



Tendencias y consumos digitales en Argentina

2023

Ficha técnica

Asesores metodológicos Fundación COLSECOR

Mario Riorda, Griselda Ibaña y Martín Becerra

Universo: mayores de 16 años residentes en la República Argentina

Instrumento: cuestionario estructurado

Técnica de recolección: CAWI

Reclutamiento: *on-line* mediante puntos muestra geolocalizados

Muestra: ajustada según parámetros poblacionales de sexo, edad, nivel educativo y regiones

Período: 22 de septiembre a 5 de octubre de 2023

Casos efectivos: 1.451

Margen de error: 2,64%

Nivel de confianza: 95,5%

Campo: Proyección Consultores – Dicen Consultora



¿Qué hacen los y las argentinos diariamente en internet?



Los y las jóvenes acceden unánimemente a **redes sociales**, en tanto que las personas adultas acceden más a la **web** en general. También declaran acceder más habitualmente a la web quienes tienen estudios universitarios completos.



Los varones y las personas adultas (en mucha mayor medida que las jóvenes) **ven canales de TV abierta o por cable**, mientras que las mujeres y las personas jóvenes ven más **contenidos audiovisuales por streaming** que los varones y las adultas.



Los varones, las personas de 60 años o más y quienes tienen estudios universitarios completos **escuchan radio AM/FM** (en mayor medida que las mujeres, los y las jóvenes y quienes no tienen estudios superiores).

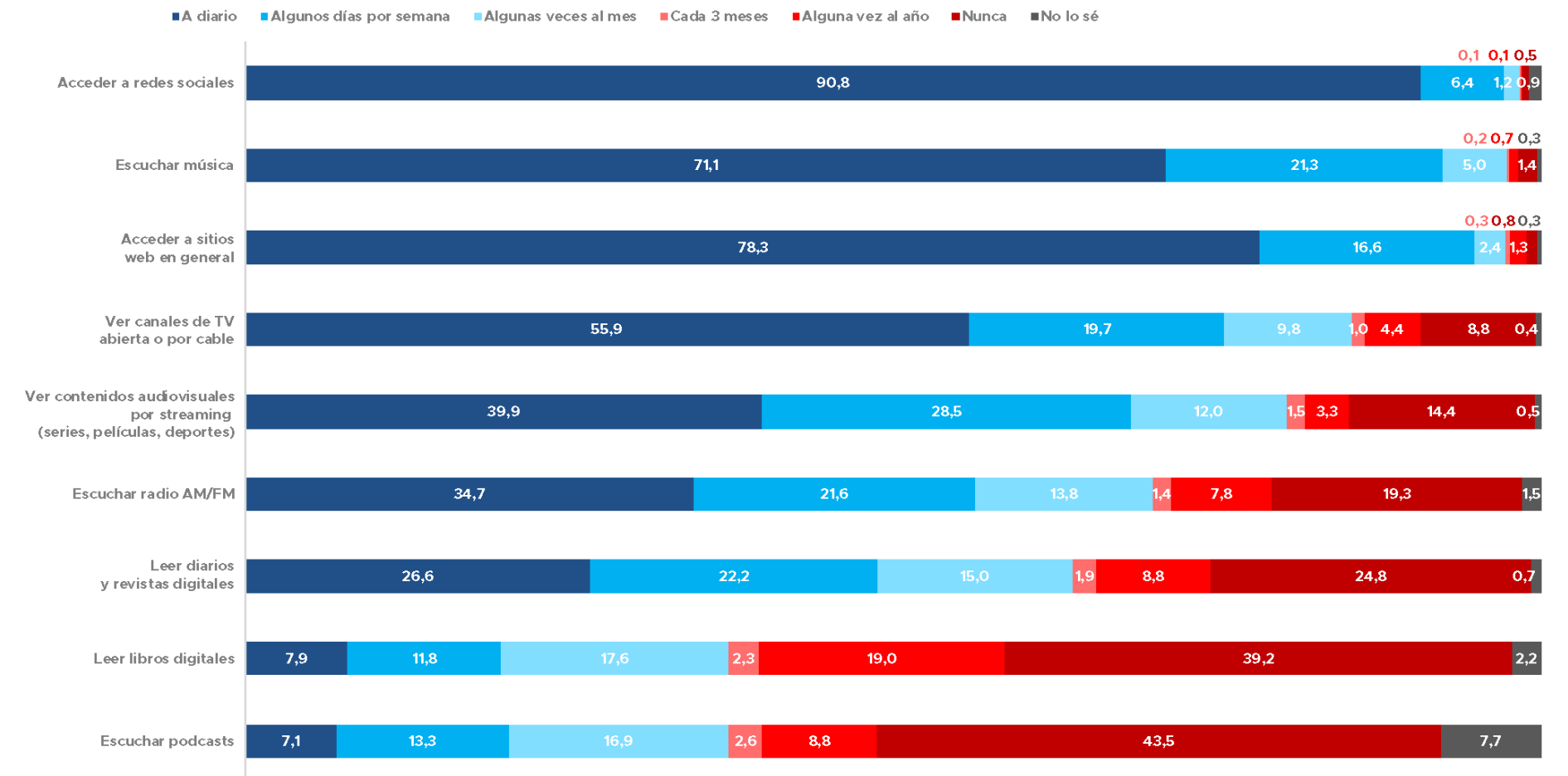


Los varones, los adultos y los universitarios leen más habitualmente **diarios y revistas digitales**.



El 7,9% y el 7,1% lee **libros digitales** o escucha **podcasts** respectivamente a diario. Más de un tercio lee libros o escucha podcasts más ocasionalmente durante el mes.

Hábitos



¿Cuáles redes se consumen más en Argentina?



En jóvenes crece mucho más Instagram.



En personas adultas de más de 60 años mucho más Facebook.



Las mujeres acceden a Facebook e Instagram más que los varones.



El acceso a Instagram decrece conforme crece la edad de las personas consultadas.

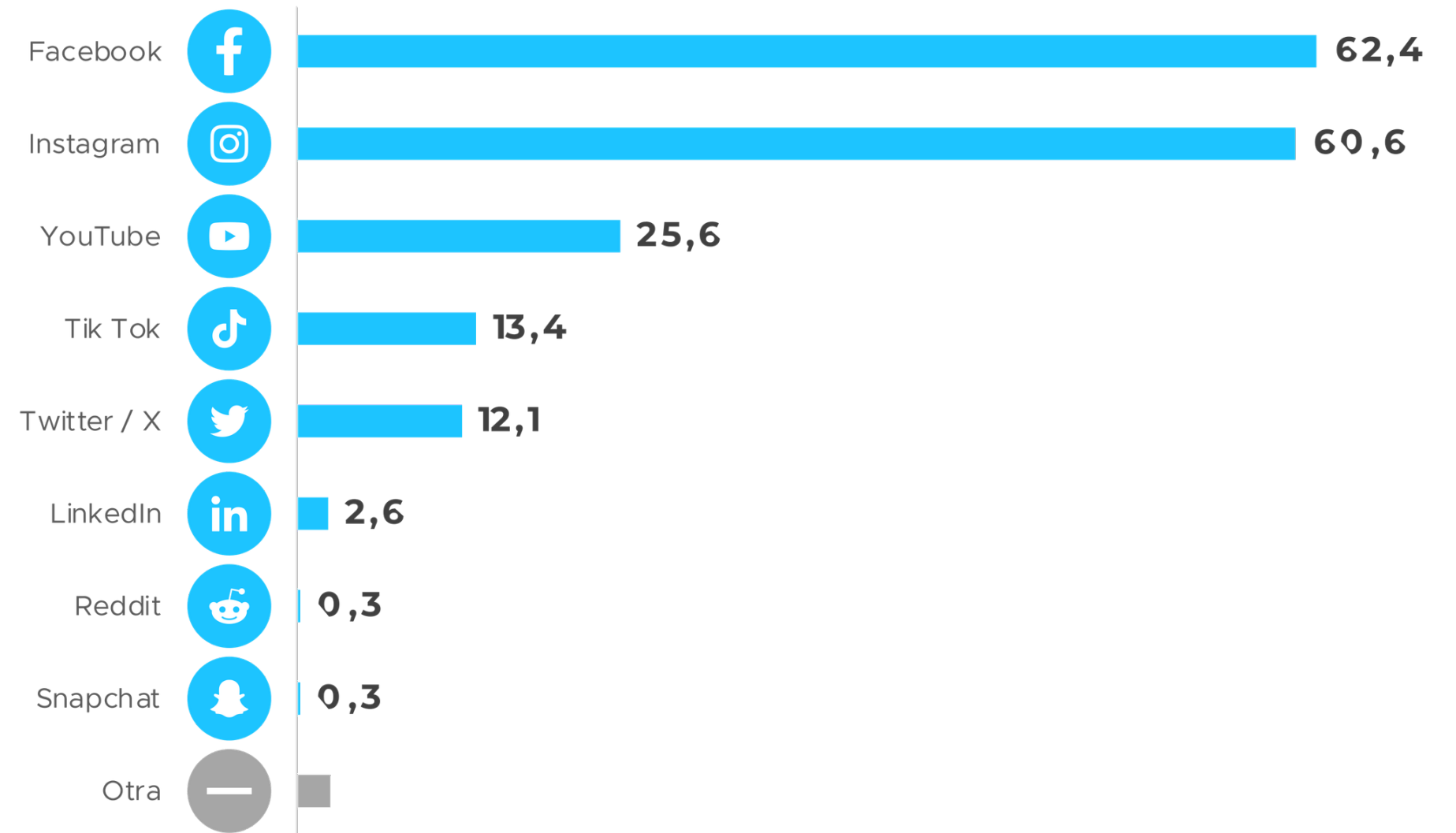


En tik tok el acceso es significativamente más frecuente en jóvenes (tres veces más entre quienes tienen entre 16 y 24 años frente al resto de los grupos etarios).



Prácticamente se duplica en el grupo de personas con menores niveles de estudio.

¿A cuáles redes sociales accedés con más frecuencia? (mencionar hasta 2)



Las redes sociales en Argentina: información y diversión



La primera opción es seleccionada en mayor medida por **quienes están entre los 25 y los 39 años** y quienes **viven en ciudades de más de 100 mil habitantes.**

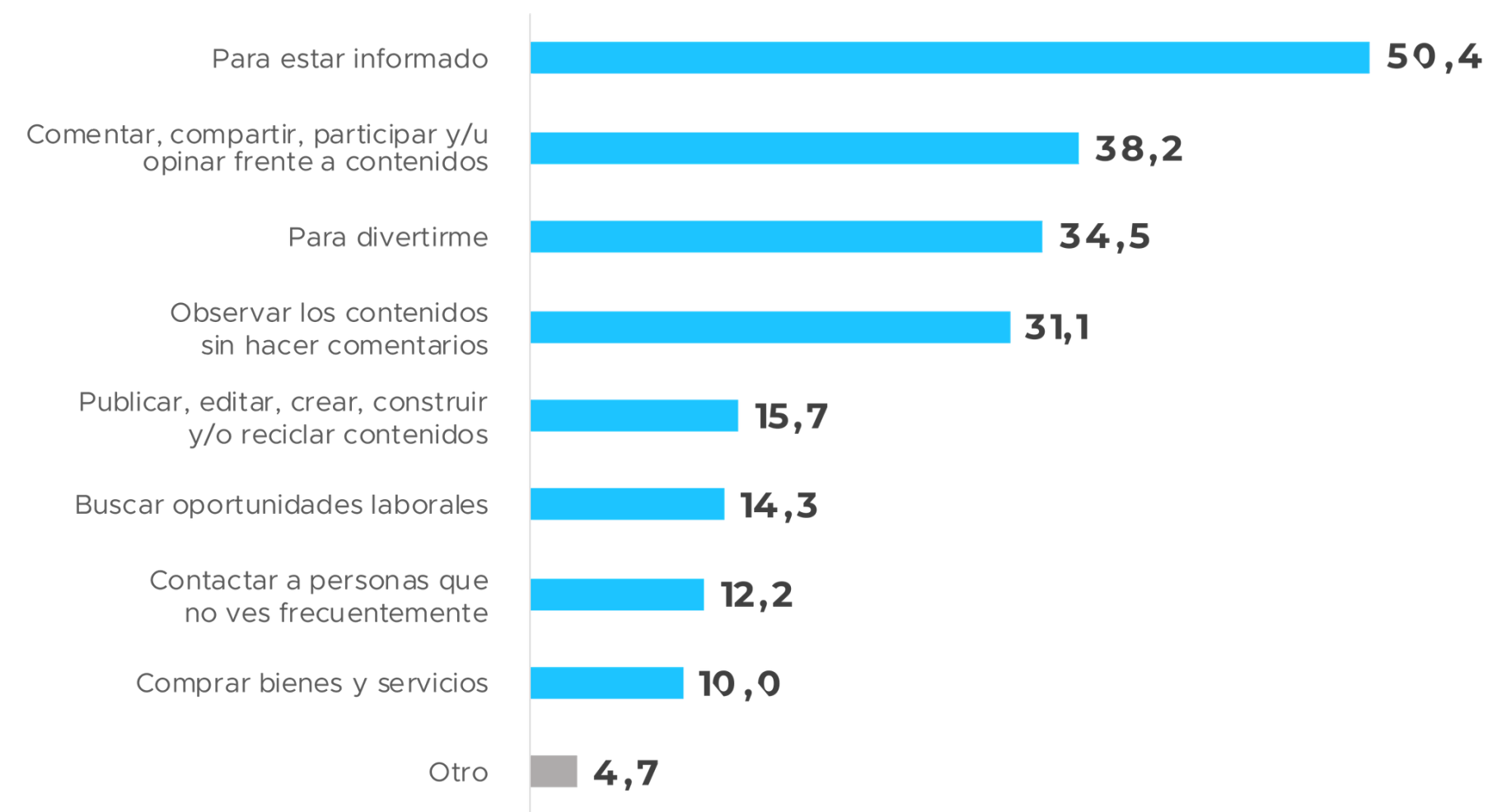


La segunda, por las **personas de 60 años o más.**



La tercera y la cuarta, **por la juventud.**

¿Para qué usás redes sociales?



Mi vida (musical) en el celular

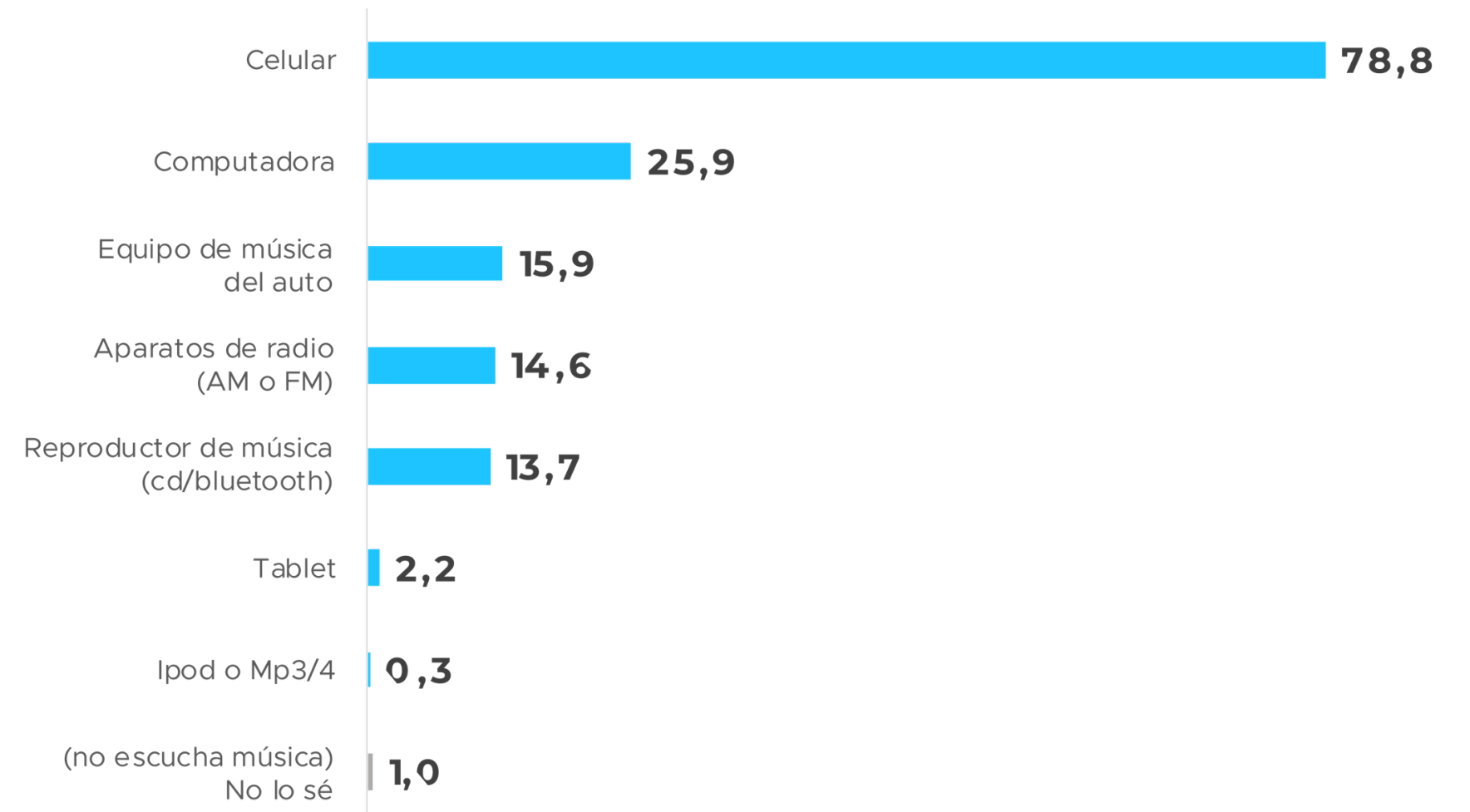


El celular es **más usado por las mujeres**, las personas jóvenes, quienes tienen estudios **terciarios incompletos** y quienes viven en **ciudades grandes**.

La **computadora es más usada por los y las jóvenes** y por quienes tienen **estudios superiores completos**.



¿A través de qué soportes escuchás música, prioritariamente? *(mencionar hasta 2)*



En la radio: música antes que todo



Las **mujeres y las personas jóvenes** escuchan más programas de **música** que **varones y personas adultas**.

Los **programas de actualidad** son preferidos por **personas adultas** y por aquellas con **estudios superiores completos**.

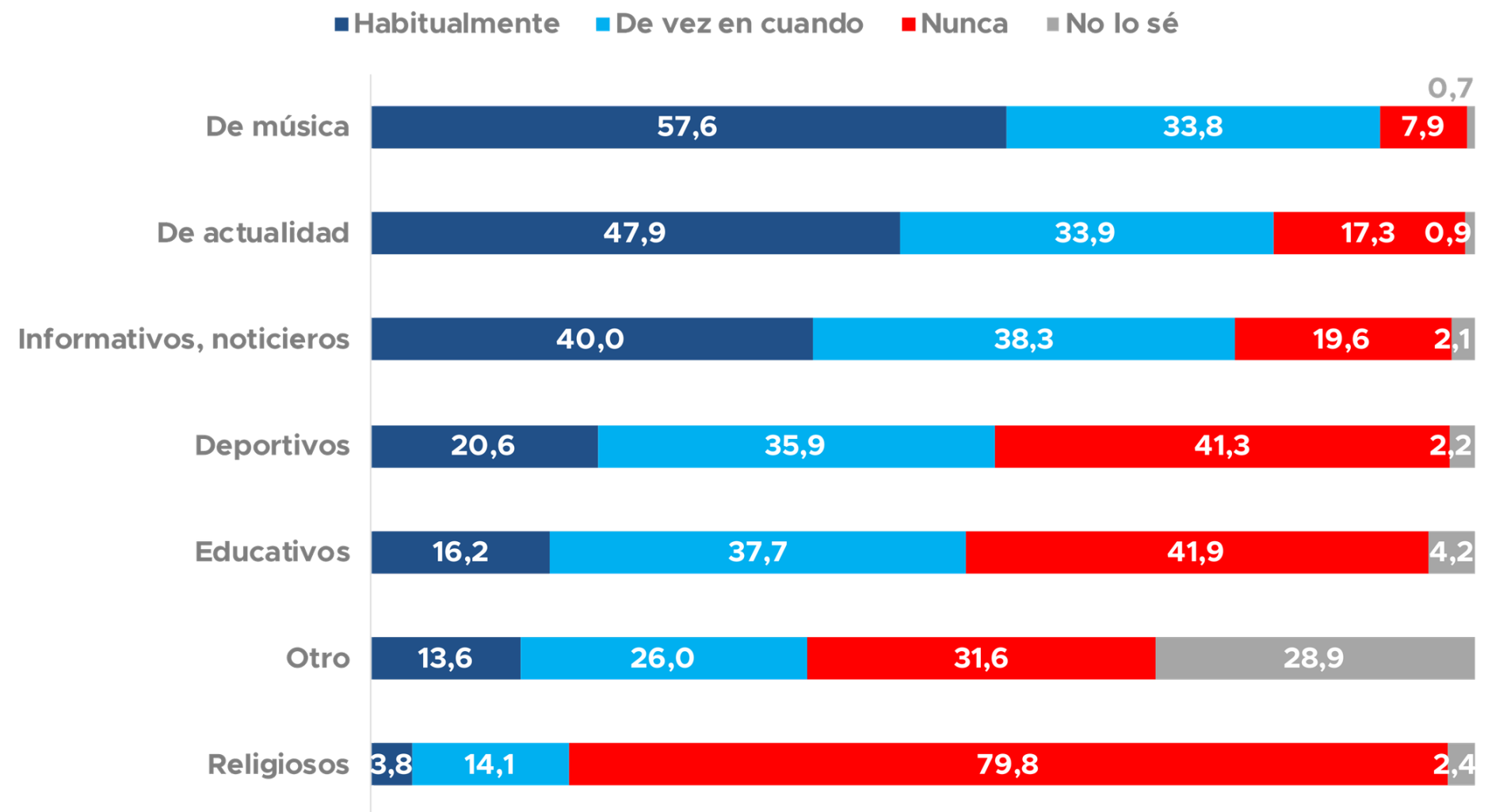


Los **informativos** son más habitualmente escuchados por **varones**, también por **adultos y adultas de 60 años o más**, personas con **estudios universitarios completos** y quienes viven en **ciudades de entre 10 y 35 mil habitantes**.

Los programas deportivos son más escuchados por **varones, adultos** y quienes viven en **localidades de entre 35 y 100 mil habitantes**.



¿Qué escucha en radio y con qué frecuencia?

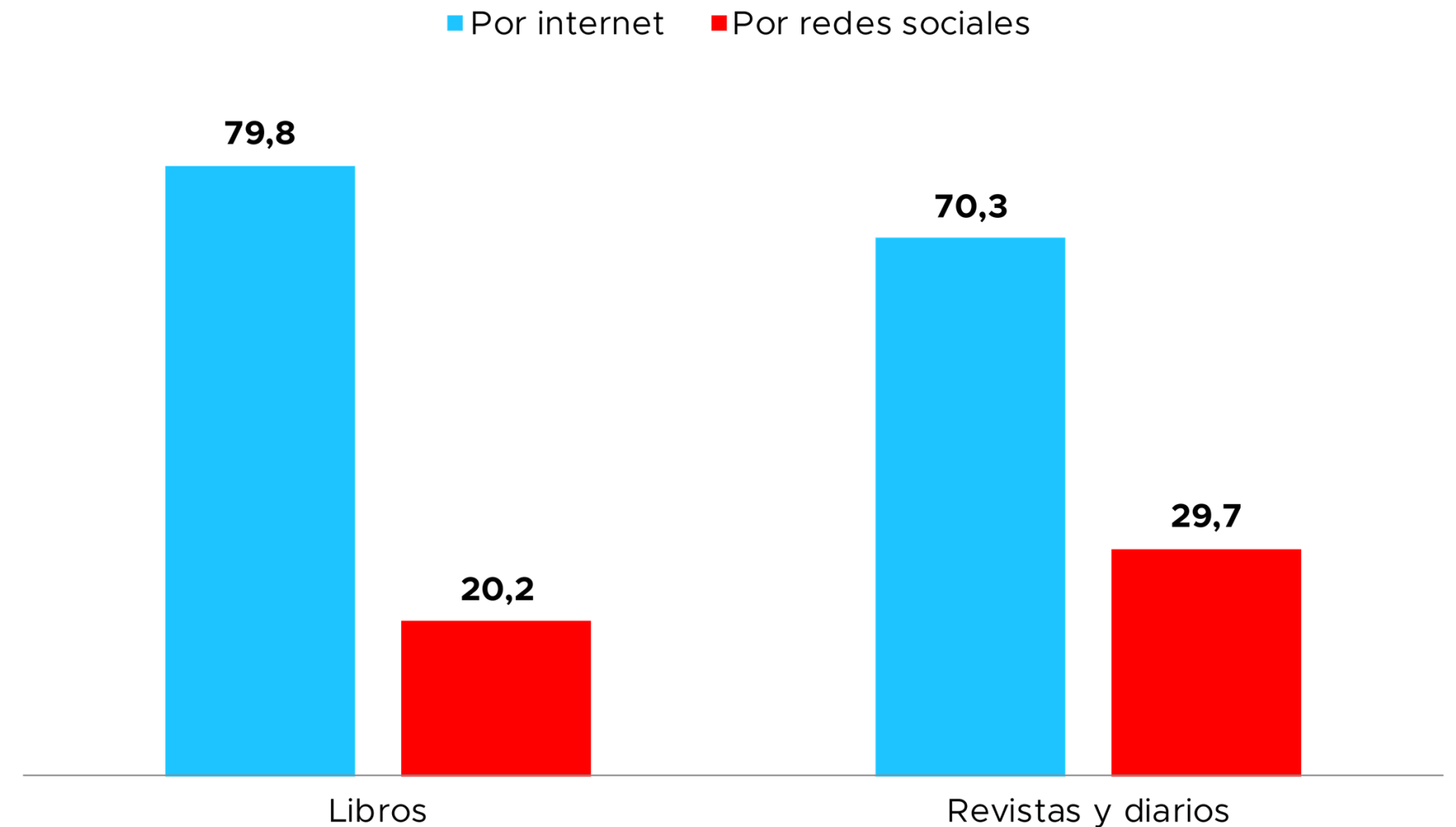


La web es el lugar para leer libros, revistas y diarios



Las personas declaran acceder a **libros por internet** en mucha mayor medida que por redes sociales (**79,8% vs. 20,2%**), también es mayor el acceso a **revistas y diarios** por la web (**70,3%**) que por redes (**29,7%**).

¿A través de qué soportes accedés a la lectura prioritariamente?



A la cabeza del contenido: series y películas



Las **mujeres, las personas adultas** y quienes tienen **estudios universitarios completos** ven más películas y series.

Noticieros e informativos son preferidos más por **varones, personas adultas** y quienes **no completaron los estudios universitarios**.

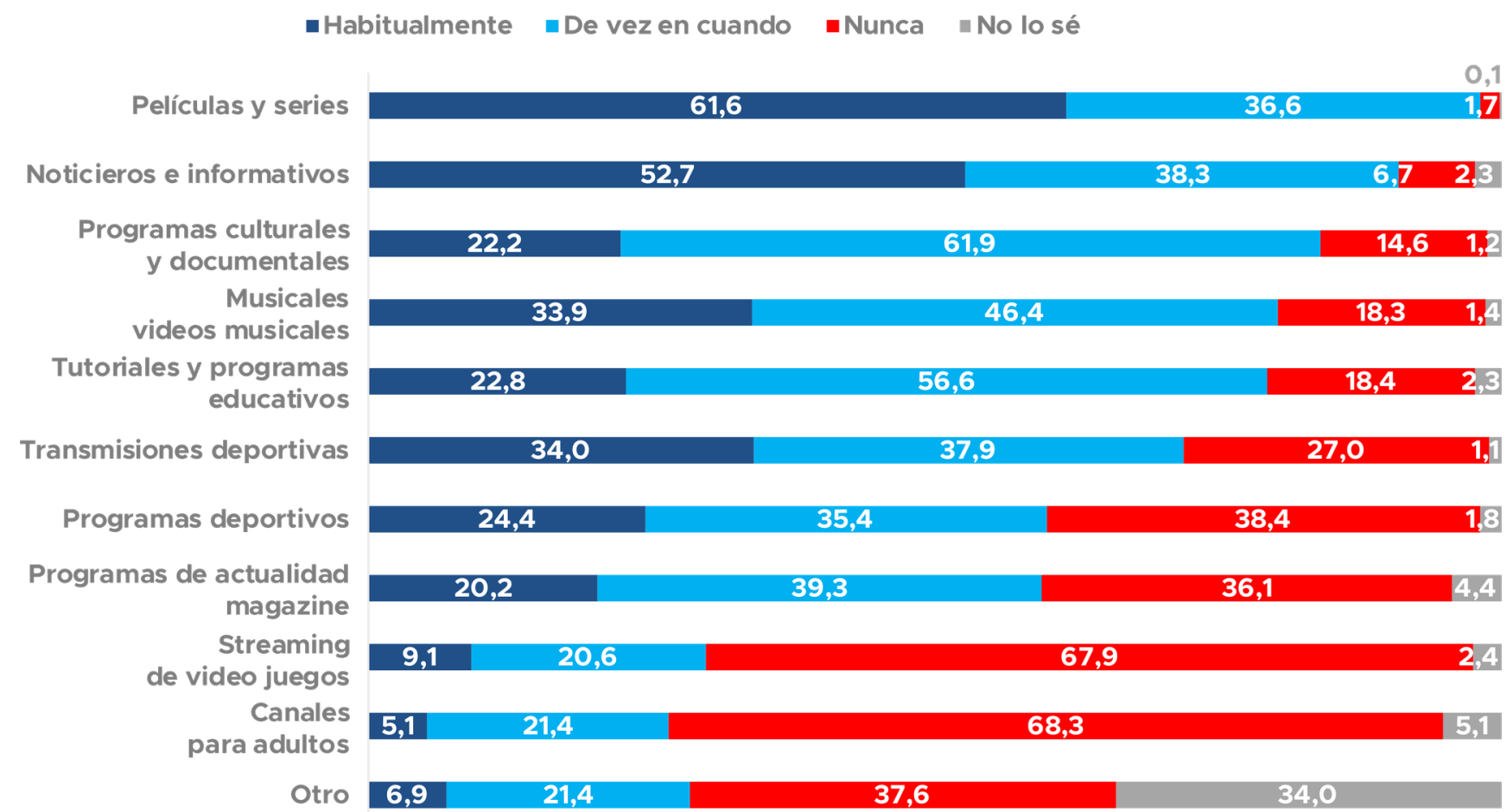


Las **transmisiones deportivas** y los programas deportivos son preferidos, muy mayoritariamente, **por los varones**.

El consumo de *streaming* de videojuegos supera el 55% en el grupo de quienes tienen 16 y 24 años ya sea que su consumo sea a diario o de vez en cuando.



¿Qué contenido audiovisual consumís y con qué frecuencia?



La vida más conectada



Usar mensajería instantánea y correo electrónico y usar redes sociales son las dos principales actividades de las personas encuestadas dicen hacer en internet: 98,6% y 95,5% respectivamente. Otras actividades con alta frecuencia son **compartir, intercambiar o reenviar información** y participar en **grupos de chat** para **socializar o trabajar**.

Estudiar o trabajar y revisar información sobre eventos o pasatiempos son otras dos actividades con muchas menciones, ambas **preferidas por jóvenes**.



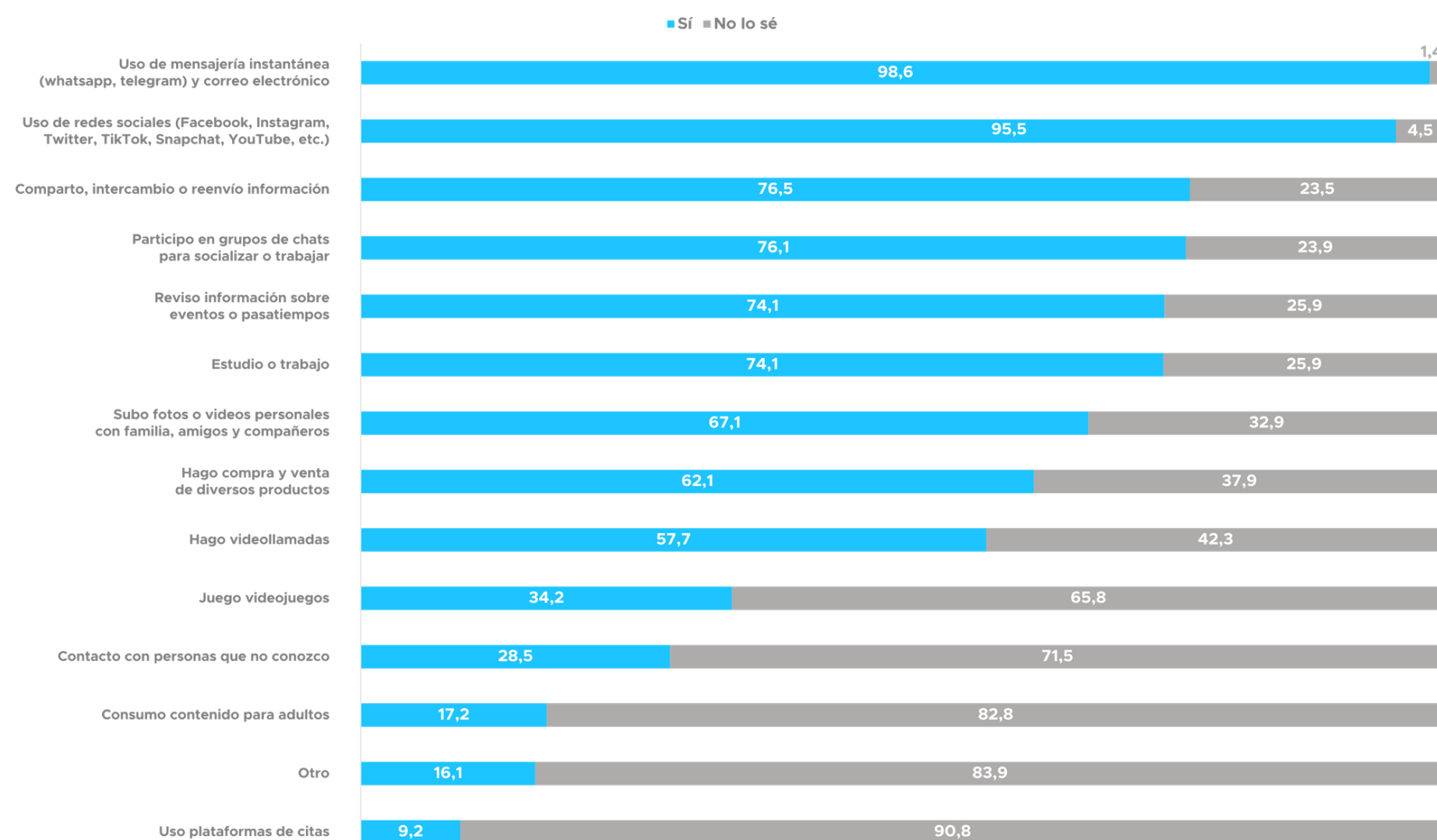
Hacer **videollamadas** es una actividad que realizan más las **mujeres**, quienes tienen **estudios universitarios completos** y quienes viven en **localidades de entre 10 y 35 mil habitantes**.

Usar plataformas de citas es algo que hacen en internet más los **varones**, las **personas jóvenes** y quienes tienen estudios **universitarios incompletos**.



Consumir contenidos para adultos también es una actividad que hacen más los varones, las personas entre 25 y 39 años, quienes no completaron estudios universitarios.

¿Qué hacés en internet?



Ancha banda ancha

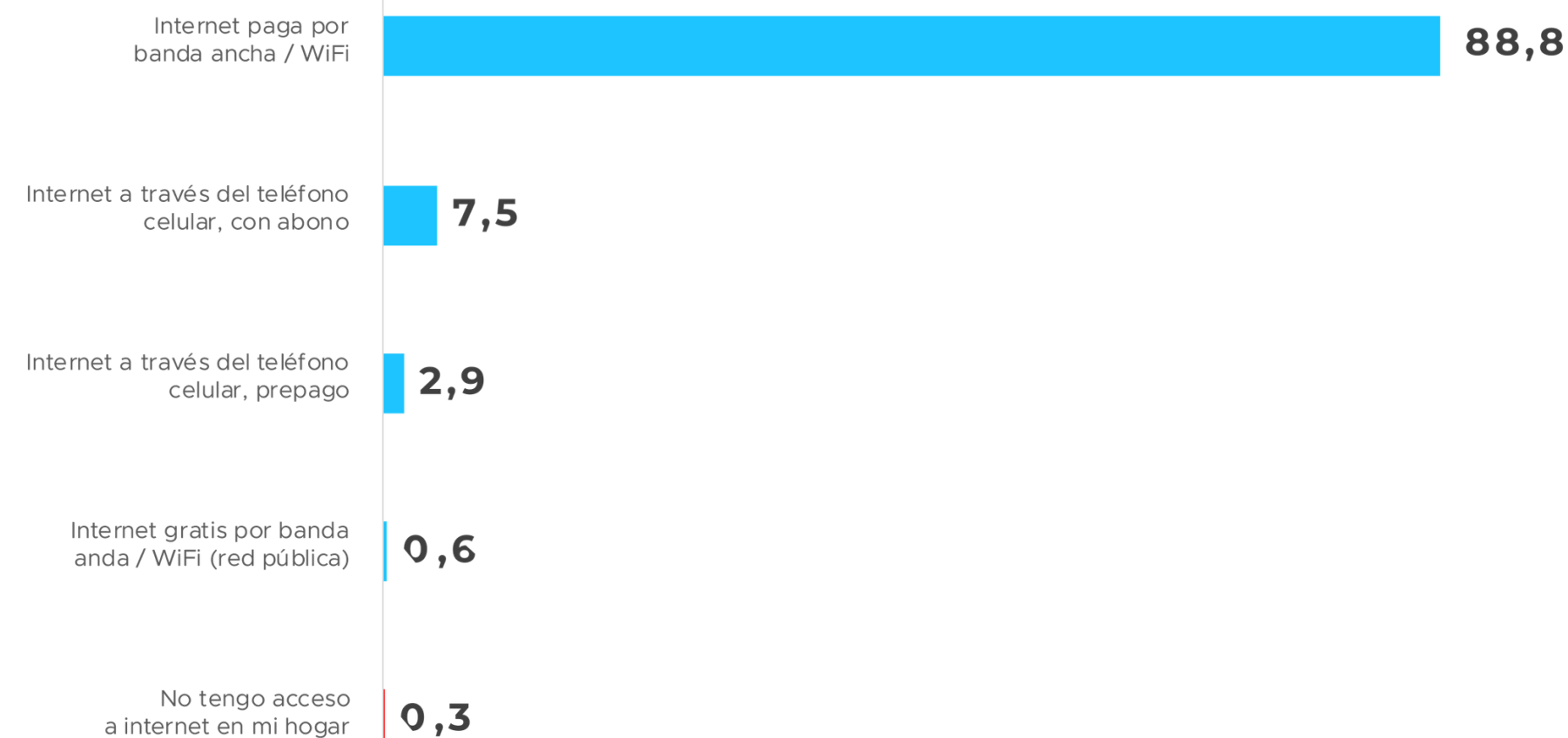


Las personas declaran que el acceso a internet que tienen en su hogar es por **internet pago por banda ancha / WiFi** o **teléfono celular con abono.**



Quienes **viven en localidades de entre 10 y 35 mil habitantes** son quienes declaran **no tener acceso a internet en su hogar en mayor medida.**

Principalmente, ¿qué tipo de acceso a internet tenés en tu hogar?



El reinado de Netflix



Netflix



Youtube



Star+



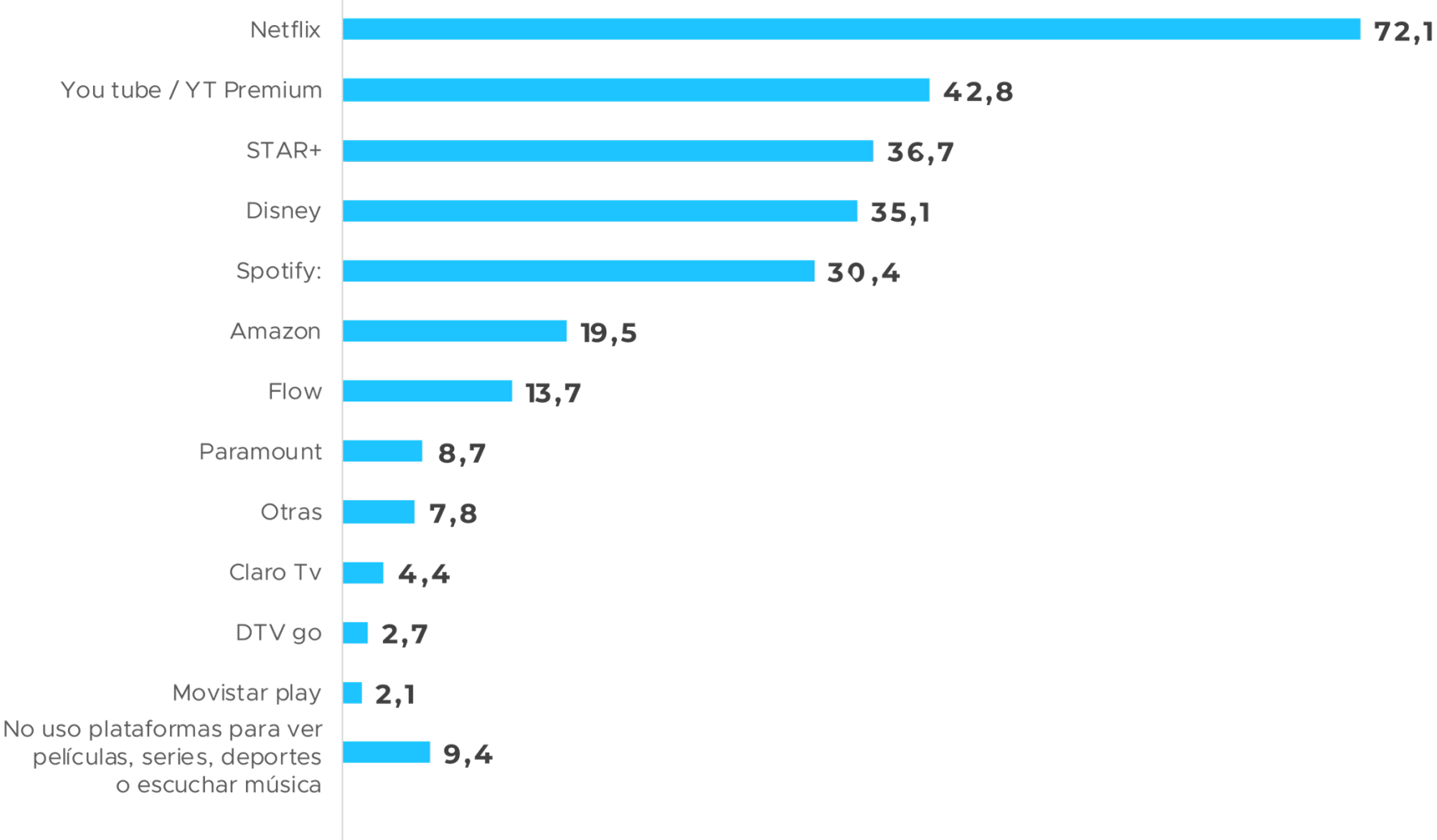
Disney+

La plataforma más usada, paga o gratuita, para ver series, películas, deportes o escuchar música es **Netflix**, le sigue **YouTube** y en tercer lugar **Star+**, aunque con poco margen de diferencia con **Disney+**.



El 9,4% de los consultados dijo no usar plataformas.

¿Usás plataformas pagas o gratuitas para ver películas, series, deportes o escuchar música?
¿Cuáles?



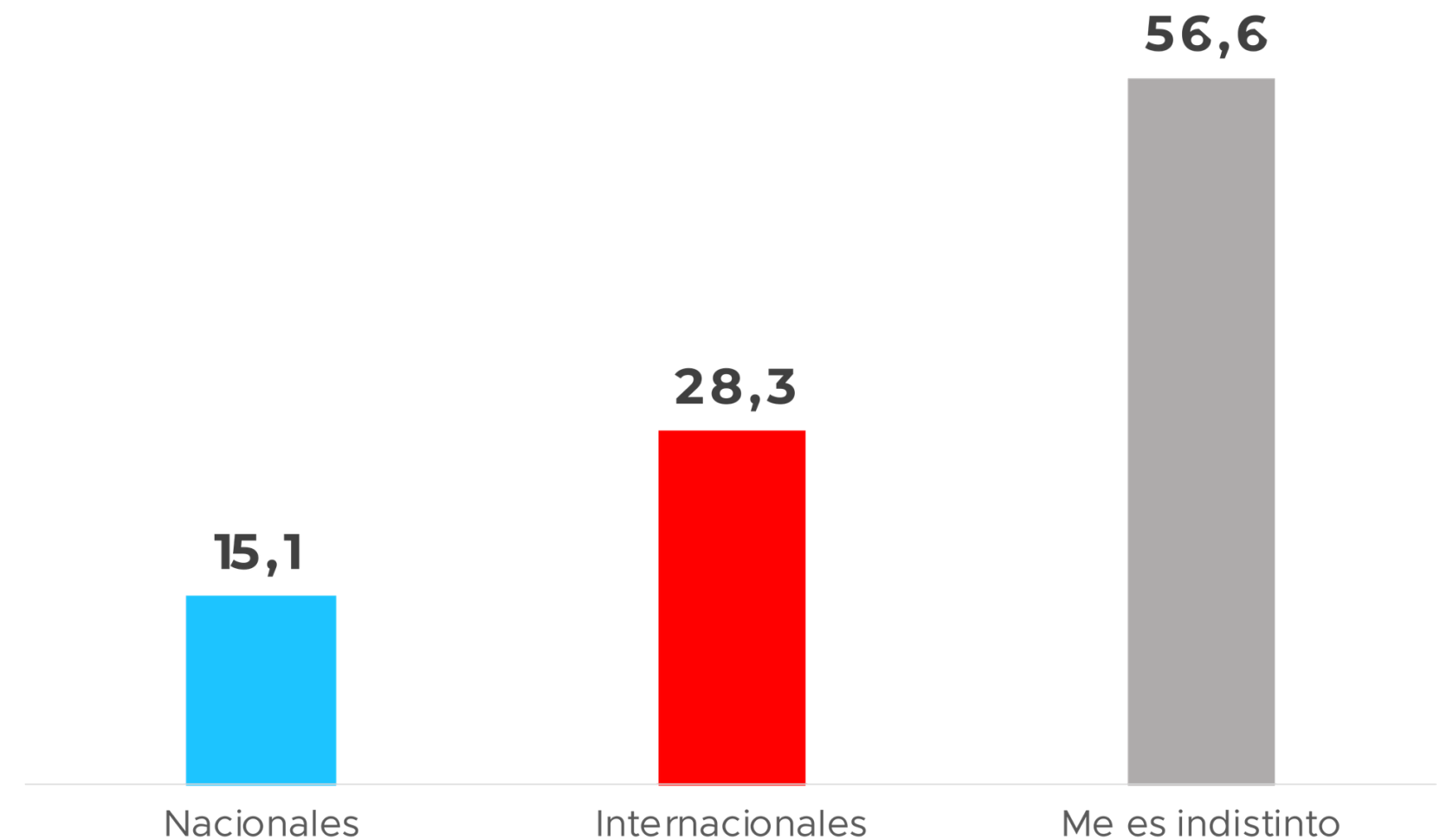
El contenido, antes que todo, que sea bueno



PELÍCULAS, SERIES, LIBROS O MÚSICA

Al **56,6%** le es **indistinto** que los libros, películas, series o música sean nacionales o internacionales

Respecto a películas, series, libros o música ¿preferís contenidos nacionales o internacionales, o te es indistinto?



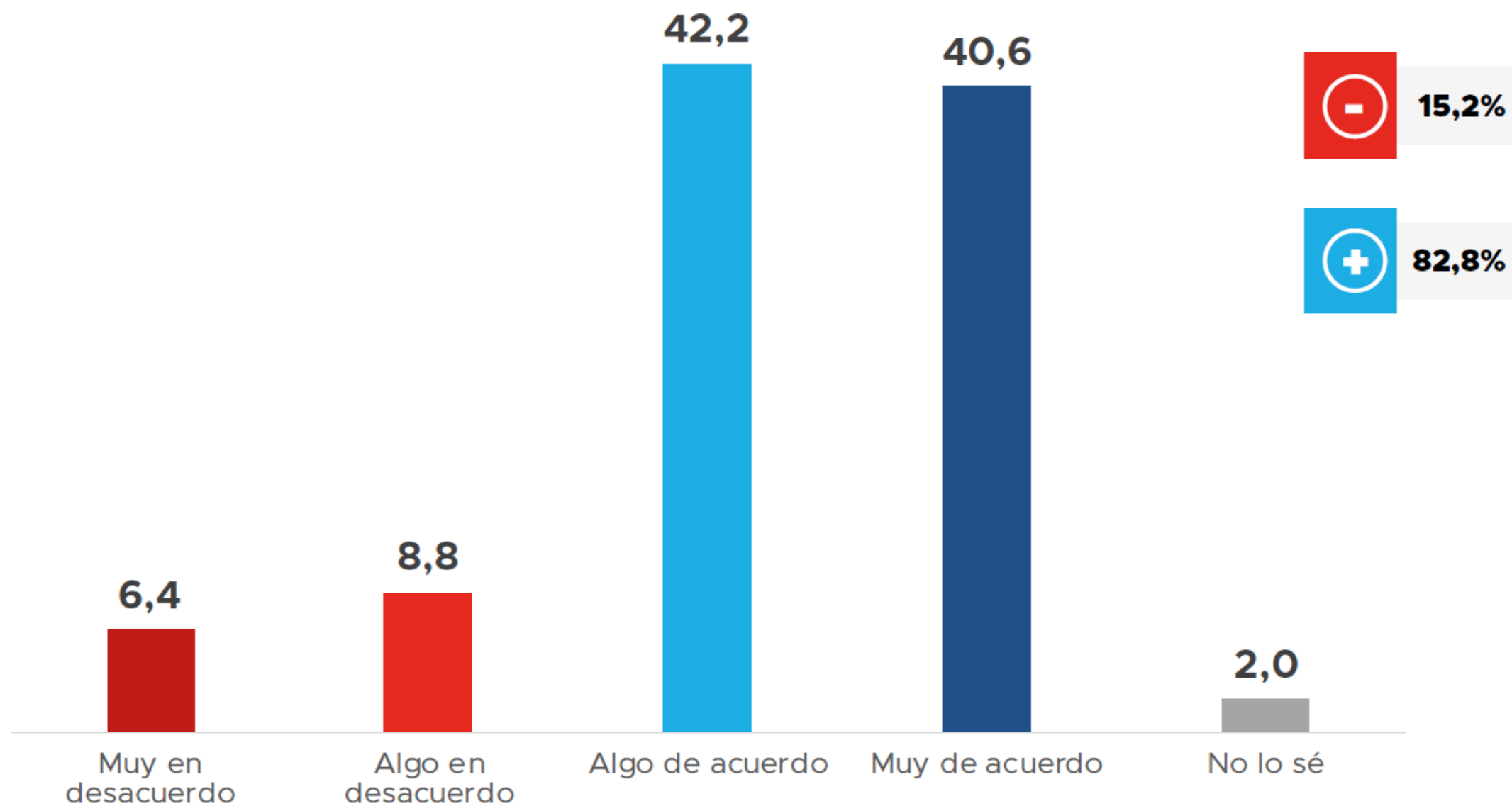
¿Las redes sociales son todo? Veamos...

Las redes digitales son necesarias para informarme cotidianamente sobre la realidad nacional e internacional



INFORMACIÓN

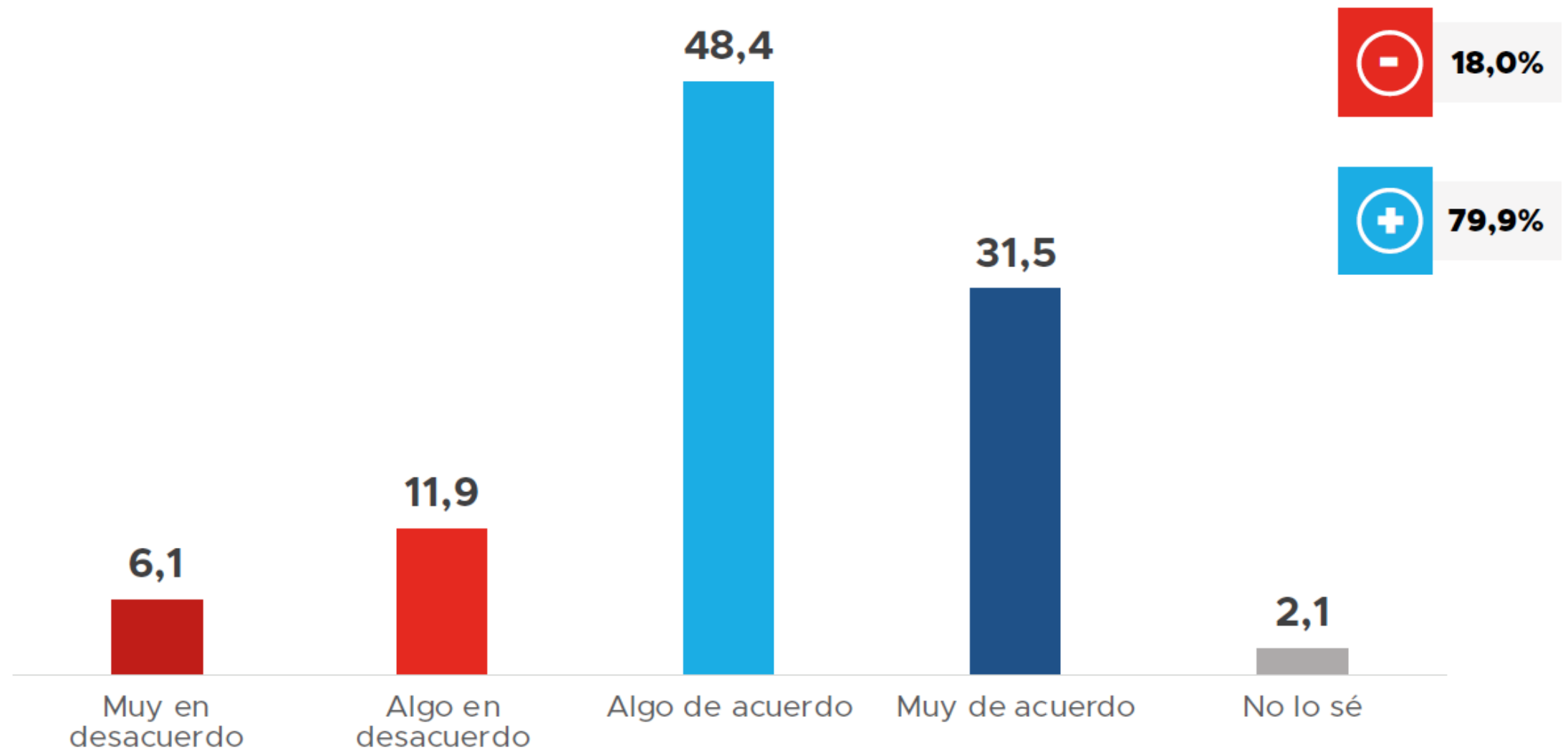
El **82,8%** está de acuerdo (muy de acuerdo y algo de acuerdo) con que las redes digitales son necesarias para informarse cotidianamente sobre la realidad nacional e internacional.



 **OCIO-RECREACIÓN-ENTRETENIMIENTO**

Por su parte, el **79,9%** acuerda que **las redes digitales son necesarias para el ocio, la recreación y el entretenimiento.**

Las redes digitales son necesarias para el ocio, la recreación y el entretenimiento



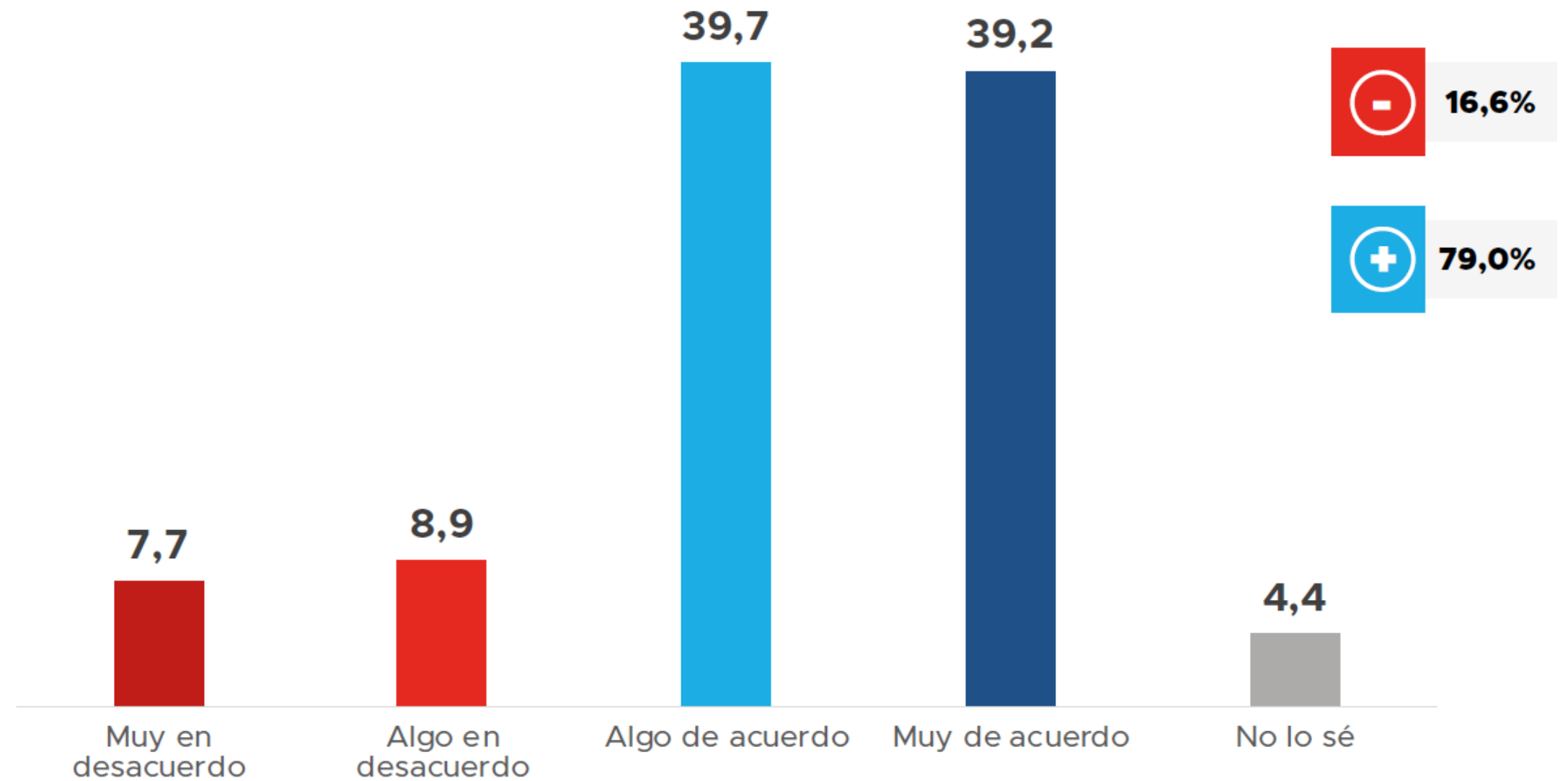
14



CONFLICTO-FAKE NEWS-VIOLENCIA

Alcanza al **79%** el acuerdo entre las personas consultadas respecto a que **las redes sociales producen conflicto entre las personas y se usan para difundir noticias falsas y contenidos violentos.**

Las redes sociales producen conflicto entre las personas y se usan para difundir noticias falsas y contenidos violentos

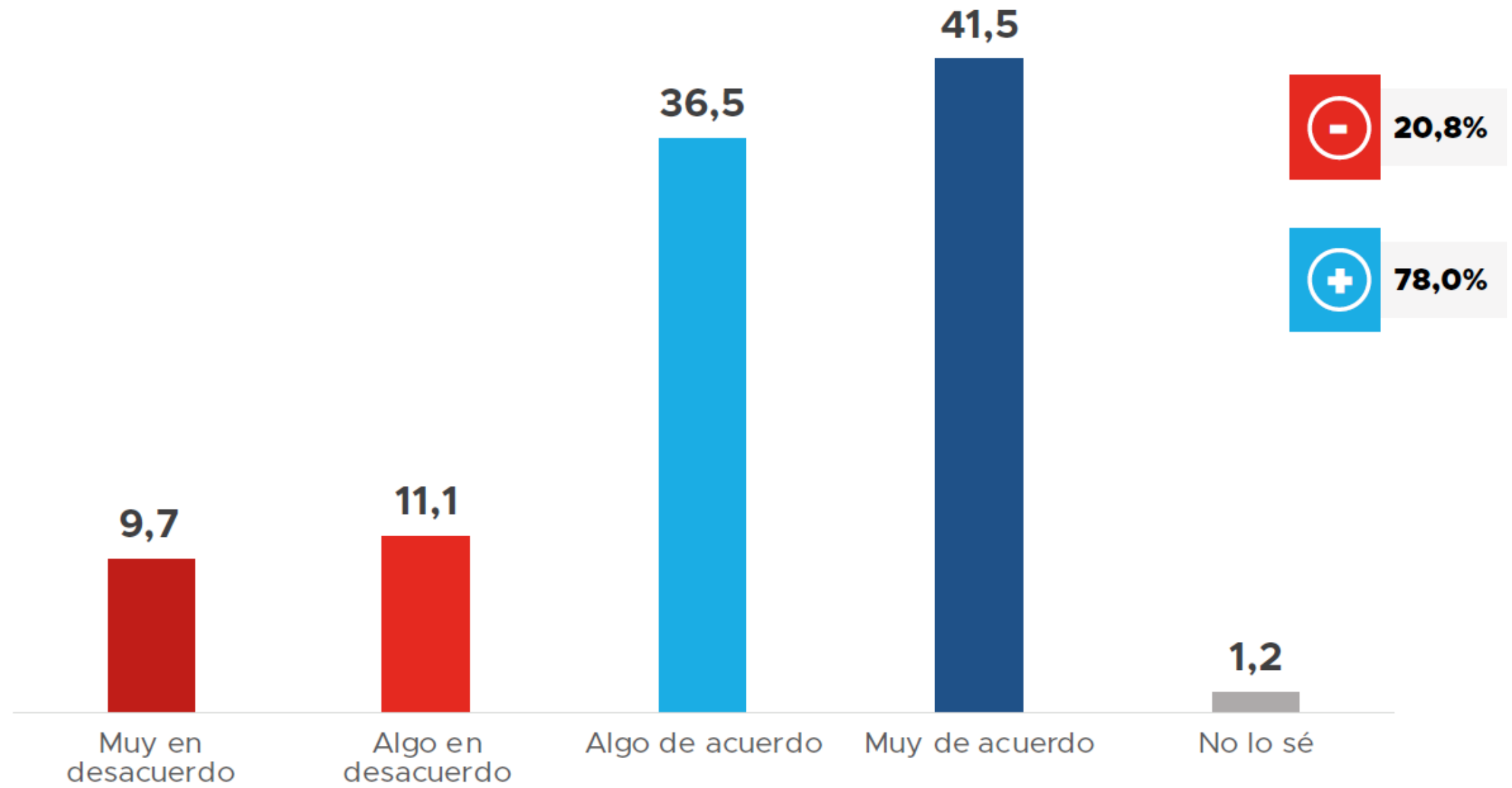




AMIGOS-FAMILIA-GENTE CERCANA

El **78,0%** acuerda con que **las redes digitales son necesarias para el contacto con amigos, familia y gente cercana.**

Las redes digitales son necesarias para el contacto con amigos, familia y gente cercana

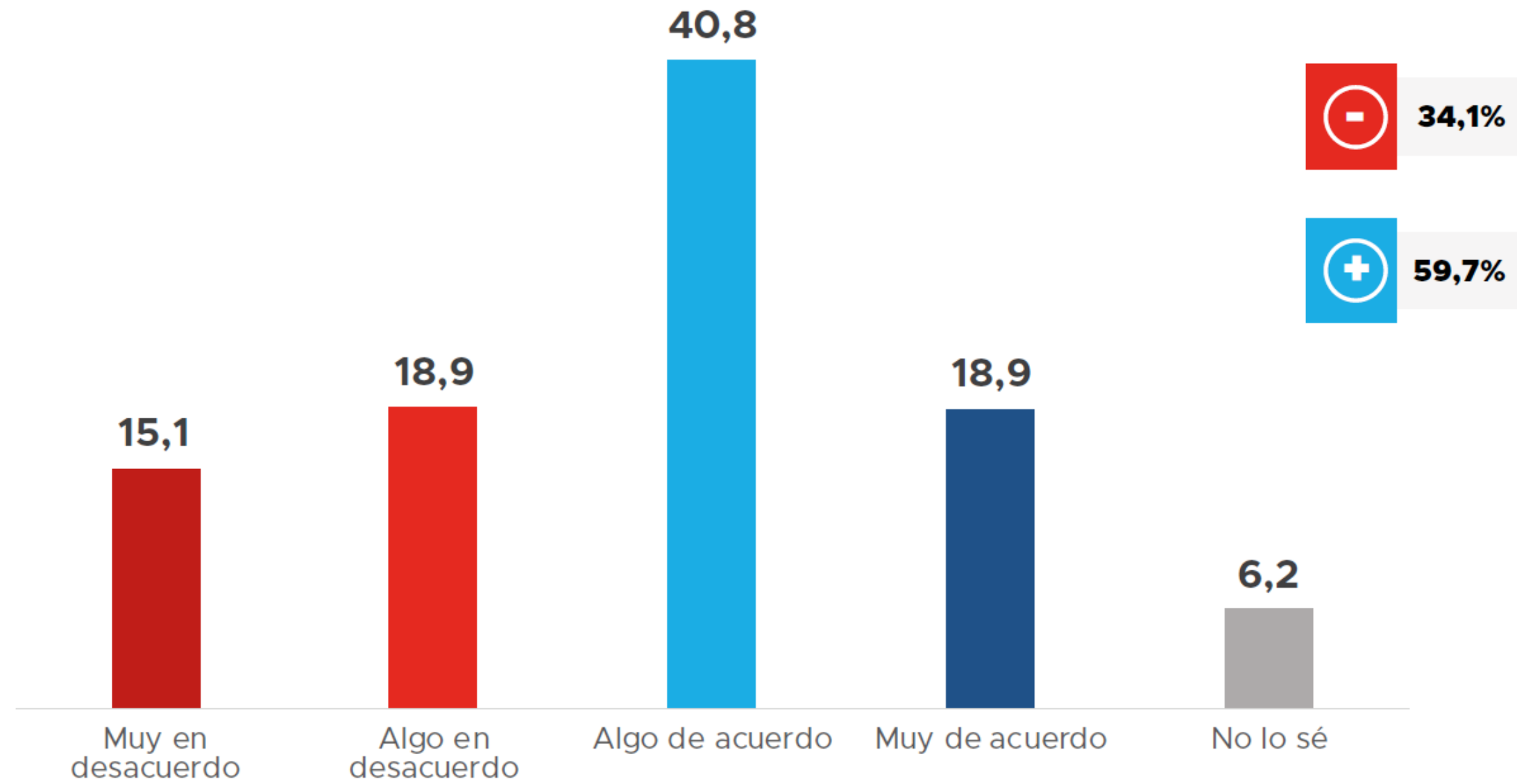


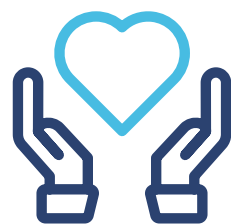


MILITAR-DEFENDER IDEAS Y CAUSAS-ACTIVISMO

En menor medida, un **59,7%** dice estar de acuerdo con la afirmación **“las redes digitales son necesarias para militar, defender ideas, causas, hacer activismos de causas”**.

Las redes digitales son necesarias para militar, defender ideas, causas, hacer activismos de causas



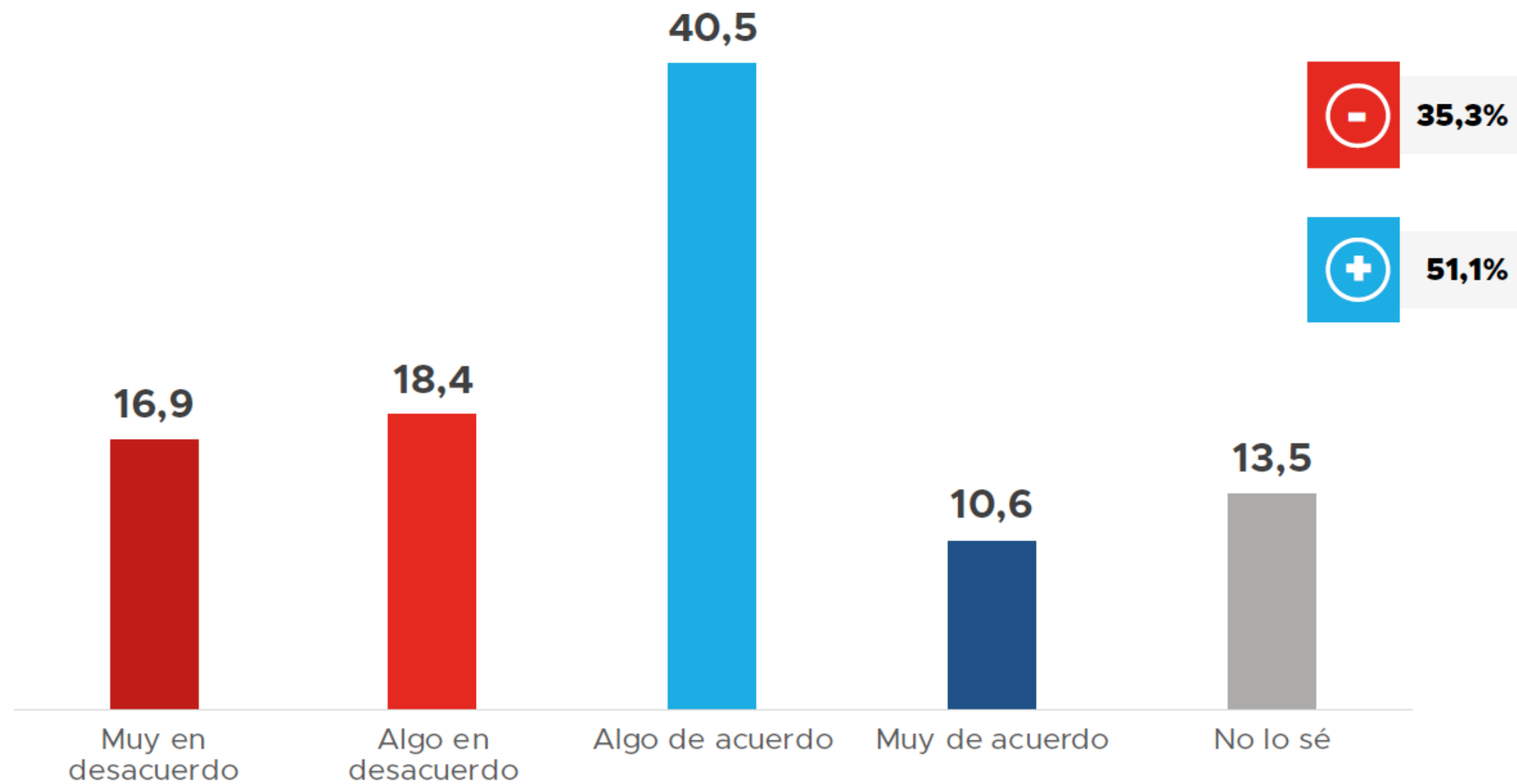


CONOCER GENTE-LOGRAR INTIMIDAD

El **51,1%** cree que **las redes sociales son un espacio para conocer gente y lograr relaciones de intimidad.**

17

Las redes sociales son un espacio para conocer gente y lograr relaciones de intimidad



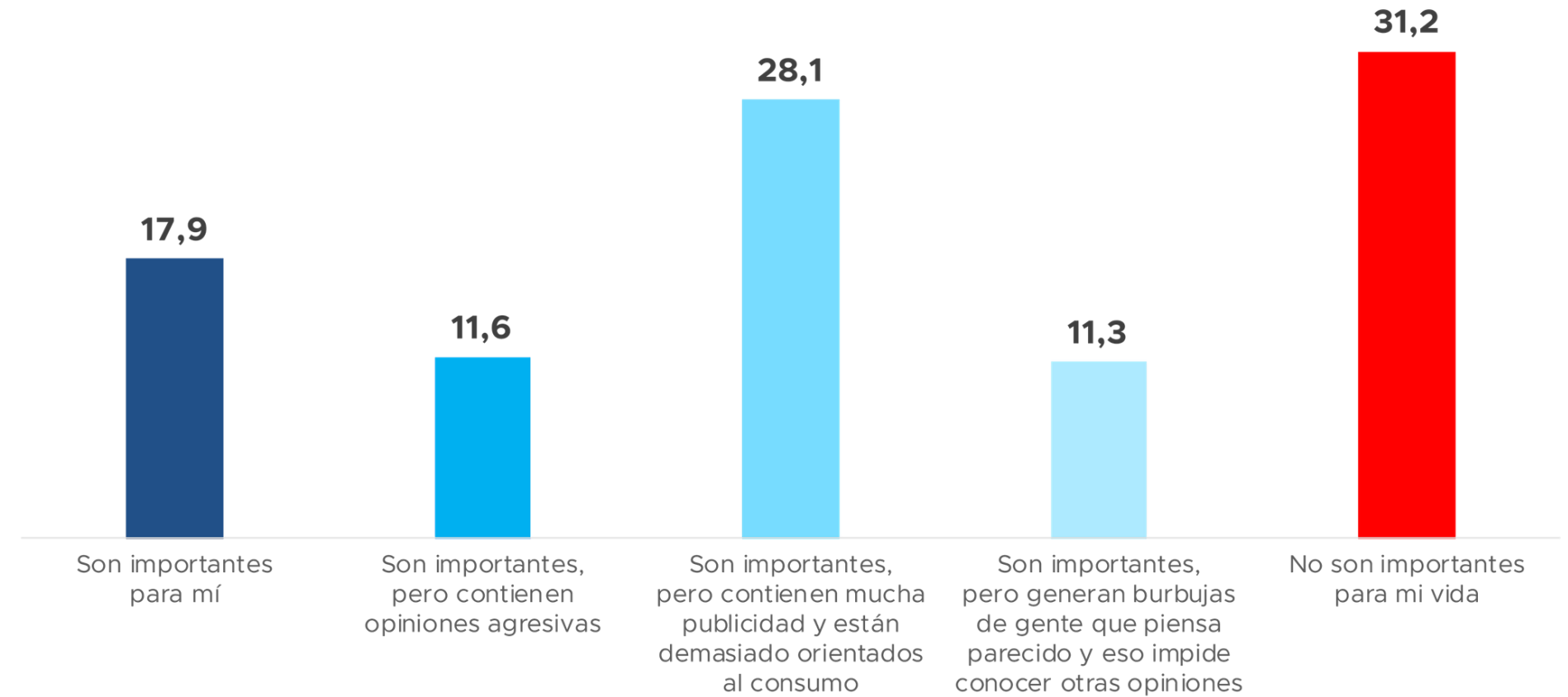


IMPORTANCIA DEL CONTENIDO DE LAS REDES SOCIALES

El **31,2%** presta conformidad a la afirmación “los contenidos de las redes sociales **no son importantes para mi vida**. Mientras que un **28,1%** considera que los contenidos de las redes sociales **son importantes, pero contienen mucha publicidad y están demasiado orientados al consumo**”

18

Los contenidos de las redes sociales como Instagram, Facebook, Twitter o TikTok

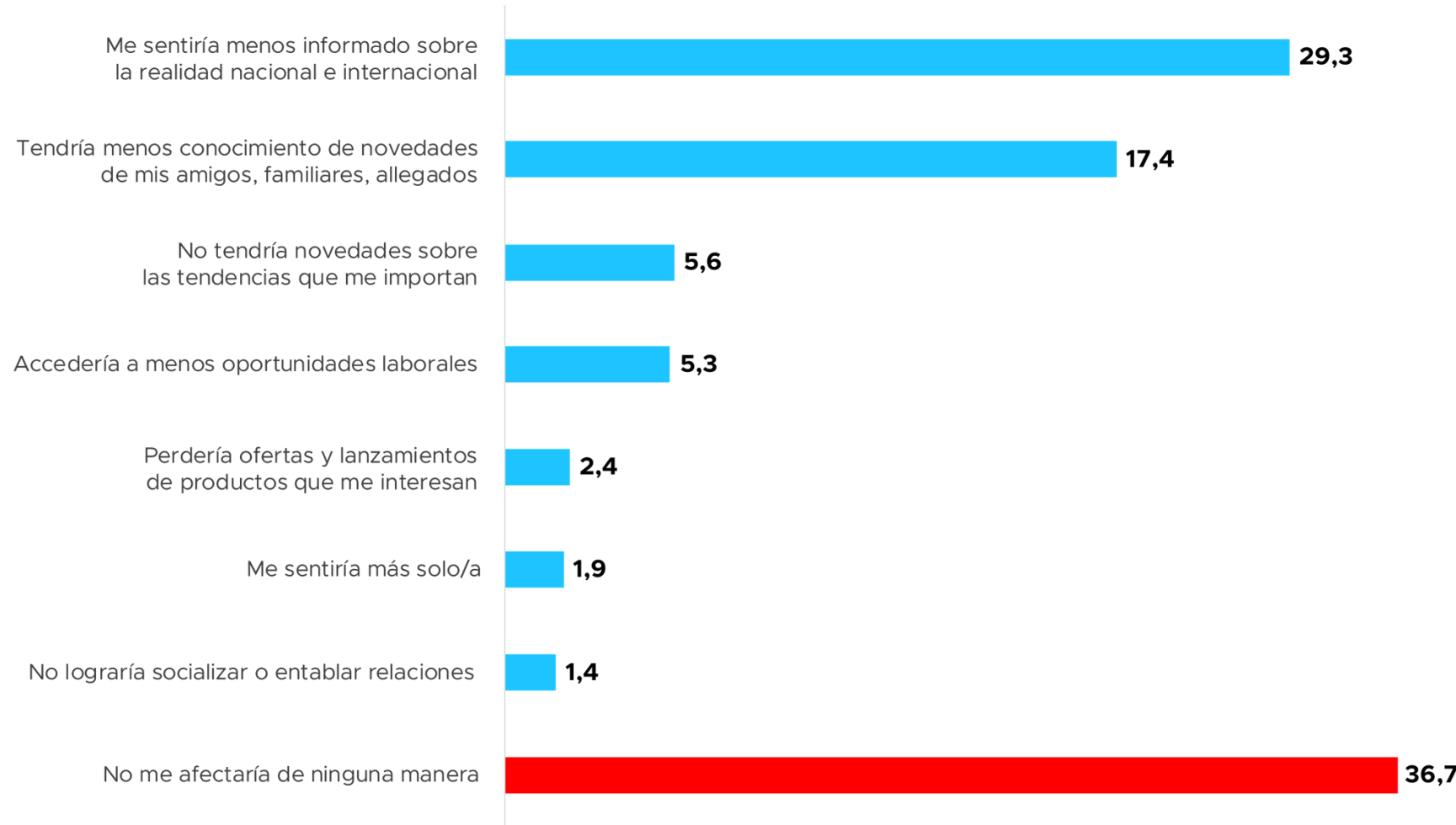


Dime cuánto consumes y te diré cuánto te afecta...

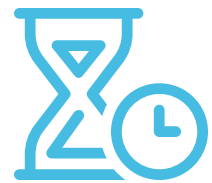


Respecto a cómo les afectaría a las personas no estar en las redes sociales el **36,7%** consideró que **no le afectaría de ninguna manera**, en tanto el **29,3%** dijo que se sentiría **menos informado** sobre la realidad nacional e internacional.

¿Sentís que no estar en las redes sociales puede afectarte de alguna de estas maneras?



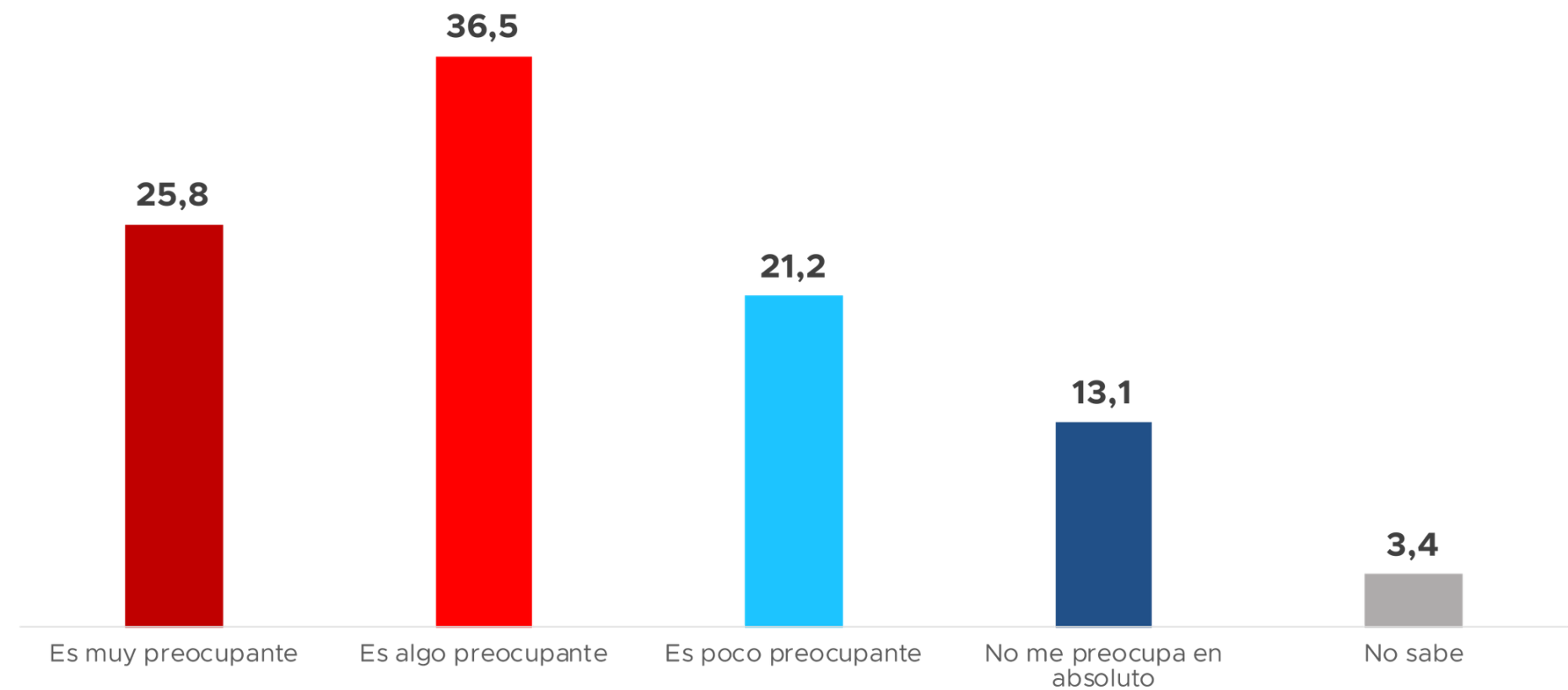
Lo mucho siempre es un problema



TIEMPO EN REDES SOCIALES

El **62,3%** señaló preocupación respecto a la **cantidad de tiempo** que las personas **dedican a navegar en las redes sociales** (25,8% muy preocupante, 36,5% algo preocupante).

Para vos y tu núcleo familiar ¿es preocupante la cantidad de tiempo que las personas dedican a navegar en redes sociales?

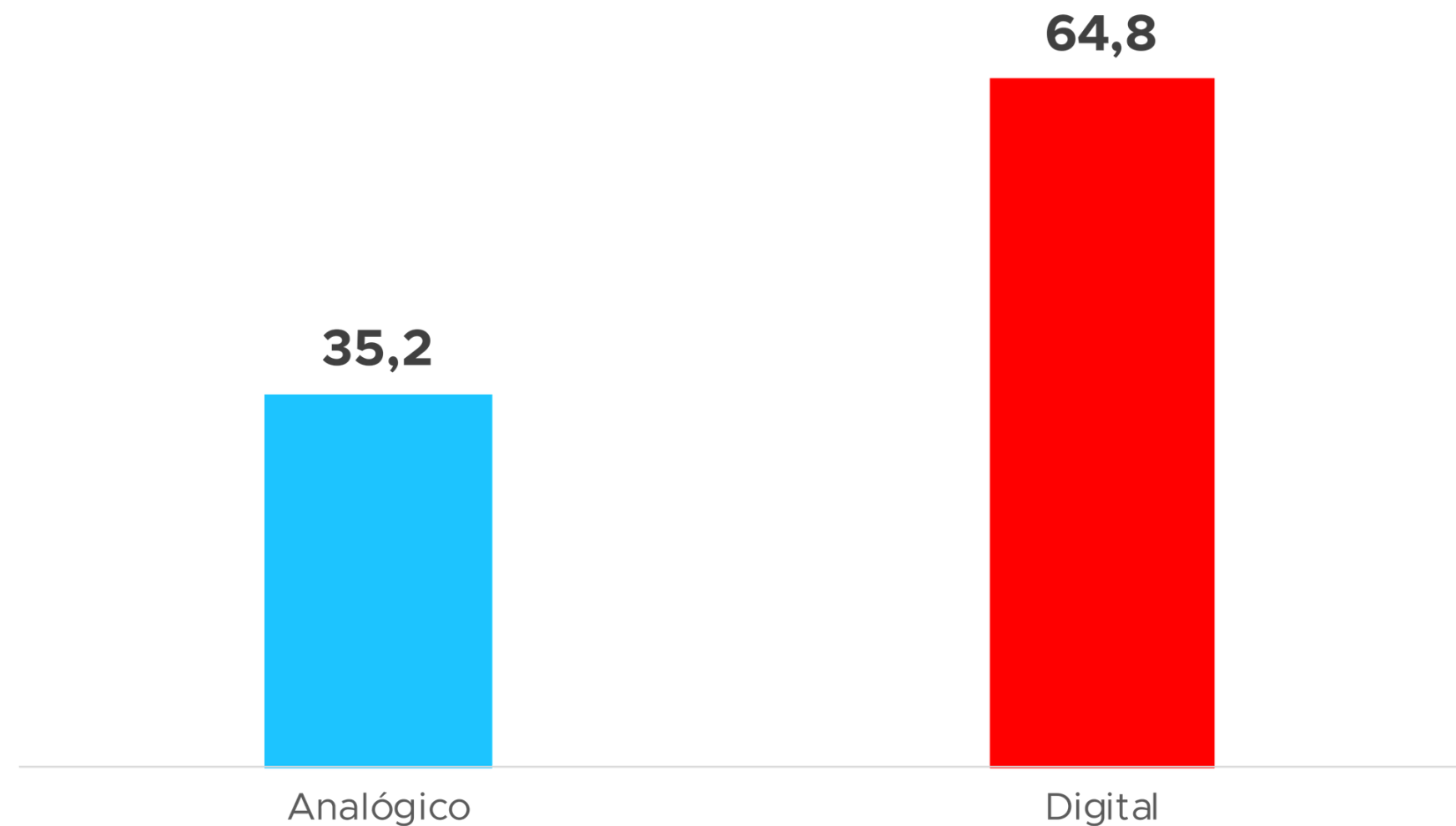


Démosle la bienvenida al nuevo consumo cultural



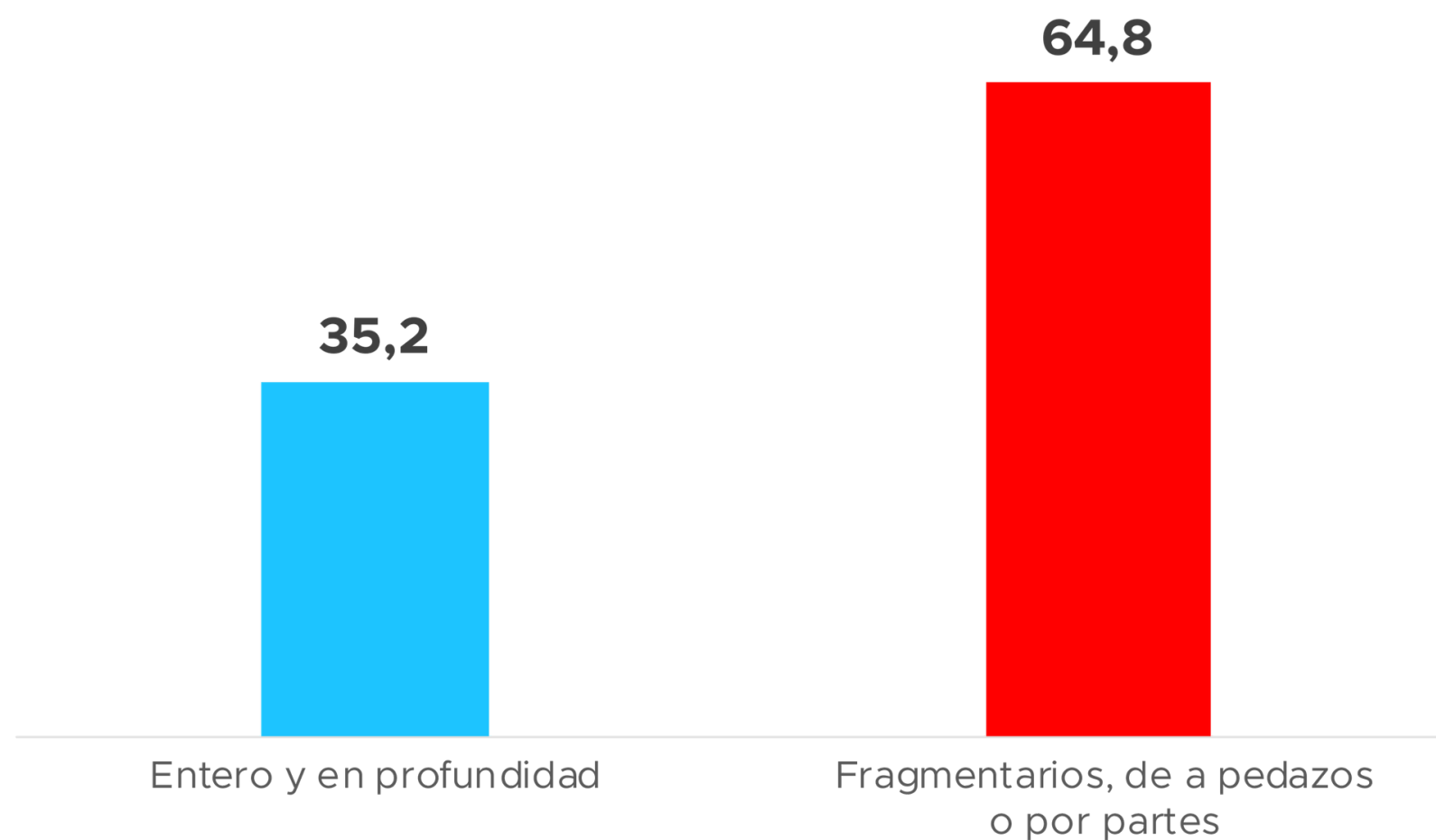
Quienes fueron consultados dijeron que creen que sus **prácticas y consumos culturales serán**, prioritariamente **digitales, fragmentarios, diferidos y compartidos** (frente a consumos analógicos, enteros, sincrónicos y en soledad).

¿Crees que preferirás analógico o digital en tus consumos culturales?



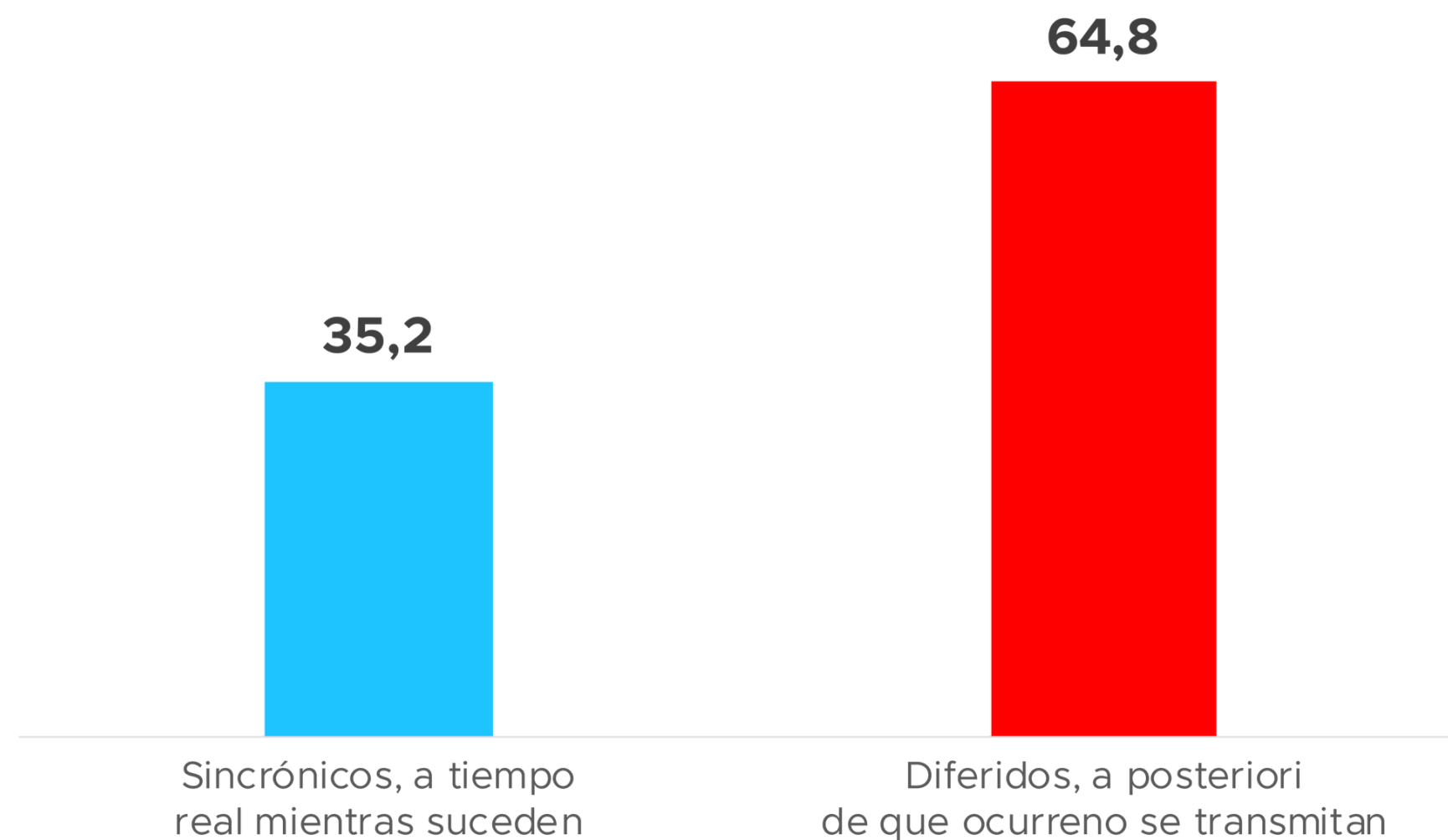
¿Creés que tus consumos culturales serán enteros o fragmentados?

¿Crees que tus consumos culturales serán enteros o fragmentarios?



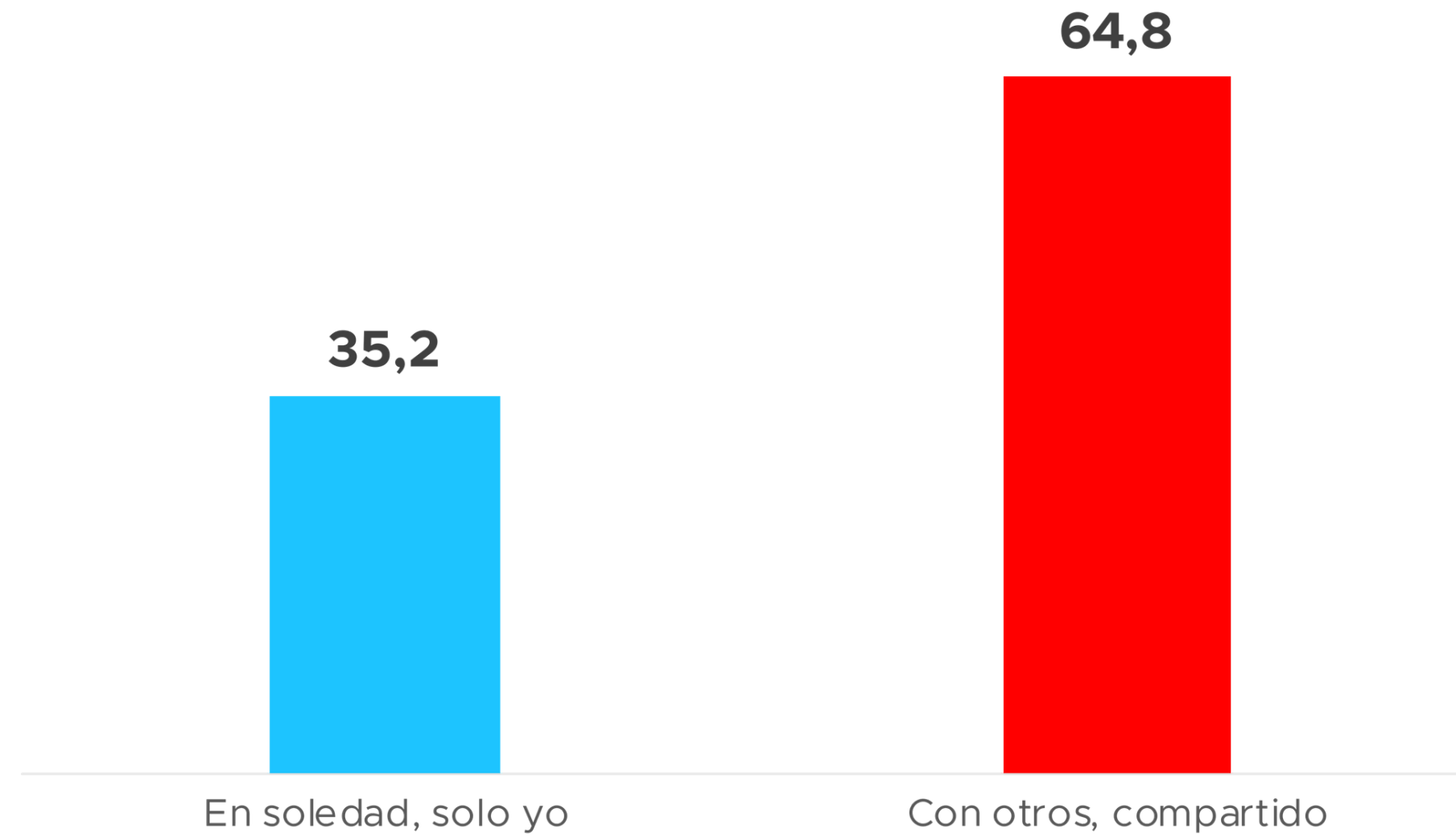
¿Creés que tus consumos culturales serán sincrónico o diferidos?

¿Crees que tus consumos culturales serán sincrónicos o diferidos?



¿Creés que tus consumos culturales serán en soledad o con otros?

¿Crees que tus consumos culturales serán en soledad o con otros?



El ajuste toma forma en el consumo digital

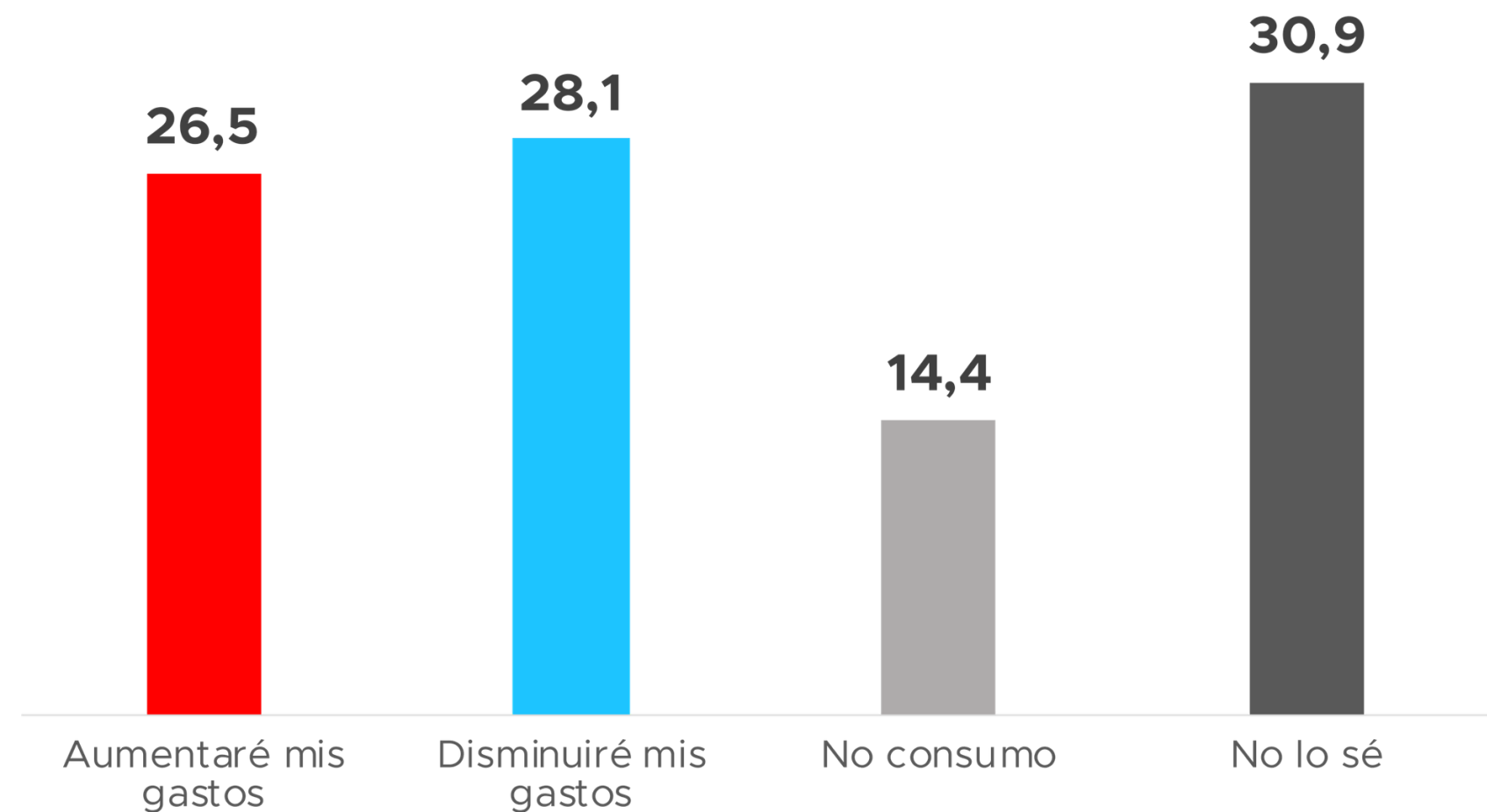


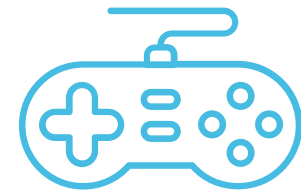
En todos los casos, es mayor la cantidad de personas que indican que disminuirán sus gastos en plataformas/*streaming* o el abono de internet o cable, en videojuegos en *streaming*, en diarios, revistas y libros digitales y en otras apps que quienes informan que van a aumentar el monto de dinero que invertirán en esos consumos.



Es significativo el **porcentaje de personas** que responden que **no saben** cómo serán sus **inversiones en prácticas digitales** en los próximos meses.

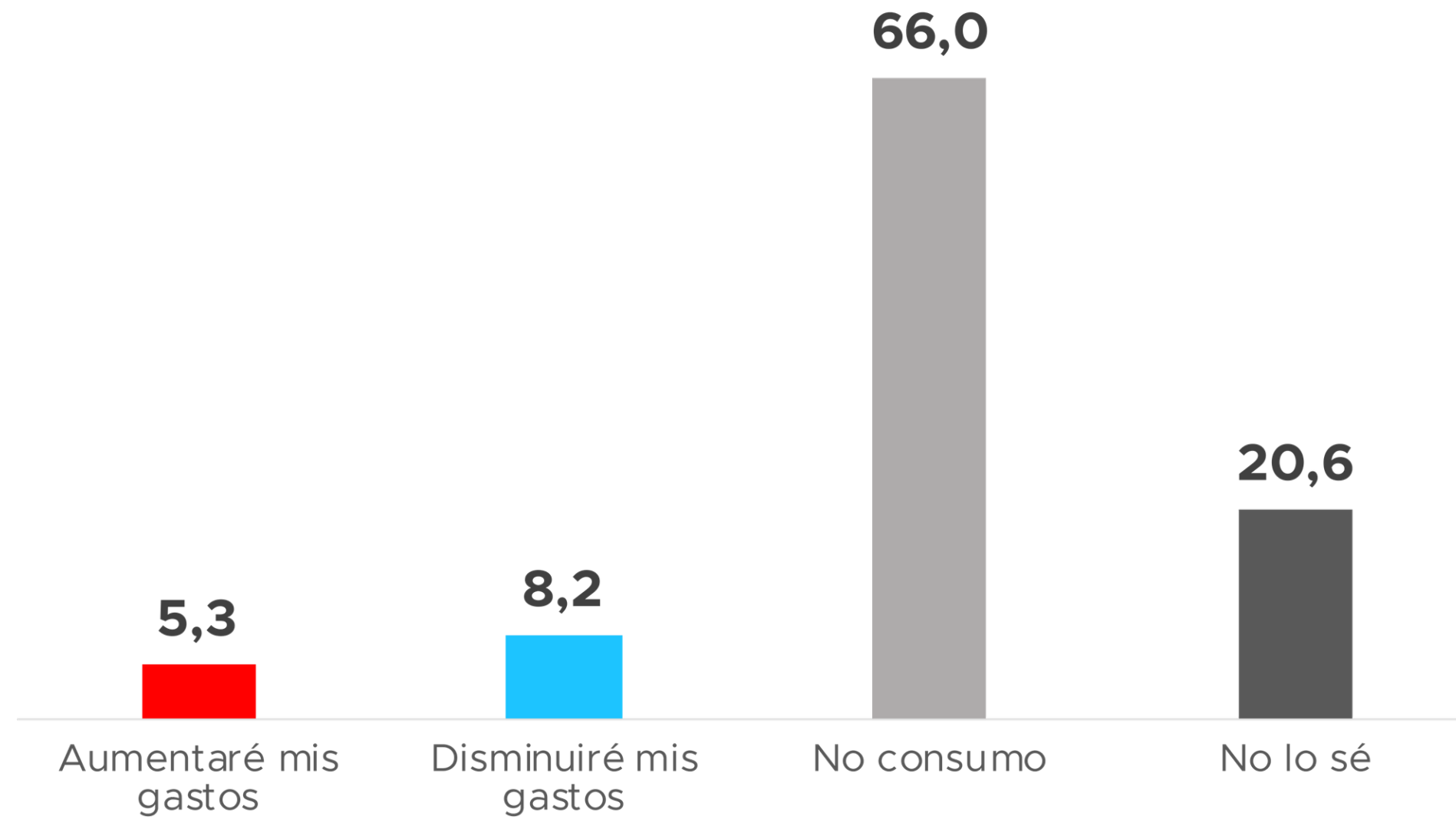
¿Cómo prevés será tu inversión en prácticas digitales en los próximos meses? - Plataformas streaming o el abono de internet o cable





VIDEOJUEGOS EN STREAMING

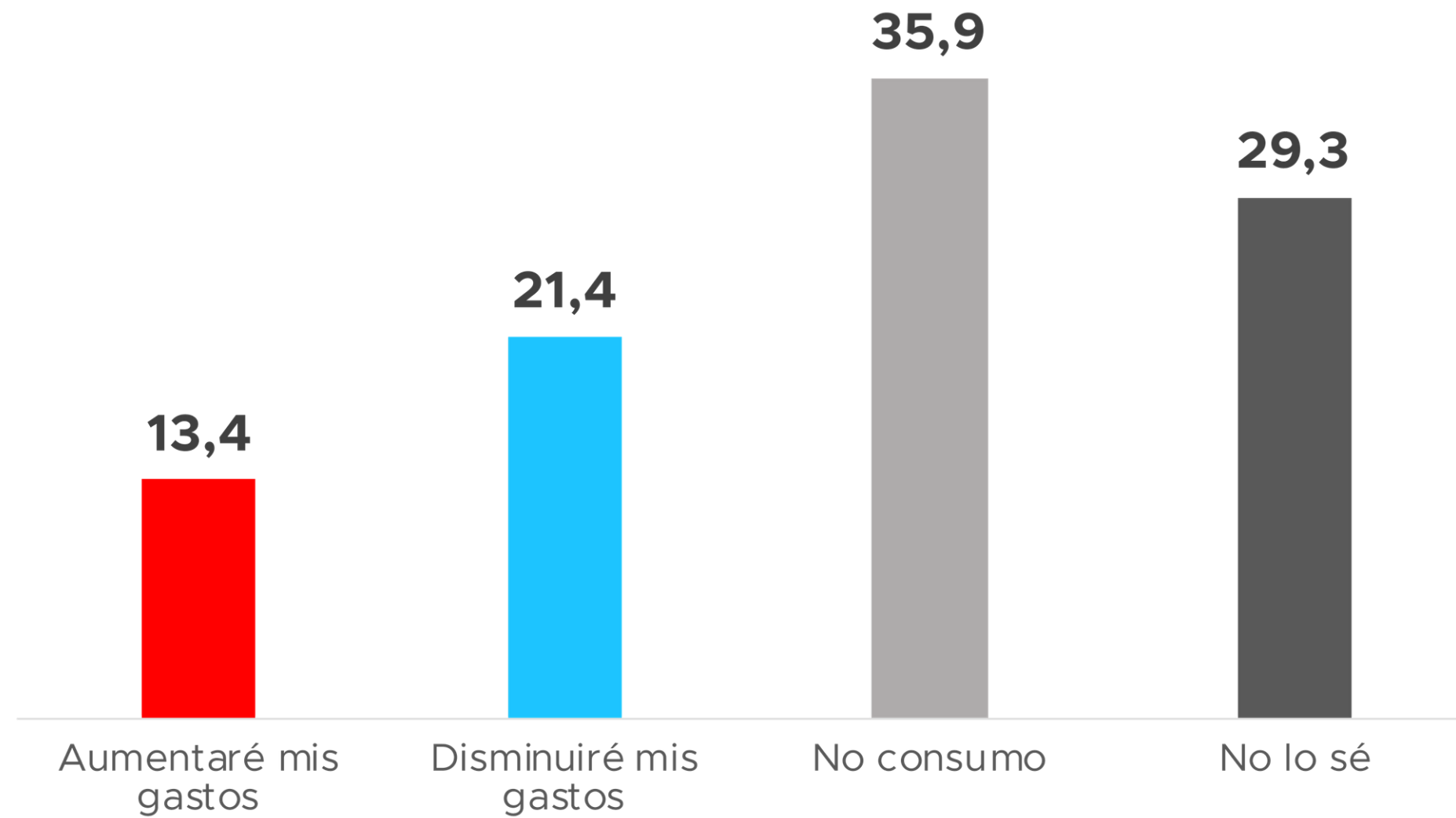
¿Cómo prevés será tu inversión en prácticas digitales en los próximos meses? - *Videojuegos en streaming*





DIARIOS - REVISTAS - LIBROS DIGITALES

¿Cómo prevés será tu inversión en prácticas digitales en los próximos meses? - Diarios, revistas y libros digitales

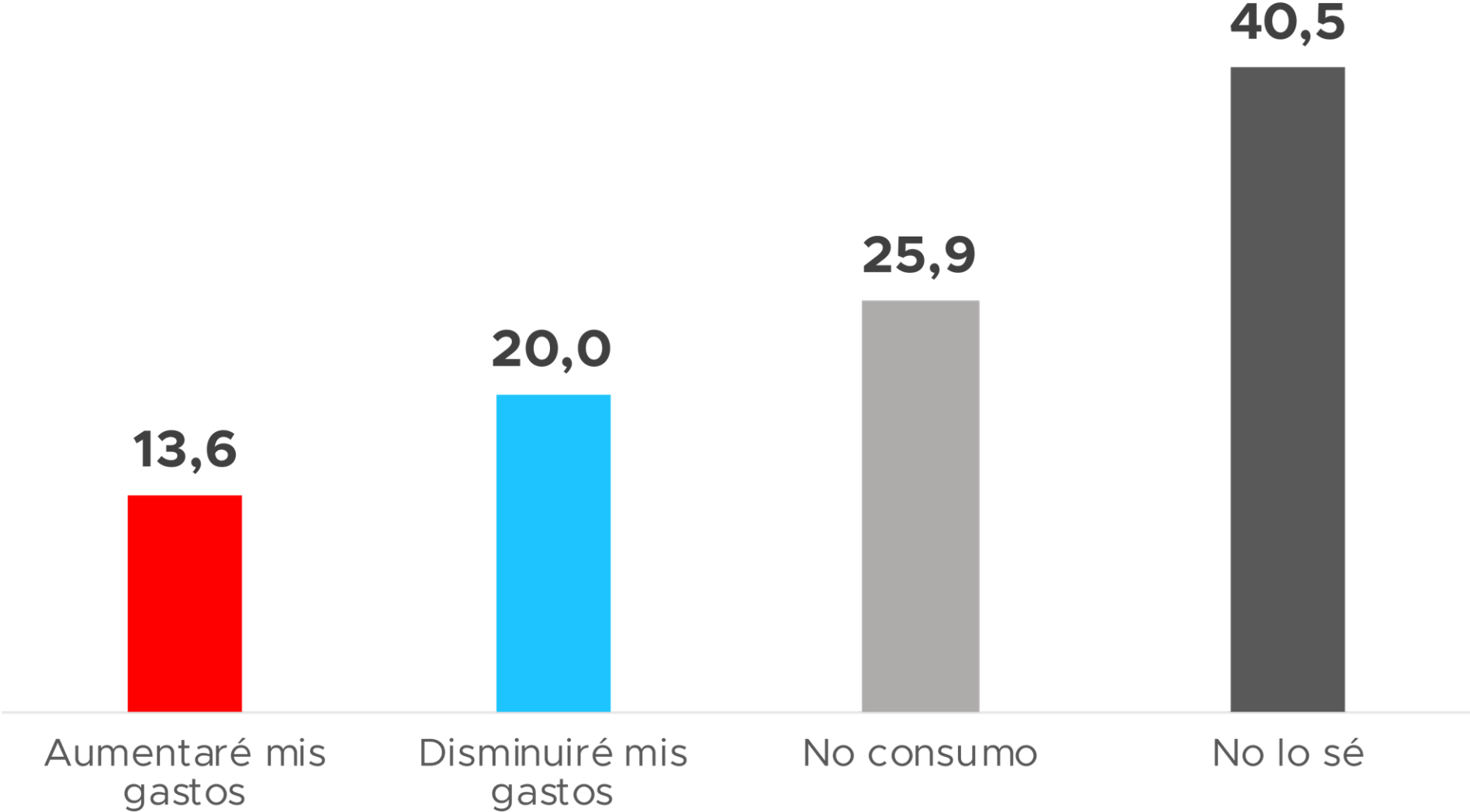


28



OTRAS APP

¿Cómo prevés será tu inversión en prácticas digitales en los próximos meses? - *Otras Apps*



El boca a boca es también digital



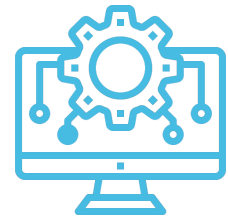
FACTOR INFLUYENTE EN LA SELECCIÓN DE PRÁCTICAS DE CONSUMO DIGITAL

El factor que más influye en la selección de prácticas y consumos digitales y de información es, según las respuestas recogidas, la **recomendación de un amigo, familiar o conocido (28,7%)**; le sigue, en segundo lugar, la **aparición de contenidos en alguna red social (Instagram, Facebook, TikTok, Twitter) o navegando por internet (26,1%)**.

¿Qué factor considerarás como más influyente en la selección de tus prácticas y consumos digitales y de información?



Algoritmo: el nuevo eje de la polémica



ALGORITMOS EN PLATAFORMAS STREAMING



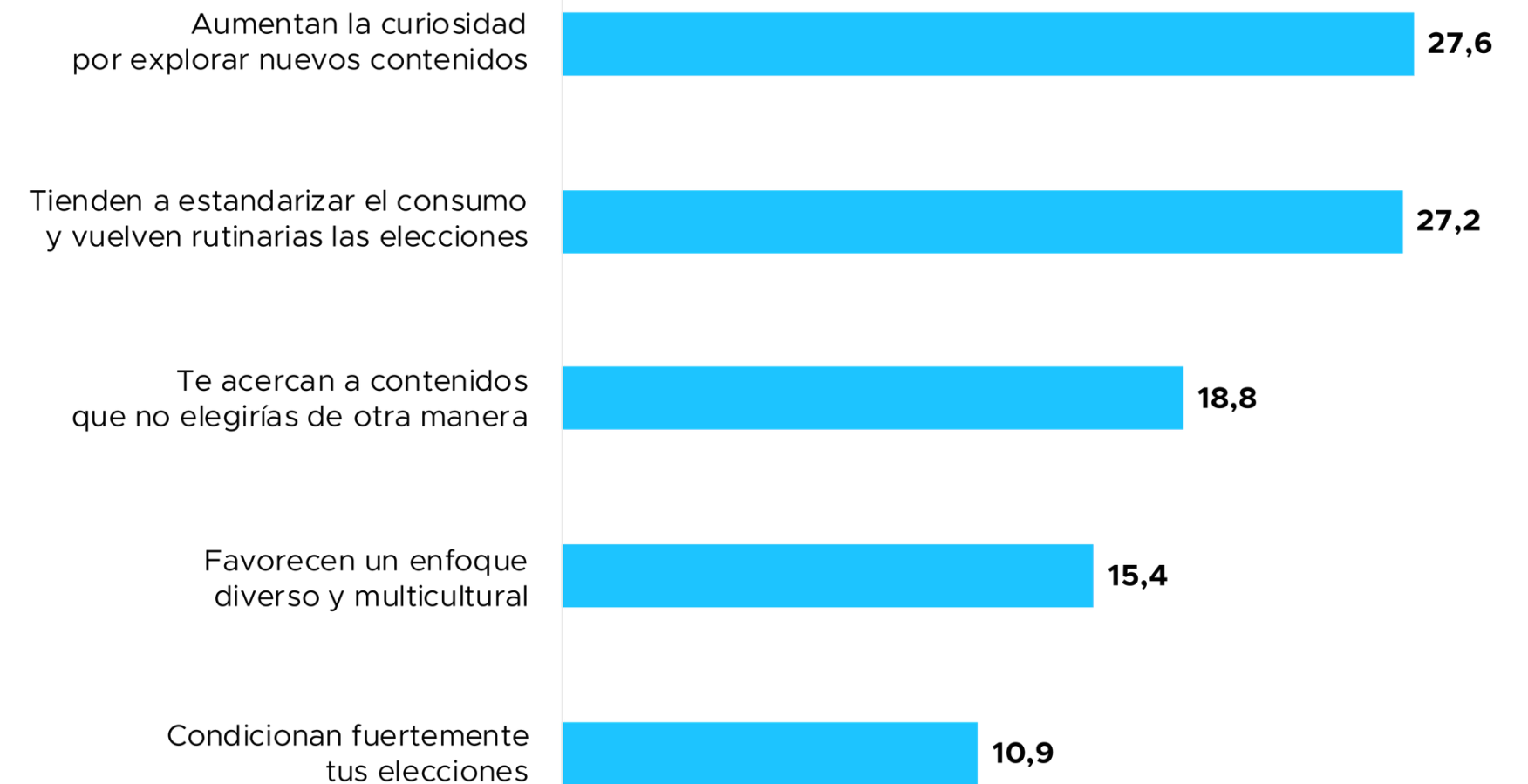
Cuando se indaga sobre la percepción acerca de las recomendaciones provistas por los algoritmos de las plataformas de *streaming*, el **27,6%** indica que **umentan la curiosidad por explorar nuevos contenidos**.

En tanto el **27,2%** cree que tienden a **estandarizar el consumo y vuelven rutinarias las elecciones**.



Solo es **15,4%** dice que favorecen un enfoque **diverso y multicultural**.

En tu opinión, las recomendaciones provistas por los algoritmos de plataformas de streaming



Tendencias y consumos digitales en Argentina

2023

