

CLICK

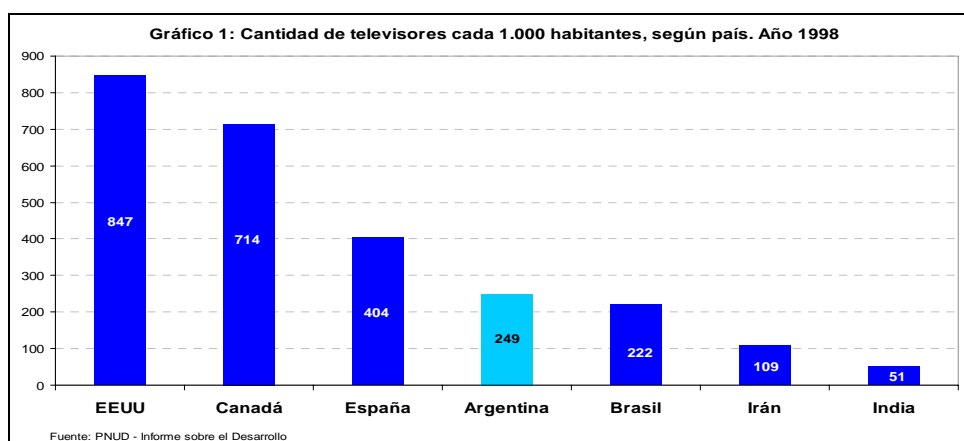
BOLETÍN INFORMATIVO DEL LABORATORIO DE INDUSTRIAS CULTURALES AÑO 1 N°3 – DICIEMBRE, 2006

Informe sobre Televisión en Argentina

Televisión por habitante

Según información publicada por la UNESCO, en 1995 en la Argentina había 205 televisores por cada mil habitantes, una cifra ligeramente mayor al promedio de América Latina y el Caribe, que se ubicaba en 192. Sin embargo, frente a los 996 de América del

Norte, los 416 de Europa y los 249 de Japón, China y Corea del Sur, la relación cambiaba. En 1998, según puede observarse en el gráfico 1, la cantidad de televisores por habitante en Argentina había aumentado, situándose en 245, más cerca de la marca de los países asiáticos.

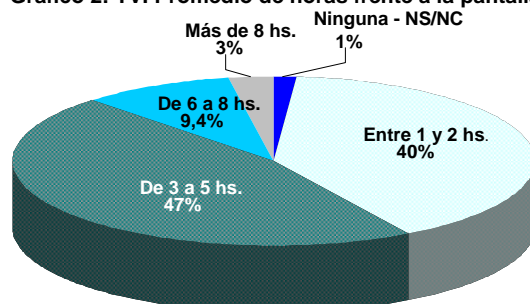


Televisión por hogar y horas frente al televisor

Según datos recientes del SNCC (Sistema Nacional de Consumos Culturales) 9,5 de cada 10 hogares argentinos poseen televisión. Incluso, en 4 de las 6 regiones geográficas desagregadas, la fracción crece

hasta 9,8 en Cuyo, región pampeana, zona metropolitana y Patagonia, mientras que baja a 8,8 en provincias del noreste. Asimismo, como puede observarse en el gráfico 2, un 47 por ciento de los consumidores mira televisión entre 3 y 5 horas diarias, mientras que un 40 no supera las 2 horas.

Gráfico 2: TV. Promedio de horas frente a la pantalla. Argentina. Año 2005

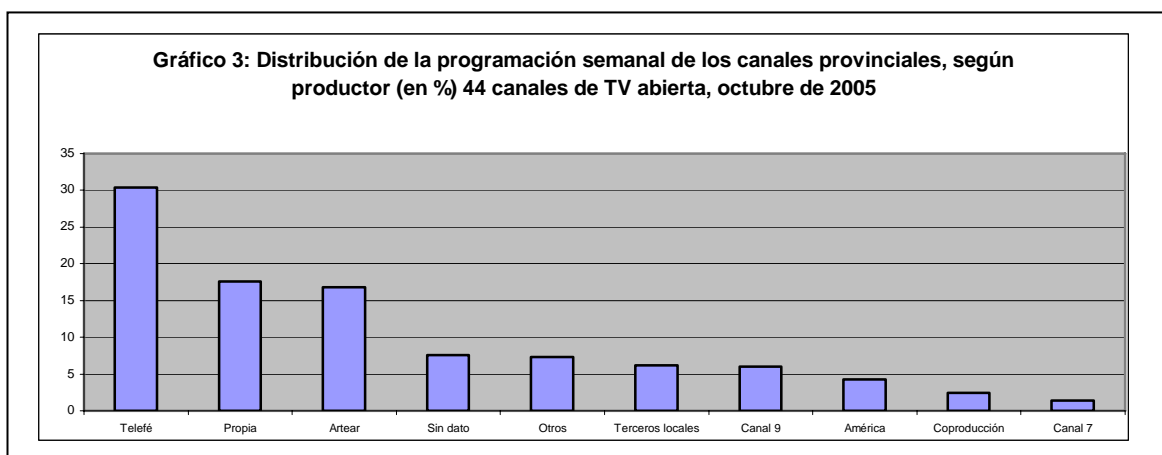


Fuente: Sistema Nacional de Consumos Culturales - Secretaría de Medios de Comunicación de la Nación

Programación y tipo de producción

Según una investigación realizada por el Laboratorio de Industrias Culturales, durante el 2005 más de la mitad de los contenidos emitidos por la televisión abierta de todo el país fueron producidos o distribuidos por canales metropolitanos¹. Por su parte, la producción de los canales provinciales (propia, en co-producción o tercializada) alcanza solamente un cuarto del total de lo transmitido.

De los canales metropolitanos, la mayor presencia corresponde a Telefé, que concentra la producción y/o distribución de un 30 por ciento de los contenidos transmitidos en todo el país. El segundo lugar lo ocupa Artear con un 16,8 de la programación, seguido por Canal 9 y América TV con aproximadamente un 5 por ciento.



Casi un tercio de los programas producidos por los canales metropolitanos son noticieros, seguidos por programas de interés general, que ocupan una quinta parte del total de los contenidos producidos. En tercer lugar se ubica el género entretenimiento, que representa un 15,4 por ciento de la producción propia. En el caso de los programas deportivos y de ficción, la producción propia es prácticamente nula. Los contenidos coproducidos se concentran en la realización de programas de entretenimiento e información general. La producción independiente –local o extranjera– está orientada a la realización de programas de ficción y ocupa un cuarto del total de este tipo de producción. Tanto la producción propia como la coproducción y la producción de terceros son de origen nacional. Dentro de la producción extranjera, poco más de la

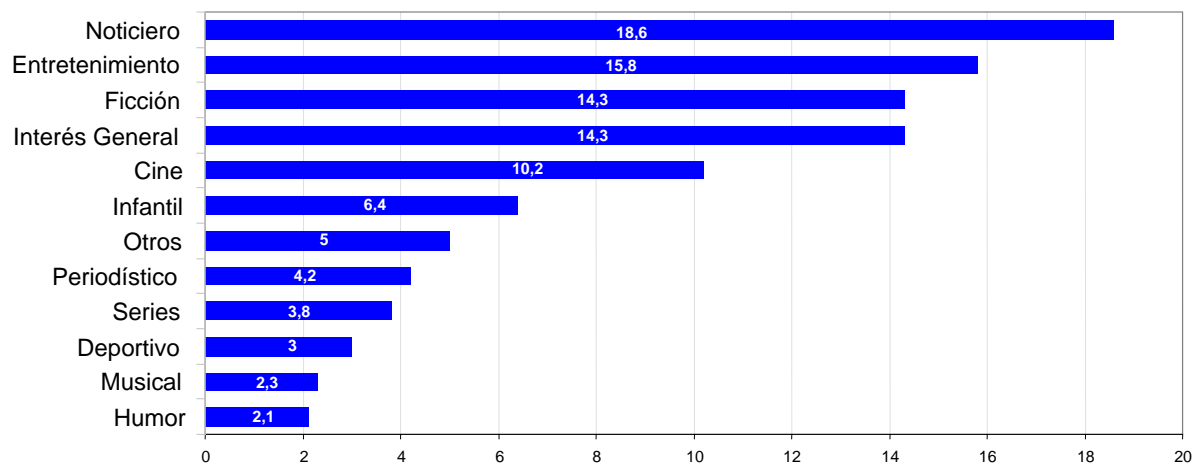
mitad es de origen estadounidense y, en una proporción levemente menor, latinoamericana.

Los canales del interior concentran su producción en la realización de programas informativos como noticieros, programas de interés general y periodísticos.



¹ *Qué ves cuando me ves*, pp. 77. LIC, Buenos Aires, 2006.

Gráfico 4 Distribución de la programación semanal según género (en %)
49 canales de TV abierta, octubre de 2005



Grupos Multimedios según tipo de licencias

Grupo multimedio	Canales abiertos (AMBA e interior del país)	Operadores TV paga (cable / satelital)	Canales de TV paga
Clarín / Artear	4	4	13
Admira / Telefé	9	1	10
América Multimedios (Ávila Inversora + Grupo Uno Vila / Manzano)	5	1	7
(HMT&F) Hicks, Muse, Tate & Furst Incorporated	0	2	10
Hadad	1	0	1
La Nación	0	0	0
Total	19	8	41

Televisión abierta. Propiedad según ámbito gubernamental (nacional y provincial) y privado (grandes grupos e independientes). Argentina. Año 2006

