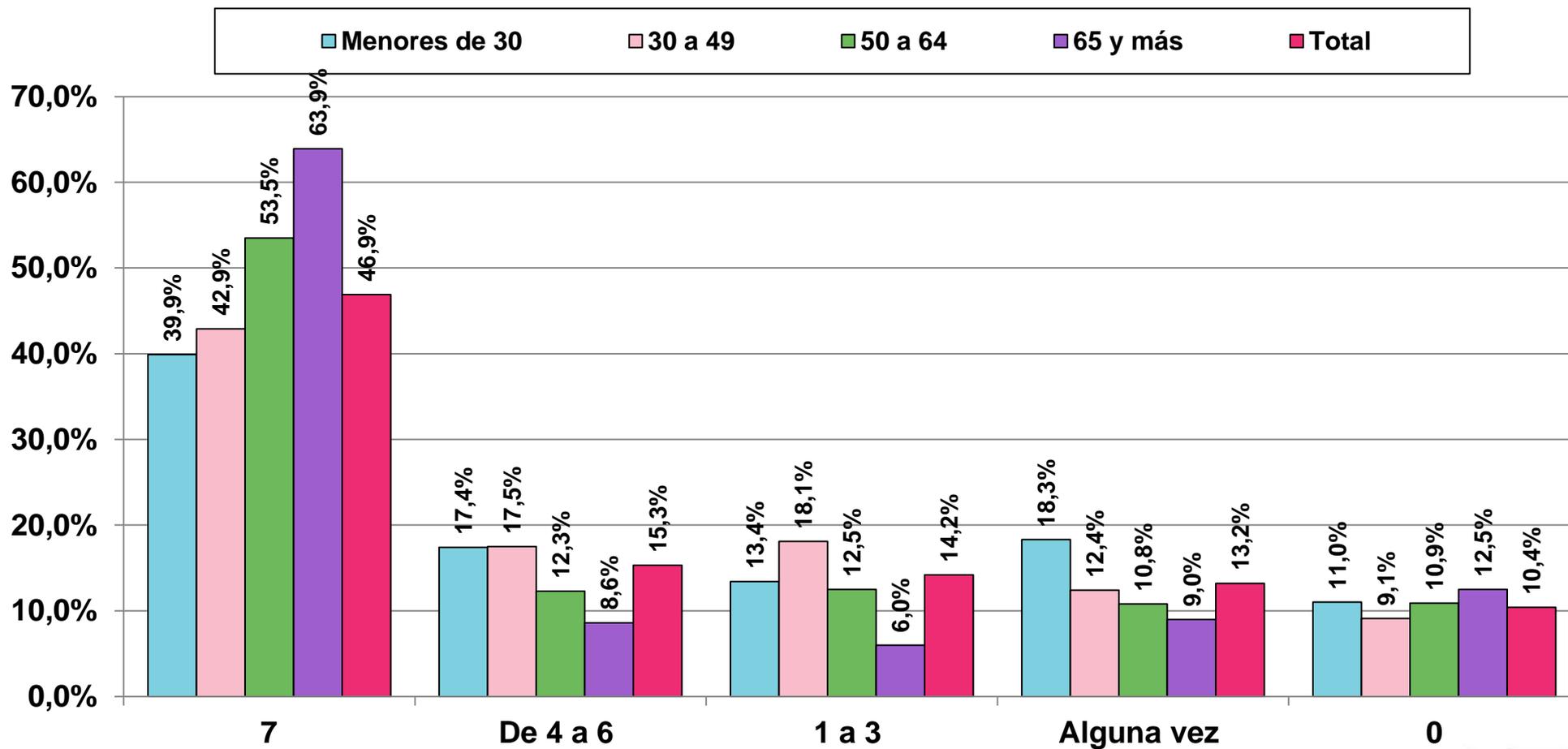


## RADIO: Frecuencia con que escucha (expresado en días por semana)



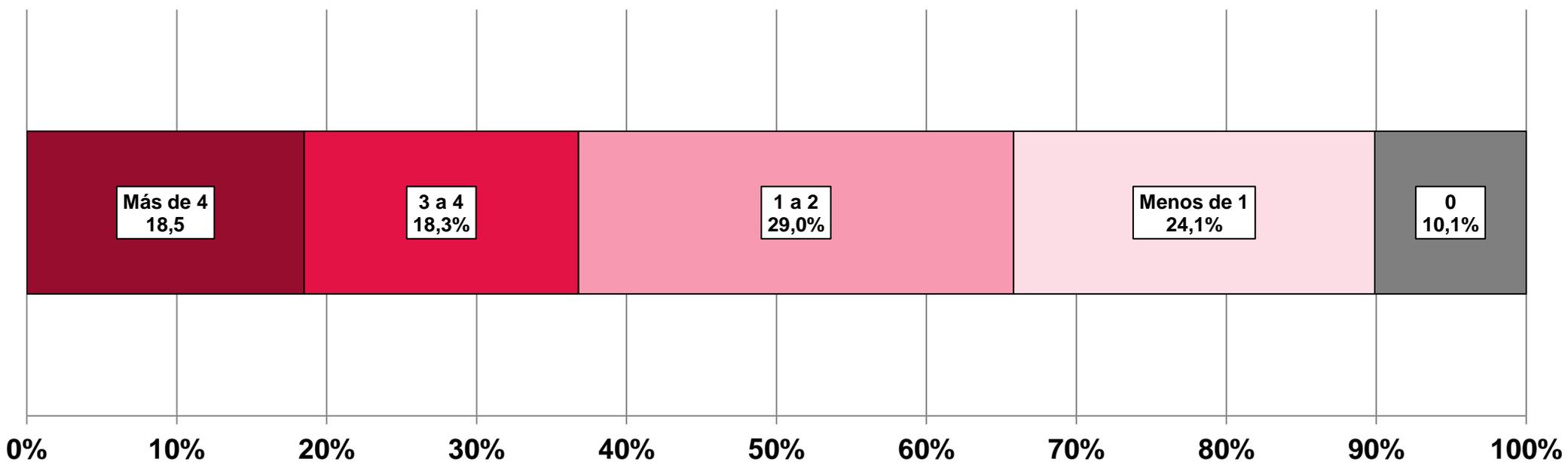


## RADIO: Frecuencia con que escucha Según Edad





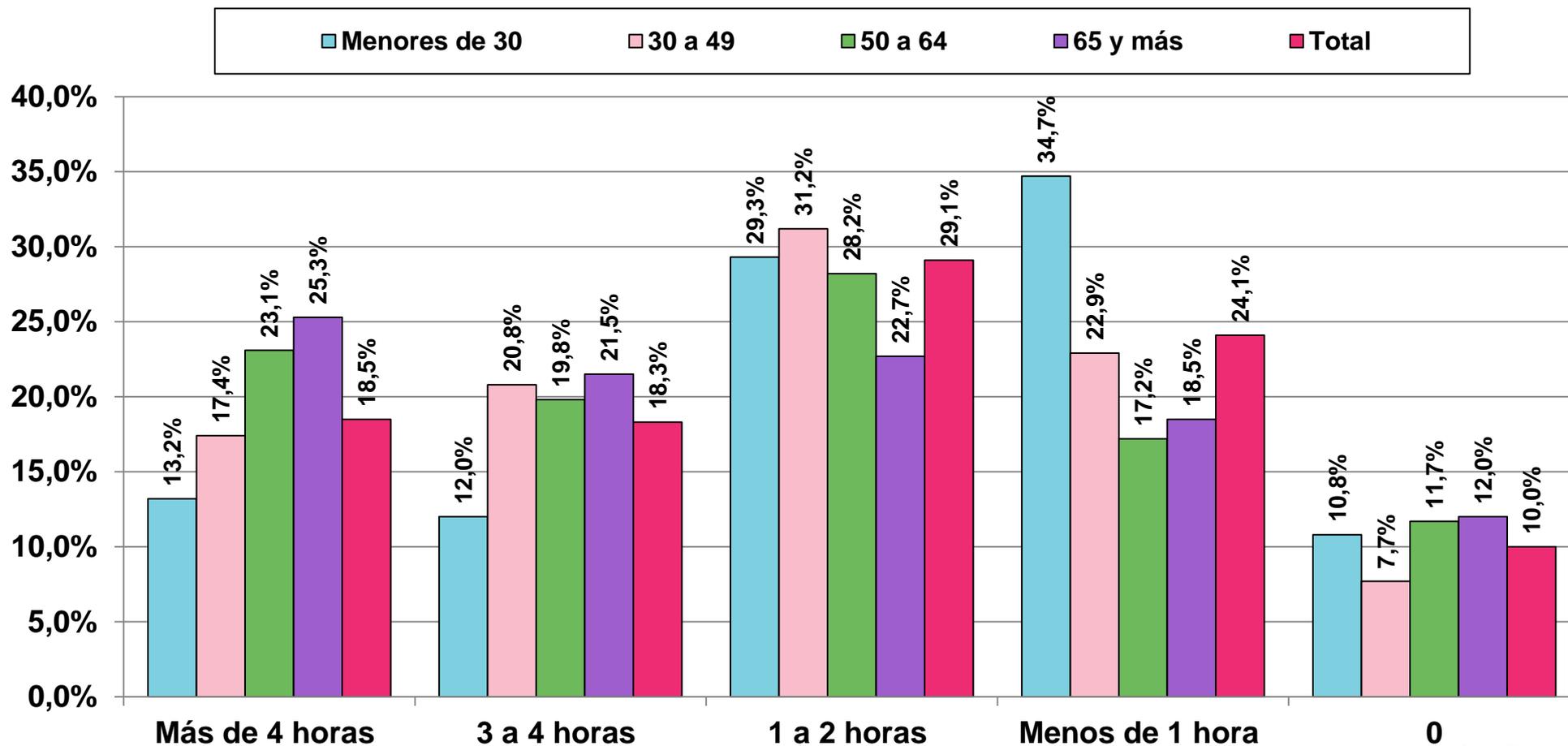
## RADIO: Duración de Escucha (Expresado en horas por día)





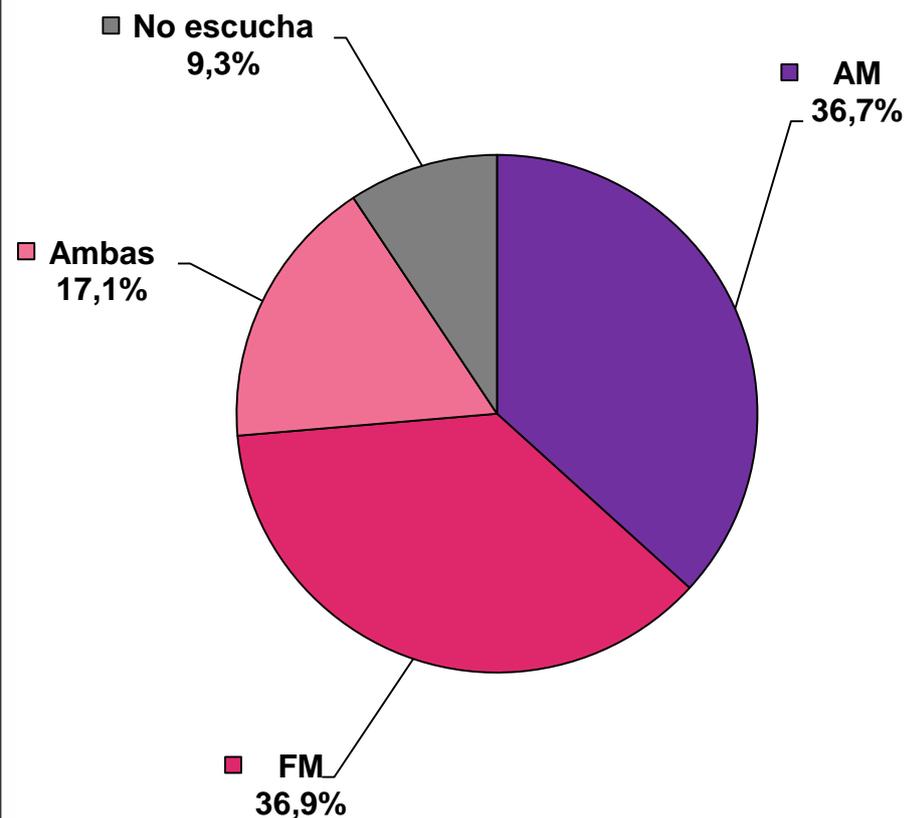
## RADIO: Duración de Escucha

Según Edad

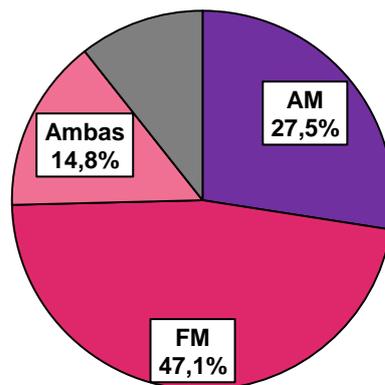




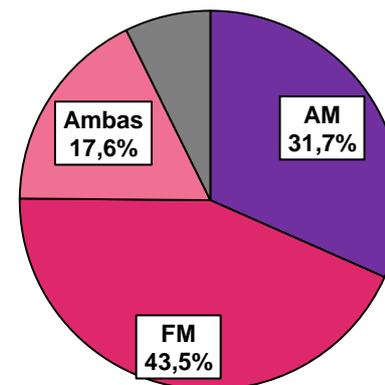
## RADIO: Frecuencia que más escucha



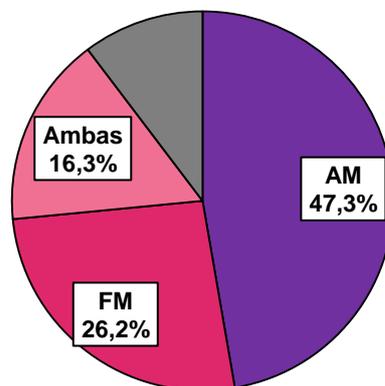
### Hasta 29 años



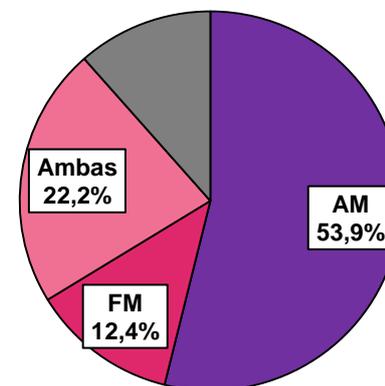
### 30 a 49 años



### 50 a 65 años

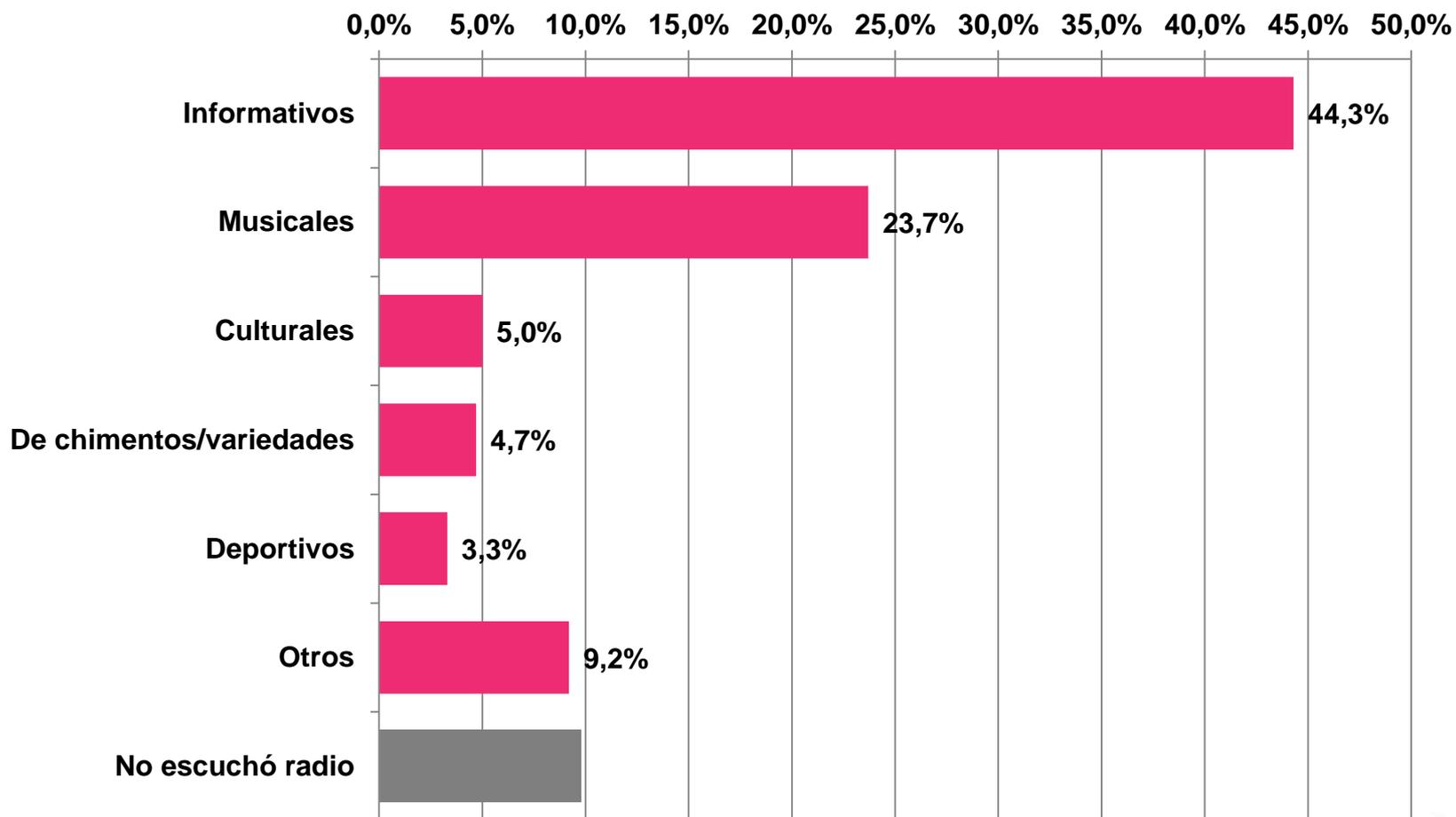


### Más de 65 años



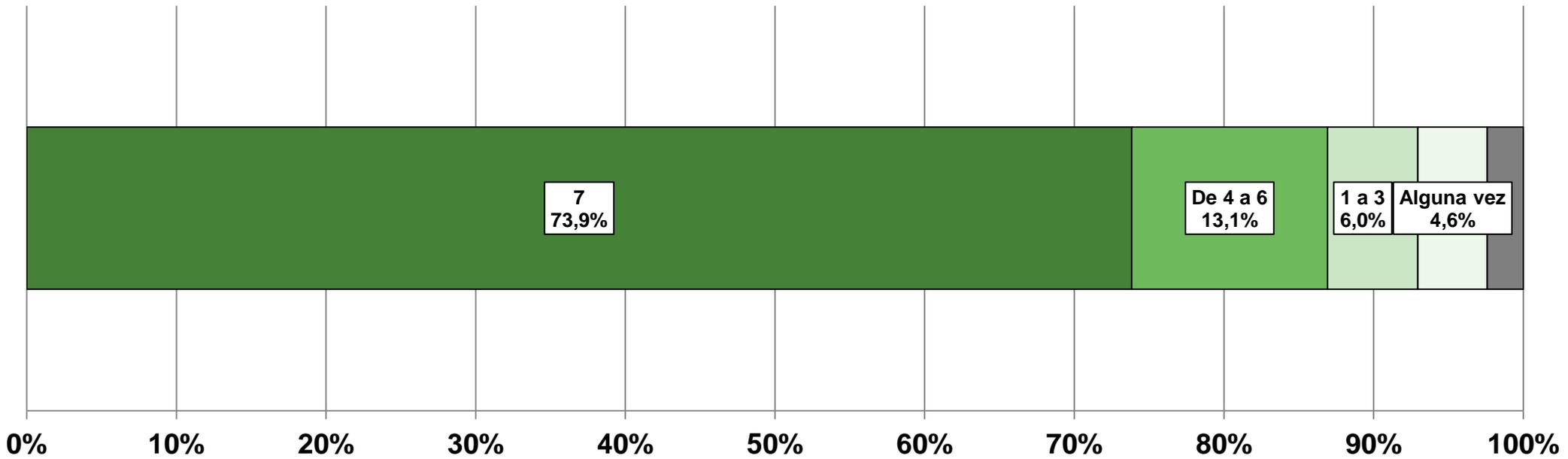


## RADIO: Tipo de programa que más escucha





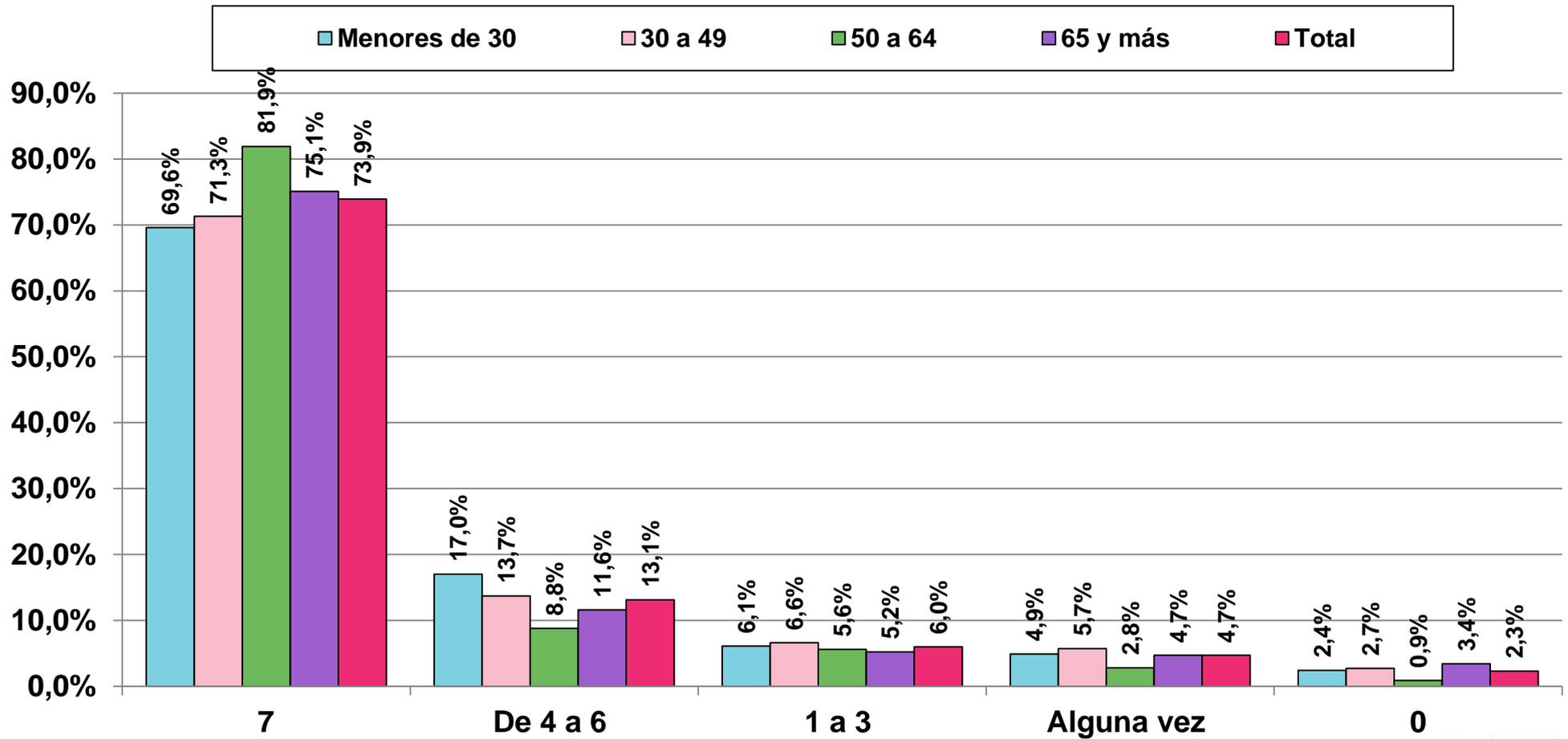
## TV: Frecuencia con que mira (Expresado en días por semana)





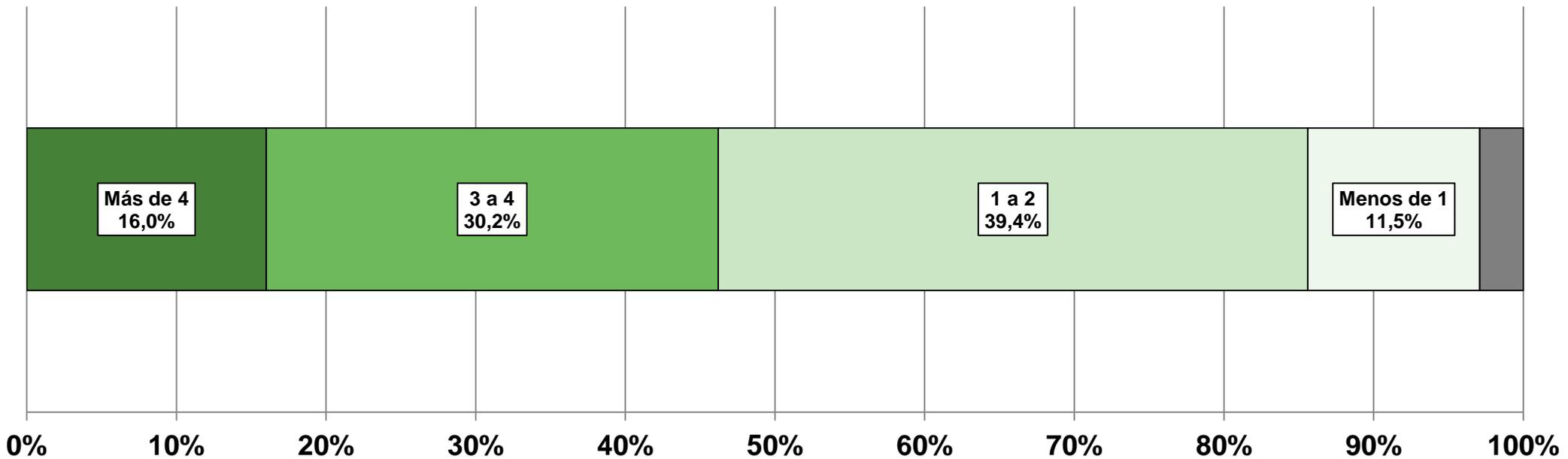
## TV: Frecuencia con que mira

### Según Edad



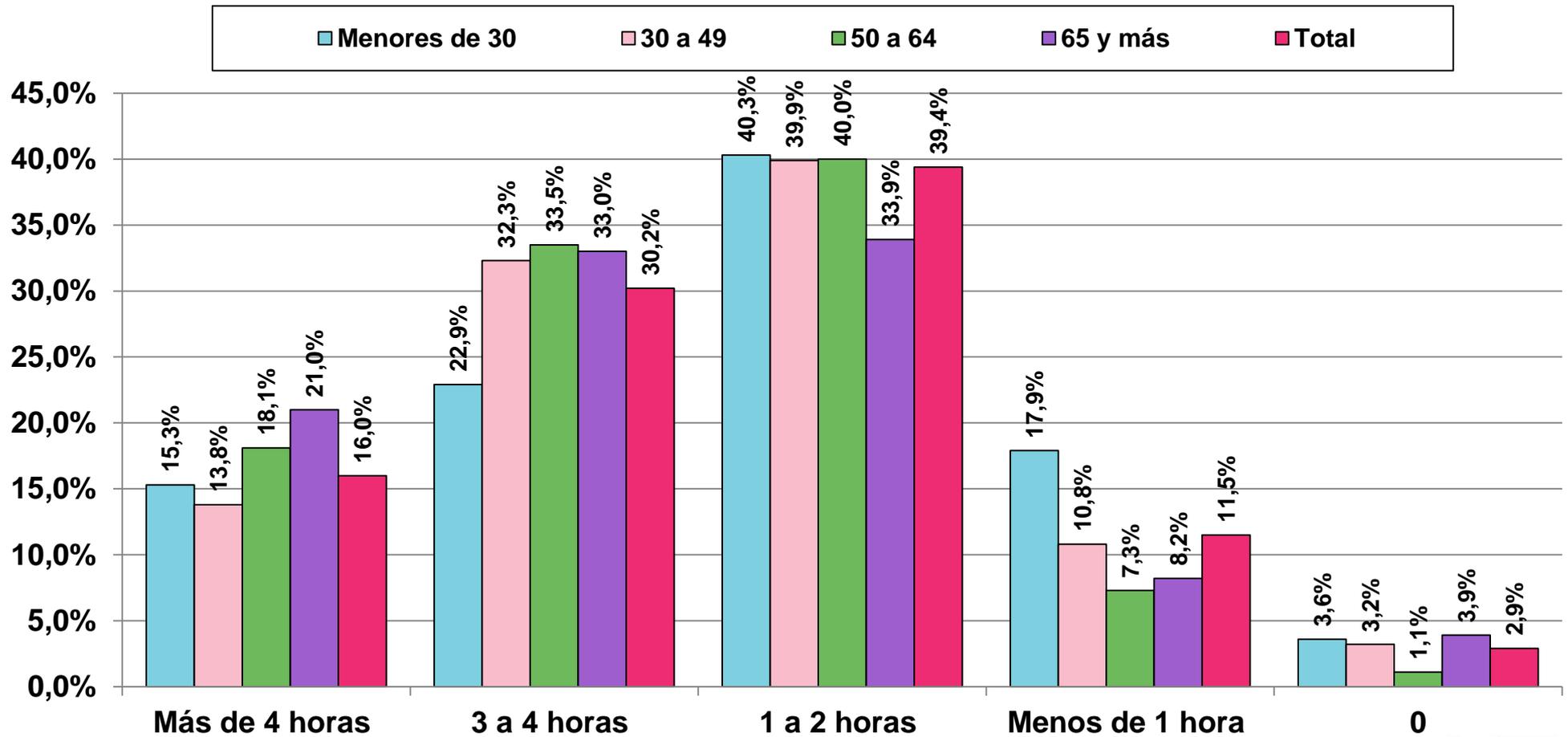


## TV: Tiempo que mira (Expresado en horas por día)



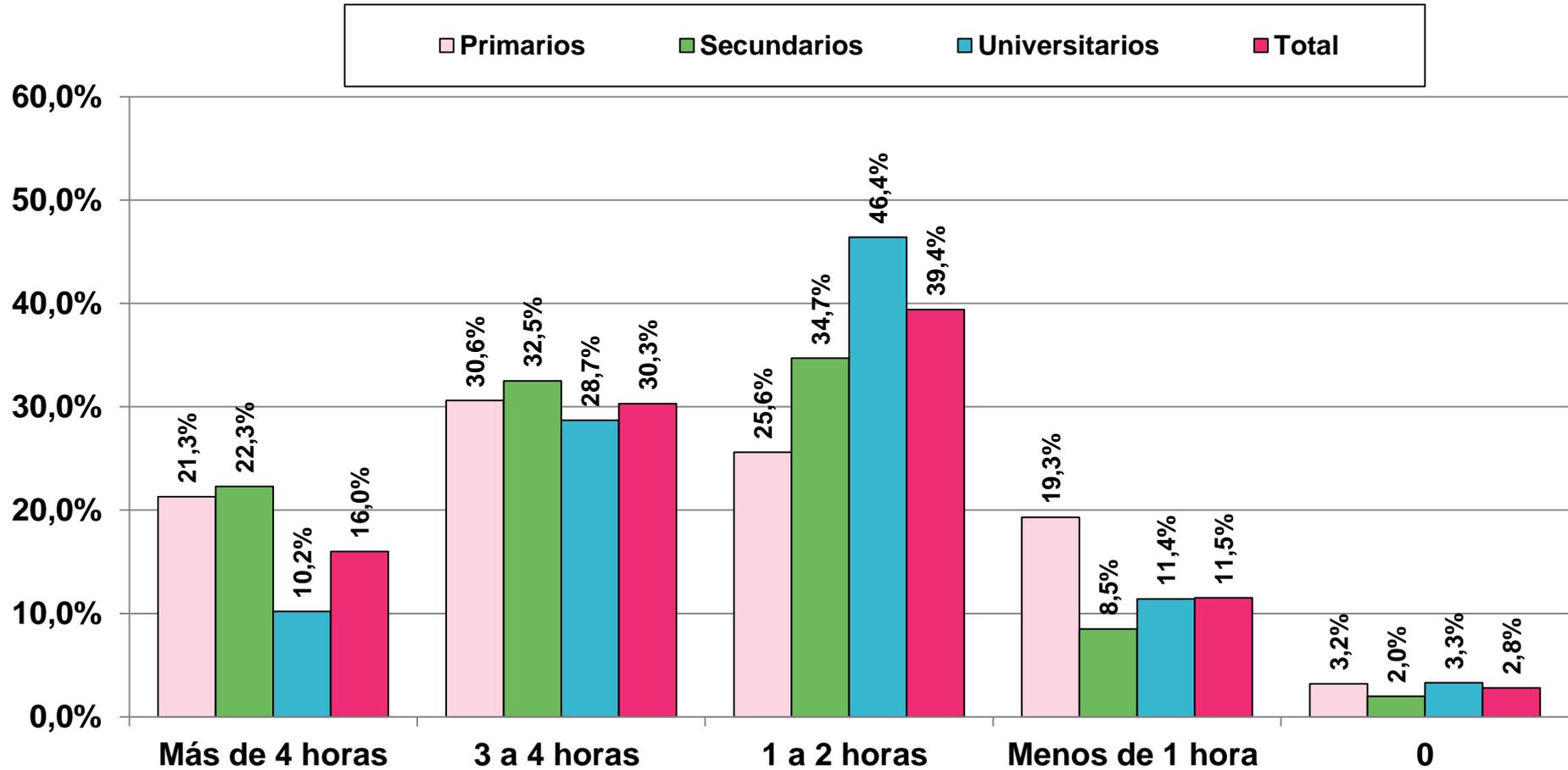


## TV: Tiempo que mira Según Edad



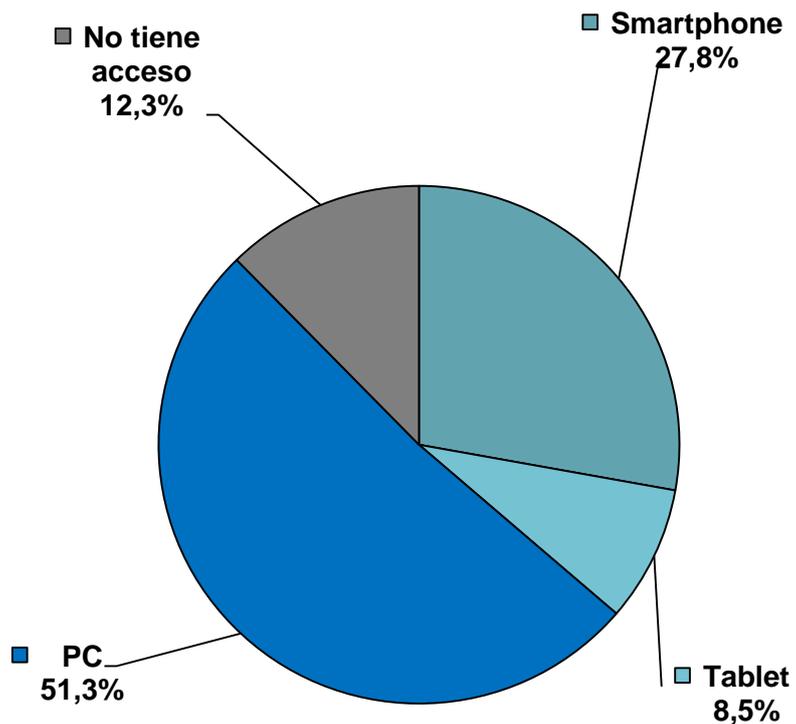


## TV: Tiempo que mira Según Nivel Educativo

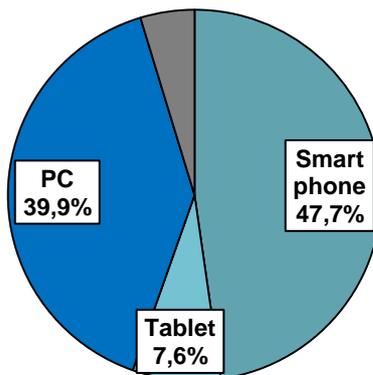




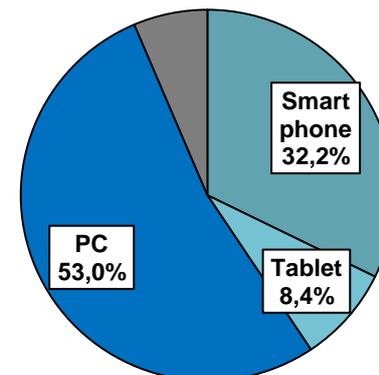
## Internet: Dispositivo con el que más navega



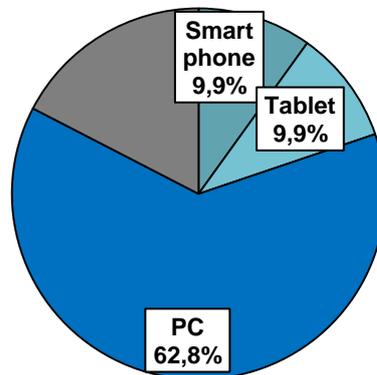
### Hasta 29 años



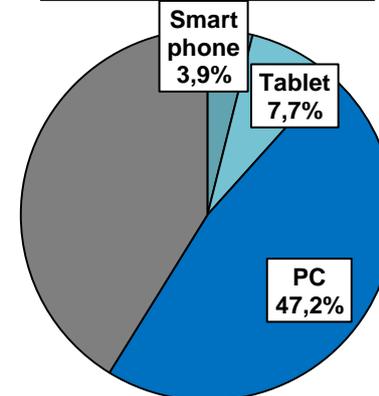
### 30 a 49 años



### 50 a 65 años

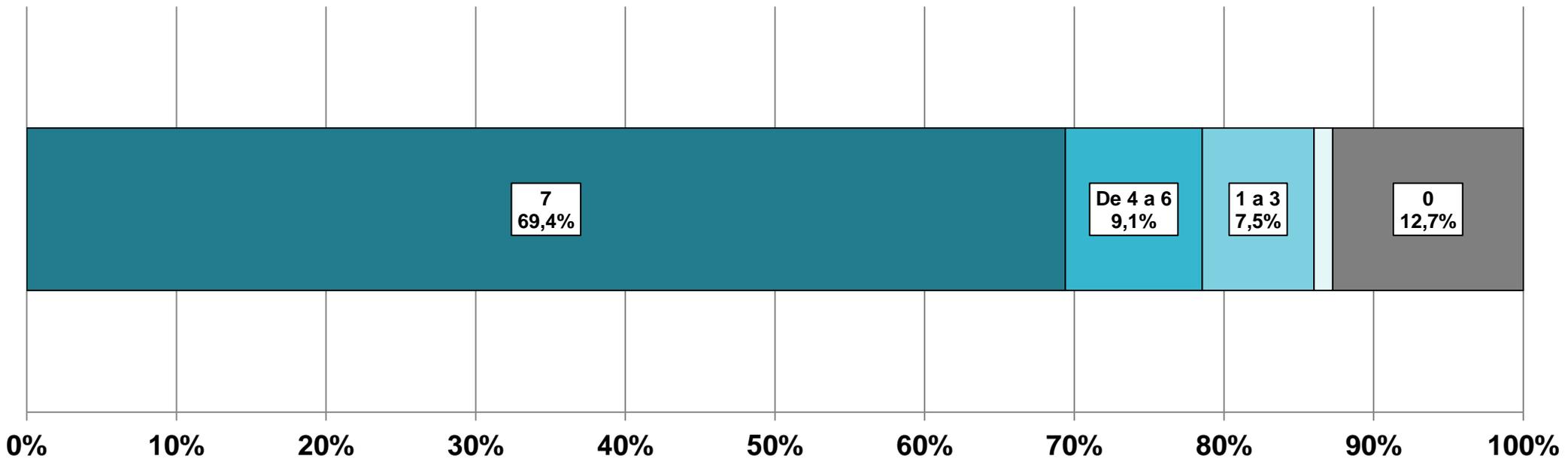


### Más de 65 años



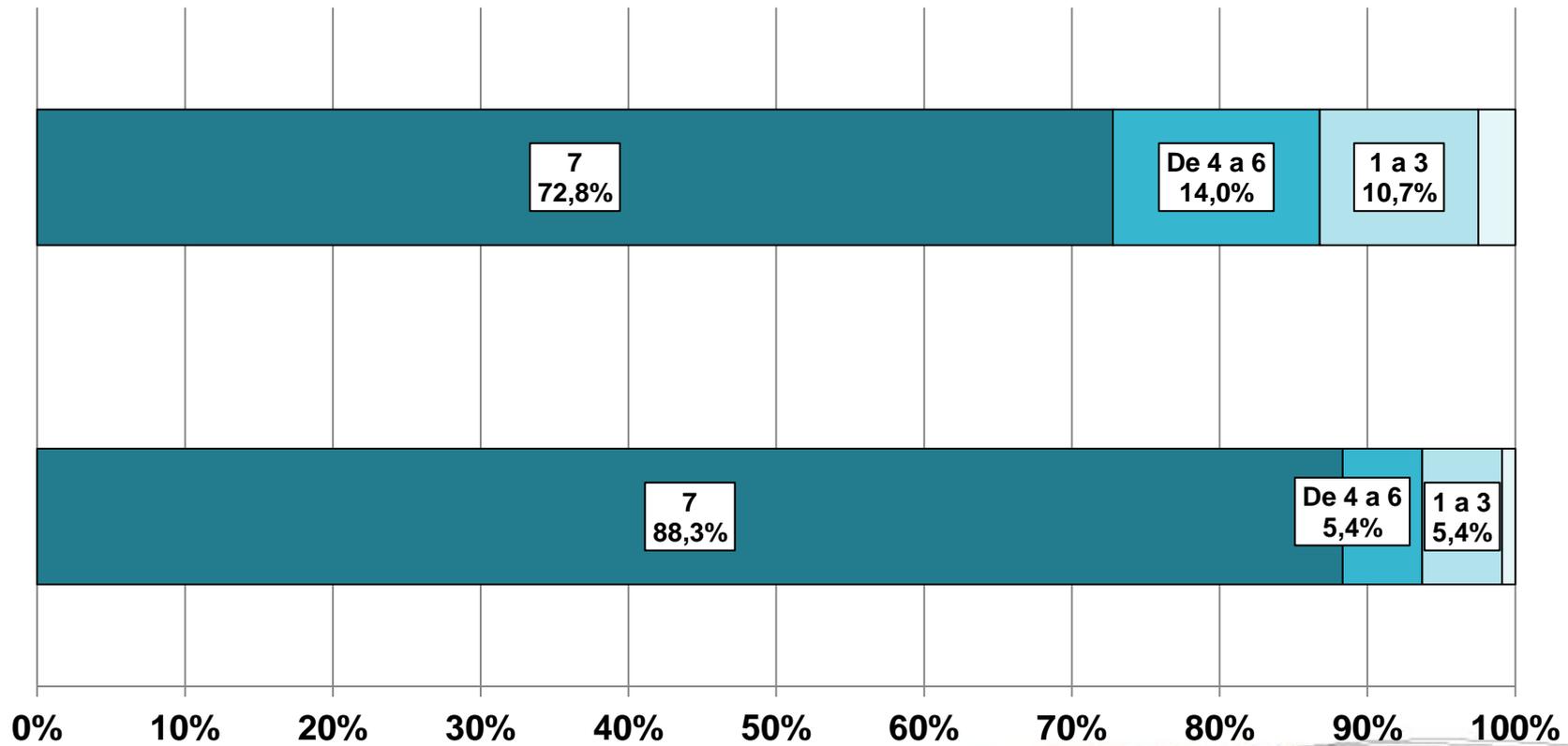


## Internet: Frecuencia con que navega (Expresado en días por semana)



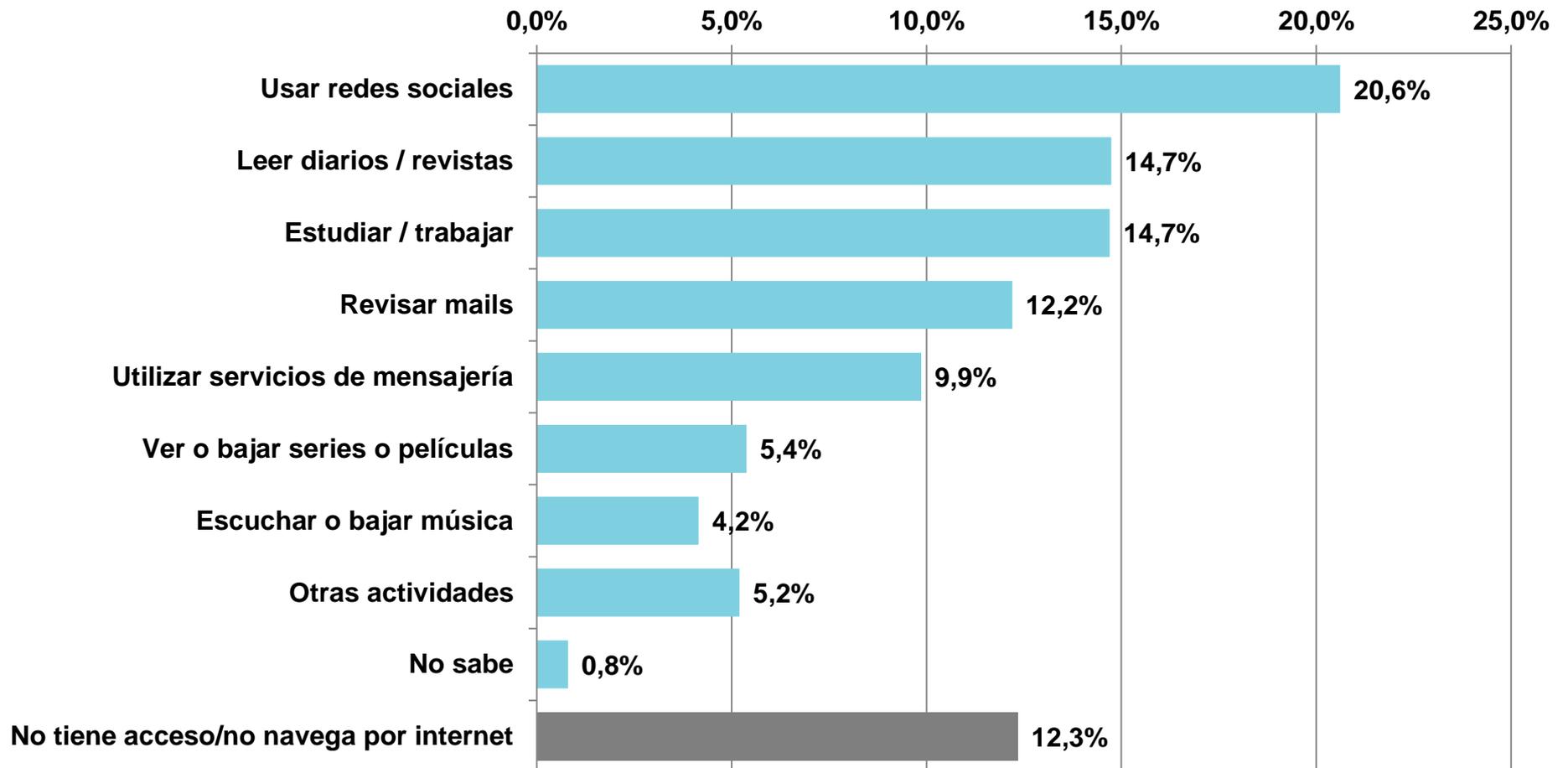


## Internet: Frecuencia con que navega Según dispositivo: PC o Móvil





## Internet: Principal actividad online



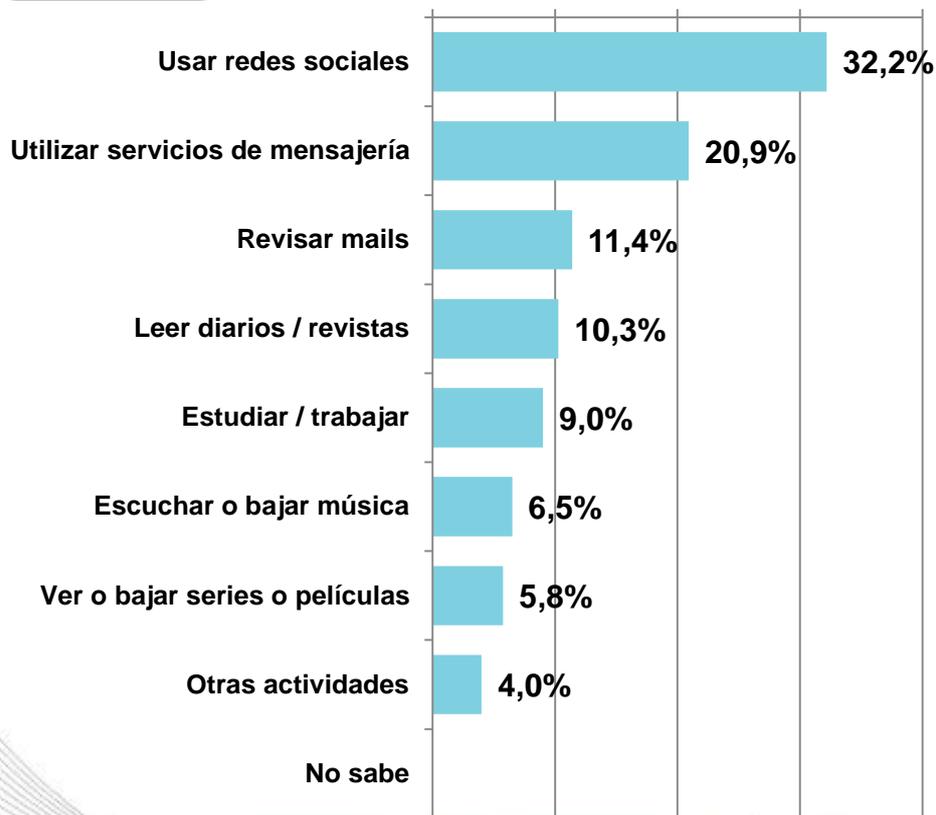


## Internet: Principal actividad online

Según dispositivo: PC o Móvil



0,0% 10,0% 20,0% 30,0% 40,0%

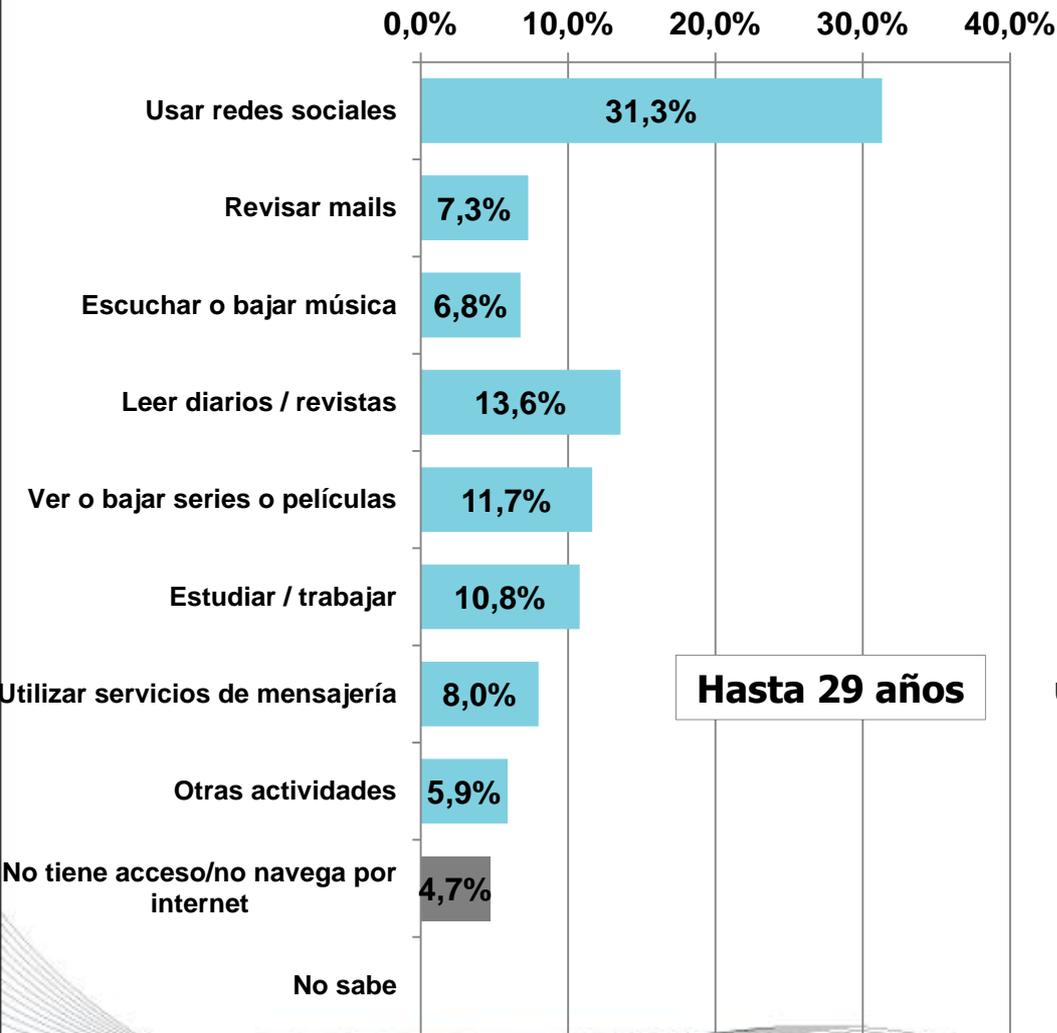


0,0% 10,0% 20,0% 30,0% 40,0%

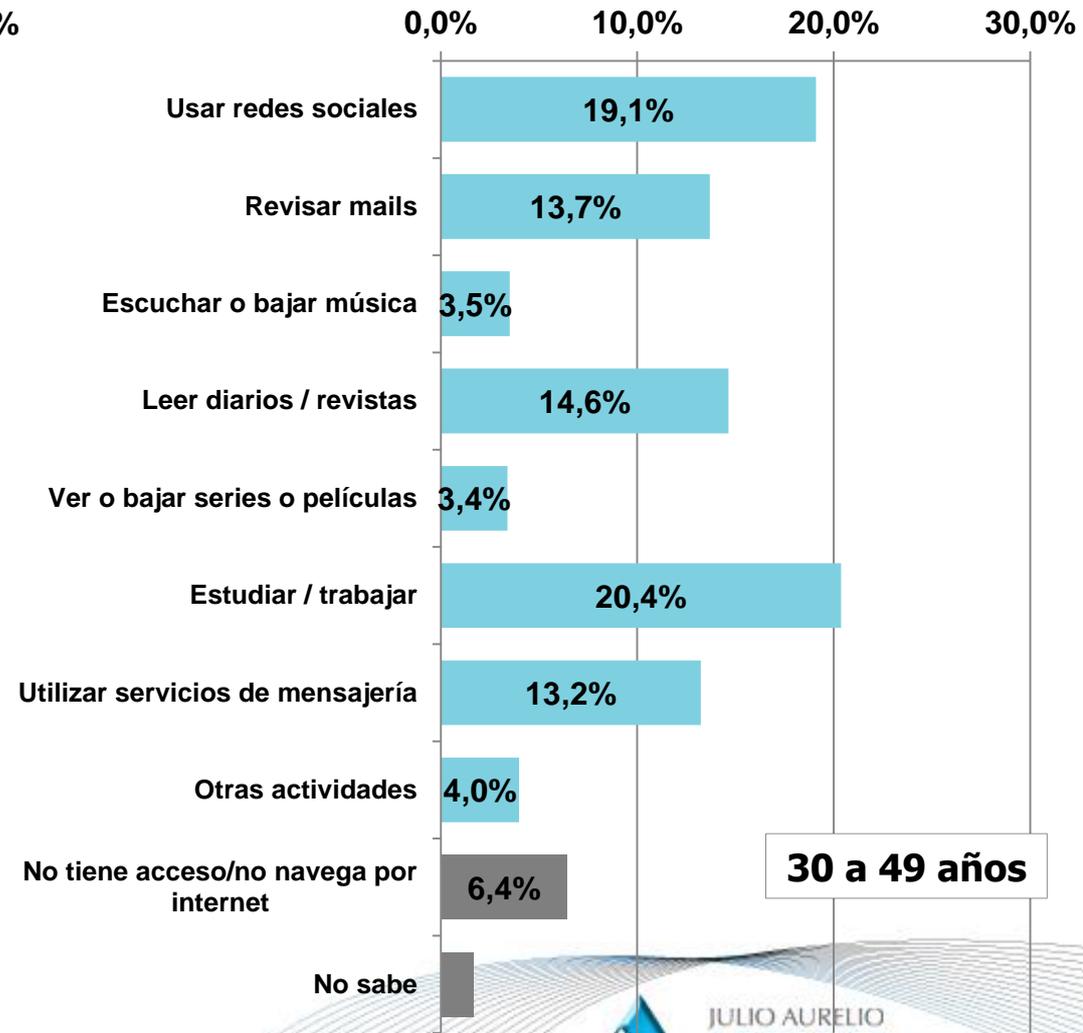




## Internet: Principal actividad online Según Edad



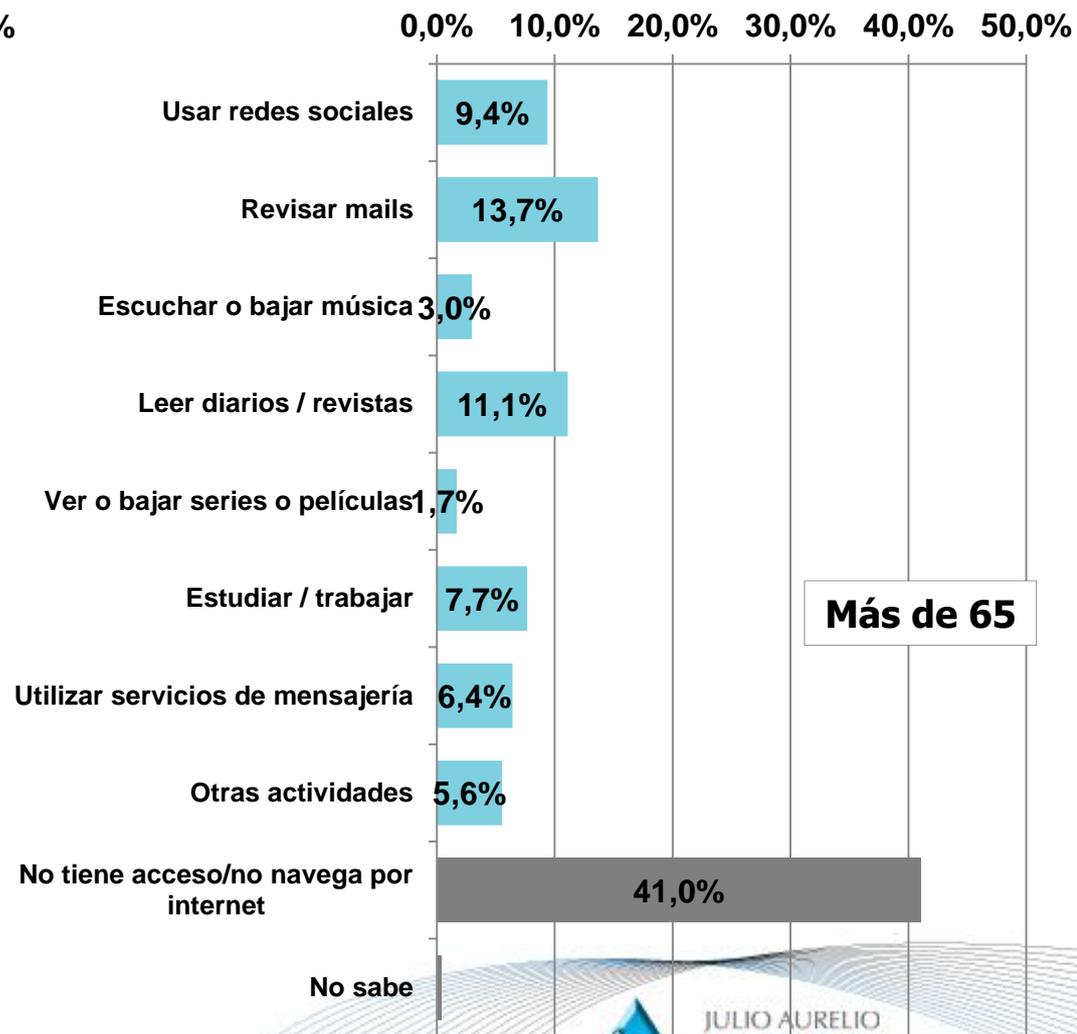
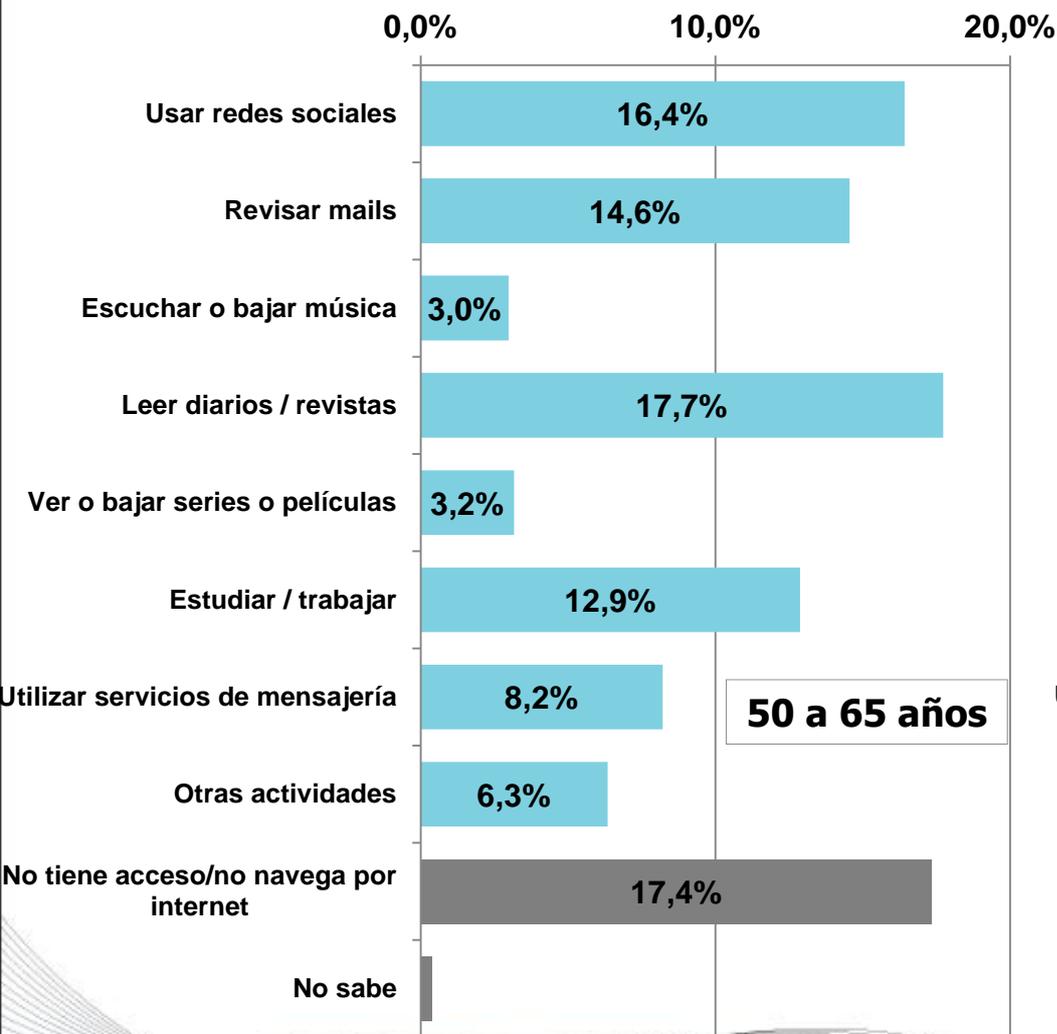
Hasta 29 años



30 a 49 años



## Internet: Principal actividad online Según Edad



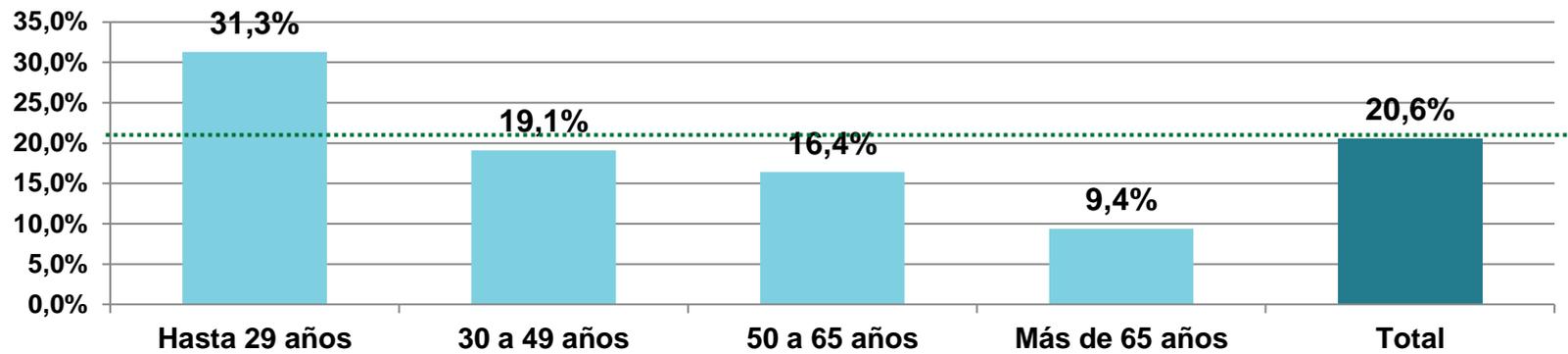
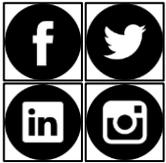
JULIO AURELIO  
ARESCO



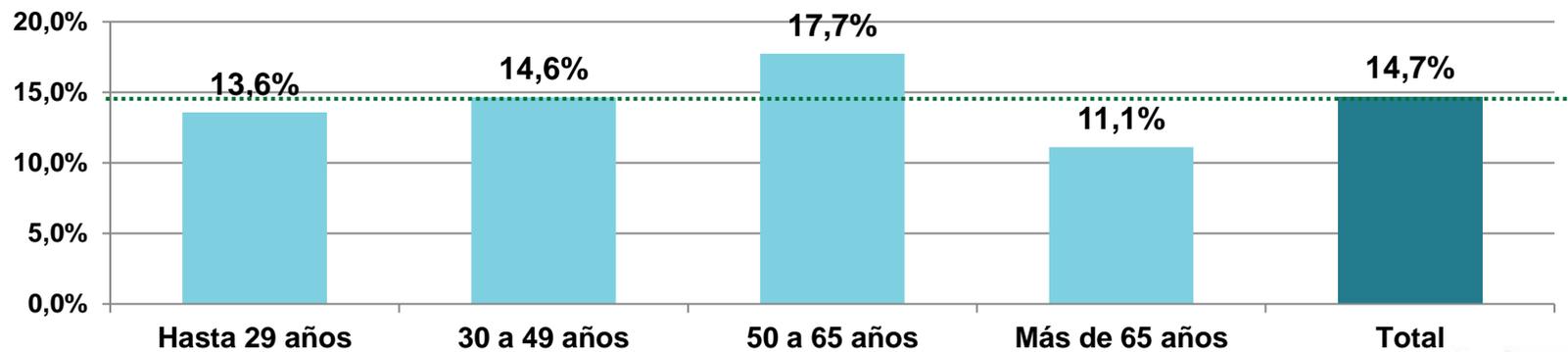
## Internet: Principal actividad online – Selección

Según Edad

### Redes Sociales

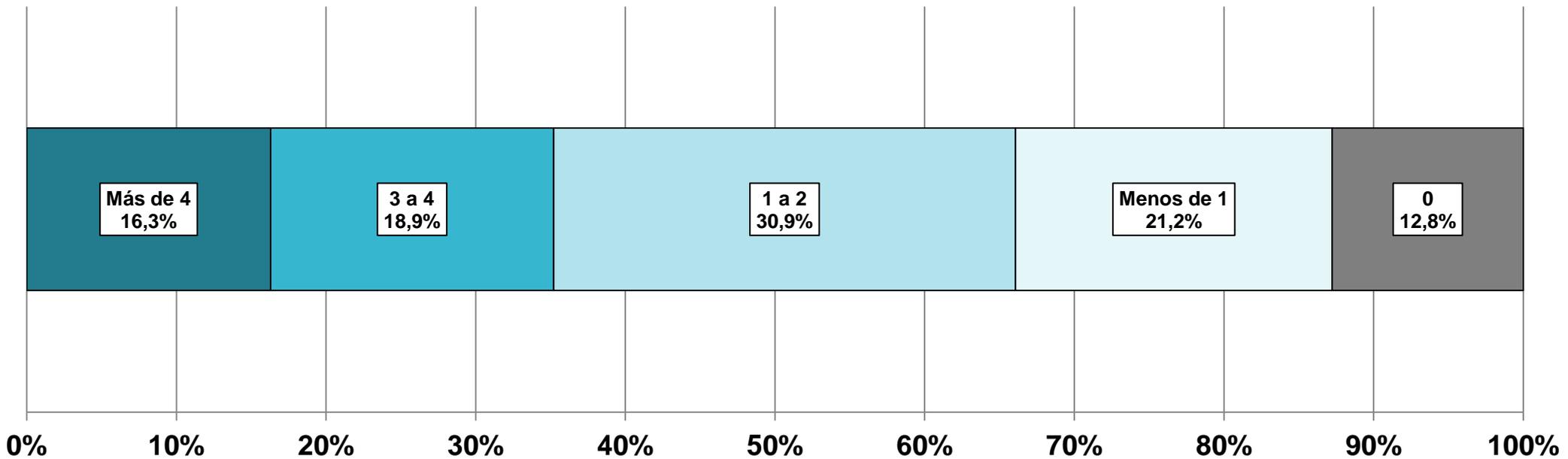


### Leer diarios/ revistas





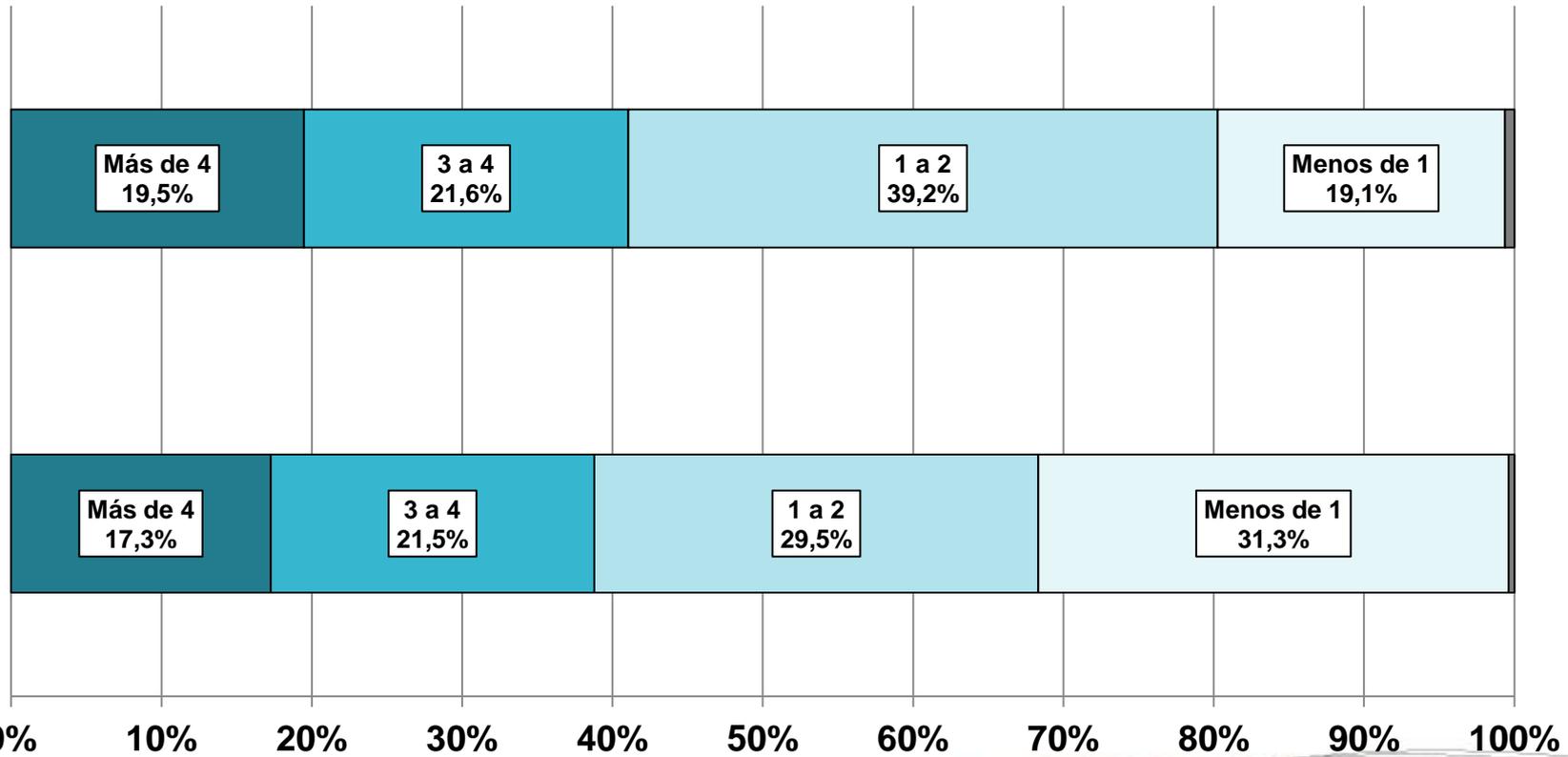
## Internet: Duración de navegación (Expresado en horas por día)





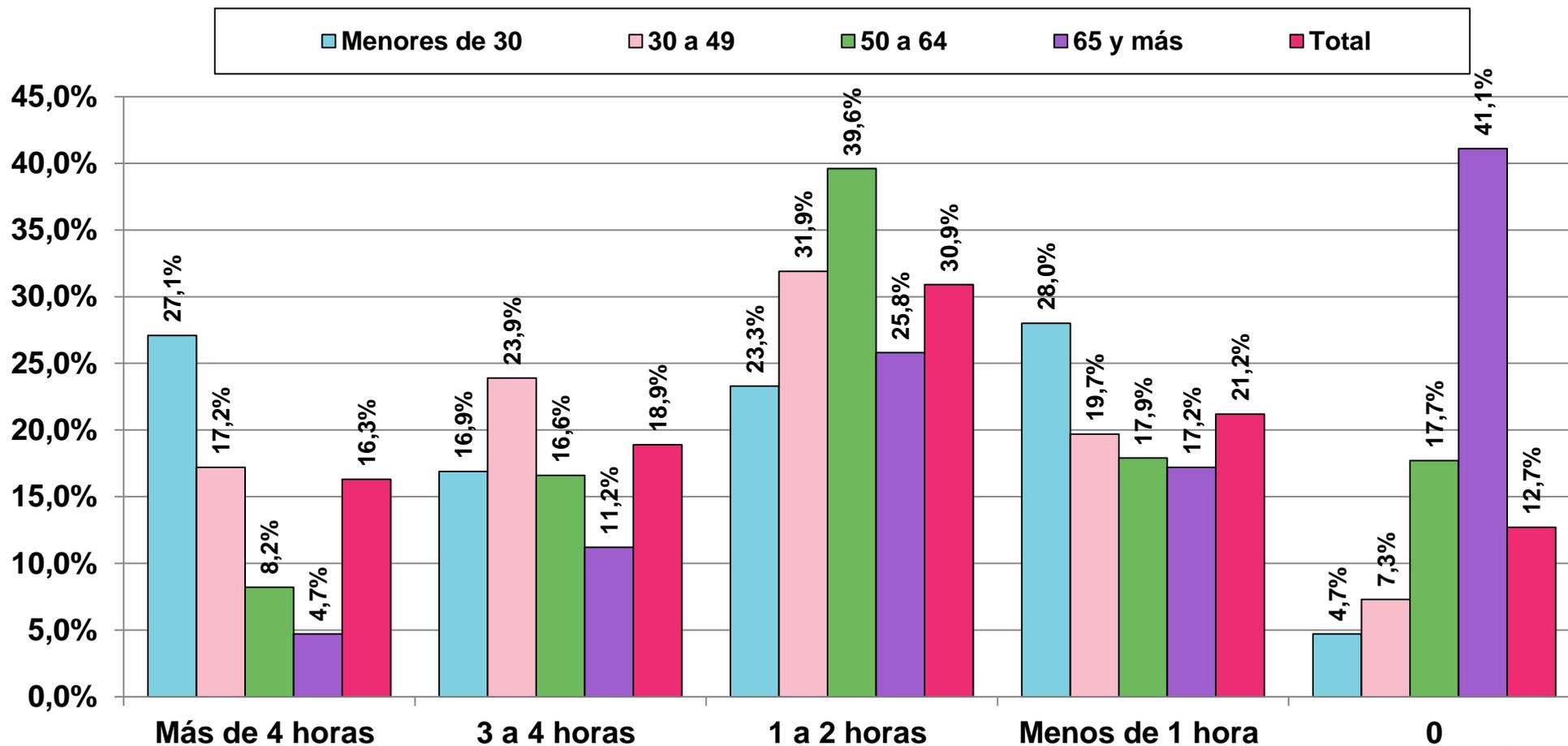
## Internet: Duración de navegación

Según dispositivo: PC o Móvil





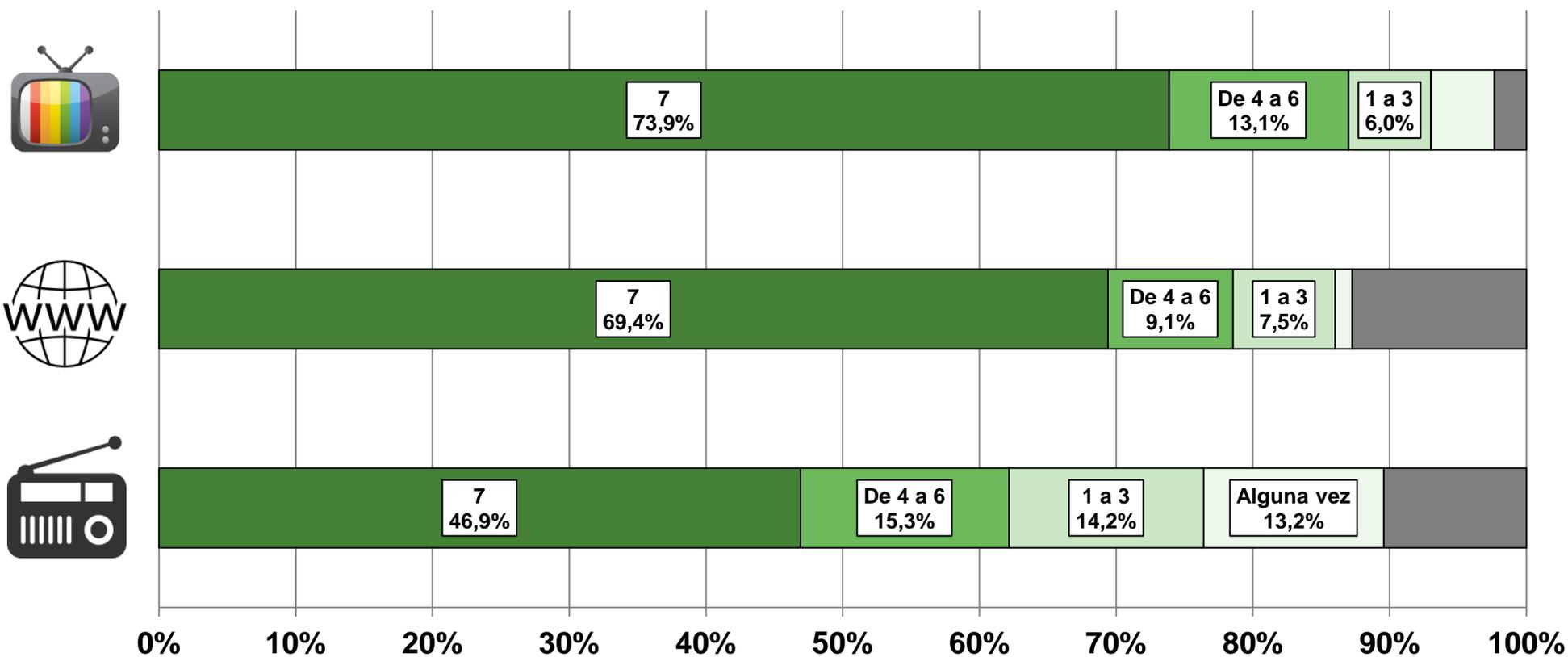
## Internet: Duración de navegación Según Edad





## COMPARATIVO: Frecuencia de consumo de medios audiovisuales

(Expresado en días a la semana)





## Frecuencia Global de Consumo de Medios



Para medir la Frecuencia Global de Consumo de Medios reagrupamos las frecuencias de consumo individuales según el siguiente criterio:

-4 o más días a la semana equivale a frecuencia Alta

-1 a 3 días a la semana equivale a frecuencia Media

-Ocasionalmente o no consume equivale a frecuencia Baja o Nula

De la interrelación de las tres variables obtenemos la Frecuencia Global

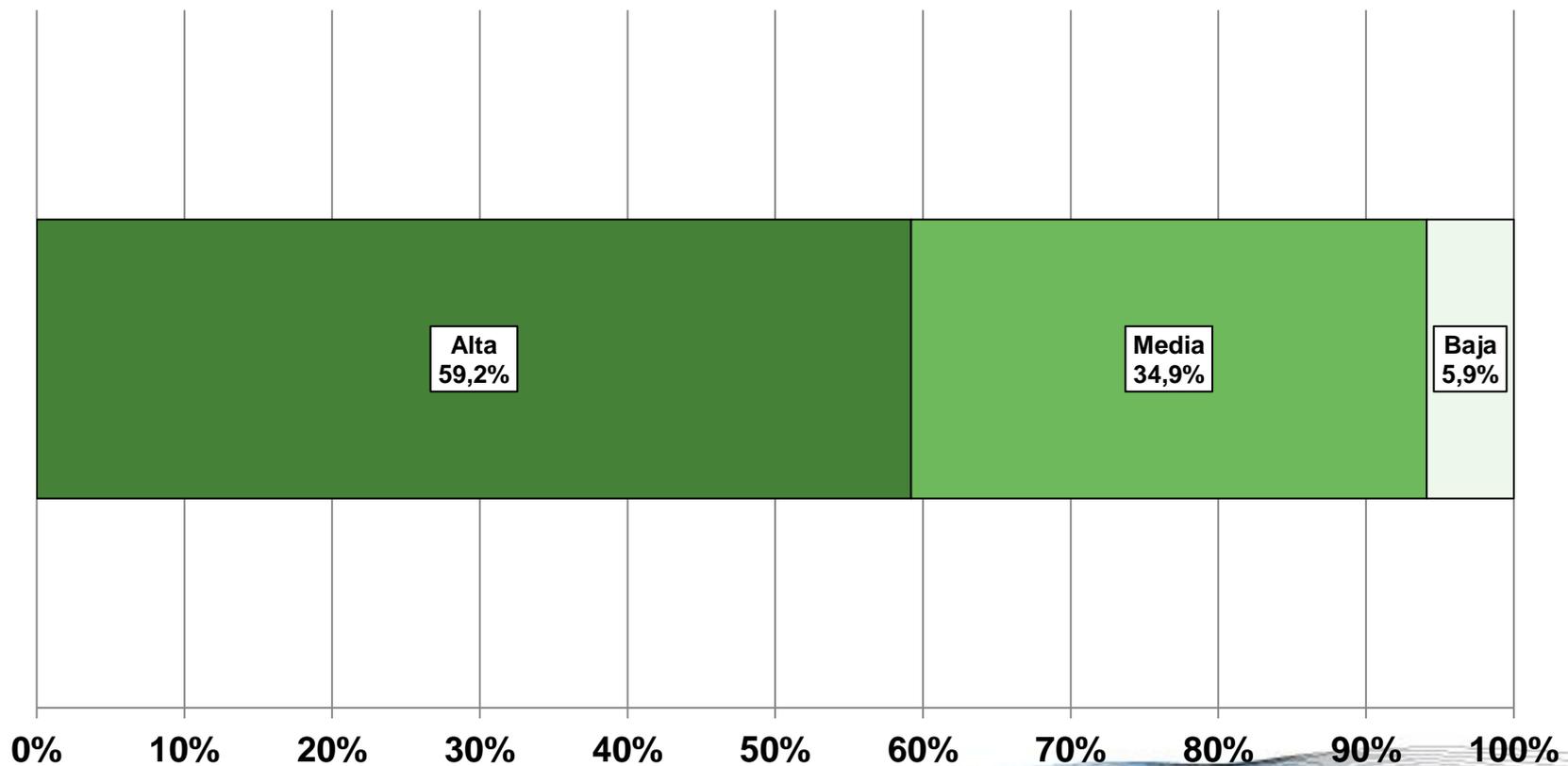
		INTERNET								
		Alta			Media			Baja/Nula		
		TV								
		Alta	Media	Baja/Nula	Alta	Media	Baja/Nula	Alta	Media	Baja/Nula
RADIO	Alta	Alta	Alta	Media	Alta	Media	Media	Alta	Media	Baja/Nula
	Media	Alta	Media	Media	Media	Media	Media	Alta	Media	Baja/Nula
	Baja/Nula	Media	Media	Baja/Nula	Media	Media	Baja/Nula	Baja/Nula	Baja/Nula	Baja/Nula





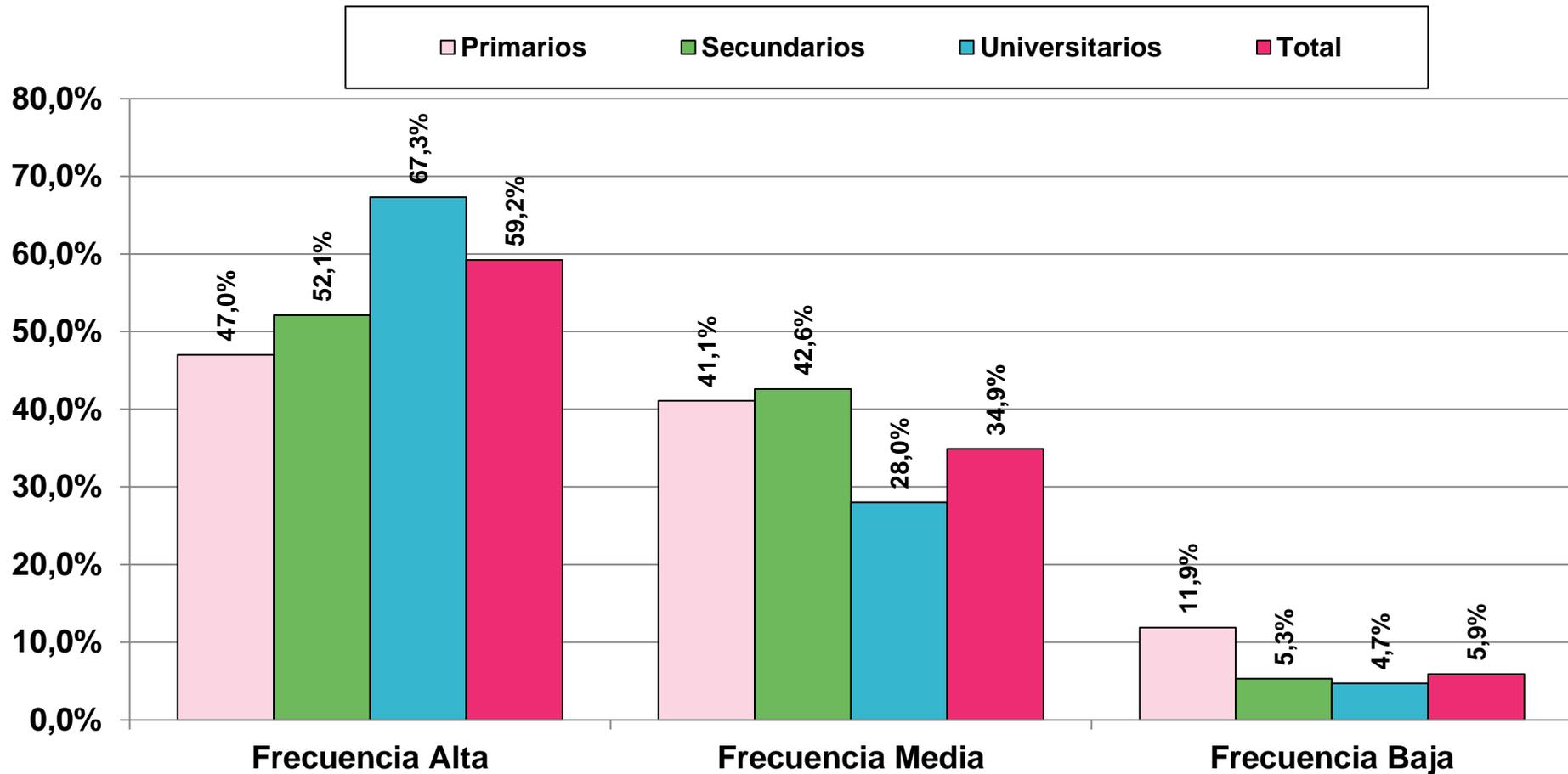
## Frecuencia Global de Consumo de Medios

**Frecuencia  
Global de  
Consumo de  
Medios**



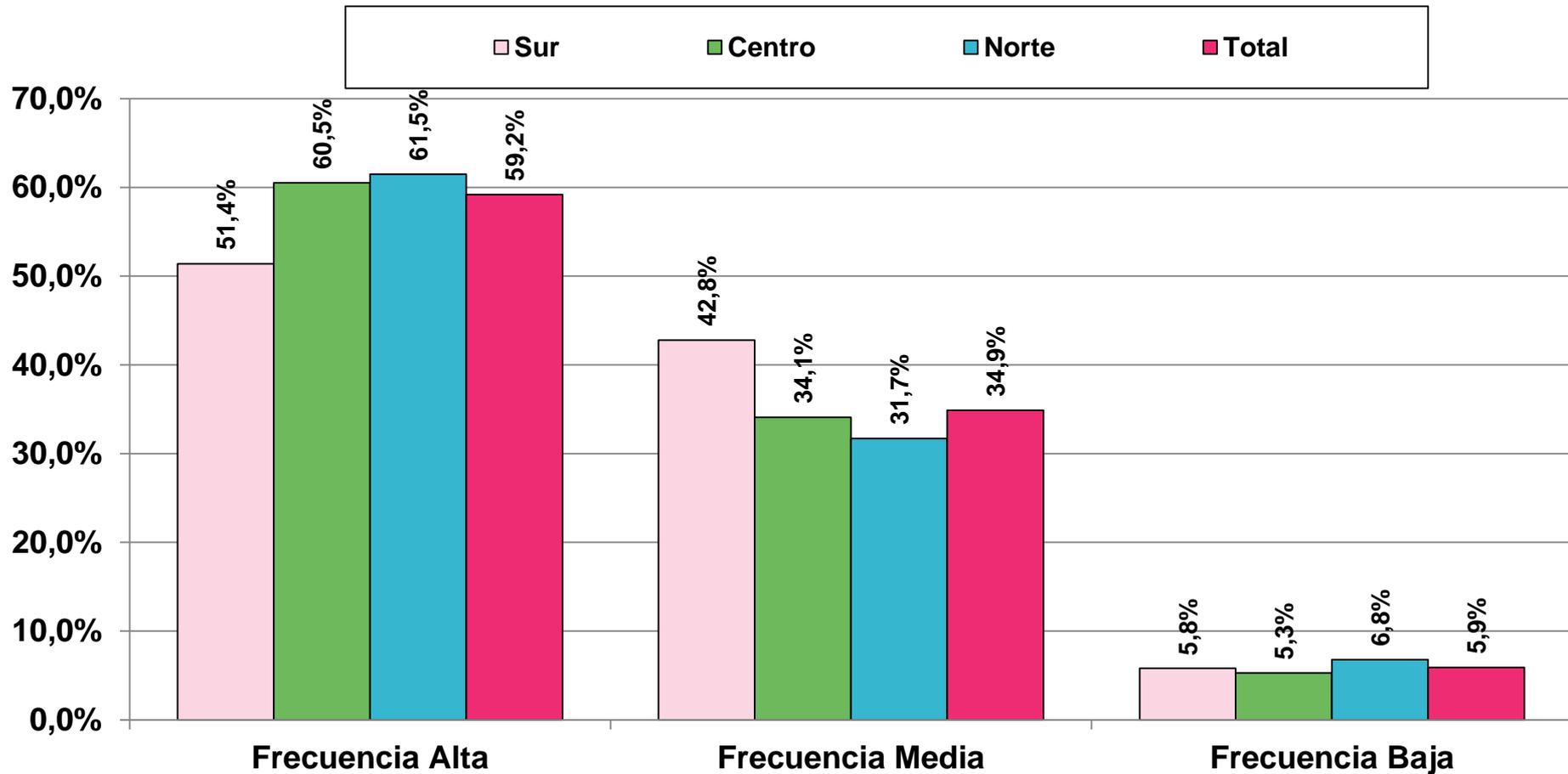


## Frecuencia Global de Consumo de Medios Según Nivel Educativo



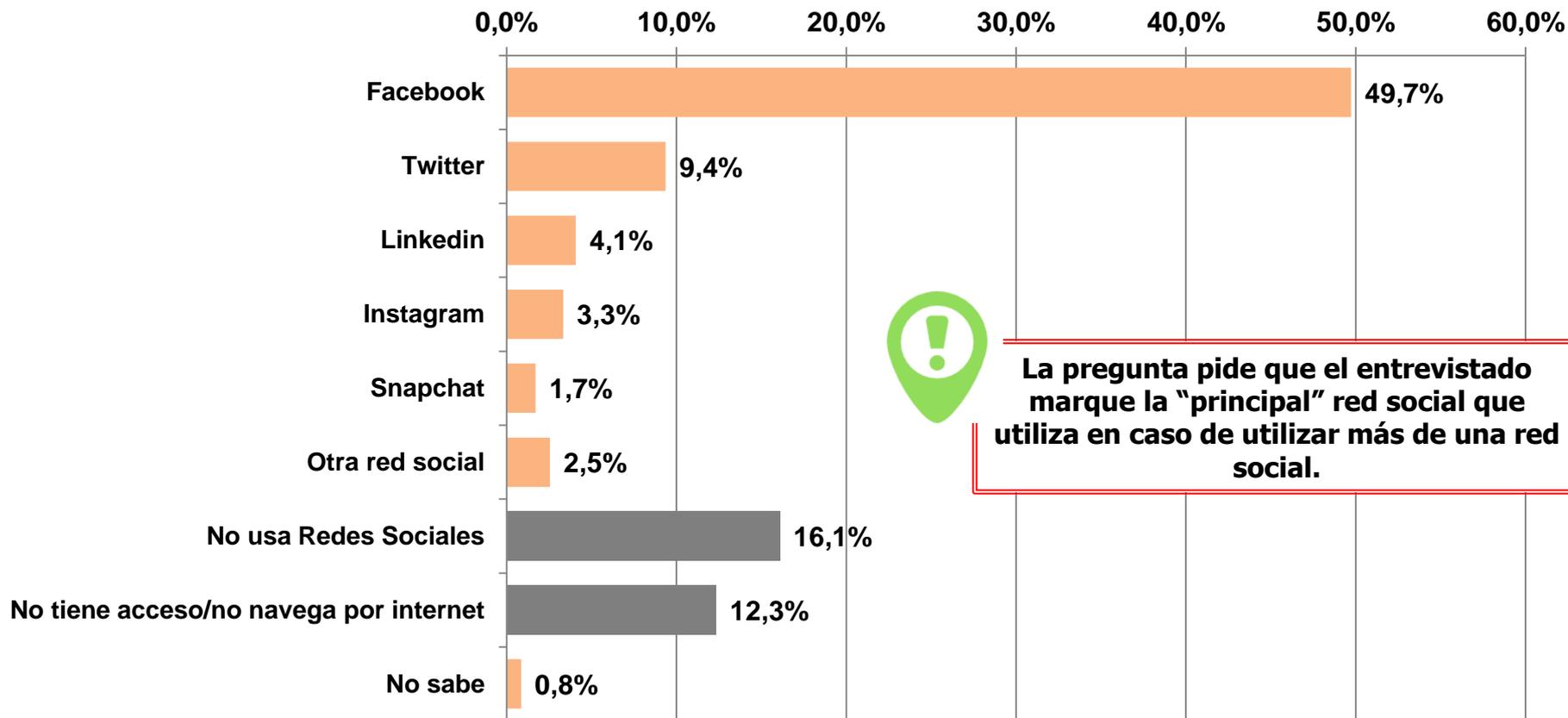


## Frecuencia Global de Consumo de Medios Según Zona





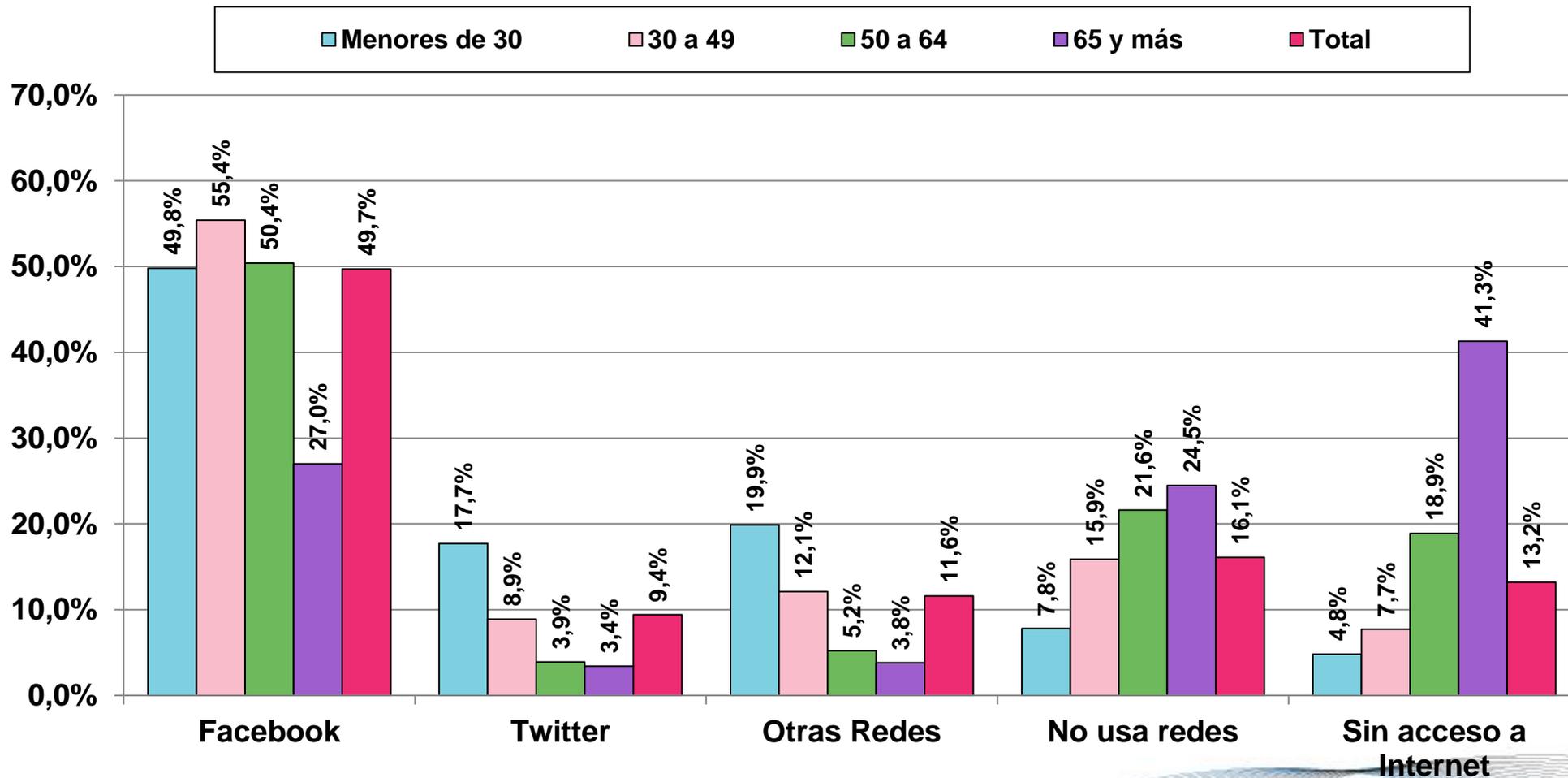
## Redes Sociales: Principal red en la que tiene perfil personal





## Redes Sociales: Principal red en la que tiene perfil personal

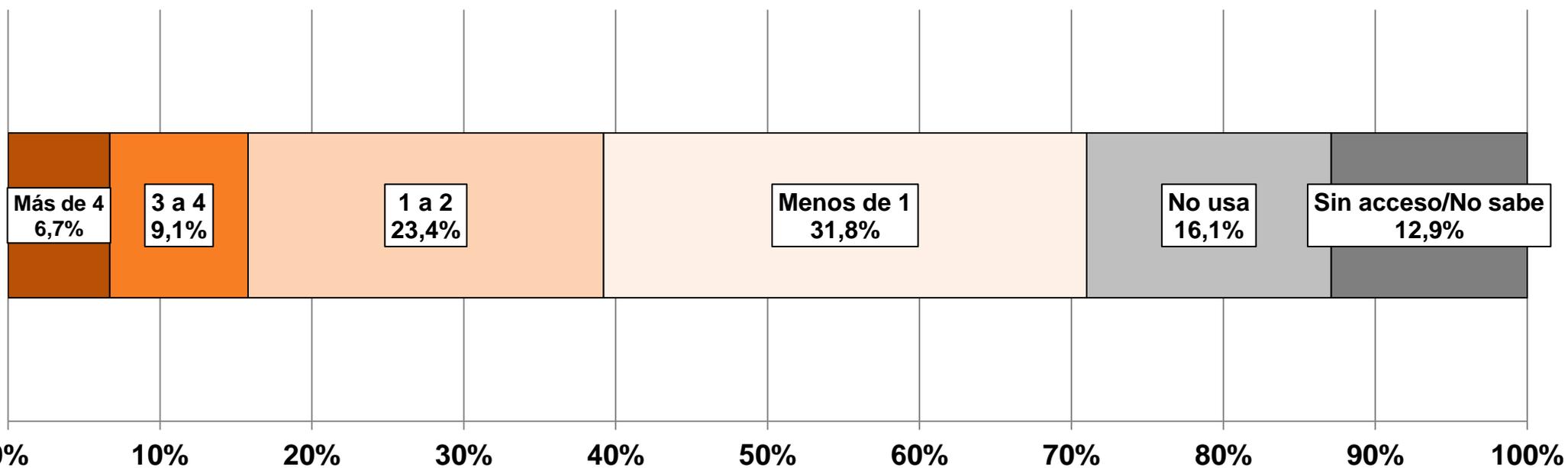
Según Edad





## Redes Sociales: Duración de navegación

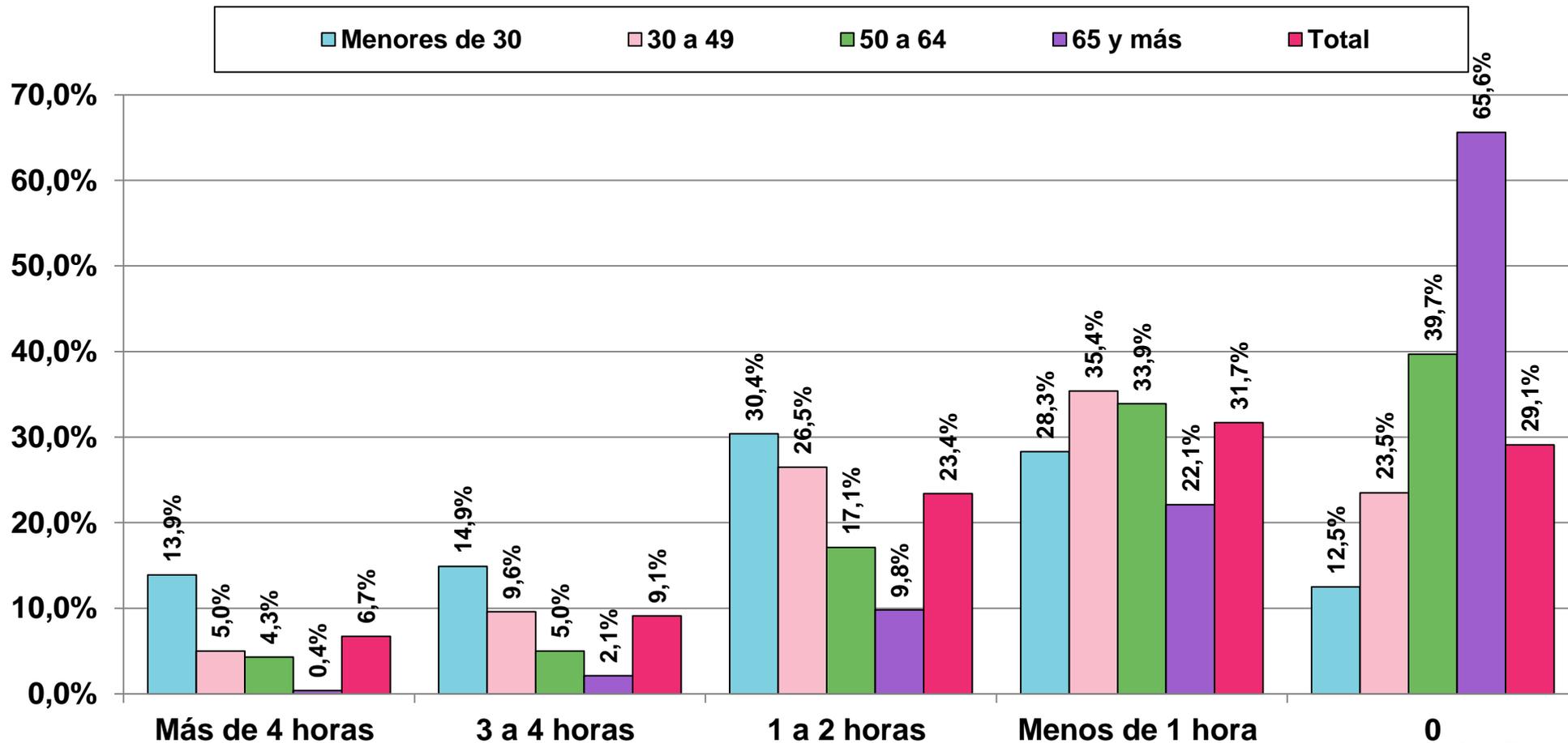
(Expresado en horas por día)





## Redes Sociales: Duración de navegación

Según Edad

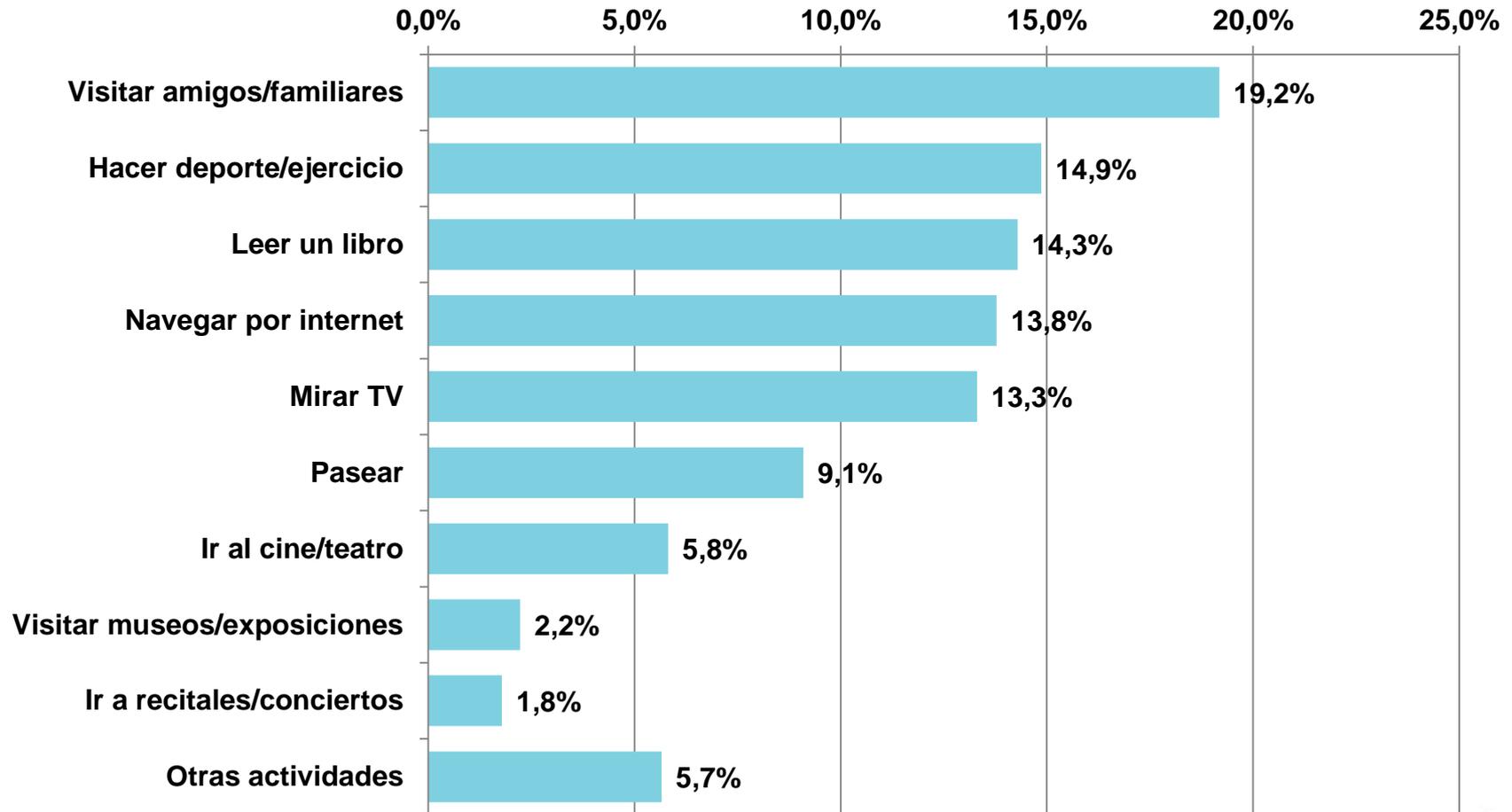


## OCIO Y PRESUPUESTO



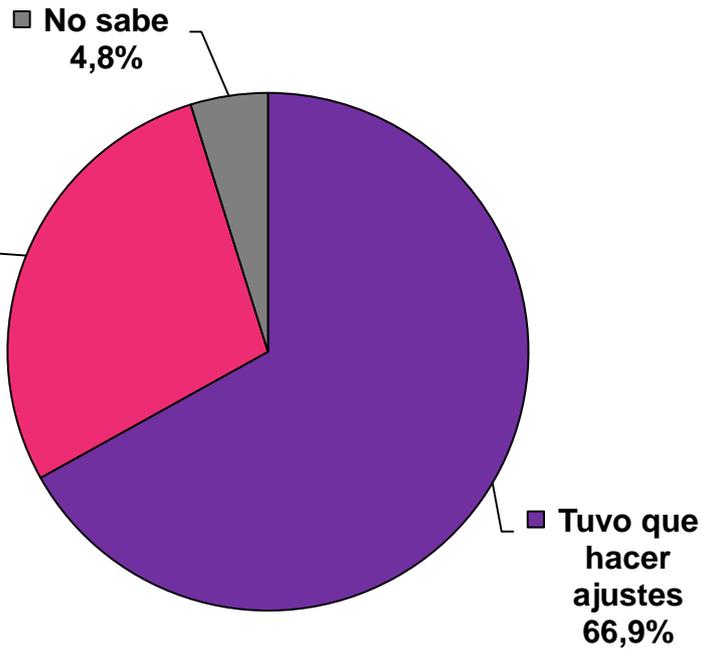


## OCIO: Actividad más realizada en tiempos libres

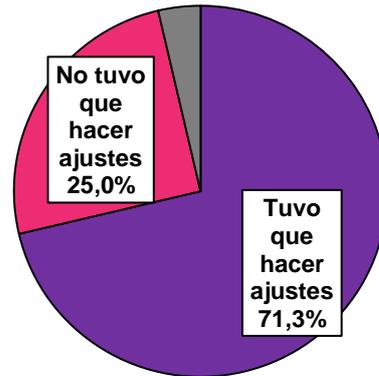




## PRESUPUESTO DEDICADO A CULTURA: Necesidad de ajuste en últimos meses



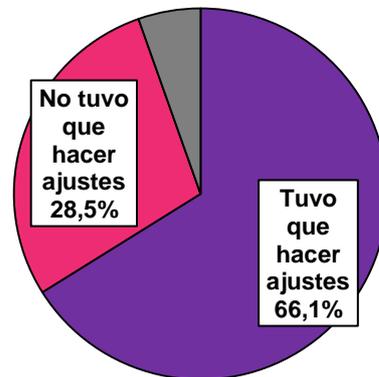
### Hasta 29 años



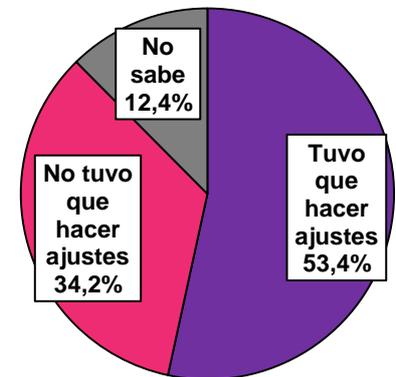
### 30 a 49 años



### 50 a 65 años



### Más de 65 años



## CONCLUSIONES OPERATIVAS:

### Consumo de Medios:

- ❖ La frecuencia de consumo mediático es elevada ya sea en TV, Radio o Internet. 74% de los porteños afirma que ve televisión todos los días y un 62% escucha radio 4 o más días a la semana. Por su parte, el 70% se conecta a internet los 7 días de la semana.
- ❖ 53% escucha al menos 1 hora al día la radio; el tipo de frecuencia es indistinta a niveles generales, pero a medida que aumenta la edad, la radio AM se establece como preferida por sobre la FM. El 44% de los porteños señala que el tipo de programa que más escucha son los *informativos*. El único segmento etario en el que predomina otro tipo de programa es entre los menores de 30 años, donde los *musicales* son los más escuchados.
- ❖ 69,6% de los encuestados afirman mirar la TV más de una hora al día. El 40% dice mirar entre 1 y 2 horas diarias.
- ❖ Casi el 90% de los porteños tiene acceso a Internet. La PC es el principal dispositivo de acceso para el 51,3% mientras que los dispositivos móviles (smartphone o tablet) lo son para 36,3%. El acceso a la red mediante dispositivos móviles es el prioritario entre los menores de 30 años y decrece a medida que aumenta la edad.
- ❖ La principal actividad *online* es usar redes sociales (20%), seguida de leer diarios o revistas y estudiar o trabajar (ambas categorías con un 14,7%).
- ❖ A la hora de señalar la principal red social que utiliza, el 50% de los porteños señala Facebook, y en un lejano segundo lugar, Twitter (casi 10%).

## CONCLUSIONES OPERATIVAS:

### Consumos Culturales:

- ❖ **69%** de los entrevistados afirma haber leído al menos **1 libro** en los últimos 6 meses. Los géneros más leídos por los porteños son las *novelas* (24%) y los *políticos/periodísticos* (15,2%).
- ❖ De las actividades culturales relevadas, el Cine es la preferida de los porteños, seguida por la visita a museos, exposiciones o centros culturales. Completan la lista el teatro y los recitales/conciertos.
- ❖ Alrededor del **40%** de los porteños concurrió al menos **2 veces** al cine en los últimos 6 meses. Un **23,9%** dice no haber concurrido. Comedias, dramas y películas de acción son los géneros más vistos por los entrevistados.
- ❖ **32,1%** de los entrevistados afirman haber concurrido al menos dos veces en los últimos 6 meses a museos, centros culturales o exposiciones. Por su parte alrededor del **50%** asistió al menos una vez a teatros y a recitales.

# Ficha técnica

- ▶ **Ámbito geográfico: Ciudad Autónoma de Buenos Aires**
- ▶ **Universo: Población mayor de 16 años en condiciones de votar en el distrito**
- ▶ **Tamaño de la muestra: 2200 casos**
- ▶ **Error estadístico global: +/- 2,13%**
- ▶ **Nivel de significación: 95.45%**
- ▶ **Instrumento de recolección de datos: Cuestionario estructurado autoadministrado**
- ▶ **Diseño muestral: Probabilístico con selección de la unidad final al azar simple**
- ▶ **Fecha de realización: Julio 2016**

<http://www.aresco.com>