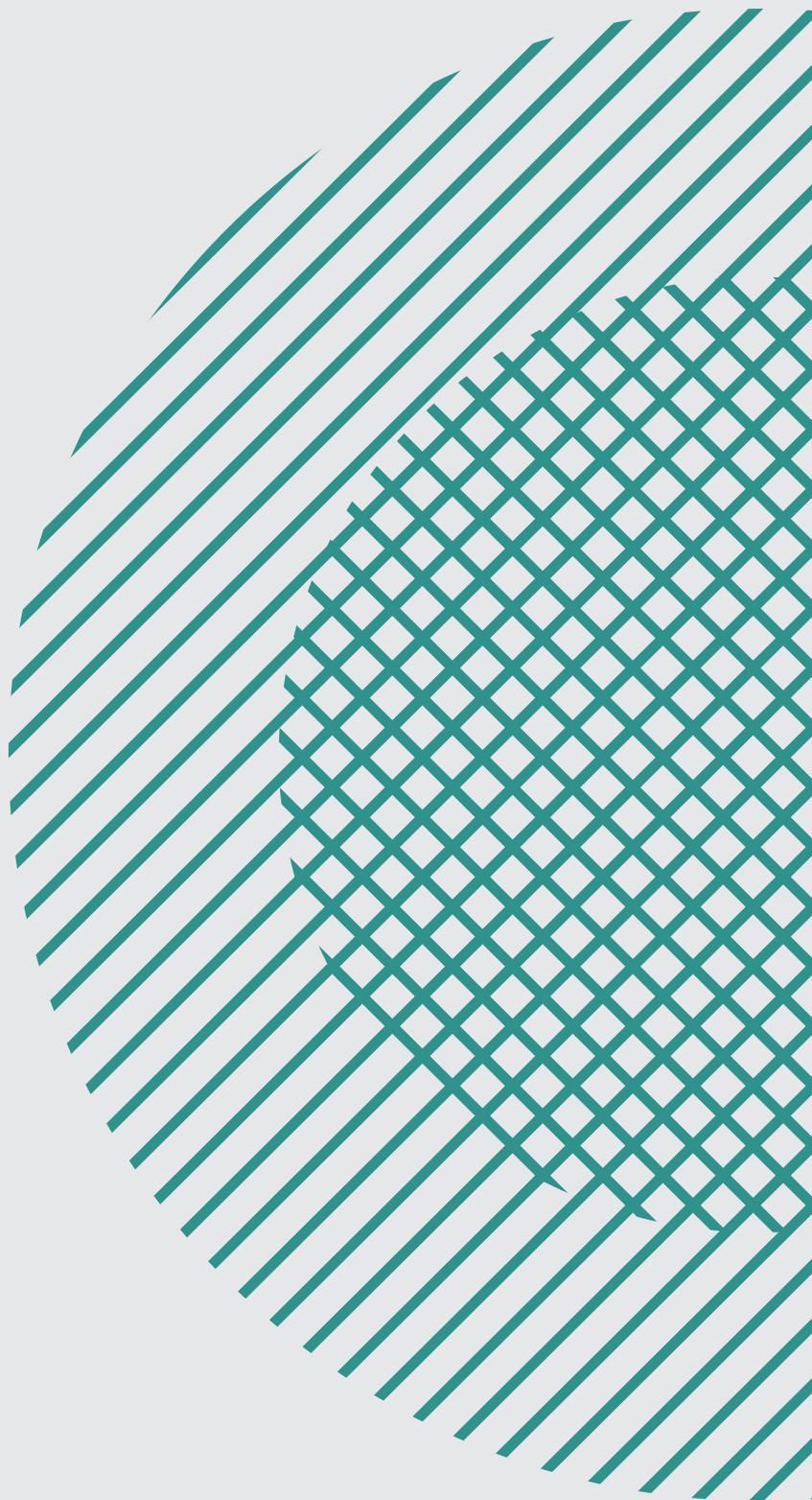


COYUNTURA CULTURAL

DATOS SECTORIALES

2018

Año 11
Número 25
Octubre 2019



03
Resumen

04
1. Cine

11
2. Libros

14
3. Diarios

18
4. Revistas

19
5. Música

25
6. Internet

27
7. Televisión

28
8. Teatro

31
9. Patrimonio



Sistema de Información
Cultural de la Argentina



Ministerio de Educación,
Cultura, Ciencia y Tecnología
Presidencia de la Nación

Ministro de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología
Alejandro Finocchiaro

Secretario de Gobierno de Cultura de la Nación
Pablo Avelluto

Secretario de Cultura y Creatividad
Andrés Gribnicow

Directora Nacional de Innovación Cultural
Alejandrina D' Elía

Coordinador del Sistema de Información Cultural
de la Argentina
Gerardo Sánchez

Cuenta Satélite de Cultura
Irene Grinberg, Emilio Stramucci, Karina Scherer

Asistencia técnica
Paula Laneri, Laura Pérez

Equipo SInCA
Federico Catalano
Adriana Castaño
Alcira Garido
Mariana Kunst
Elena Mancinelli
Daniela Yamashita Unzain



Sistema de Información
Cultural de la Argentina



Ministerio de Educación,
Cultura, Ciencia y Tecnología
Presidencia de la Nación

RESUMEN

Durante el año 2018 los sectores culturales mostraron una evolución heterogénea. Se mantienen los consumos audiovisuales realizados en el hogar, como la TV por cable, y los accesos a internet; y crece el consumo de música grabada digital. Pero cae la cantidad de espectadores de teatro, música en vivo y cine (aunque este último marcó un año récord en estrenos nacionales), y también disminuyó la cantidad total de libros impresos.

En este documento se presenta un panorama general de la actividad y los consumos culturales en 2018 a través de los indicadores más relevantes de los sectores audiovisual, editorial, música, teatro, internet, televisión y patrimonio.

El objetivo de esta publicación es actualizar las series estadísticas del período 2008-2018 para ofrecer un panorama general sobre la evolución de los principales consumos culturales y contribuir al monitoreo y análisis de la actividad cultural.

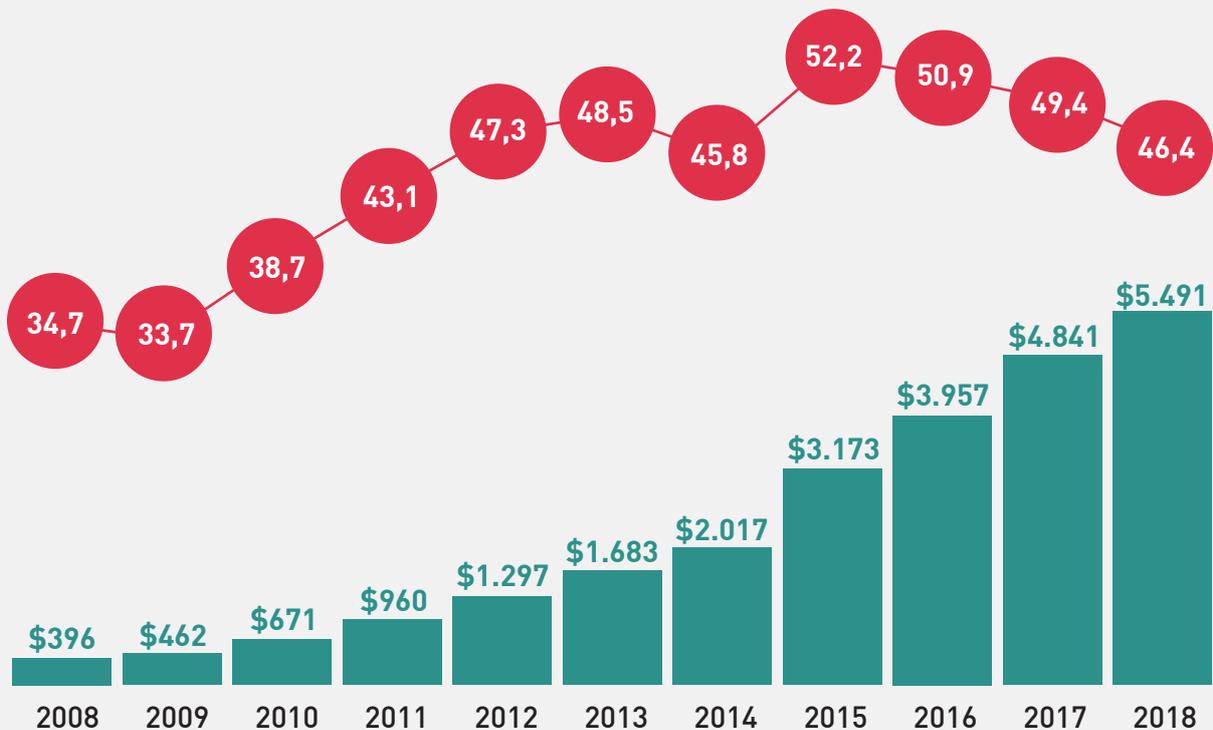
Las mediciones fueron realizadas por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA), que recaba y elabora información sobre los principales agregados económicos del sector cultural, a partir de datos provistos por distintos organismos y cámaras sectoriales, a quienes se agradece su colaboración.

1. CINE

Durante 2018 el cine registró un total de 46.431.072 espectadores, lo que significó una merma interanual del 6% con respecto a 2017. Se estrenaron 549 películas y la recaudación por venta de entradas creció un 13,4% con relación a 2017, alcanzando la cifra récord de

5.491 millones de pesos. Si se considera que según el Índice de Precios al Consumidor (IPC) la inflación acumulada de 2018 fue del 48%, la recaudación real cayó un 15% y el precio promedio de las entradas pasó de \$98 a \$118.

Gráfico 1. Cantidad de espectadores y recaudación. En millones de espectadores y de pesos corrientes. 2008-2018

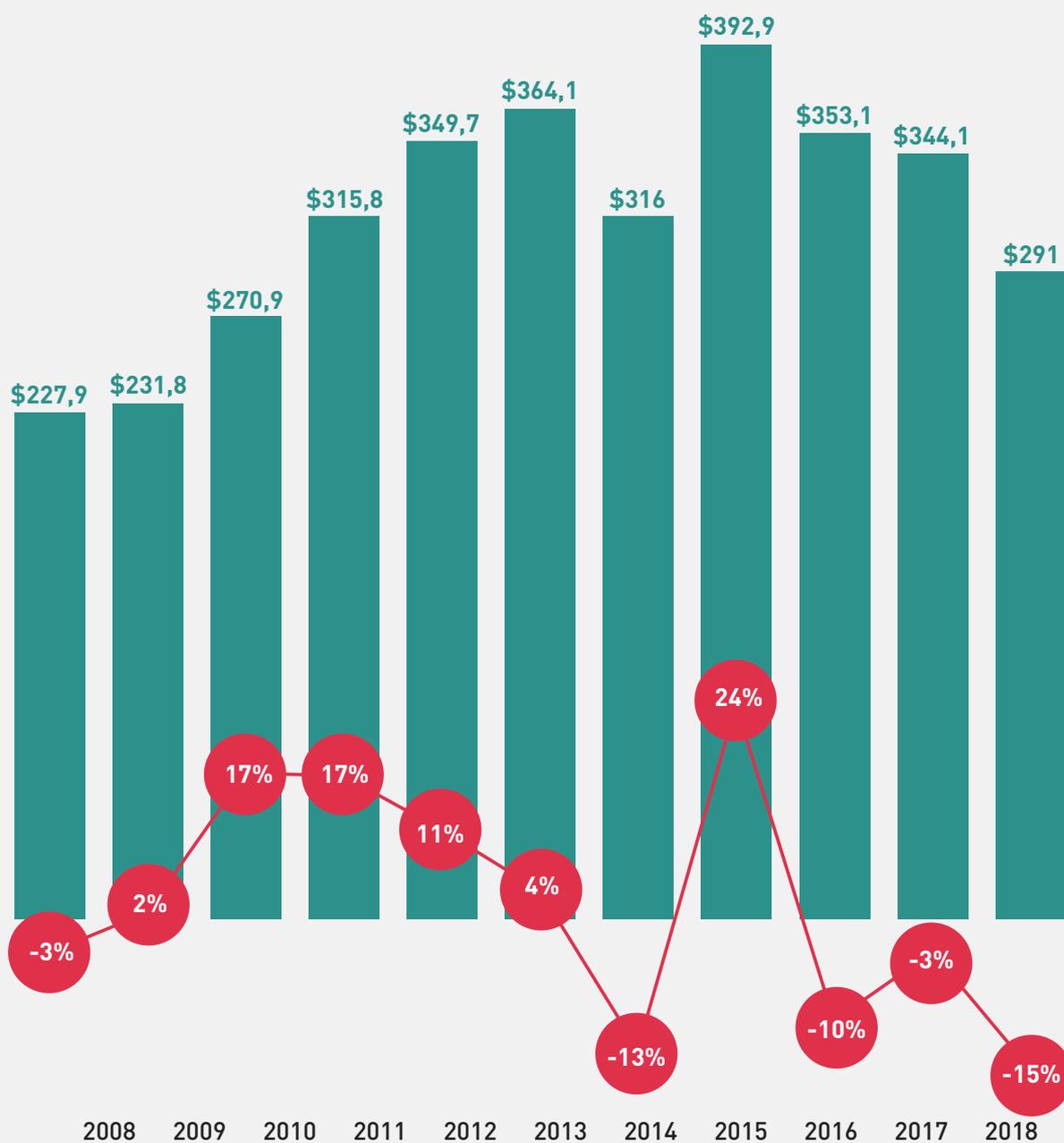


 ESPECTADORES (EN MILLONES)

 RECAUDACIÓN (EN MILLONES DE PESOS CORRIENTES)

Fuente: SInCA en base al Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

Gráfico 2. Variación real de la recaudación. En millones de pesos constantes y en porcentajes. 2008-2018



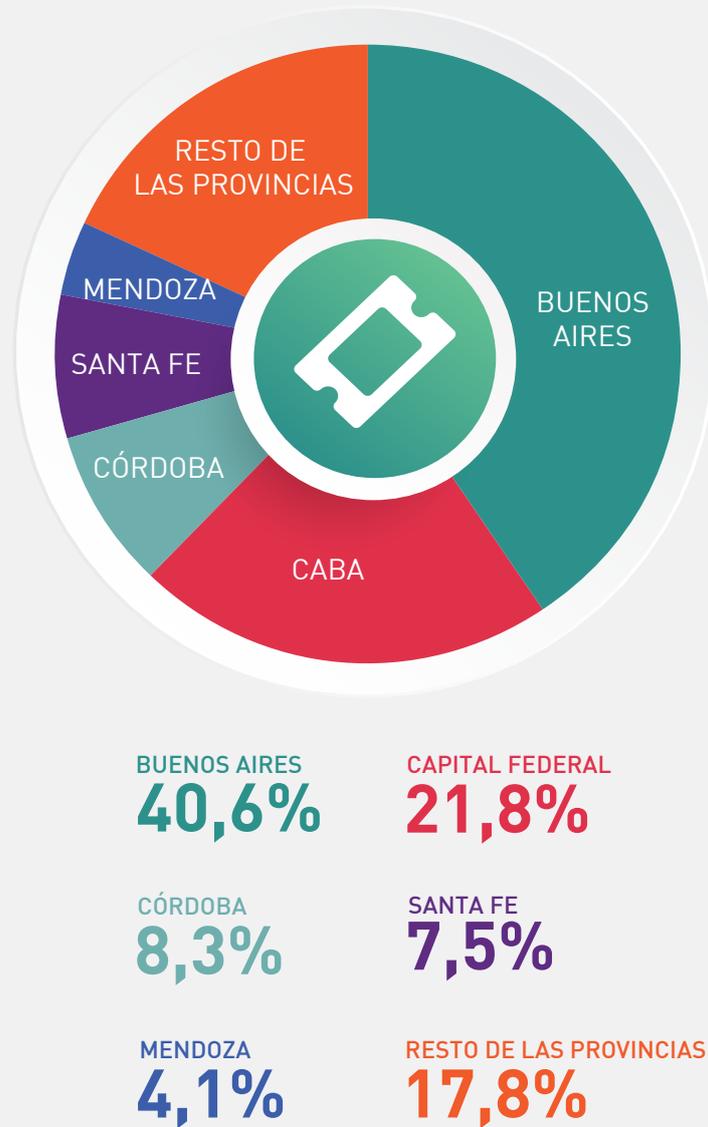
RECAUDACIÓN (EN MILLONES DE PESOS CONSTANTES)

VAR. RECAUDACIÓN (EN PORCENTAJES)

Fuente: SInCA en base al INCAA y al INDEC.

La distribución del consumo de cine a nivel nacional guarda relación con el acceso a salas y con la población de cada distrito. Por eso, la Capital Federal y la provincia de Buenos Aires concentran más de la mitad (62%) de todos los espectadores de cine en 2018.

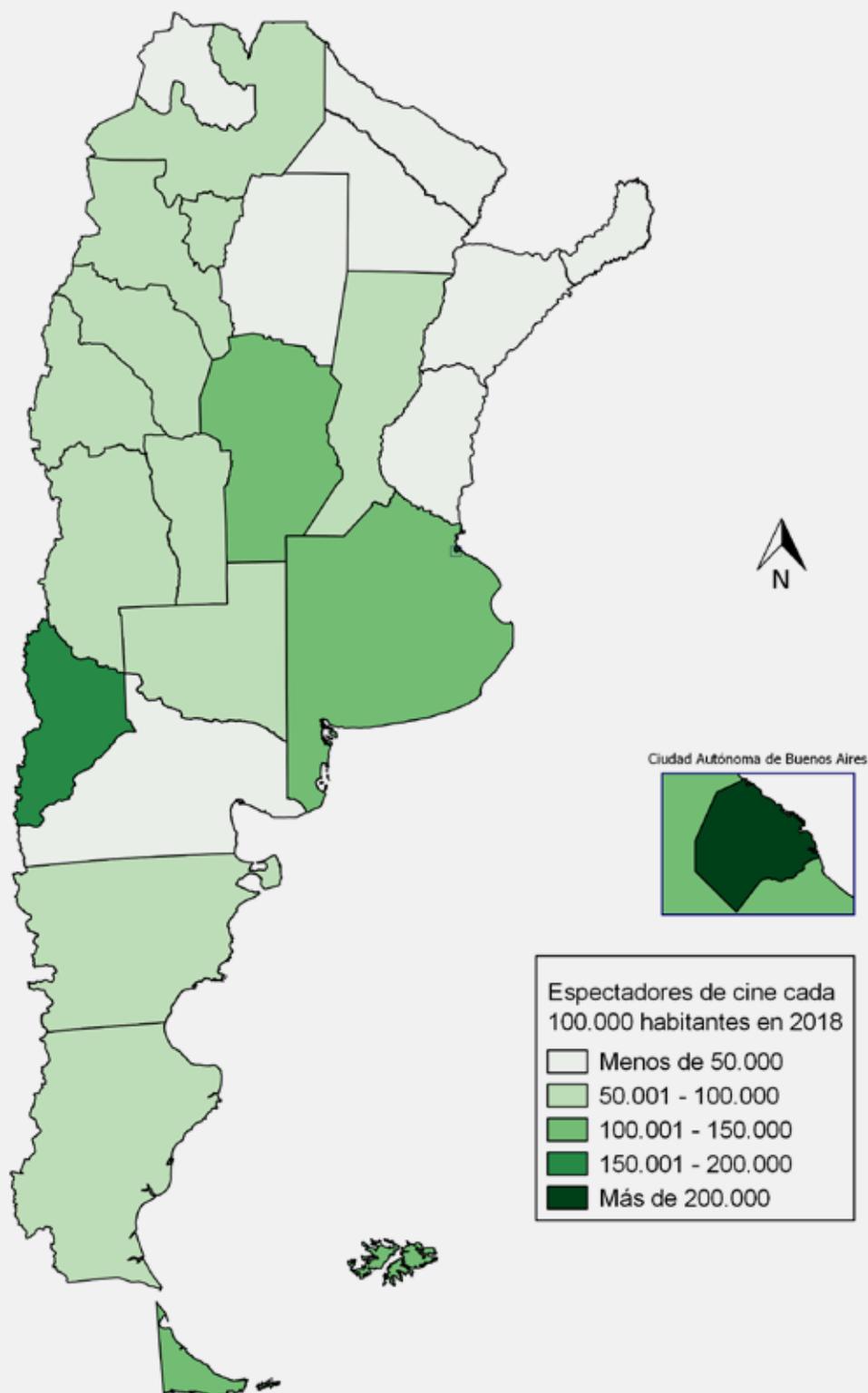
Gráfico 3. Espectadores de cine por provincia. En porcentajes. 2018



Fuente: SInCA en base al Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

Cuando se toma como indicador la cantidad de espectadores cada 100.000 habitantes, se observa que la Ciudad de Buenos Aires, Neuquén y Tierra del Fuego se encuentran entre las jurisdicciones con mayor asistencia a cines.

Espectadores por provincia cada 100.000 habitantes. Argentina, 2018



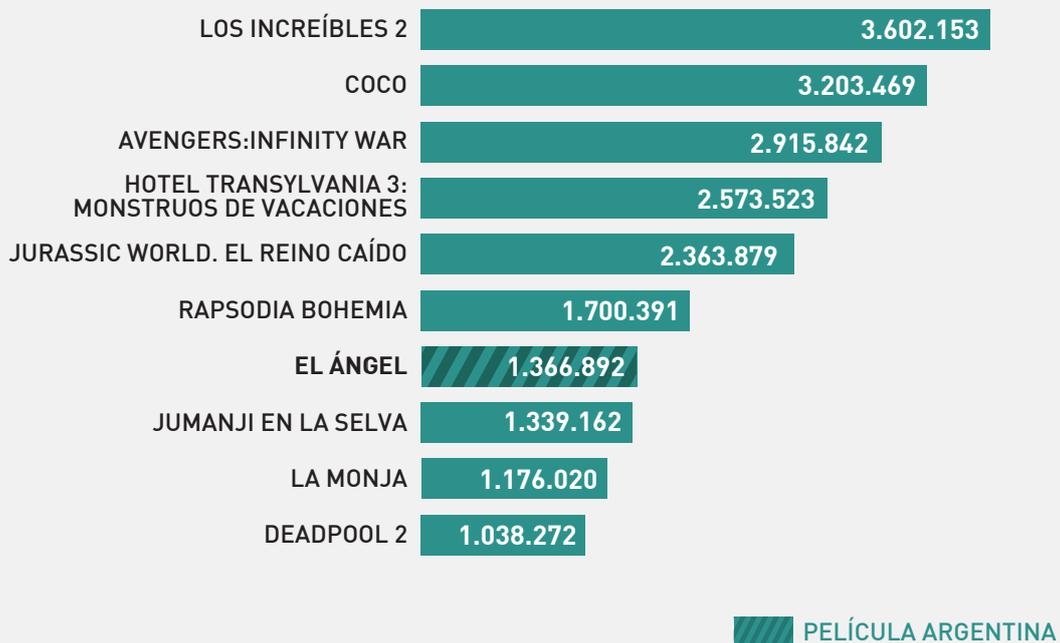
Fuente: SInCA en base al Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

En el ranking de las diez películas más taquilleras se mantiene la tendencia de los últimos años: aparece solo una película de origen nacional, *El Ángel* (en el séptimo lugar); y

Los Increíbles 2 fue el film más visto en todo el año. Como puede observarse, y al igual que en años anteriores, las películas infantiles son mayoría en el ranking y los jóvenes,

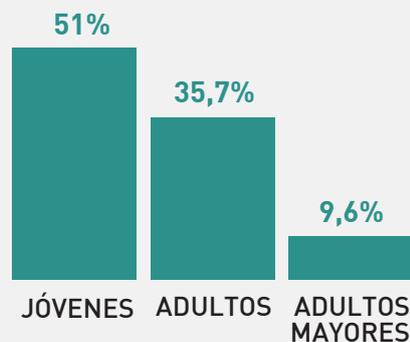
según la [Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017](#), son el grupo etario que más concurre al cine.

Gráfico 4. Ranking de las 10 películas más taquilleras. En espectadores (unidades). 2018



Fuente: SInCA en base al Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

Gráfico 5. Asistencia al cine por edad. Total población. 2017



Fuente: Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017, SInCA.

Los 238 estrenos nacionales marcaron un nuevo récord en 2018 y un aumento del 8% con respecto a 2017 (y del 19% en relación con 2016). Las películas nacionales estrenadas durante 2018 representan el 43% del total de estrenos en el país, con lo que se verifica un aumento de esa proporción con respecto a los últimos tres años.

Tabla 1. Cantidad de estrenos, espectadores y recaudación sobre el total. En unidades y porcentajes de films nacionales. 2013-2018

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Cantidad de films nacionales estrenados	172	179	191	200	220	238
Cantidad de films totales estrenados	644	650	596	597	659	549
Porcentaje de estrenos nac sobre el total	27%	28%	32%	34%	33%	43%
Cant. espectadores (en miles) nacional	7.488	8.176	7.574	7.347	6.503	6.827
Cant. espectadores (en miles) total	48.478	45.823	52.231	50.973	49.402	46.431
% espectadores nac. sobre el total	15%	18%	15%	14%	13%	15%
Recaudación films nacionales (en millones)	243	335	413	506	565	716
Recaudación films totales (en millones)	1.683	2.017	3.173	3.957	4.841	5.491
% recaudación nac. sobre el total	14%	17%	13%	13%	12%	13%

Fuente: SInCA en base al Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

Los datos de producción del sector registran que el 15% de las entradas vendidas corresponden a películas nacionales y el 85% restante, a películas extranjeras.

El largometraje nacional más visto concentra casi un cuarto de los espectadores de películas nacionales (21%) y los primeros cuatro, más de la mitad (53%). Esta concentración de

público en pocos estrenos ya es una constante en el consumo de producción nacional y no se observa en el caso de las películas de origen extranjero.

Gráfico 6. Espectadores de estrenos nacionales más vistos sobre el total de estrenos. En porcentajes. 2018



Fuente: SInCA en base al Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

Otra vía de acceso a contenidos audiovisuales nacionales es la plataforma de video a demanda gratuita Cine.Ar, que cuenta con casi 950.000 usuarios activos. En esta plataforma se realizaron, en promedio, 132.814 visualizaciones mensuales durante 2018.

Gráfico 7. Nuevos usuarios y visualizaciones por trimestre en Cine.Ar. Cuarto trimestre 2015 a cuarto trimestre 2018



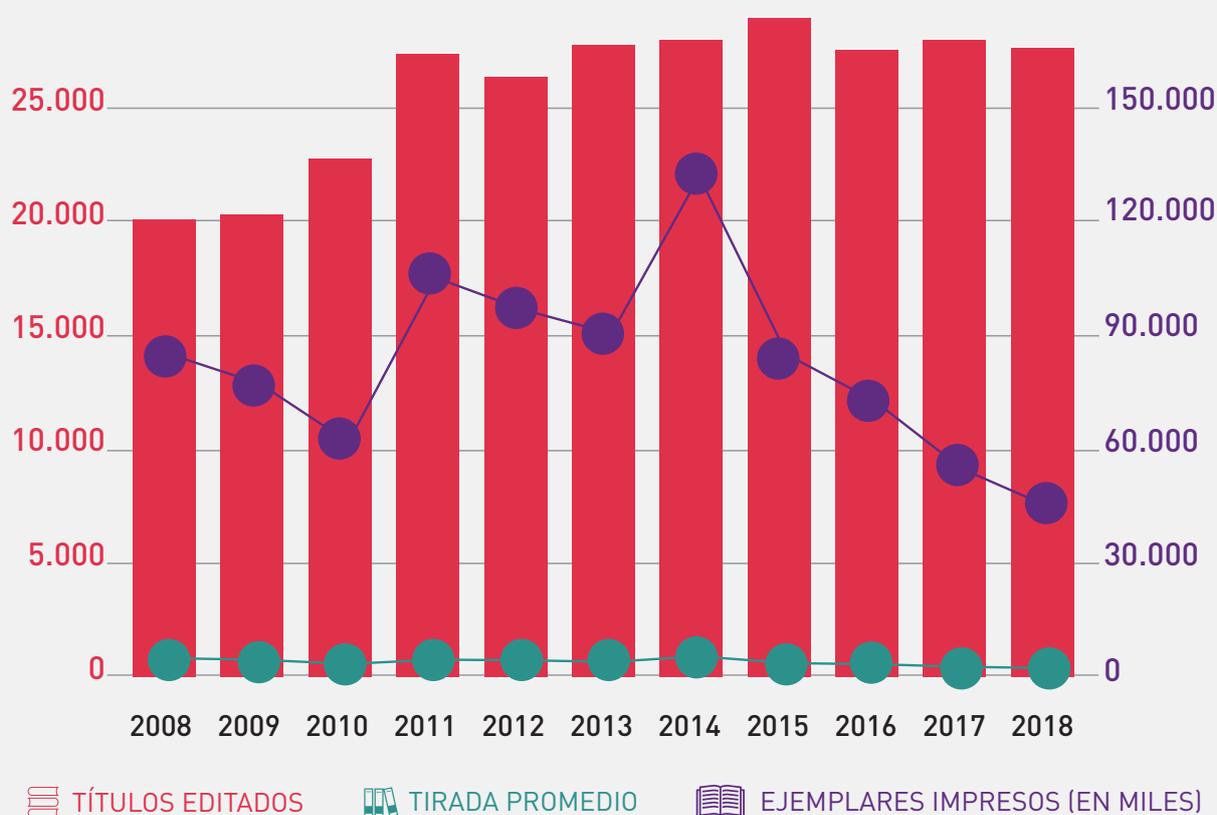
* Noviembre y diciembre de 2015.

Fuente: Elaboración propia en base a datos.arsat.com.ar .

2. LIBROS

En 2018 la cantidad de títulos editados cayó apenas un 1,3% respecto del año anterior, no obstante, se mantiene en un nivel constante desde 2011. En cambio, la cantidad de ejemplares impresos se contrajo por cuarto año consecutivo, registrando una caída interanual del 18,7%. Conjugando ambas variables, la tirada promedio por título disminuyó un 17,6%, ya que pasó de 1.896 a 1.563 ejemplares.

Gráfico 8. Títulos editados, ejemplares impresos y promedio de ejemplares por título. En unidades. 2008-2018



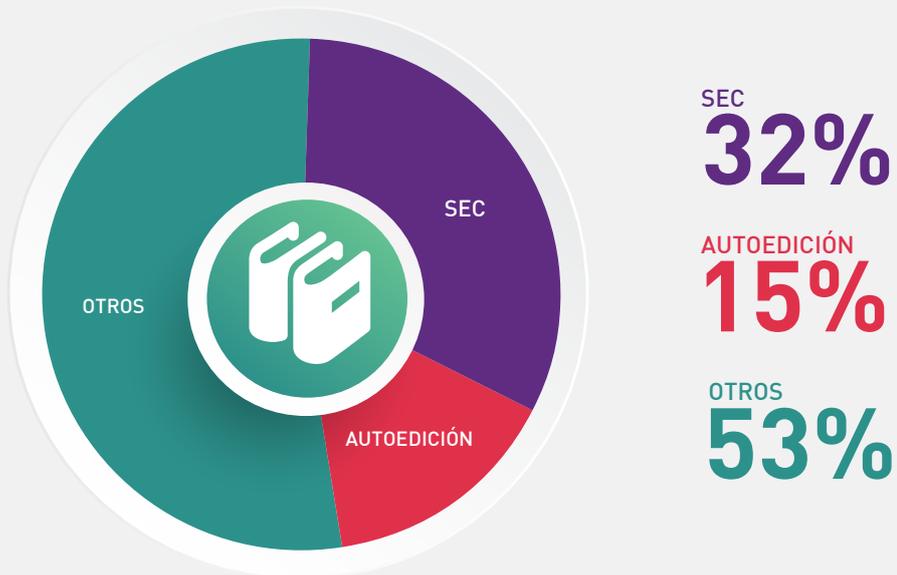
Nota: A partir de 2016, se utilizan los datos que surgen de los títulos publicados de enero a diciembre de cada año, según la base de datos de ISBN.ar.

Fuente: SInCA en base a la Cámara Argentina del Libro (CAL) e ISBN.ar.

El sector editorial comercial (SEC)¹ aportó en 2018 el 32% del total de títulos editados. Esta participación es similar a la registrada en 2017.

1. El SEC nuclea las empresas editoriales cuya actividad principal es la edición de libros y su distribución se realiza a través de canales tradicionales (librerías, venta directa, venta a crédito o distribuidoras). La delimitación de este sector intenta identificar las características del sector editorial, diferenciándolo de las empresas comerciales, universidades, sector público y autoediciones.

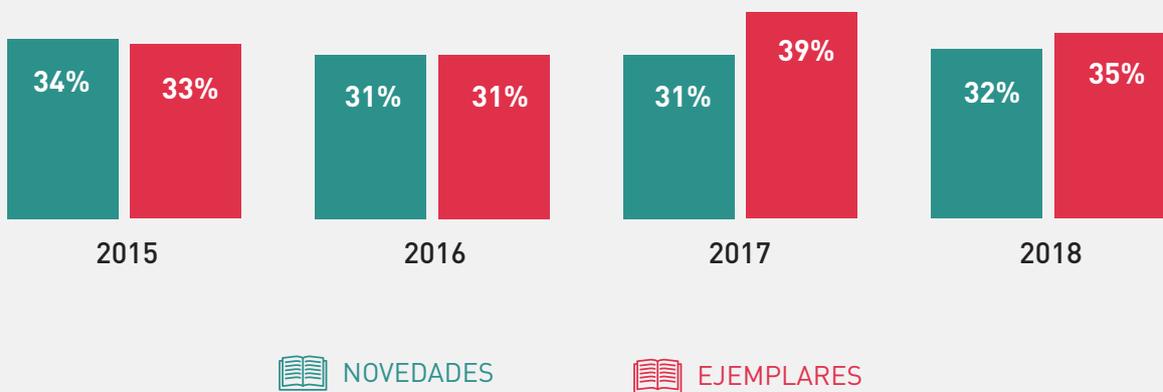
Gráfico 9. Títulos editados por tipo de editor y canal. En unidades. 2018



Fuente: SInCA en base a ISBN.ar.

Además en cuanto al número de ejemplares impresos, la participación del SEC disminuyó cuatro puntos porcentuales con respecto a 2017.

Gráfico 10. Títulos editados y ejemplares publicados por el sector editorial comercial (SEC). En porcentajes. 2015-2018

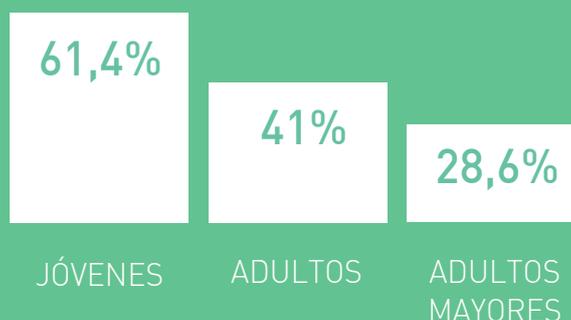


Fuente: SInCA en base a ISBN.ar.

LECTURA Y ESCUELA

En la Argentina, la lectura de libros es una práctica muy asociada a la educación. Por esa razón, los valores más altos de lectura de libros (61%) se registran entre los jóvenes, el grupo etario naturalmente asociado a la escolarización formal en todos sus niveles. Además, los datos de producción también demuestran que los jóvenes son el público objetivo preferencial: concentran más de la mitad de la tirada total (incluyendo al público infantil).

Lectura de al menos un libro al año, por edad (2017, total población)



Participación en la tirada total. 2018



Fuente: ENCC 2017, SInCA. Ver también el informe [Los jóvenes y los consumos culturales](#).

LECTURA Y GÉNERO

El 60% de los lectores de libros en la Argentina son mujeres y también lo son el 73% de las personas que participan en las Bibliotecas populares.

Leen libros



Participan en bibliotecas populares



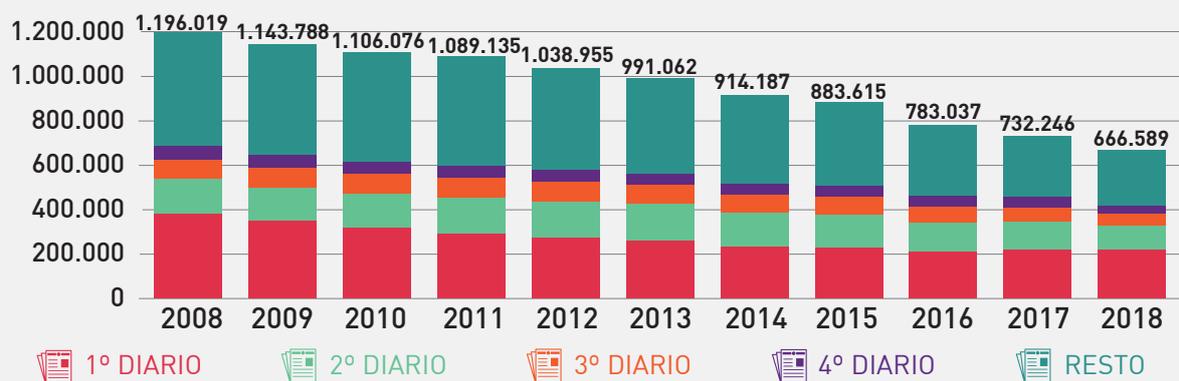
Fuente: ENCC 2017. Ver también el informe [Mujeres en la cultura: notas para el análisis del acceso y la participación cultural en el consumo y el mercado de trabajo](#).

3. DIARIOS

La circulación neta de diarios pagos (lunes a domingo) continuó en 2018 la tendencia descendente que presenta desde hace años, aunque con una caída mayor que en 2017. La baja fue del 9% y pasó de 732.246 a 666.589 unidades. Esa cifra se ubica en los mínimos históricos, contando desde 1958.

Además, se observa una gran concentración de los diarios de mayor circulación, ya que los cuatro principales acaparan el 62,5% del mercado, con una tendencia de participación creciente en el total de diarios en circulación. La brecha relativa entre el primer y el segundo diario más vendido es del 17% y viene en aumento por cuarto año consecutivo.

Gráfico 11. Circulación neta diaria de diarios pagos (cuatro principales diarios y resto de los diarios). En unidades. 2008-2018



Nota: Las publicaciones incluidas son las que registra el IVC.
Fuente: SInCA en base al Instituto Verificador de Circulación (IVC).

Los datos de producción y de consumo permiten afirmar que los hábitos de lectura de diarios continúan en proceso de transformación. Disminuye el consumo por suscripción, pero el diario más leído se mantiene en 100.000 suscriptores; y según la ENCC 2017 disminuye el porcentaje de población que lee diarios en papel (pasó de 60%

en 2013 a 49% en 2017). Parte de esa disminución se explica por la migración al formato digital: la lectura de diarios online (pasó del 25% al 30%), portales de noticias, blogs y redes sociales (Twitter, Facebook, etcétera).

El ranking de diarios online más visitados en la Argentina se realiza con los datos de tráfico de

Alexa², utilizando la combinación de visitantes diarios promedio y visitas de página en el último mes: el sitio que presenta la más alta combinación de visitantes y páginas vistas ocupa el primer lugar en el ranking. En la Argentina, de acuerdo con este ranking, los diarios online más visitados fueron:

Tabla 2. Ranking de diarios online más visitados en la Argentina. 2018

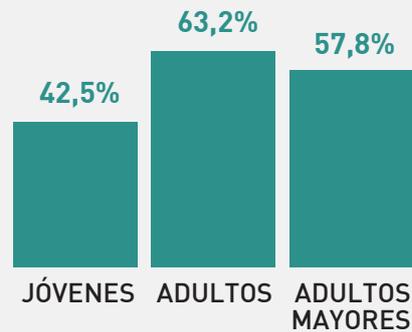
Diario online	Puesto en el ranking de diarios online	Puesto en el ranking de sitios más visitados
Infobae	1	8
Clarín	2	13
La Nación	3	16
El Litoral	4	21
Ole	5	23
Misiones online	6	26
Página 12	7	37
Perfil	8	45

Fuente: Alexa Top Sites in Argentina.

2. Alexa an amazon.com Company. Top sites in Argentina <https://www.alexa.com/topsites/countries/AR>

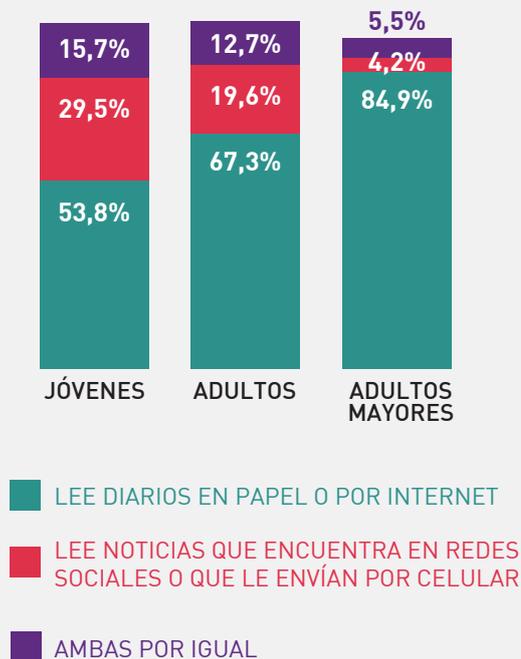
Los jóvenes constituyen el grupo etario que menos lee diarios, pero eso no implica que no se informen, ya que durante 2017 el 42% de los jóvenes entre 12 y 25 años leyó diarios, ya sea en papel o en algún formato digital. Sin embargo, a pesar de ser un porcentaje muy significativo, está por debajo de la proporción de lectores adultos y adultos mayores, que asciende al 63% y 57% respectivamente.

Gráfico 12. Lectura de diarios (papel o digital) por edad (2017, total población)



Fuente: Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017, SInCA.

Gráfico 13. Maneras de informarse por edad (2017, sólo lectores de diarios)



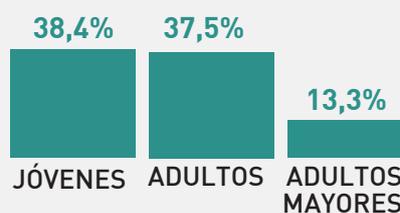
Fuente: Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017.

En cambio, a la hora de informarse por otros medios, como mediante artículos y noticias disponibles en redes sociales o que circulan por whatsapp, los jóvenes son el grupo con mayor protagonismo.

Entre los jóvenes lectores de diarios, el 54% se informa a través de diarios y casi el 30%, vía lectura de noticias en redes sociales o por whatsapp. Además, también es significativa la proporción de jóvenes que se informan de ambas maneras (casi 16%, contra el 4% de los lectores adultos mayores). En contrapartida, el 85% de los lectores mayores de 65 años se informa a través de los diarios.

Con los blogs y portales de noticias se observa un comportamiento similar al de las noticias en redes sociales, ya que son los jóvenes quienes más leen blogs y portales y los adultos mayores, los que menos lo hacen.

Gráfico 14. Lectura de blogs o portales de noticias por edad (2017, total población)



Fuente: Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017.

Tabla 3. Circulación neta diaria y cantidad de diarios pagos en circulación por provincia de edición. En unidades. 2018

Provincia	Promedio de ejemplares impresos por edición	Cantidad de diarios	Participación de promedios en total
Capital Federal	424.375	5	64%
Tucumán	35.720	1	5%
Córdoba	32.220	1	5%
Santa Fe	29.867	2	4%
Mendoza	27.105	2	4%
Buenos Aires	26.366	2	4%
Santiago del Estero	15.665	1	2%
Río Negro	12.702	1	2%
Salta	12.643	1	2%
Chaco	8.522	1	1%
Misiones	6.862	2	1%
Entre Ríos	6.535	2	1%
La Rioja	6.279	1	1%
Jujuy	5.994	1	1%
Catamarca	5.669	1	1%
San Juan	5.436	1	1%
San Luis	2.458	1	0%
La Pampa	2.171	1	0%
Total general	666.589	27	100,0%

Nota: Se consideran solo las publicaciones registradas en el IVC.
Fuente: SInCA en base al IVC.

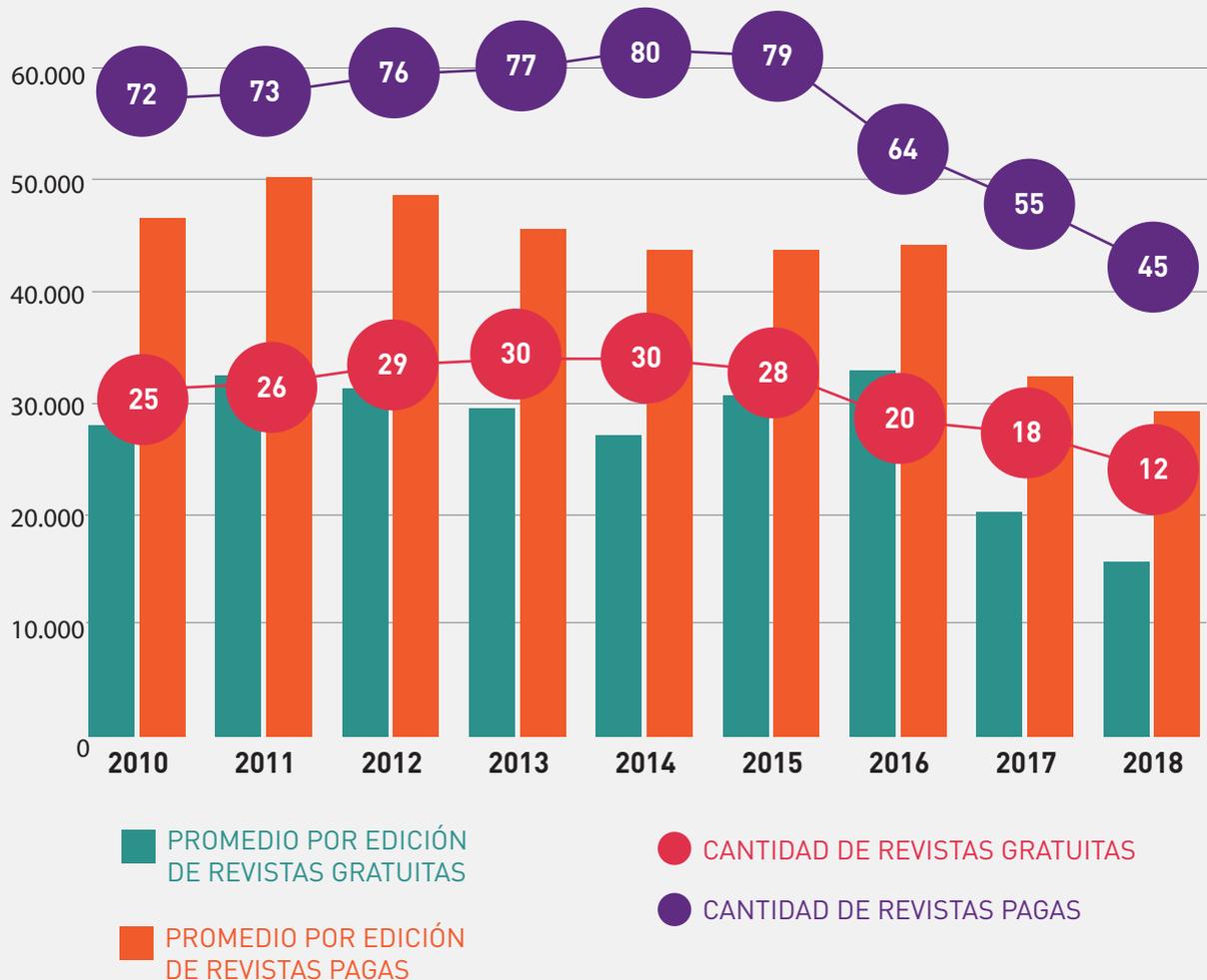
Con respecto a la circulación promedio de diarios, cuando se analiza por provincia, se verifica que en 2018 CABA concentró, con cinco diarios, el 64,0% de la tirada diaria; y otras ocho provincias, el 29% del total, con once diarios editados (Tucumán, Córdoba, Santa Fe, Buenos Aires, Mendoza, Santiago del Estero, Salta y Río Negro).

4. REVISTAS

El año 2018 registró una caída interanual del 10% en la circulación de revistas pagas. En parte, esto se explica porque ese año circularon 45 revistas pagas, diez menos que en 2017.

En cuanto a las revistas gratuitas, el promedio de circulación cayó un 22%, disminución que se explica por la caída de seis unidades en la cantidad de revistas en circulación del último año (se pasó de 18 en 2017 a 12 en 2018).

Gráfico 15. Circulación bruta por edición y cantidad de revistas, pagas y gratuitas. En unidades. 2010-2018



Nota: las publicaciones incluidas son las que registra el IVC, que no se corresponden con el total en circulación. Se ajustó 2017 en el valor promedio por edición de revistas pagas y en cantidad de revistas. Fuente: SInCA en base al IVC.

5. MÚSICA

La industria de la música se compone de dos grandes subsectores: el de la música grabada y el de la música en vivo. Aquí se muestra la evolución de cada uno de ellos en los últimos años.

5.1. Música grabada

La industria fonográfica es aquella que produce y comercializa música grabada. Se organiza en cuatro segmentos o productos:

1. Formato físico: son los CD, DVD y vinilos.

2. Formato digital: son las descargas de música por internet y el streaming (reproducción online sin descarga).

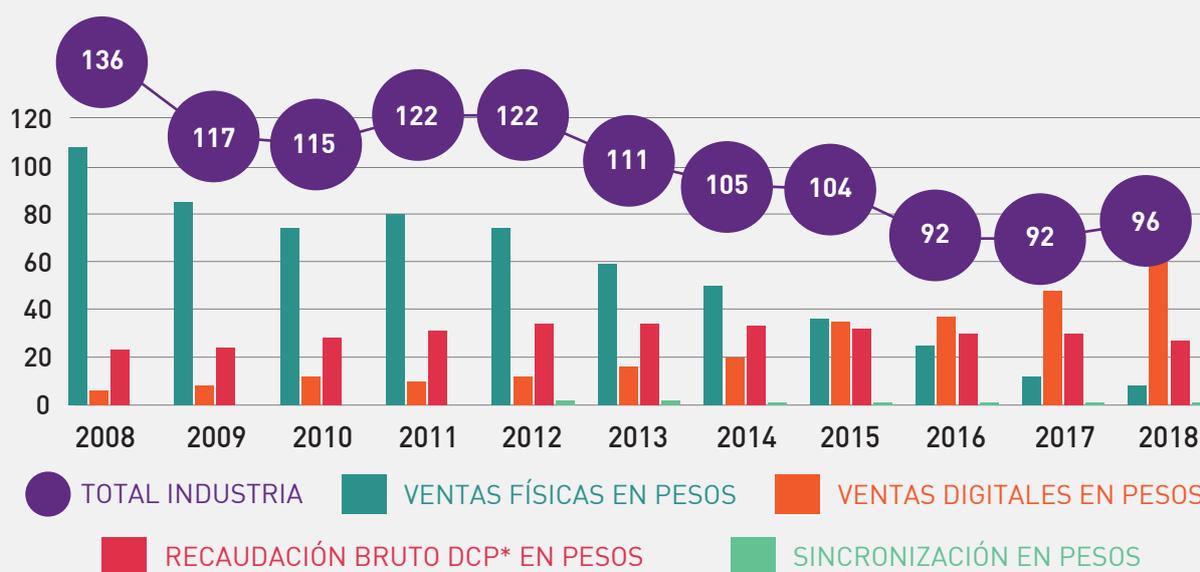
3. Derechos de comunicación al público (DCP): corresponden al uso de fonogramas por parte de espacios abiertos al público o medios de comunicación.

4. Sincronización: es el uso de fonogramas en publicidades, películas o programas de televisión.

En 2018, el subsector "Música grabada" registró ventas totales por un valor de 1.803 millones de pesos. Este monto expresado en valores constantes (precios sin inflación) presentó un incremento del 4% con respecto a 2017.

No obstante, si se desagregan las ventas por tipo de producto, se verifica que las ventas digitales fueron las que más ingresos generaron, seguidas por los DCP, las ventas físicas y la sincronización.

Gráfico 16. Ventas de la industria fonográfica según formato. En millones de pesos constantes. 2008-2018



Nota: se utilizaron datos preliminares de sincronización. Se estimaron los valores absolutos de venta de cada uno de los segmentos en base a los porcentajes de participación y del valor de ventas total informado por CAPIF.

Fuente: SInCA en base a CAPIF e INDEC.

Cabe recordar que la música es uno de los sectores que más rápida y radicalmente modificó su modelo de negocios en los últimos diez años, como consecuencia de la revolución tecnológica y la convergencia digital. Así, por ejemplo, en 2017 el formato físico representaba el 14% de las ventas de música grabada y el formato digital, el 52%; mientras que en 2018 las ventas digitales representaron el 62% de las ventas totales y el formato físico quedó relegado a un 8% de los ingresos totales.

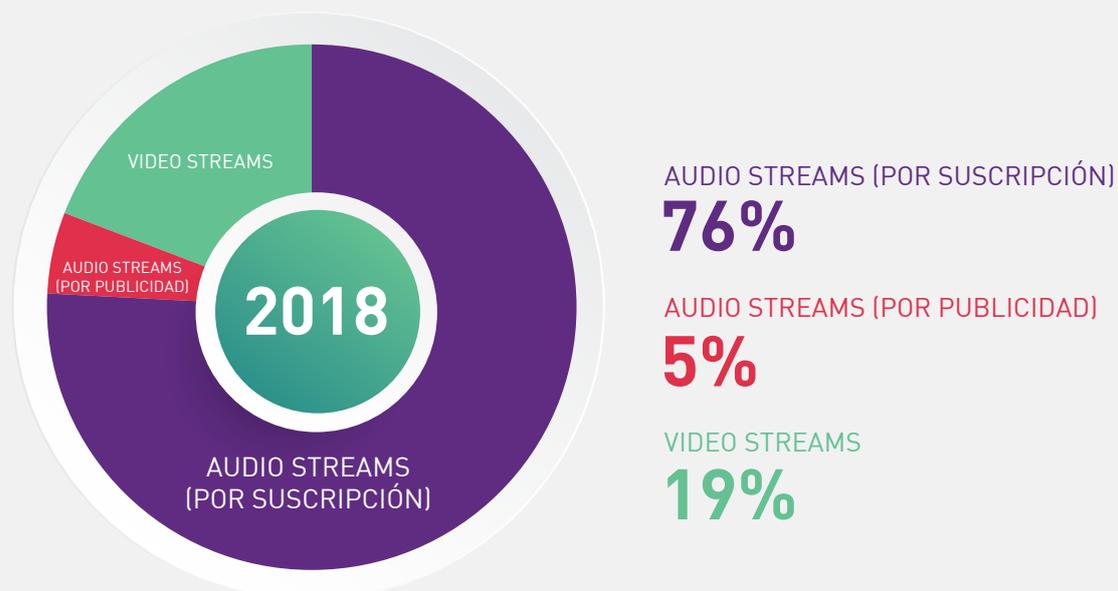
Gráfico 17. Participación de los formatos en las ventas totales de la industria fonográfica. En porcentajes. 2017-2018



Fuente: SInCA en base a CAPIF.

Según datos de la Cámara Argentina de Productores de Fonogramas y Videogramas (CAPIF), en 2018 el 98% del sector digital correspondió a la reproducción online o streaming. Y de ese formato, el 76% son escuchas de audio strems por suscripción.

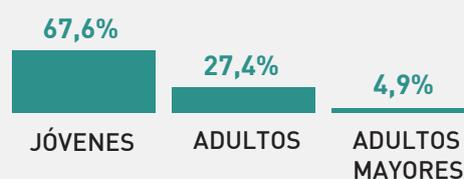
Gráfico 18. Composición de las ventas en formato digital por streaming de la industria fonográfica. En porcentajes. 2018



Fuente: SInCA en base a CAPIF.

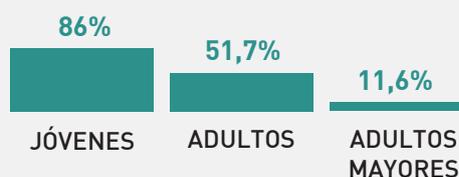
En relación con el consumo, el grupo etario que más escucha música por internet es el de [los jóvenes](#): el 86% de ellos emplea este medio para escuchar música y dos tercios lo hacen por celular todos los días.

Gráfico 19. Escucha diaria de música por celular, según edad (2017, total población)



Fuente: Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017.

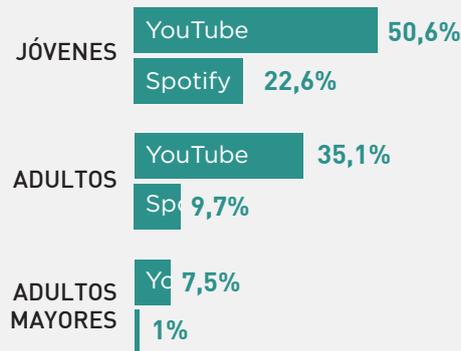
Gráfico 20. Escucha de música por internet (online o descarga), según edad (2017, total población)



Fuente: Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017.

Cuando se comparan los niveles de uso de las aplicaciones o plataformas para escuchar música online gratuitas y pagas, se observa una diferencia significativa a favor de las gratuitas, sobre todo, entre los jóvenes. No obstante, ellos usan más que cualquier otro grupo etario tanto las plataformas gratuitas (YouTube), como las aplicaciones pagas (Spotify).

Gráfico 21. Plataformas más usadas para escuchar música, por edad (2017, total población)



Fuente: Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017.

Tabla 4. TOP 5 artistas en Spotify Argentina (2018)

1	OZUNA
2	BAD BUNNY
3	J BALVIN
4	DUKI
5	PAULO LONDRA

Tabla 5. TOP 5 canciones en YouTube Argentina (2018)

1	Daddy Yankee - Dura
2	Nicky Jam x J. Balvin - X (Equis)
3	Casper, Nio García, Darell, Nicky Jam, Bad Bunny, Ozuna - Te Bote Remix
4	Becky G, Natti Natasha - Sin Pijama
5	Damas Gratis - No te creas tan importante

Fuente: SInCA en base a datos relevados en internet.

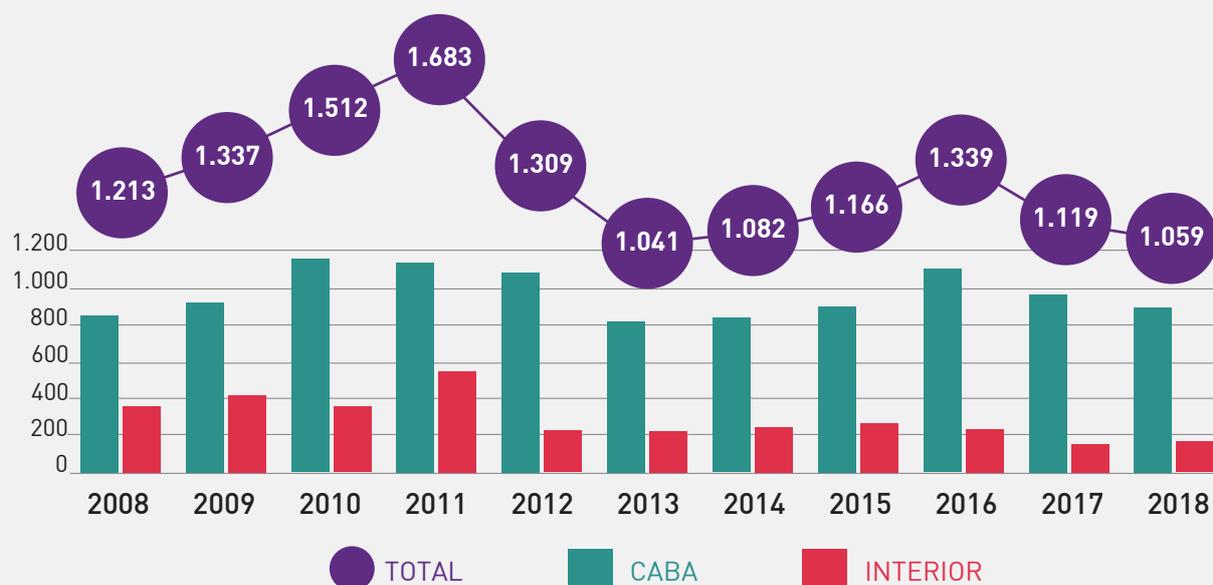
5.2 Música en vivo

Los ingresos que generan los conciertos, los recitales, los shows y los festivales de música en vivo se consideran en el subsector "Música en vivo".

Según la información relevada por la Asociación Argentina de Empresarios Teatrales (AADET) que proporciona datos sobre la actividad escénica (nacional

e internacional) de los teatros asociados, la asistencia a los espectáculos musicales disminuyó un 5% en 2018. La cantidad de asistentes a espectáculos musicales en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires cayó un 7%, mientras que en el resto del país se produjo un crecimiento del 7%.

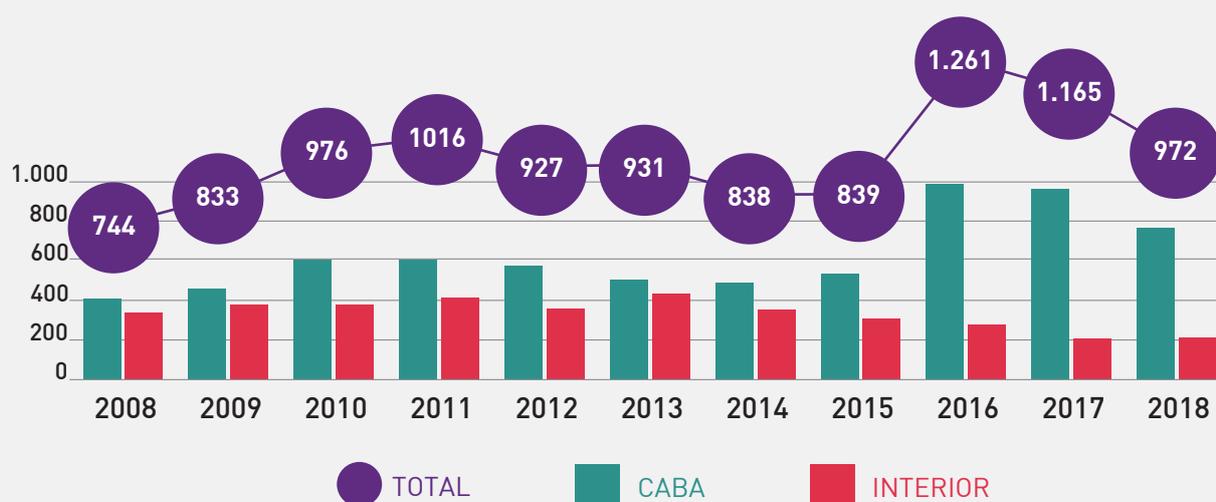
Gráfico 22. Asistentes a espectáculos musicales según zona. En miles. 2008-2018



Fuente: SInCA en base a AADET.

Con respecto a la cantidad de funciones de espectáculos musicales, en 2018 se realizaron 972, un 16% menos que en 2017. Asimismo, en CABA disminuyó un 21% la cantidad de funciones y aumentó un 3% en el resto del país.

Gráfico 23. Cantidad de funciones de espectáculos musicales según zona. En unidades. 2008-2018



Fuente: SInCA en base a AADET.

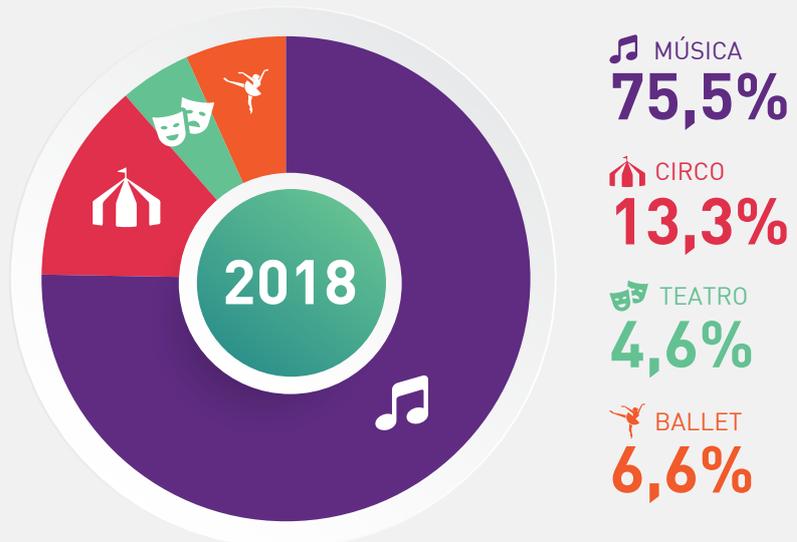
Dado que no se cuenta con datos agregados referidos a shows internacionales, el SInCA realiza un relevamiento propio de funciones promocionadas por internet. La amplia mayoría de estos espectáculos son musicales y se contemplan funciones en teatros, estadios y otros espacios. Como resultado de este trabajo, en 2018 se identificaron un total de 241 fechas, un 28% menos que en 2017.

El precio promedio de las entradas a shows internacionales en 2017 fue de \$1.724. *Sarah Brightman en el Teatro Colón* fue el espectáculo con mayor valor promedio (\$ 8.450) y, entre los shows estrictamente musicales, también el de Sarah Brightman registró la entrada más costosa (\$15.000).

Si se analizan los shows por tipo de espectáculo, el 75,5% están vinculados de alguna manera con la música en vivo (recitales, festivales y

conciertos); y también hay espectáculos circenses, de ballet y teatrales (13%, 7% y 5%, respectivamente).

Gráfico 24. Shows internacionales en vivo por tipo de espectáculo. En porcentajes. 2018



Fuente: SInCA en base a datos relevados en internet.

Gráfico 25. Shows internacionales en vivo por provincia. En porcentajes. 2018



Fuente: SInCA en base a datos relevados en internet.

El 76% de los shows internacionales se realizó en CABA, el 8% en la Provincia de Buenos Aires, el 8% en Córdoba y el 8% en Santa Fe.

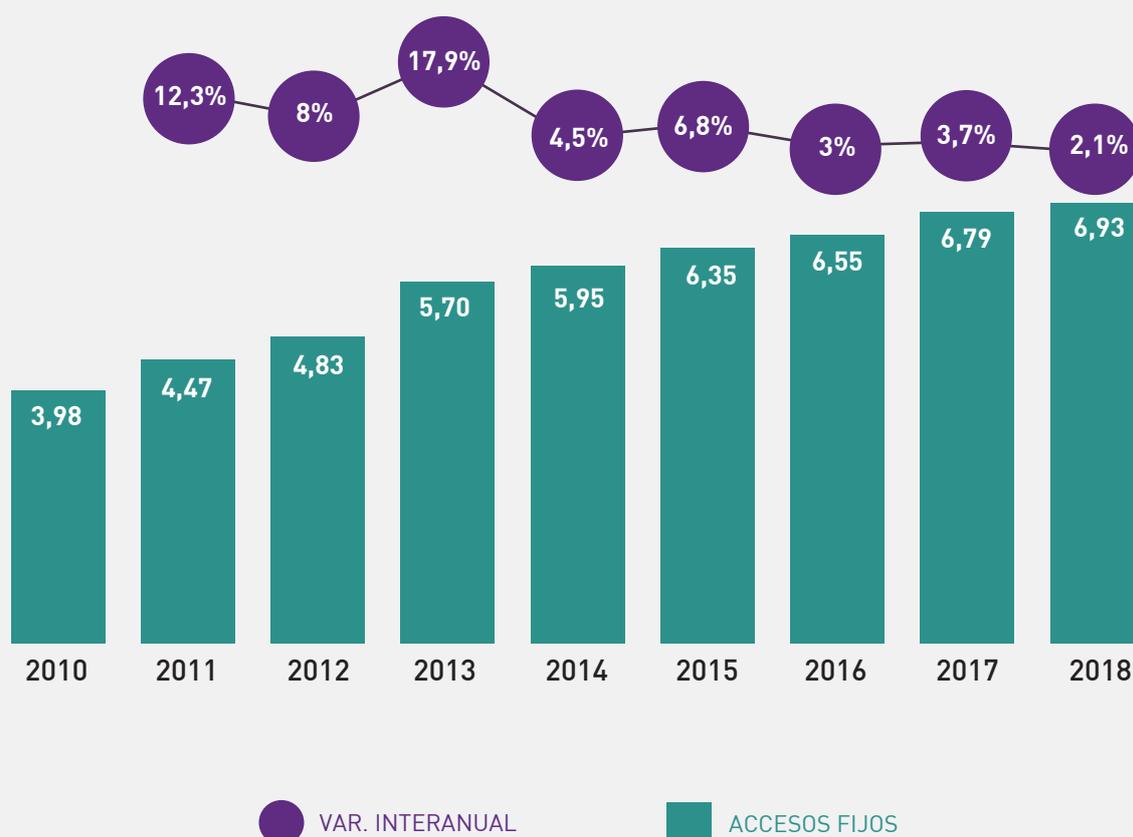
6. INTERNET

Para contabilizar los accesos a internet se consideran los **accesos fijos** (que incluyen las conexiones tradicionales a internet mediante redes telefónicas, operadores de cable, redes de fibra óptica e inalámbricas fijas) y los **accesos móviles** (que comprenden los realizados mediante dispositivos portátiles y operadores de redes de celulares). A su vez, los accesos móviles se

clasifican en **accesos pospagos** (contratación de un plan de datos) y **prepagos** (carga de crédito para el consumo de datos).

Durante 2018 los accesos fijos residenciales alcanzaron los 6,9 millones de hogares, lo que implica un aumento interanual del 2,1% y un acumulado del 74% desde 2010.

Gráfico 26. Accesos residenciales fijos a internet y su variación interanual. En millones y en porcentajes. 2010-2018



Nota: Se actualizan los datos de la serie en 2018 del 2015 al 2018.
Fuente: elaboración propia en base a INDEC.

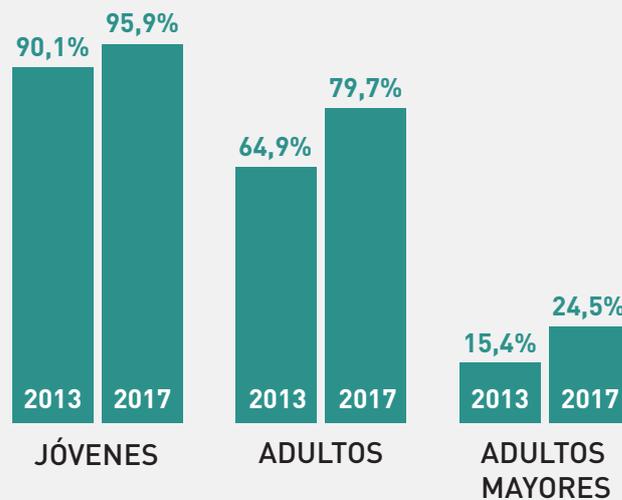
La cantidad de accesos móviles pospagos creció un 17% entre 2015 y 2018³ (23,8 millones a 27,8 millones). Este incremento de la modalidad de conexión vía celular guarda relación con la relevancia que viene ganando este dispositivo como soporte de acceso a diversos consumos culturales: escuchar música, ver videos, series y películas, leer diarios, etc. En este sentido, los resultados de la ENCC 2017 muestran la convergencia de los consumos culturales hacia

el formato digital vía celular: en 2017 el 70% de la población accedió a internet a través de este dispositivo (frente al 9% que lo hizo en 2013⁴). En la actualidad el 90% de la población tiene celular y el 75% lo utiliza como terminal multifunción de consumo cultural: escucha música, ve películas y series, lee y juega videojuegos. Prácticamente todos los jóvenes, casi todos los adultos y dos tercios de los adultos mayores tienen celular.

3. A partir del año 2015 cambia la metodología de medición de los datos móviles, por tal motivo la variación de 2018 se compara en relación al 2015 y no respecto del año base.

4. Para mayor información sobre este tema ver el [Informe de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales](#).

Gráfico 27. Uso de internet por edad 2013 vs 2017 (total población)



Fuente: Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 2017.

7. TELEVISIÓN

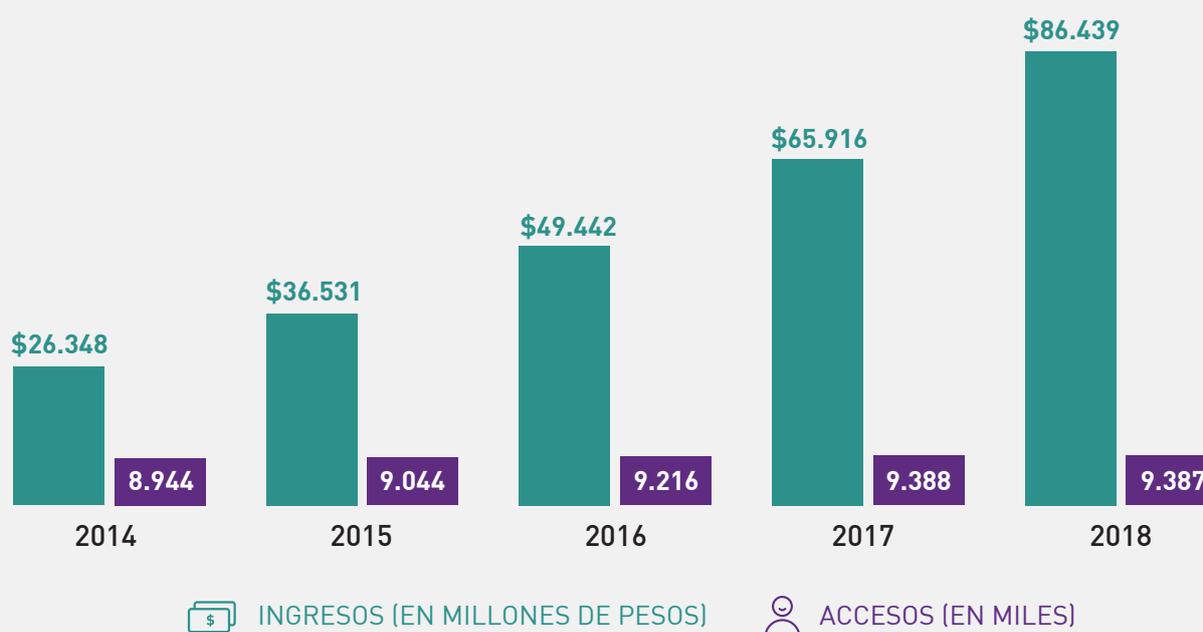
El consumo de TV en la Argentina se caracteriza por la alta penetración del mercado por suscripción. Este mercado está compuesto por la TV por cable y la TV satelital. El cable explica, en promedio, el 74% de los accesos y el 64% de los ingresos.

En cuanto a la evolución de cada segmento, los accesos a la TV por cable aumentaron un 7% entre 2014 y 2018, y alcanzaron los 6,9 millones de accesos al final del período;

mientras que los accesos a TV satelital crecieron sólo un 0,3%, con 2,5 millones de accesos en 2018. Sin embargo, entre 2017 y 2018, los suscriptores a TV satelital disminuyeron en un 3% y los de TV por cable crecieron levemente (1%).

Además, los ingresos generados por la TV por cable y satelital crecieron un 228% en los últimos cuatro años, superando la inflación acumulada durante ese período.

Gráfico 28. Accesos e ingresos de servicio de TV por suscripción. En miles de accesos y millones de pesos. 2014-2018



Fuente: SInCA en base a Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM).

8. TEATRO

En 2018 el teatro registró 4.248.243 espectadores, un 8% menos que en 2017; y 15.381 funciones, lo que supone un aumento del 3% respecto del año anterior.

El relevamiento de información teatral incluye los teatros comerciales registrados en la Asociación argentina de empresarios teatrales (AADET), los teatros que conforman el Complejo Teatral de Buenos Aires (General San Martín, Presidente Alvear, Regio, Sarmiento y De la Ribera), el Teatro Colón y el Teatro Nacional Cervantes.

Para el análisis, los teatros se agrupan en dos circuitos, el comercial y el público⁵. El circuito comercial disminuyó un 15% en espectadores con respecto al año anterior. Sin embargo, en cantidad total de funciones se registró un incremento de 1,3% con respecto a 2017.

El circuito público mostró resultados positivos en comparación con 2017, ya que creció un 20% en cantidad de

espectadores y un 14% en cantidad de funciones. No obstante, la cantidad de funciones y asistentes por teatro es muy heterogénea. Así, gran parte del incremento en cantidad de espectadores se explica por el desempeño del Complejo Teatral de Buenos Aires y del Teatro Colón. El Complejo Teatral de Buenos Aires registró un aumento del 28% en el número total de espectadores y en todos sus teatros. El Teatro Regio registró un 49% de incremento y es el que muestra el mayor porcentaje de aumento, seguido por el Teatro San Martín (23%), el Teatro Sarmiento (22%) y el del Teatro de la Ribera (7%). Asimismo, el Teatro Colón registró un aumento del 31% en la cantidad de asistentes. En cambio, el Teatro Nacional Cervantes presentó una caída del 30% con respecto al año anterior.

5. Actualmente no se cuenta con información acerca del circuito teatral independiente.

Gráfico 29. Cantidad de espectadores a salas de teatro. En miles. 2008-2018



AADET-CABA (TEATROS)

AADET-INTERIOR (TEATROS)

TEATRO COLÓN

TEATRO CERVANTES

COMPLEJO BUENOS AIRES

Fuente: SInCA en base a AADET, Dirección General de Estadística y Censos de GCBA, Complejo Teatral de Buenos Aires, Teatro Colón y Teatro Nacional Cervantes.

Gráfico 30. Cantidad de funciones en salas de teatro del circuito público y comercial. En unidades. 2008-2018



FUNCIONES PÚBLICO

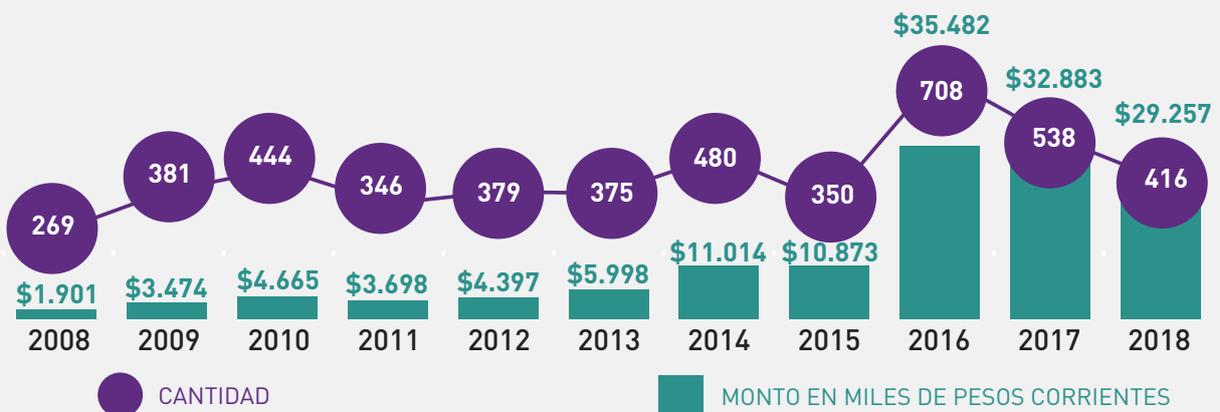
FUNCIONES COMERCIAL

Fuente: SInCA en base a AADET, Dirección General de Estadística y Censos de GCBA, Complejo Teatral de Buenos Aires, Teatro Colón y Teatro Nacional Cervantes.

En 2018 el Instituto Nacional del Teatro (INT), organismo rector de la promoción y el apoyo a la actividad teatral en todo el país, otorgó 416 subsidios para grupos y elencos teatrales, un 23% menos que el año anterior

y 161 subsidios para salas y espacios teatrales, un 35% menos que el año anterior. A valores corrientes, esto representó una disminución de 11% y 59% en los montos otorgados.

Gráfico 31. Subsidios otorgados por el INT a grupos y elencos teatrales. En unidades y miles de pesos corrientes. 2008-2018



Fuente: INT en base al Anuario de Estadísticas 2018.

Gráfico 32. Subsidios otorgados para el fomento de salas y espacios teatrales. En unidades y miles de pesos corrientes. 2008-2018



Fuente: INT en base al Anuario de Estadísticas 2018.

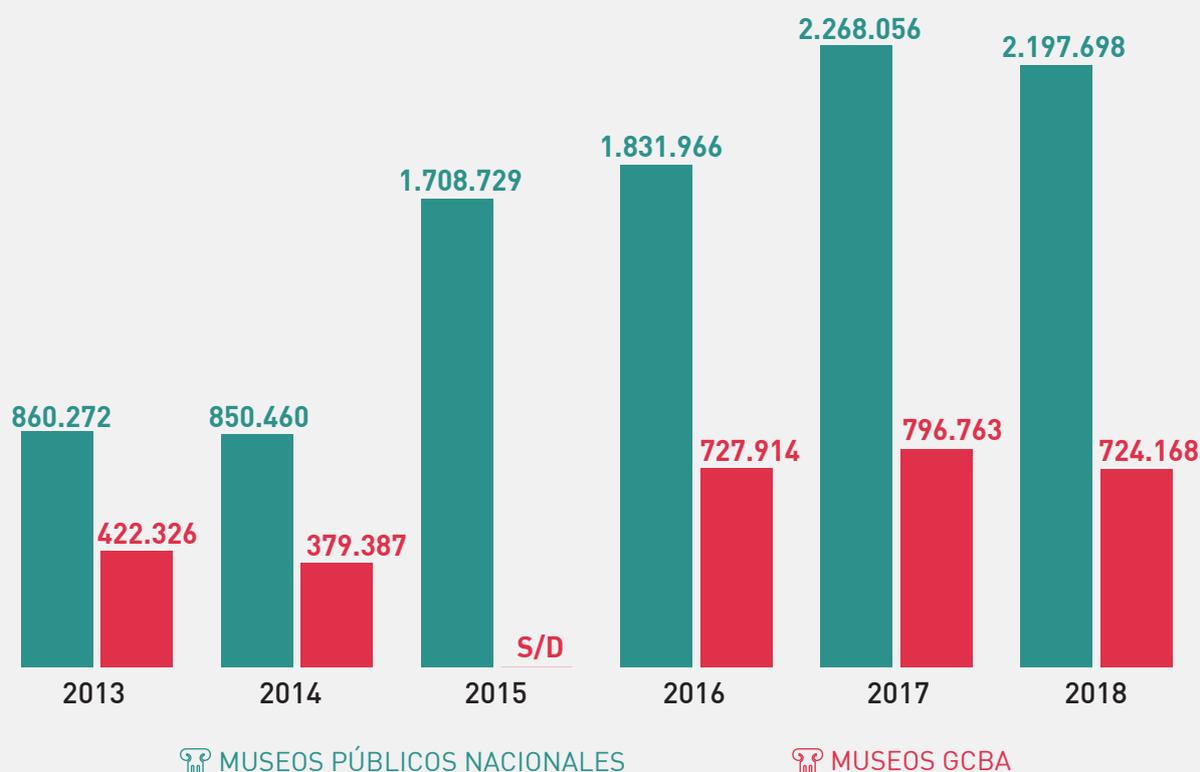
9. PATRIMONIO

La asistencia general a museos públicos disminuyó un 4,7% durante 2018. Ese año, los museos públicos nacionales tuvieron 2.197.698 visitas, un 3,1% menos que en 2017. Esta baja se explica, en parte, por el Palacio Nacional de las Artes que permaneció cerrado por obras. Por su parte, el Museo Nacional de Bellas Artes recibió 633.462 visitas y fue el más concurrido (concentró casi la tercera parte del total de visitas a museos nacionales). El segundo museo más visitado fue el Museo Histórico Nacional del Cabildo y

de la Revolución de Mayo, con 503.517 visitas, un 36% más que en 2017.

Según la Dirección General de Estadística y Censos, en 2018 se registró un total de 724.168 asistentes a museos públicos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (9% menos que en 2017). El más visitado fue el Museo de Arte Moderno, con 176.923 asistentes que representan casi la tercera parte del total de visitas a museos públicos de CABA.

Gráfico 33. Visitas a museos públicos nacionales y de CABA. En unidades. 2013-2018

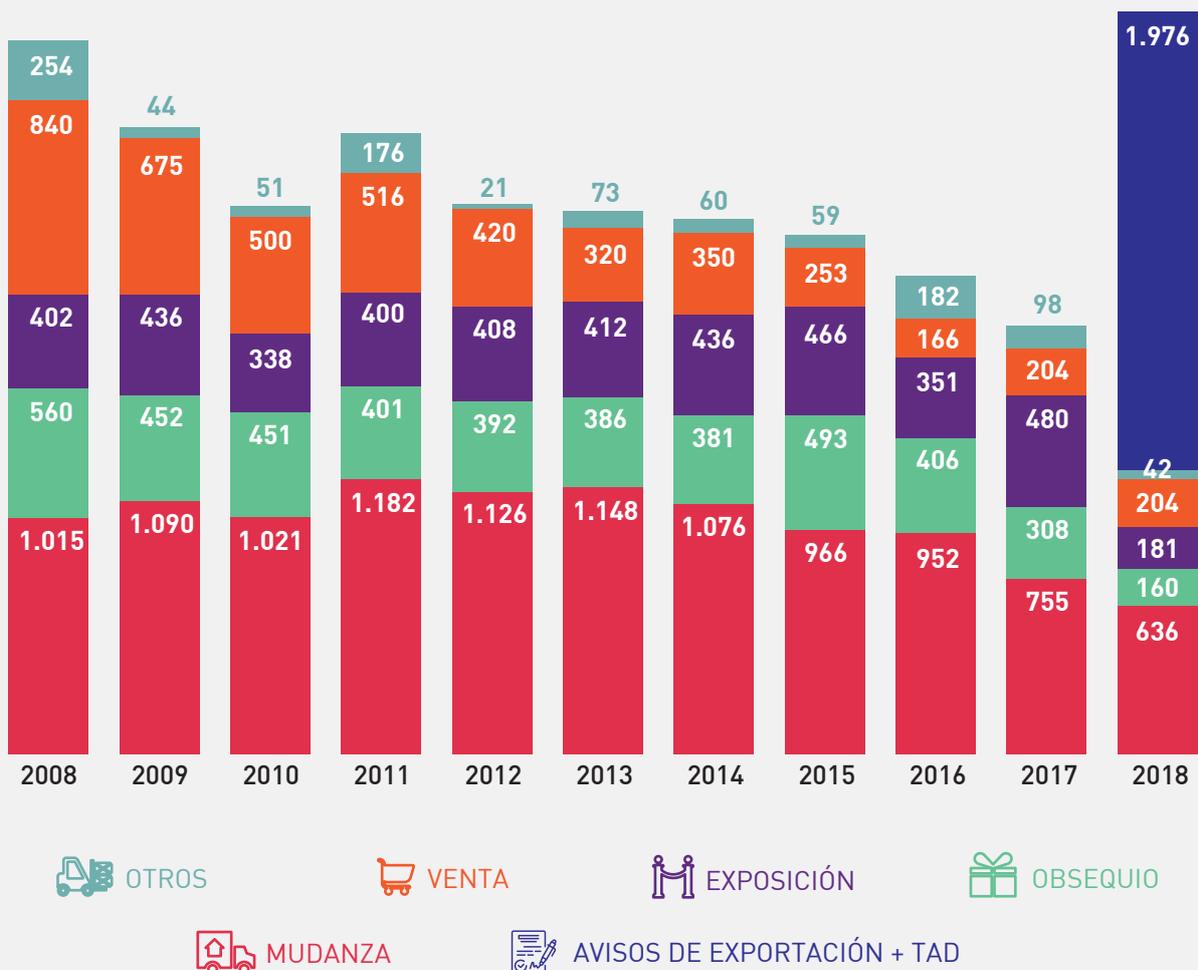


Fuente: SInCA en base a Dirección Nacional de Museos y Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA).

Según datos de la Secretaría de Cultura, en 2018 se otorgaron 3.199 licencias para la exportación de obras de arte, un 73% más que en 2017. La modificación de la Ley 24.633 de circulación internacional de obras de arte en su nueva normativa simplificada para los trámites de exportación de obras para artistas, galeristas y coleccionistas fomentó el mayor registro de circulación de artistas contemporáneos al exterior.

Nota metodológica: En 2018 la legislación modificada distingue para el registro de las exportaciones de obras de arte la Licencia de exportación que aplica a las obras de artistas nacionales y extranjeros fallecidos hace más de 50 años, anónimos y desconocidos del Aviso de exportación que aplica a obras de artistas nacionales y extranjeros, vivos o fallecidos hasta el término de 50 años a contar desde la fecha de deceso del autor. Debido al cambio en el sistema de registro, no se cuenta en 2018 con los datos de avisos de exportación y de trámites a distancia desglosados en base a los datos de la serie.

Gráfico 34. Licencias de exportación otorgadas según motivo. En unidades. 2008-2018



Fuente: SInCA en base a Dirección Nacional de Patrimonio y Museos.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Agencia Argentina de ISBN

Alexa (ranking de tráfico generado por Amazon)

Asociación Argentina De Empresarios Teatrales (AADET)

Cámara Argentina del Libro (CAL)

Cámara Argentina de Productores de Fonogramas y Videogramas (CAPIF)

Complejo Teatral de Buenos Aires (CTBA)

Dirección General de Estadística y Censos, Ministerio de Hacienda del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

Dirección Nacional de Museos, Secretaría de Cultura de la Nación

Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM)

Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC)

Instituto Nacional del Teatro (INT)

Instituto Verificador de Circulación (IVC)

Museo Nacional de Bellas Artes

SInCA (Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017)

Teatro Nacional Cervantes

Teatro Colón

SInCA – SISTEMA
DE INFORMACIÓN
CULTURAL DE LA
ARGENTINA

Alsina 1169 2 Piso,
Ciudad de Buenos Aires
[+54] +11 4382-0838
sinca@cultura.gob.ar



Sistema de Información
Cultural de la Argentina



Ministerio de Educación,
Cultura, Ciencia y Tecnología
Presidencia de la Nación