

# COYUNTURA CULTURAL

## DATOS SECTORIALES 2020

Año 13  
Número 35  
Junio 2021



**03**  
Resumen

**04**  
1. Información  
cultural sectorial

**26**  
2. Consumos  
culturales digitales



Sistema de Información  
Cultural de la Argentina



Ministerio de Cultura  
Argentina

Ministro de Cultura  
**Tristán Bauer**

Jefe de gabinete  
**Esteban Falcón**

Directora de Planificación y Seguimiento de Gestión  
**Julia Houllé**

Coordinadora del Sistema de Información Cultural  
de la Argentina  
**Mariana Kunst**

Cuenta Satélite de Cultura  
**Irene Grinberg, Emilio Stramucci, Nahuel Moroz**

Asistencia técnica  
**Paula Laneri, Laura Pérez**

Equipo SInCA  
**Federico Catalano**  
**Adriana Castaño**  
**Alcira Garido**  
**Elena Mancinelli**  
**Karina Scherer**  
**Daniela Yamashita Unzain**



Sistema de Información  
Cultural de la Argentina



Ministerio de Cultura  
**Argentina**

## RESUMEN

El año 2020 estuvo signado por un evento de carácter global no previsto, la pandemia por COVID-19. Este hecho exigió tomar medidas restrictivas a la circulación de personas para morigerar la propagación del virus, lo que impactó en las actividades sociales vinculadas a la cultura y en entretenimiento.

Con la presencialidad limitada por las disposiciones nacionales, las prácticas culturales se trasladaron, en muchos casos, al ámbito de internet y los consumos digitales. En este sentido, los sectores culturales evolucionaron de manera diversa. Por un lado, las actividades presenciales, como la asistencia al cine, teatro y museos mostraron caídas de actividad muy significativas, mientras que aquellas vinculadas con la televisión y los consumos digitales mostraron crecimientos importantes, sobre todo en el segundo trimestre de 2020, cuando la circulación de personas estaba muy limitada.

En este documento se presenta un panorama general de la actividad y prácticas culturales durante 2020, que se organiza en dos secciones: la primera, vinculada a los consumos tradicionales y la segunda, a los nuevos consumos digitales.

El objetivo de esta publicación es actualizar las series estadísticas del período 2015-2020 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 la información provista por distintos organismos y cámaras sectoriales, a quienes se agradece su colaboración.

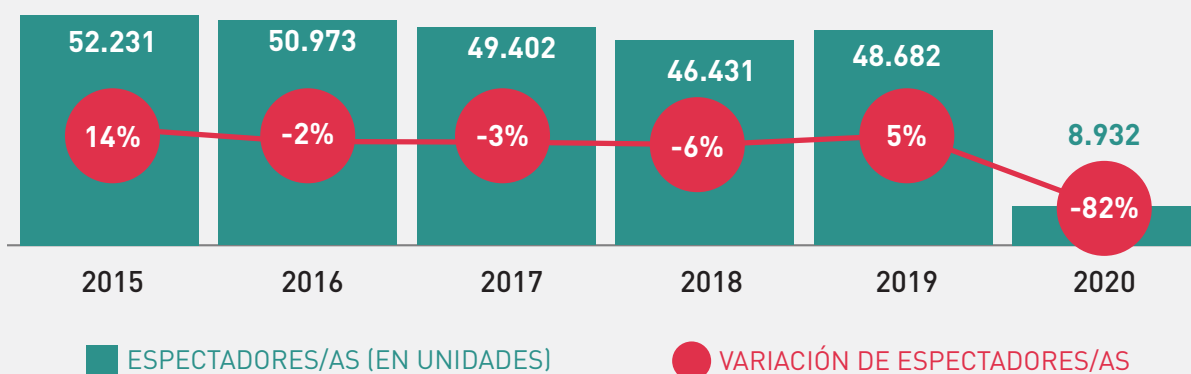
# 1. INFORMACIÓN CULTURAL SECTORIAL

## CINE

Durante el año 2020 el cine registró un total de 8.931.508 espectadores, lo que significó una caída interanual del 82% con respecto a 2019. La

conurrencia a las salas de cine se concentra en el primer trimestre del año, previo al ASPO (aislamiento social, preventivo y obligatorio).

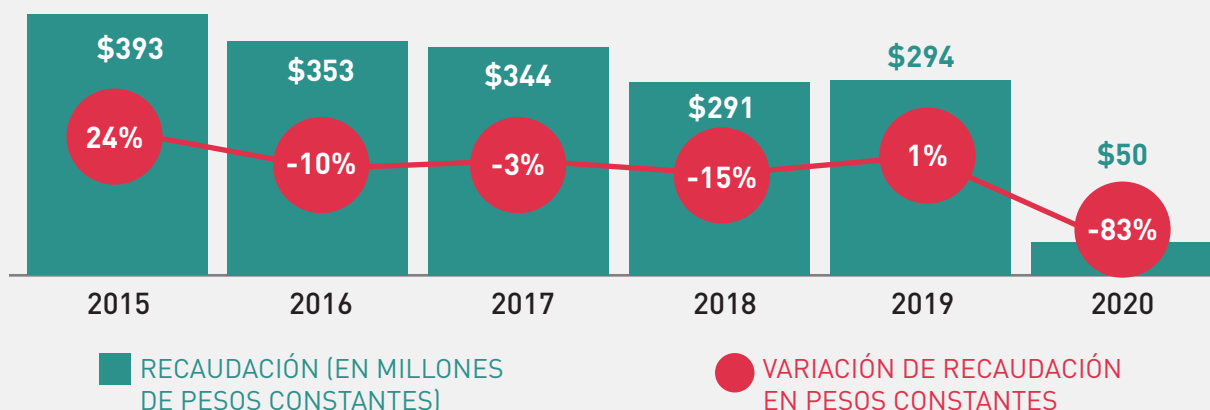
**Gráfico 1. Cine. Espectadores/as totales y variación interanual.**  
En miles de espectadores/as y porcentajes



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

Además, la recaudación total por venta de entradas fue de \$1.950 millones de pesos, que en relación con 2019 significó una caída del 83% en valores reales.

**Gráfico 2. Cine. Recaudación total y variación interanual.** En millones de pesos constantes y en porcentajes. Argentina. 2015-2020



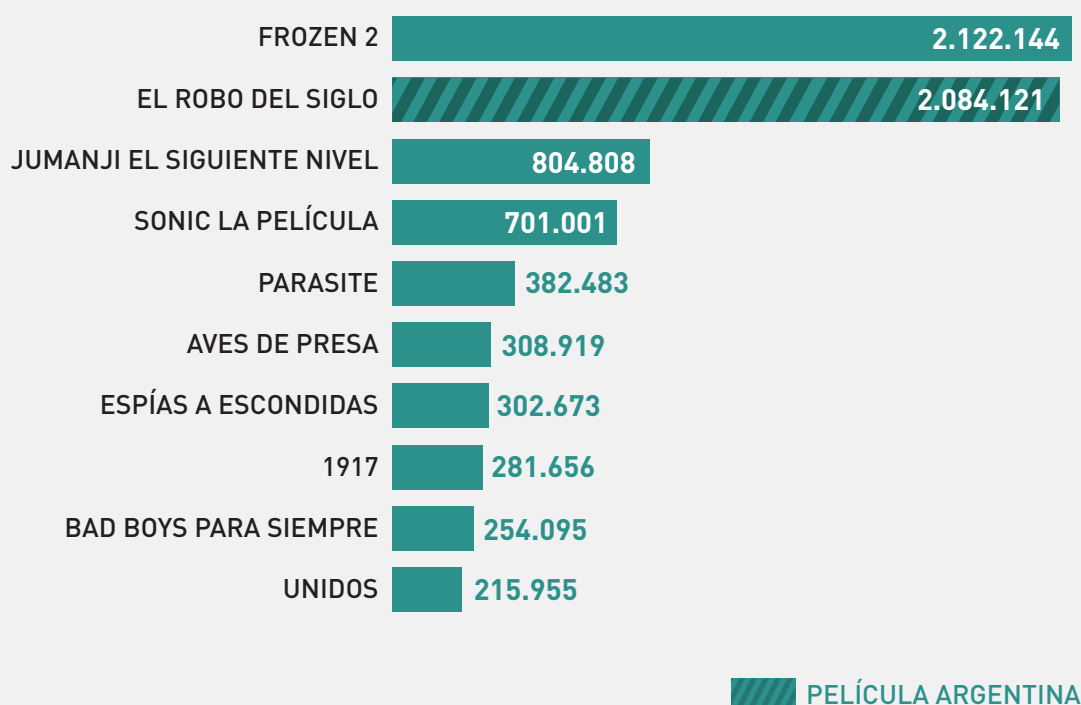
Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

En el ranking de las diez películas más taquilleras se mantiene la tendencia de los últimos años: aparece solo una película de origen nacional, este año en el segundo lugar (*El robo del siglo*), y el film más visto en todo el año se inscribe dentro del

rubro infantil (*Frozen 2*). En este sentido, se mantiene la misma tendencia verificada los últimos años: las películas infantiles son mayoría en el ranking y la juventud<sup>1</sup> constituye el grupo etario que más concurre al cine.

1. [Los Jóvenes y los Consumos Culturales, SInCA.](#)

**Gráfico 3. Cine. Ranking de las primeras diez películas más taquilleras. En espectadores/as. 2020**



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

En total, se estrenaron 72 películas durante 2020: 44 extranjeras y 28 nacionales, un 85% menos que el total de estrenos de 2019.

Los datos de producción del sector registran que el 24% de las entradas vendidas corresponde a películas nacionales y el 76% restante, a películas extranjeras.

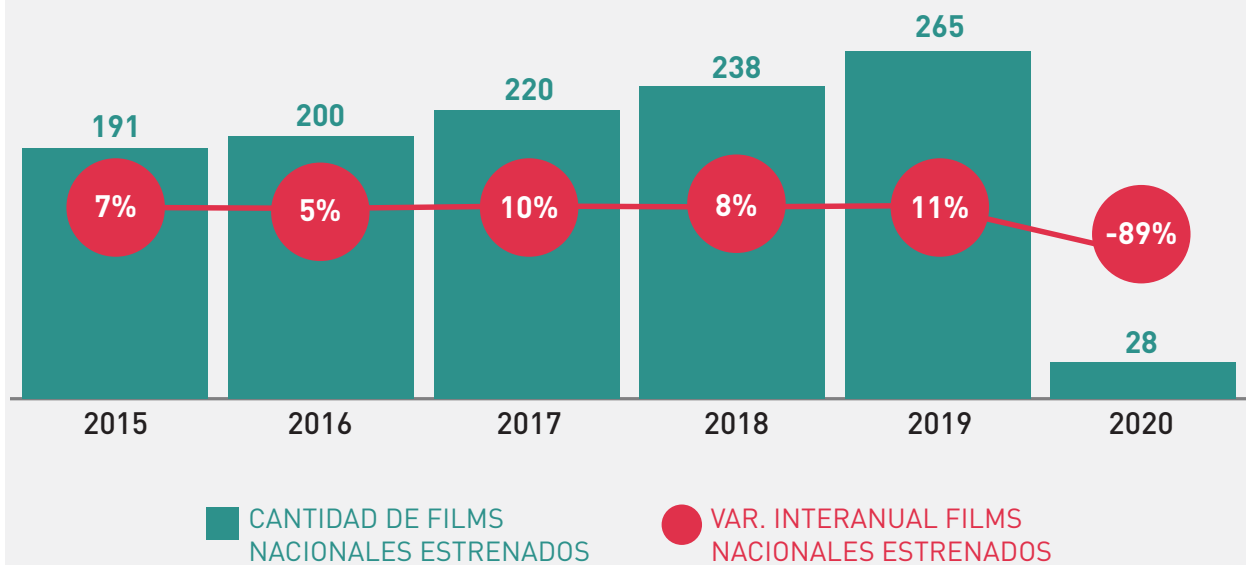
En cuanto a la producción nacional, los 28 estrenos mostraron una caída del 89% con relación a la producción de 2019. A su vez, las películas nacionales estrenadas durante 2020 representaron el 39% del total de estrenos en el país, una proporción 15 puntos menor que en 2019.

**Cuadro 1.** Cantidad de estrenos y de espectadores/as nacionales y totales. En unidades y en porcentajes. Argentina 2015-2020

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Cantidad de films nacionales estrenados	191	200	220	238	265	28
Variación interanual estrenos films nacionales	7%	5%	10%	8%	11%	-89%
Cantidad de films totales estrenados	596	597	659	549	494	72
Porcentaje de estrenos nacionales sobre el total	32%	34%	33%	43%	54%	39%
Cantidad de espectadores totales (en miles)	52.231	50.973	49.402	46.431	48.682	8.932
Cantidad de espectadores nacional (en miles)	7.574	7.347	6.503	6.827	4.098	2.184
Porcentaje espectadores nacionales sobre el total	15%	14%	13%	15%	8%	24%

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

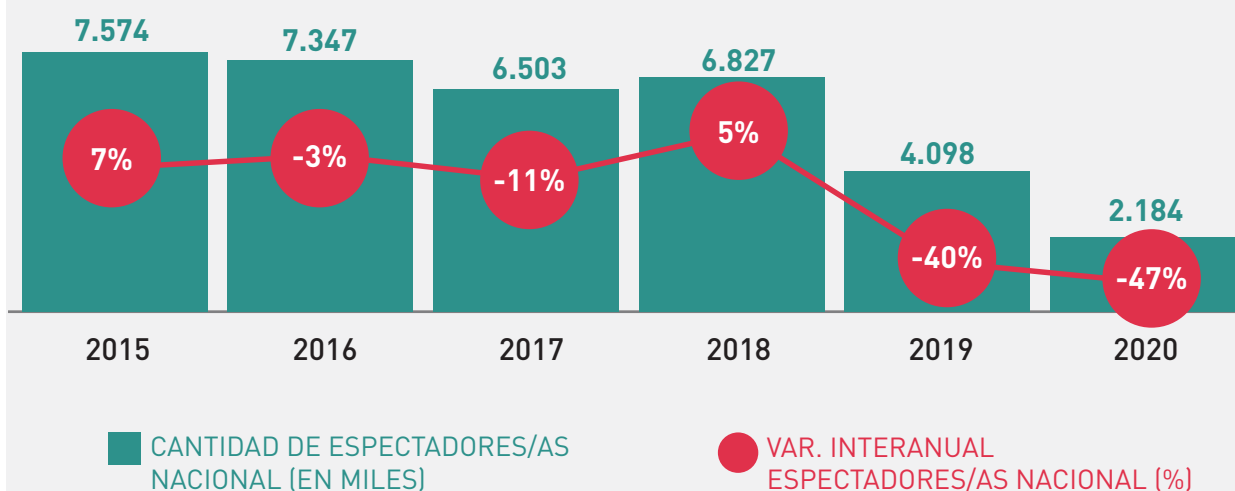
**Gráfico 4.** Cine. Cantidad de films nacionales estrenados. En unidades. Argentina, 2015-2020



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

El público de cine nacional disminuyó un 47% con respecto a 2019 y un 71% con relación al promedio de los últimos cinco años.

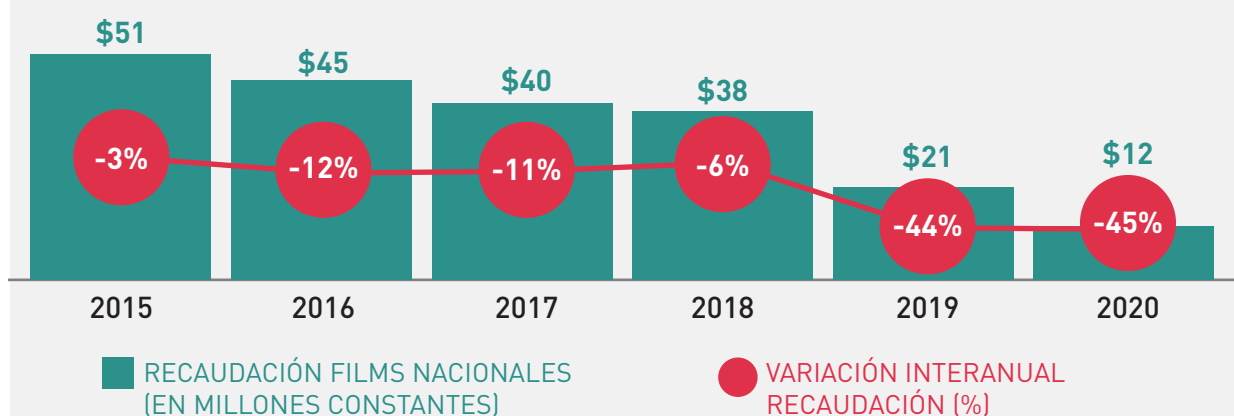
**Gráfico 5.** Cine nacional. Espectadores/as totales y variación interanual. En miles de espectadores/as y en porcentajes. Argentina, 2015-2020



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

Con respecto al año 2019, la recaudación de las películas nacionales registró una caída del 45% en precios corrientes.

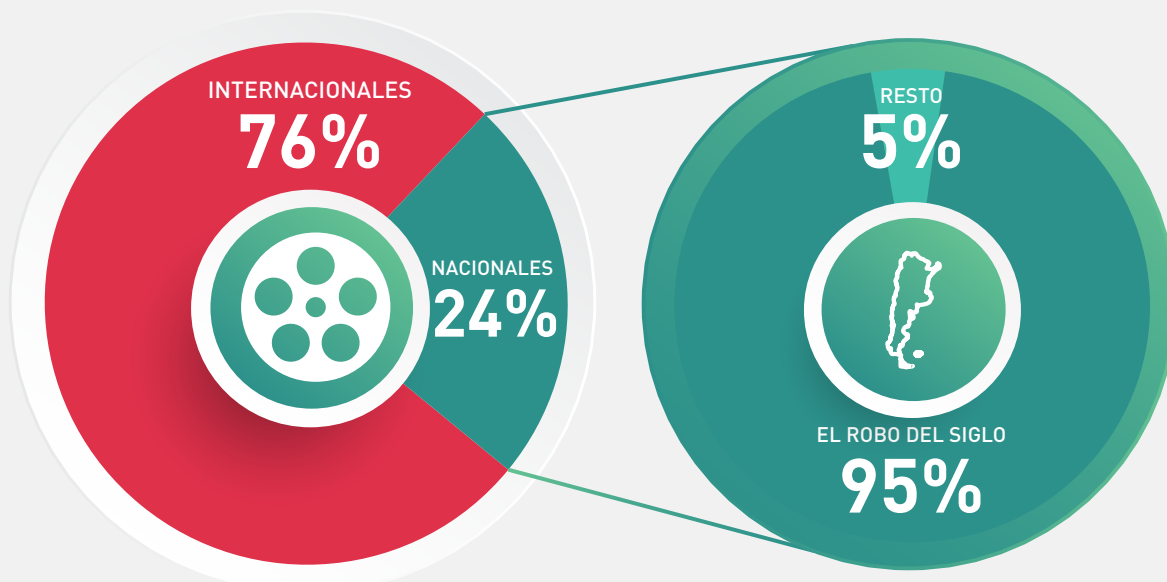
**Gráfico 6.** Cine nacional. Recaudación total y variación interanual. En millones de pesos constantes y en porcentajes. Argentina, 2015-2020



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

El largometraje nacional más visto durante 2020, *El robo del siglo*, concentró el 95% del público de películas nacionales.

**Gráfico 7. Cine. Estrenos totales. Por origen de film y por cantidad de espectadores/as. Argentina, 2020**



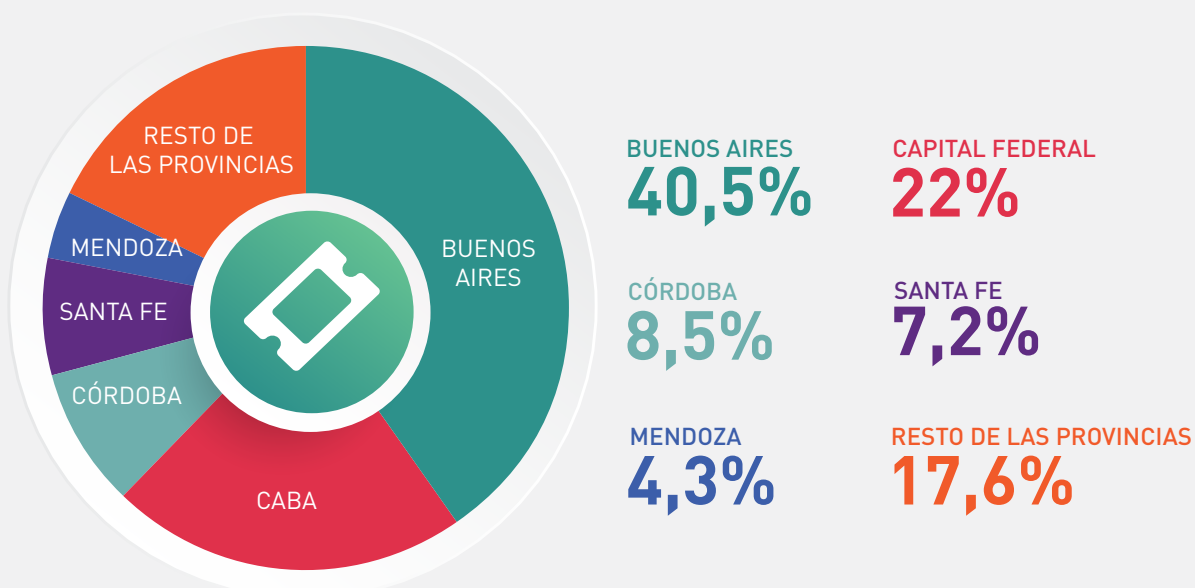
Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

La distribución del consumo de cine a nivel nacional guarda relación con el acceso a las salas y con la población de cada

distrito. Así, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires junto con la provincia de Buenos Aires concentraron más de la mitad

(62%) del público a nivel nacional. Cabe destacar, que esta concentración es idéntica a la que se verificó en 2019.

**Gráfico 8. Cine. Espectadores/as por provincia. En porcentajes. Argentina, 2020**



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



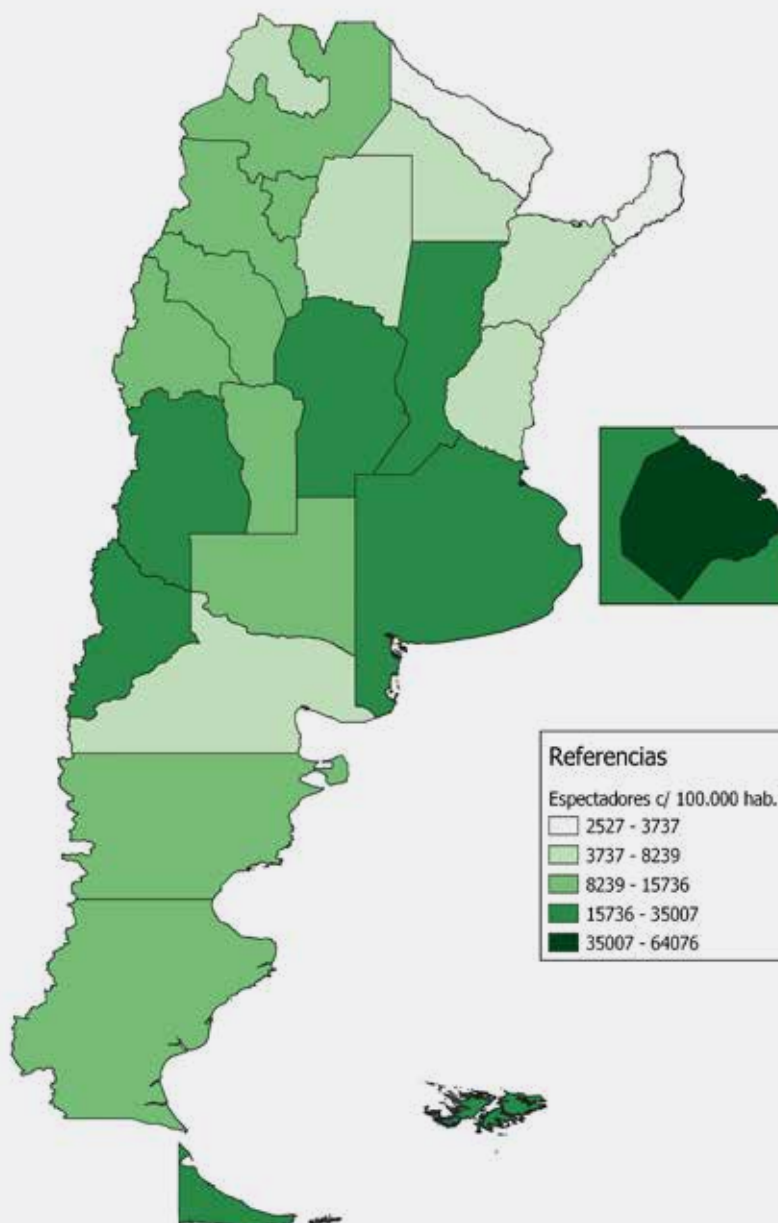
La Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la provincia de Buenos Aires concentraron el 62% del público en 2020.

No obstante, si se considera la cantidad de espectadores cada 100.000 habitantes, se observa que las jurisdicciones

con mayor asistencia a cines son CABA, Neuquén y Tierra del Fuego.

**Cuadro 2. Cantidad de espectadores/as cada 100.000 habitantes por provincia. Argentina, 2020**

Provincia	Espectadores/as c/100.000 hab.
Buenos Aires	20.714
Capital Federal	64.076
Catamarca	12.148
Chaco	5.620
Chubut	13.759
Córdoba	20.350
Corrientes	8.239
Entre Ríos	5.141
Formosa	2.527
Jujuy	5.802
La Pampa	12.411
La Rioja	10.690
Mendoza	19.363
Misiones	3.737
Neuquén	35.007
Río Negro	7.830
Salta	15.736
San Juan	13.744
San Luis	13.026
Santa Cruz	11.461
Santa Fe	18.267
Santiago del Estero	6.425
Tierra del Fuego	23.776
Tucumán	10.730
<b>País</b>	<b>19.786</b>



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

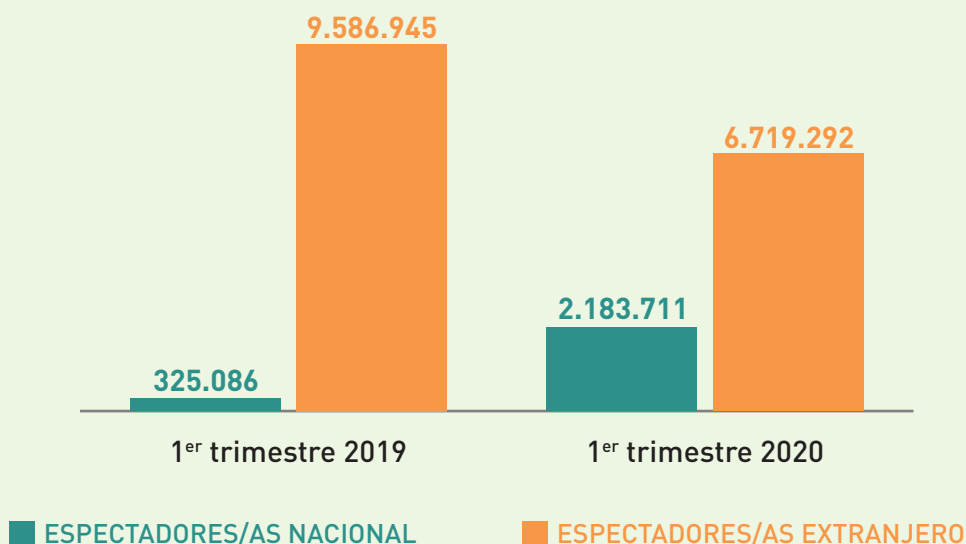
## Comparación primer trimestre 2020 vs primer trimestre 2019

Para analizar la evolución del sector excluyendo los efectos de la pandemia Covid-19, se comparan el primer trimestre del 2020 y el primer trimestre del 2019, ya que fue el único trimestre con actividad normal.

En la apertura por origen del film se observa que, durante el primer trimestre del 2020, los espectadores de películas nacionales superaron en un 572% a los del primer trimestre

del 2019. Esto se explica debido a que la película fuerte de origen nacional en 2020, "El robo del siglo", se estrenó en enero, contó con 2.084.121 espectadores y concentró el 95% de las entradas de cine nacional vendidas durante el primer trimestre. En cambio, la película nacional más taquillera de 2019, "La odisea de los giles", se estrenó en agosto y convocó 1.841.669 espectadores/as.

Gráfico 9. Cine. Espectadores/as por origen de film. Primer trimestre de 2019 y 2020

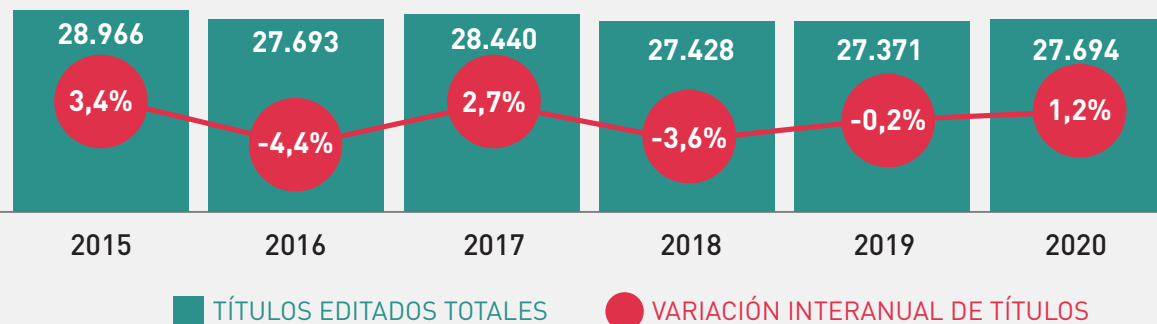


Fuente: SInCA en base al Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

## LIBROS

En 2020 la cantidad de títulos editados totales, tanto en formato físico como digital, verificó un incremento del 1,2% con respecto al año anterior: pasó de 27.371 a 27.694.

**Gráfico 10. Editorial. Títulos editados totales y variación interanual. En unidades y en porcentajes. Argentina, 2015-2020**

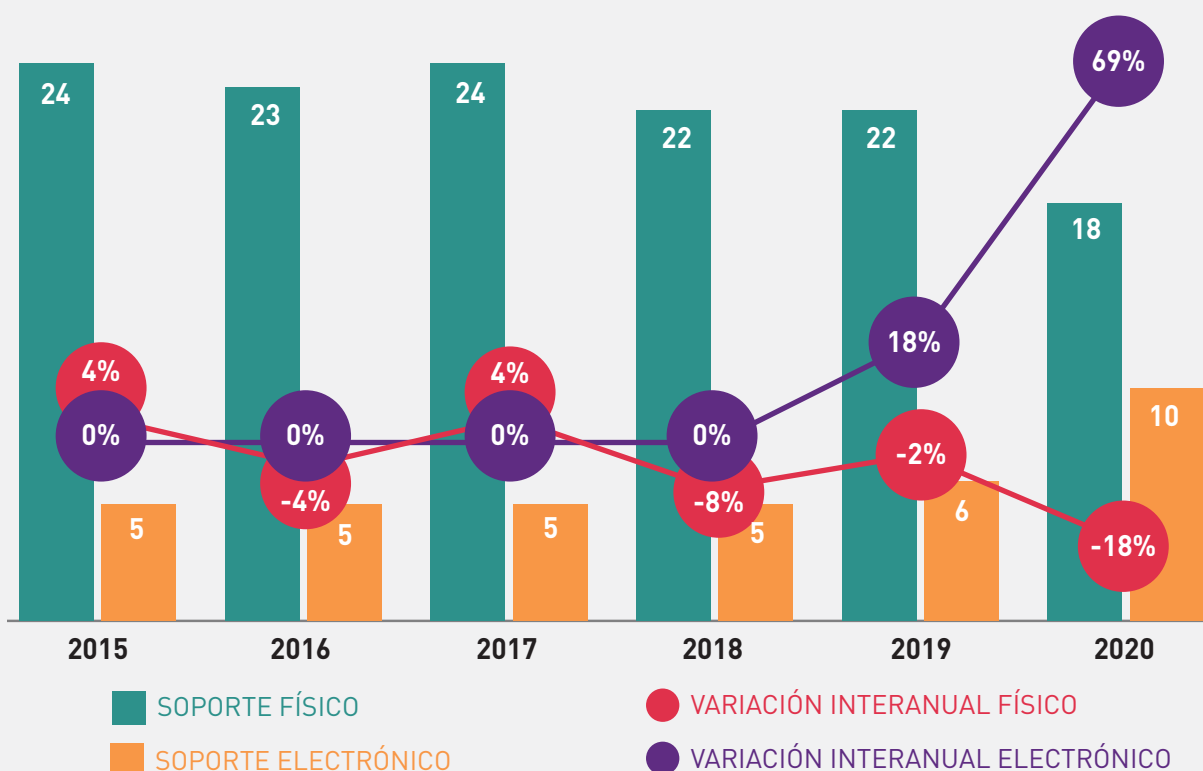


Fuente: SInCA en base a datos de la Cámara Argentina del Libro (CAL) e ISBN.ar.

Nota: No se incluye la publicación de cuadernillos realizada por el Ministerio de Educación de la Nación.

El incremento de la cantidad de títulos durante 2020 se explica por el crecimiento del soporte digital, ya que los títulos editados en soporte físico mostraron una caída del 18%, pasando de 21.523 en 2019 a 17.689 en 2020.

**Gráfico 11. Libros. Evolución de títulos según soporte y variación interanual. En miles de títulos y en porcentajes. Argentina, 2020**



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

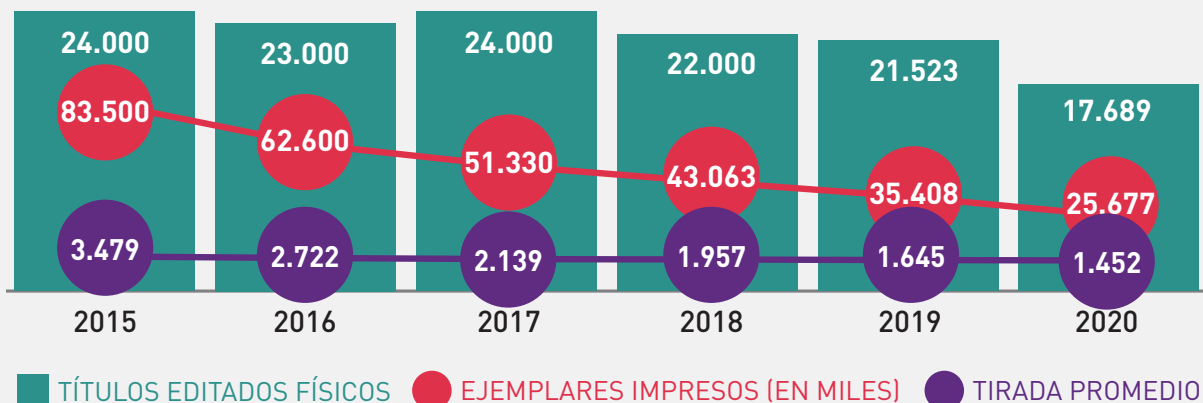
Nota: no se incluye la publicación de cuadernillos realizada por el Ministerio de Educación de la Nación.

En 2020 la cantidad de ejemplares impresos en formato físico se contrajo un 28% con respecto al año anterior, con lo

que se verifica una continuidad decreciente desde 2014 y un nuevo récord de caída en la serie histórica: la tirada promedio

por título disminuyó un 12%, pasando de 1.645 a 1.452 ejemplares por título editado.

**Gráfico 12. Editorial. Títulos editados en formato físico, ejemplares por título y tirada promedio. En unidades. Argentina, 2015-2020**



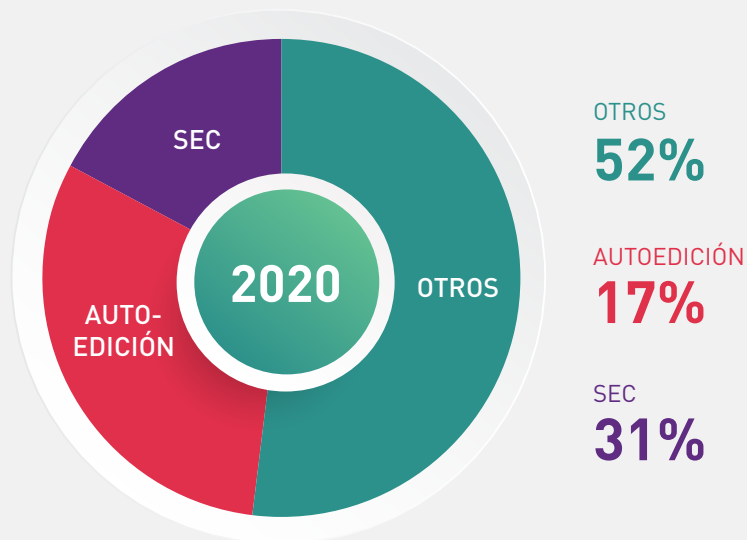
Fuente: SInCA en base a datos de la Cámara Argentina del Libro (CAL) e ISBN.ar.

Nota: No se incluye la publicación de cuadernillos realizada por el Ministerio de Educación de la Nación.

El sector editorial comercial (SEC)<sup>2</sup> aportó en 2020 el 31% del total de títulos editados. Esta participación se mantiene constante desde 2018.

2. El SEC es nuclea las empresas editoriales cuya actividad principal es la edición de libros y cuya distribución se da 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 13. Editorial. Títulos editados por tipo de editor y canal. En unidades. Argentina, 2020**



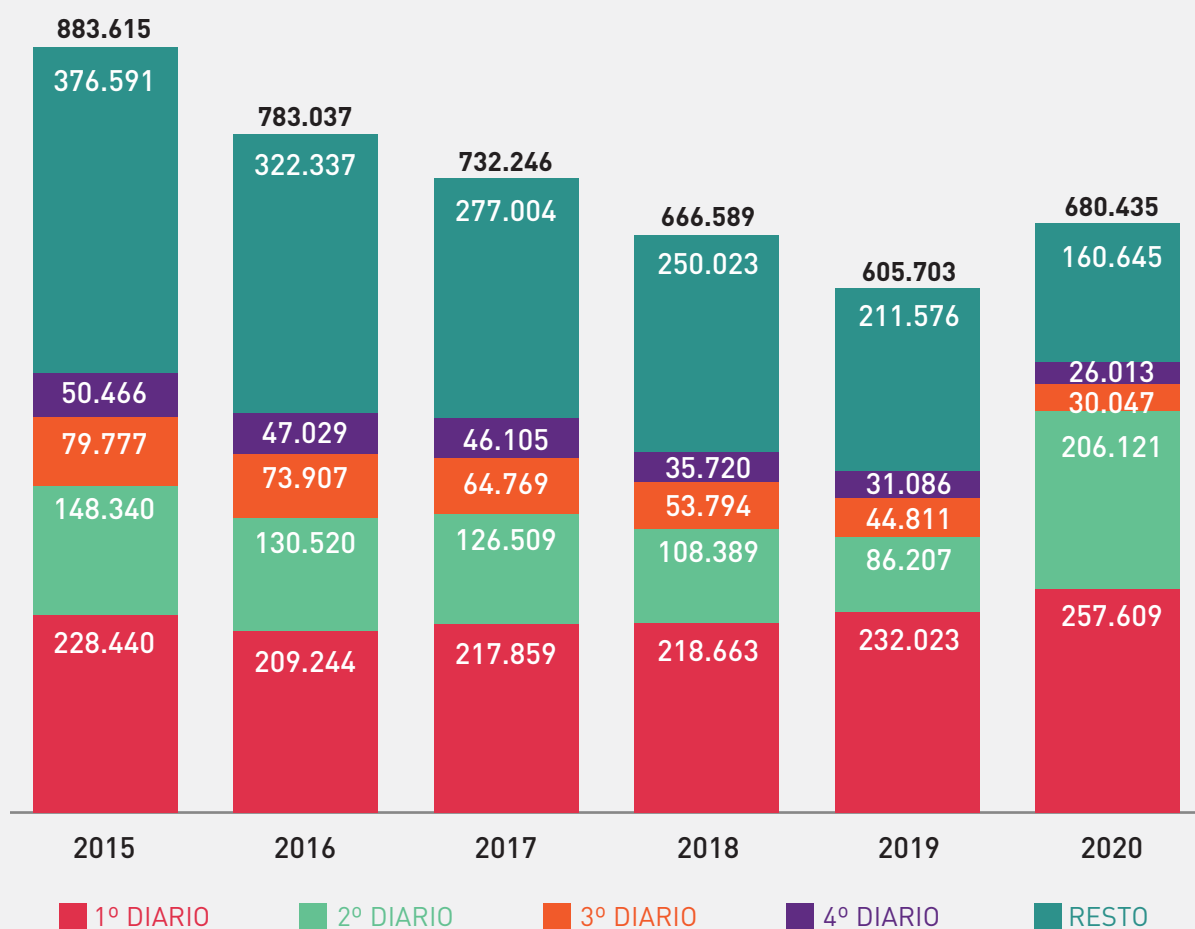
Fuente: SInCA en base a datos de la Cámara Argentina del Libro (CAL) e ISBN.ar.

## DIARIOS

La circulación neta de diarios pagos (lunes a domingo) creció un 12% con respecto a 2019. Este incremento se explica por la expansión de los dos primeros diarios de mayor circulación, fundamentalmente en su versión digital. Este alza profundiza

la concentración del consumo en los diarios de mayor circulación, ya que los dos primeros reúnen el 68% del mercado, con una tendencia de participación creciente en el total de diarios en circulación.

**Gráfico 14. Diarios. Circulación neta diaria de diarios pagos. En unidades. Argentina, 2015-2020**



Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Verificador de Circulación (IVC).

Nota 1: se incluyen solo las publicaciones registradas en el IVC.

Nota 2: para los años 2015 a 2019 se toma la circulación neta diaria al mes de diciembre.

Nota 3: para el año 2020 se toma la circulación neta diaria al mes de septiembre.

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 de diarios en papel, pero el diario más leído se mantiene en 60.000 suscriptores. Según la ENCC 2017, también disminuye

el porcentaje de población que lee diarios en papel (pasó de 60% en 2013 a 49% en 2017) y parte de esa disminución se explica por la migración al formato digital: lectura de diarios online, portales de noticias, blogs y redes sociales.

Con respecto a la circulación promedio de diarios analizada por jurisdicción, se verifica que en 2020, CABA concentró, con cinco diarios, el 76% de la tirada diaria; y otras seis provincias el 18% del total, con ocho diarios editados (Tucumán, Santa Fe, Córdoba, Mendoza, Buenos Aires y Santiago del Estero).

**Cuadro 3. Diarios. Circulación neta diaria y cantidad de diarios pagos en circulación por provincia de edición. En unidades. Argentina, 2020**

PROVINCIA	PROMEDIO DE EJEMPLARES IMPRESOS POR EDICIÓN	CANTIDAD DE DIARIOS	PARTICIPACIÓN DE PROMEDIOS EN TOTAL
Capital Federal	518.453	5	76%
Tucumán	26.013	1	4%
Santa Fe	24.374	2	4%
Córdoba	21.110	1	3%
Mendoza	18.882	1	3%
Buenos Aires	15.488	2	2%
Santiago del Estero	13.434	1	2%
Salta	8.789	1	1%
Río Negro	7.183	1	1%
Chaco	5.373	1	1%
Misiones	4.757	2	1%
Jujuy	4.101	1	1%
Catamarca	3.789	1	1%
San Juan	3.495	1	1%
Entre Ríos	2.540	1	0%
La Pampa	1.392	1	0%
San Luis	1.262	1	0%
<b>TOTAL</b>	<b>680.435</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Verificador de Circulación (IVC).

Nota 1: se incluyen solo las publicaciones registradas en el IVC.

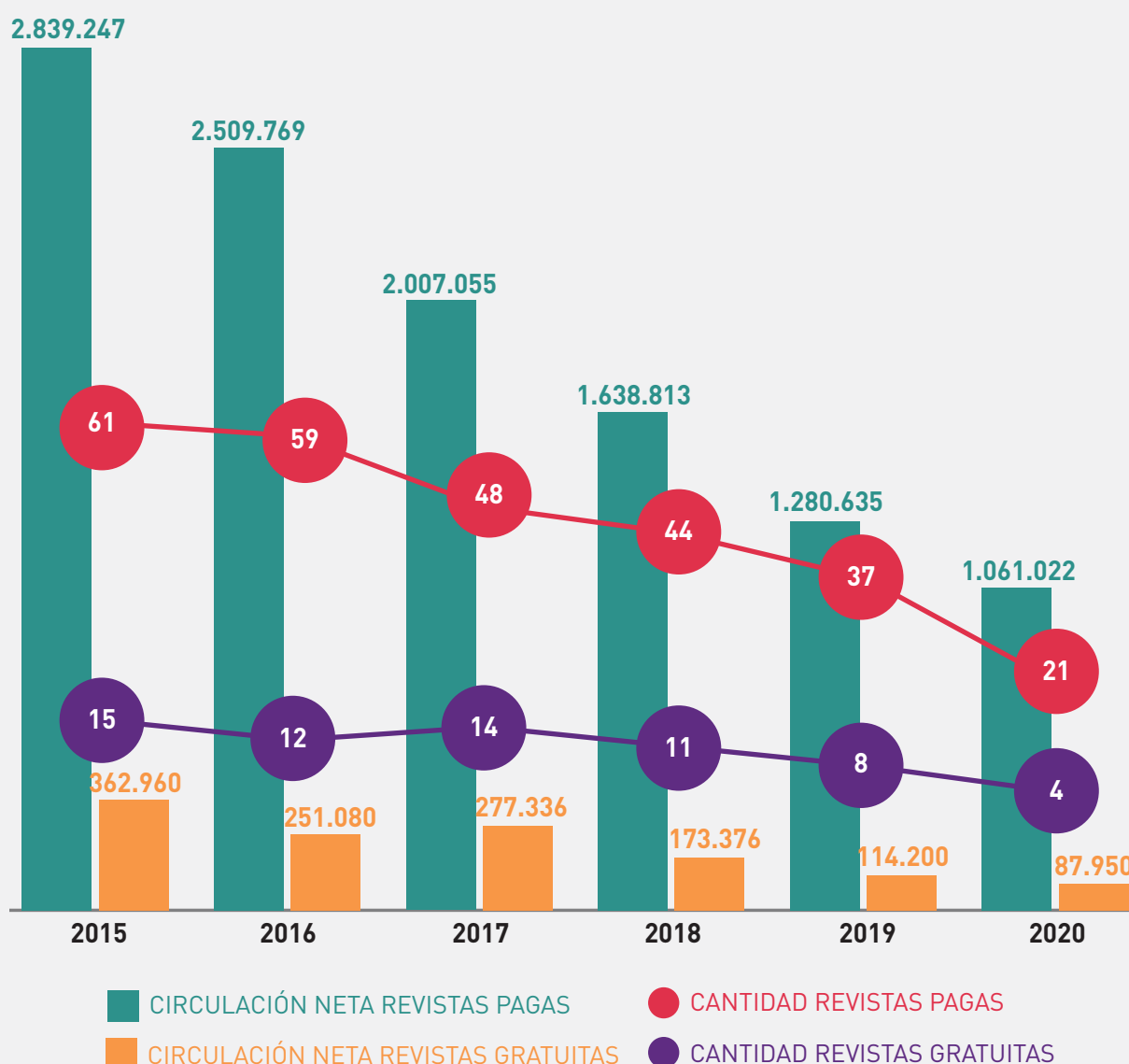
Nota 2: para el año 2020 se toma la circulación neta diaria al mes de septiembre.

## REVISTAS

El año 2020 registró una caída interanual del 17% en la circulación de revistas pagas. En parte, esto se explica porque circularon 21 revistas pagas, 16 títulos menos que en 2019, y se mantiene la tendencia decreciente que se observa desde los

últimos cinco años. En cuanto a las revistas gratuitas, el promedio de circulación cayó un 23%, disminución que se explica, en parte, por la caída de cuatro títulos en la cantidad de revistas en circulación durante 2020.

**Gráfico 15. Revistas. Circulación neta y cantidad de revistas pagas y gratuitas.**  
En unidades. Argentina, 2015-2020



Nota: se incluyen solo las publicaciones registradas en el IVC, que no se corresponden con el total en circulación. Se ajustó la serie en el año 2017 en el valor promedio por edición de revistas pagas y en cantidad de revistas.

Fuente: SInCA en base a datos del IVC.

## MÚSICA

La industria de la música se compone de dos grandes subsectores: música grabada y música en vivo.

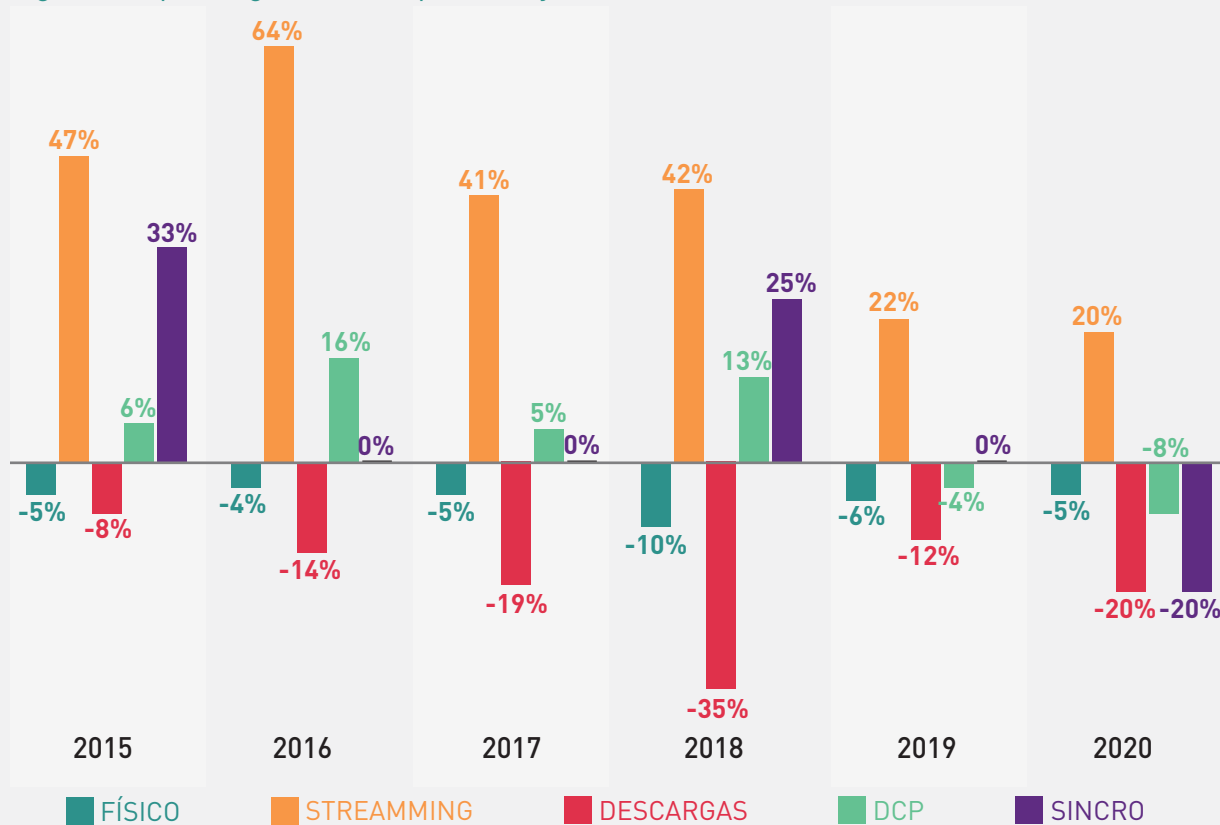
- **Música grabada:** producida por la industria fonográfica, se divide en los formatos físico (CD, DVD y vinilos) y digital (descargas de música vía internet y streaming).
- **Música en vivo:** produce y comercializa la realización de conciertos, recitales, shows y festivales.

### Música grabada

Durante 2020, a nivel mundial, la industria de la música grabada registró ventas totales por un valor de U\$S 21.500 millones de dólares, lo que representa un incremento del 7% con respecto a los ingresos de 2019. Este crecimiento se explica exclusivamente por un aumento del 20% en las ventas

de música digital (streaming), ya que los demás segmentos que componen el sector mostraron caídas en la facturación. Así, las ventas físicas disminuyeron un 5%, las descargas un 20%, los derechos de comunicación al público un 8% y la sincronización un 20%.

**Gráfico 16. Música. Variación interanual de los ingresos mundiales de música grabada por segmento. En porcentajes. 2015-2020**



Fuente: SInCA en base a datos de IFPI.

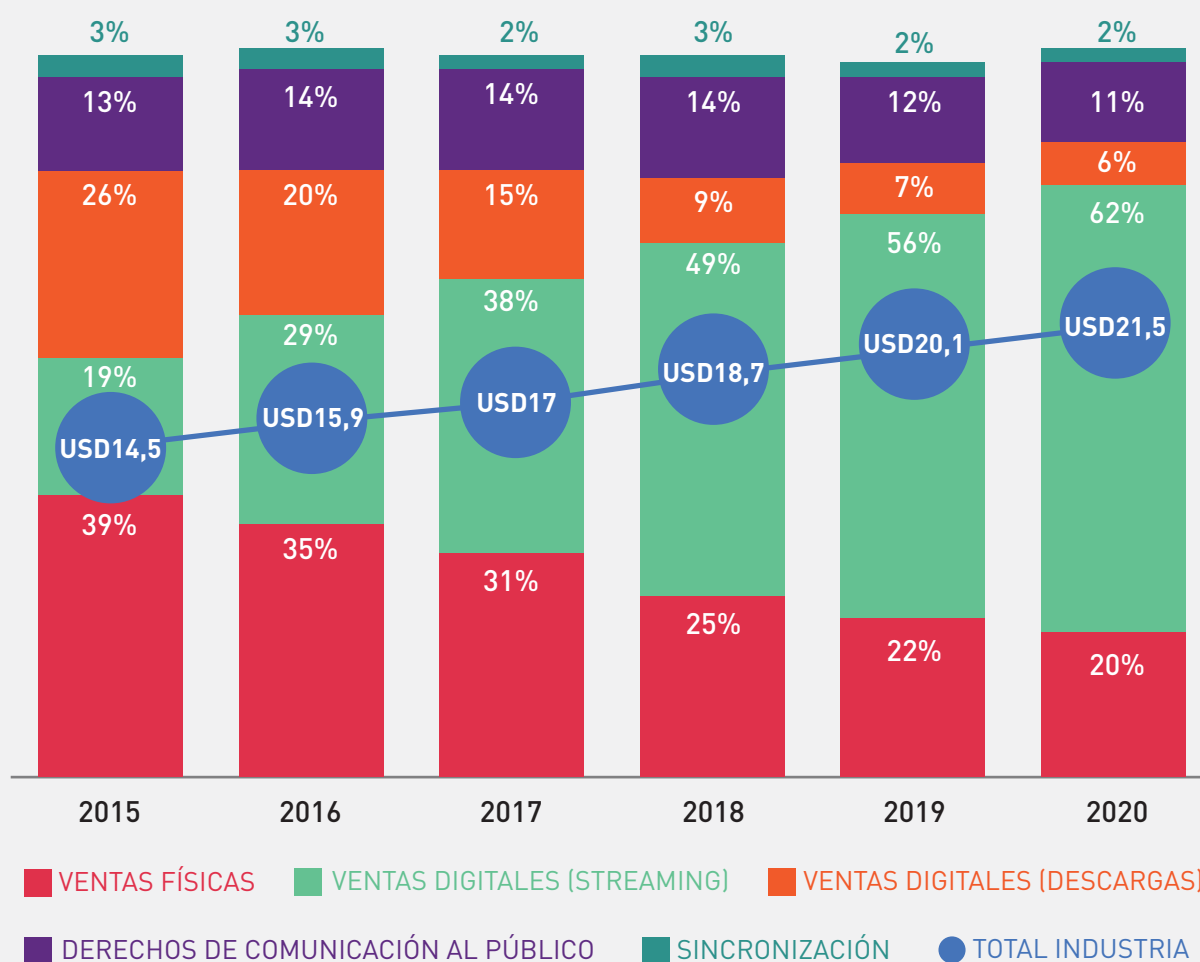


El sector de la música grabada muestra una inversión de las ventas por formato: crece el digital y cae el físico. Este cambio es el resultado de una tendencia que comenzó en 2005 con la aparición de la música digital vía descarga online. Este nuevo formato empieza a ocupar un espacio cada vez mayor en el

mercado y desplaza el soporte físico. Internet y las plataformas de reproducción online provocaron la progresiva desaparición del disco en formato físico y el crecimiento del consumo digital. Es así como las ventas en formato digital ganaron participación: representaban el 19% de los ingresos del sector

en 2015 y representan el 62% en 2020. A nivel mundial, el crecimiento de las ventas en formato digital fue del 379% en apenas cinco años. Por eso, puede afirmarse que en 2020 termina de consolidarse el streaming como principal canal de ventas de la música grabada a nivel mundial.

**Gráfico 17. Música. Ingresos mundiales de la industria de la música grabada por segmento. En miles de millones de dólares y en porcentajes. 2015-2020**



Fuente: SInCA en base a datos de IFPI.

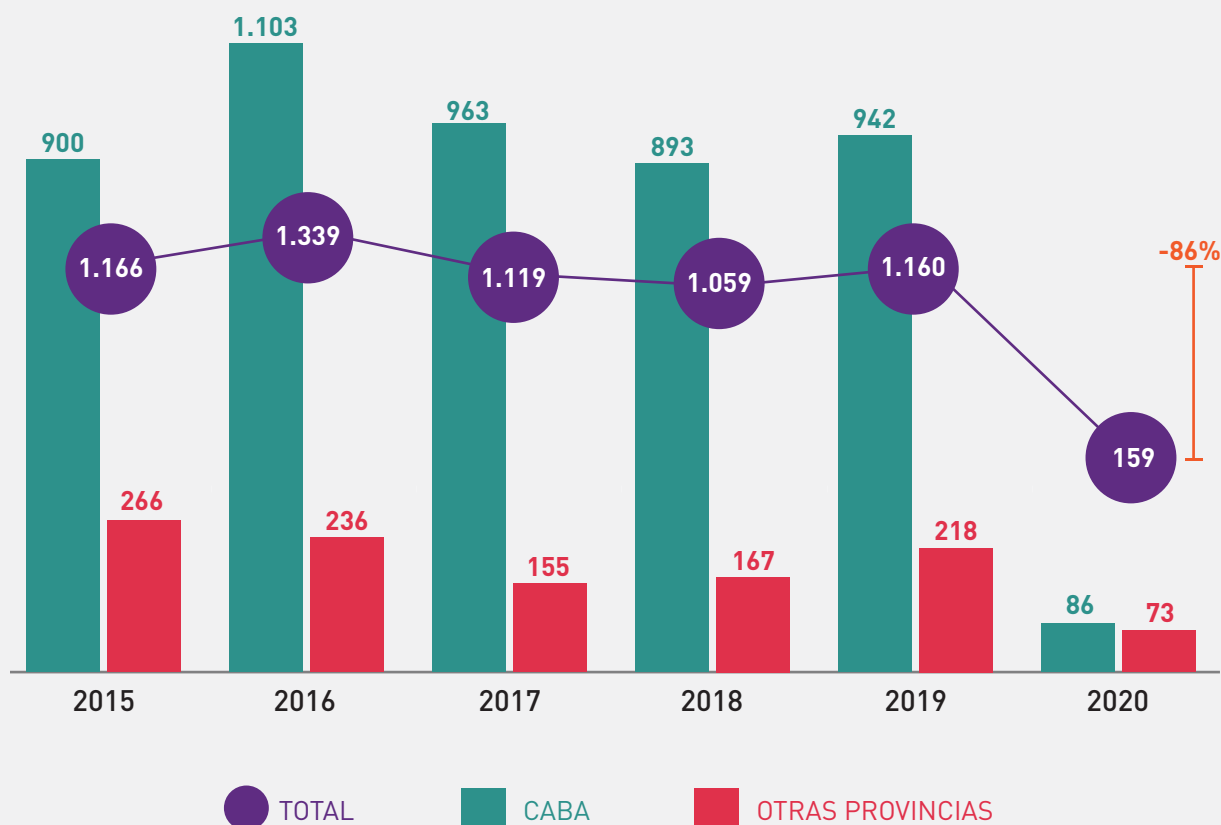
## Música en vivo

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<sup>3</sup>, se advierte que la asistencia a los espectáculos musicales cayó un 86% en 2020. Si se distingue por región, se observa una caída más fuerte en CABA (91%) y un poco más leve en el resto del país (66%). La merma de público se explica por el cierre de estas actividades dispuestas por el ASPO a partir del mes de marzo<sup>4</sup> y parcialmente levantada en los últimos dos meses del año.

3. No contempla el circuito de shows masivos como los estadios, hipódromos, clubes, etc.

4. En Argentina el 12 de marzo de 2020 se anunciaron las primeras medidas cancelando recitales, proyecciones de cine y cualquier evento con concurrencia mayor a 200 personas. Las clases se suspendieron a partir del 16 de marzo, mientras que la cuarentena total se anunció el 19 de ese mes.

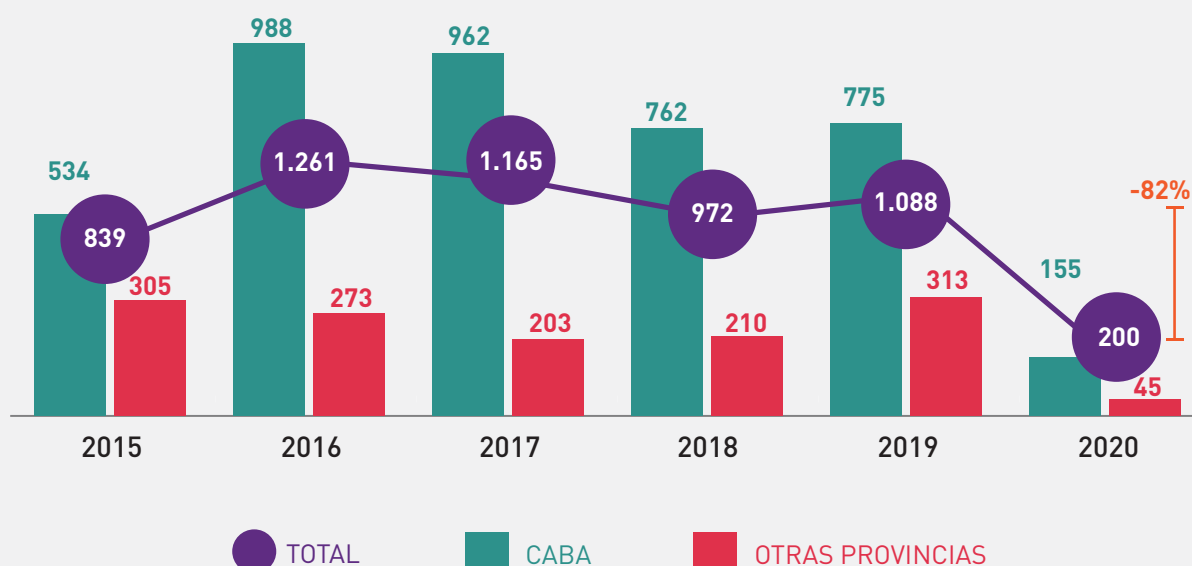
**Gráfico 18. Música. Asistentes a espectáculos musicales según zona. En miles de asistentes. Argentina, 2015-2020**



Fuente: SInCA en base a datos de AADET.

Con respecto a la cantidad de funciones, según información de AADET, en 2020 se realizaron 200 shows, un 82% menos que en 2019. Si se distingue por región, en CABA las funciones disminuyeron un 80%, mientras que en el resto del país la caída fue del 86%.

**Gráfico 19. Música. Cantidad de funciones de espectáculos musicales según zona. En unidades. Argentina, 2015-2020**



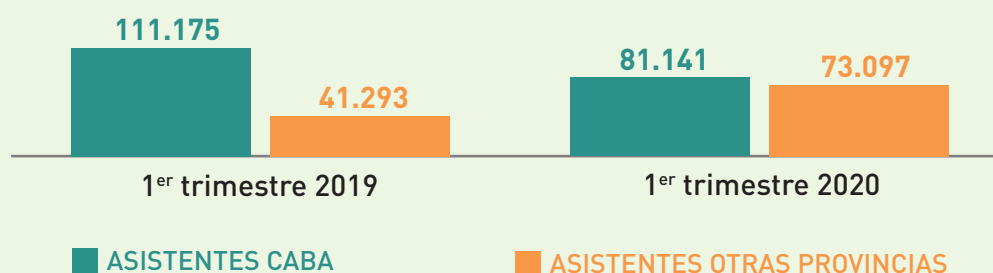
Fuente: SInCA en base a datos de AADET.

### Comparación primer trimestre 2020 vs primer trimestre 2019

Para analizar la evolución del sector excluyendo los efectos de la pandemia Covid-19, se comparan el primer trimestre del 2020 y el primer trimestre del 2019, ya que fue en único trimestre con actividad normal.

La cantidad de asistentes a espectáculos musicales en el primer trimestre de 2020 representaron un 77% más que en 2019, mientras que en CABA esa proporción fue un 27% menos que en 2019.

**Gráfico 20. Música. Cantidad de funciones de espectáculos musicales por región. Primer trimestre de 2019 y 2020**



Fuente: SInCA en base a datos de AADET.

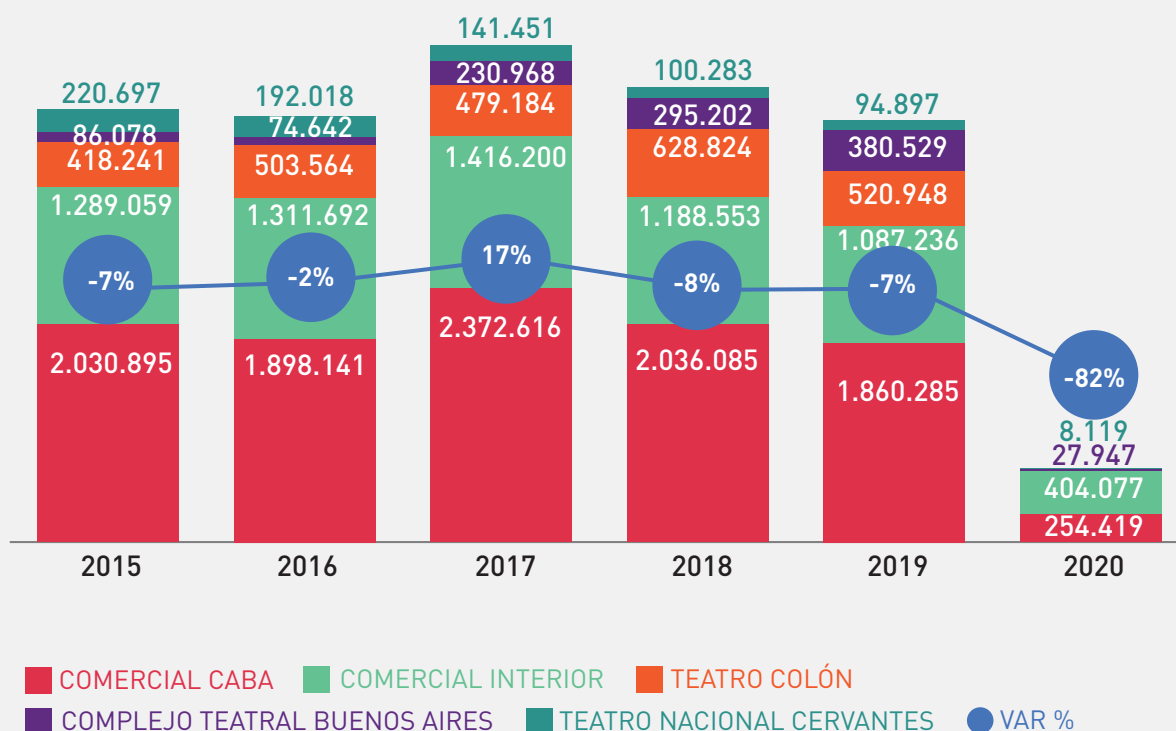
## TEATRO

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 público<sup>5</sup>.

En 2020, la asistencia total a las salas de teatro cayó un 82%. Por circuito, se observa que la caída de asistentes en el teatro comercial fue del 78% y en el teatro público, del 96%. La concentración de público de teatro se verificó durante el primer trimestre de 2020, es decir, antes del cierre las salas dispuesto por el ASPO.

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

**Gráfico 21. Teatro. Espectadores a salas de teatro por tipo de circuito.**  
En espectadores/as. Argentina, 2015-2020



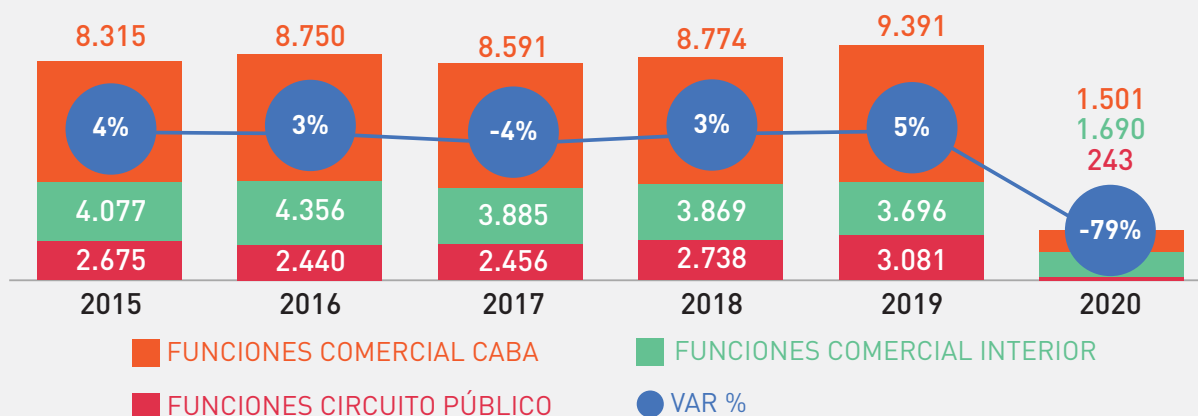
Fuente: SInCA en base a datos de Asociación Argentina de Empresarios Teatrales (AADET); Complejo Teatral de Buenos Aires (CTBA); Teatro Colón; Teatro Nacional Cervantes.

En comparación con 2019, la cantidad de funciones teatrales cayó un 79%: el teatro comercial cayó un 76% y el teatro público, un 92%.

Ya sea medida a través de cantidad de espectadores/as o de funciones, la actividad presencial del teatro público fue prácticamente nula durante todo 2020, debido a las

disposiciones sanitarias. No obstante, los teatros desarrollaron diversas estrategias de programación online que se detallan en la segunda parte de este informe.

**Gráfico 22. Teatro. Funciones de teatro por tipo de circuito. En unidades. Argentina, 2015-2020**



Fuente: SInCA en base a datos de Asociación Argentina de Empresarios Teatrales (AADET); Complejo Teatral de Buenos Aires (CTBA); Teatro Colón; Teatro Nacional Cervantes.

El Instituto Nacional del Teatro, organismo rector de la promoción y el apoyo a la actividad teatral en todo el país continuó con sus líneas regulares de fomento y, a su vez, incorporó líneas adicionales para sostener el sector

durante la pandemia. En el marco de la línea regular, otorgó 524 subsidios para grupos y elencos teatrales y 2.073 subsidios adicionales a través del Plan Podes-tá, programa implementado en contexto COVID-19, alcanzando

ambas modalidades un total de 2.597 subsidios. En total, estas ayudas representaron un 258% más que las concedidas en 2019.

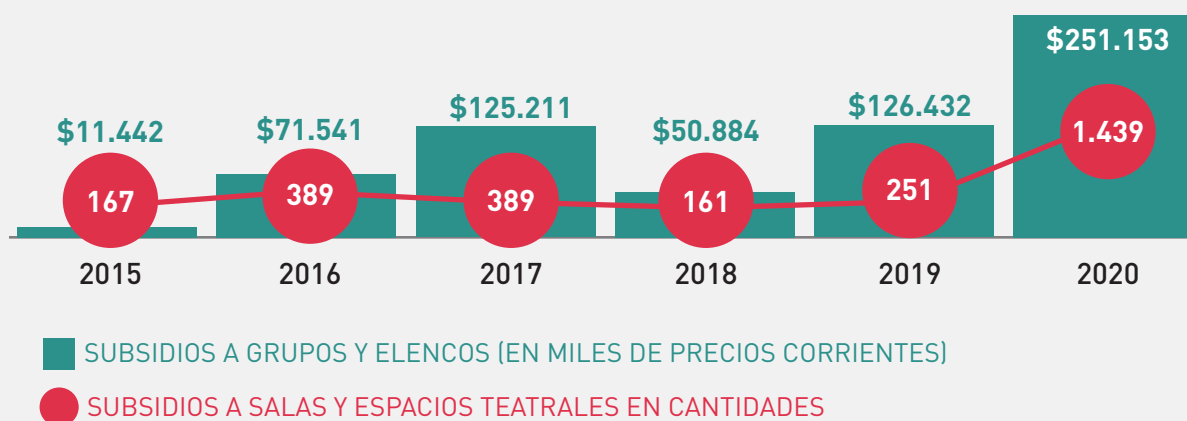
**Gráfico 23. Teatro. Cantidad de subsidios y montos otorgados por el INT a grupos y elencos teatrales. En unidades y miles de pesos corrientes. Argentina. 2015-2020**



Fuente: Instituto Nacional del Teatro.

Asimismo, el INT otorgó 267 subsidios para salas y espacios teatrales dentro de la línea regular y 1.172 subsidios adicionales en el marco del Plan Podestá, lo que suma un total de 1.439 subsidios y representa un 473% más que los concedidos en 2019.

**Gráfico 24. Teatro. Cantidad de subsidios y montos otorgados por el INT para el fomento de salas y espacios teatrales** En unidades y miles de pesos corrientes. Argentina. 2015-2020



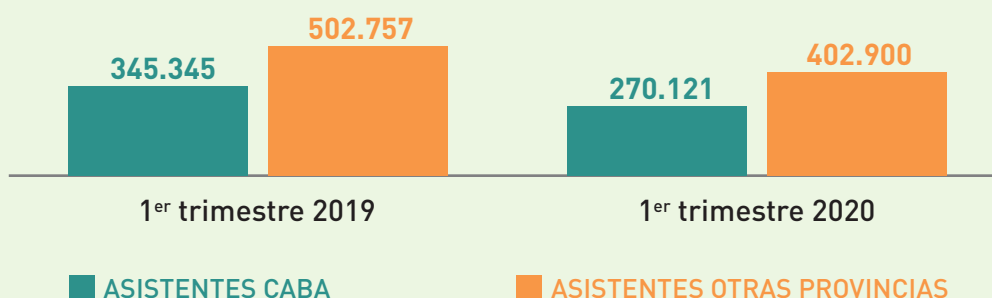
Fuente: Instituto Nacional del Teatro.

### Comparación primer trimestre 2020 vs primer trimestre 2019

Para analizar la evolución del sector excluyendo los efectos de la pandemia Covid-19, se comparan el primer trimestre del 2020 y el primer trimestre del 2019, ya que fue el único trimestre con actividad

normal. De esa comparación resulta que la cantidad de asistentes a salas de teatro, tanto del circuito comercial como del circuito público, cayó un 22% en CABA y un 20% en el resto del país.

**Gráfico 25. Teatro. Asistentes a salas teatrales por región. Primer trimestre de 2019 y 2020**



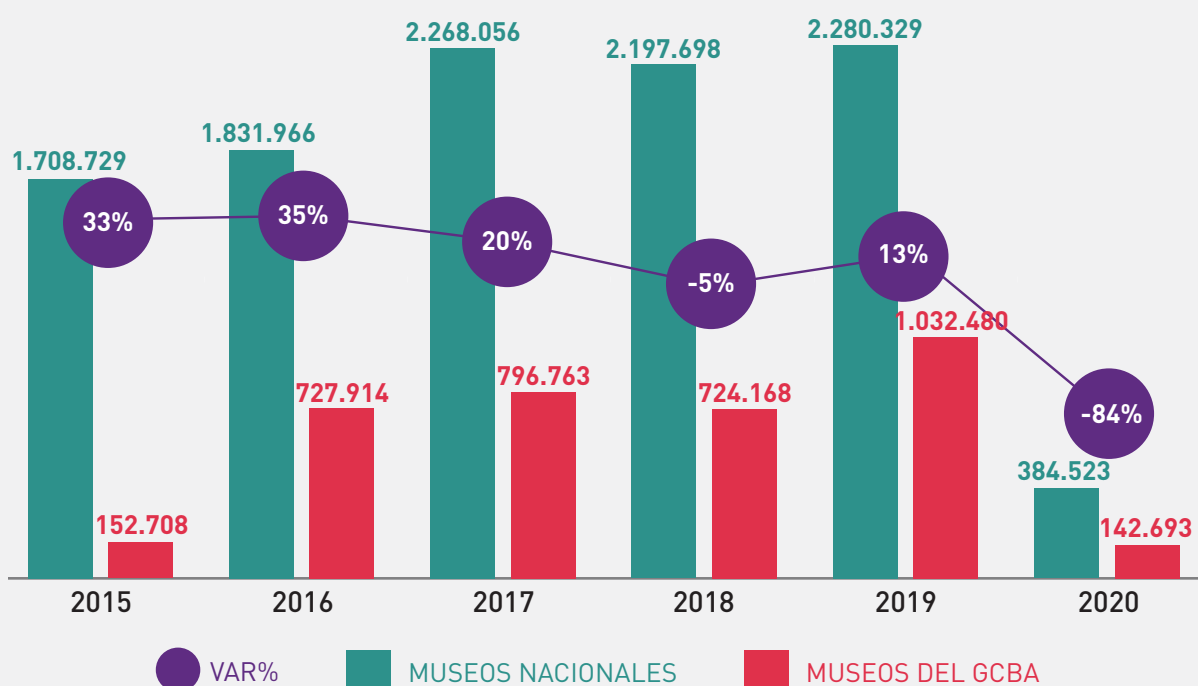
Fuente: SInCA en base a datos de Asociación Argentina de Empresarios Teatrales (AADET); Complejo Teatral de Buenos Aires (CTBA) y Teatro Nacional Cervantes (TNC).

## PATRIMONIO

En 2020 los museos públicos nacionales y de CABA recibieron 527.216 visitas, un 84% menos que en 2019. La asistencia a museos, como todas las actividades presenciales en 2020, estuvieron concentradas en los tres primeros meses del año,

antes de decretarse el ASPO. El museo más concurrido fue el Museo Histórico Nacional del Cabildo y de la Revolución de Mayo, con 92.990 visitas y en segundo lugar, el Museo Nacional de Bellas Artes, con 85.031.

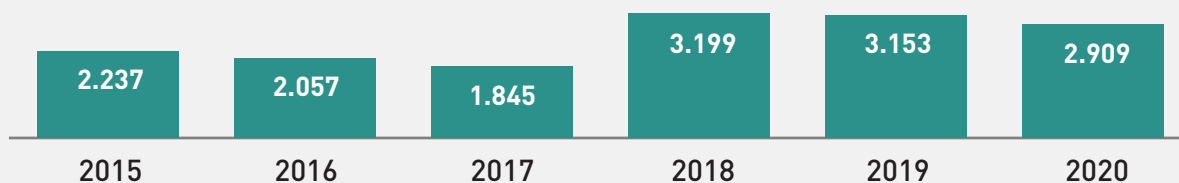
**Gráfico 26. Patrimonio. Visitas a museos públicos nacionales y de CABA. En asistentes. Argentina, 2015-2020**



Fuente: SInCA en base a datos de la Dirección Nacional de Museos; Museo Nacional de Bellas Artes y Dirección General de Estadística y Censos de GCBA.

Según datos del Ministerio de Cultura, en 2020 se aprobaron 2.909 licencias y avisos para la exportación de obras de arte, un 8% menos que en 2019.

**Gráfico 27. Patrimonio. Licencias y avisos de exportación para obras de arte otorgadas. En unidades. Argentina, 2015-2020**



Fuente: SInCA en base a datos de la Dirección Nacional de Bienes y Sitios Culturales.

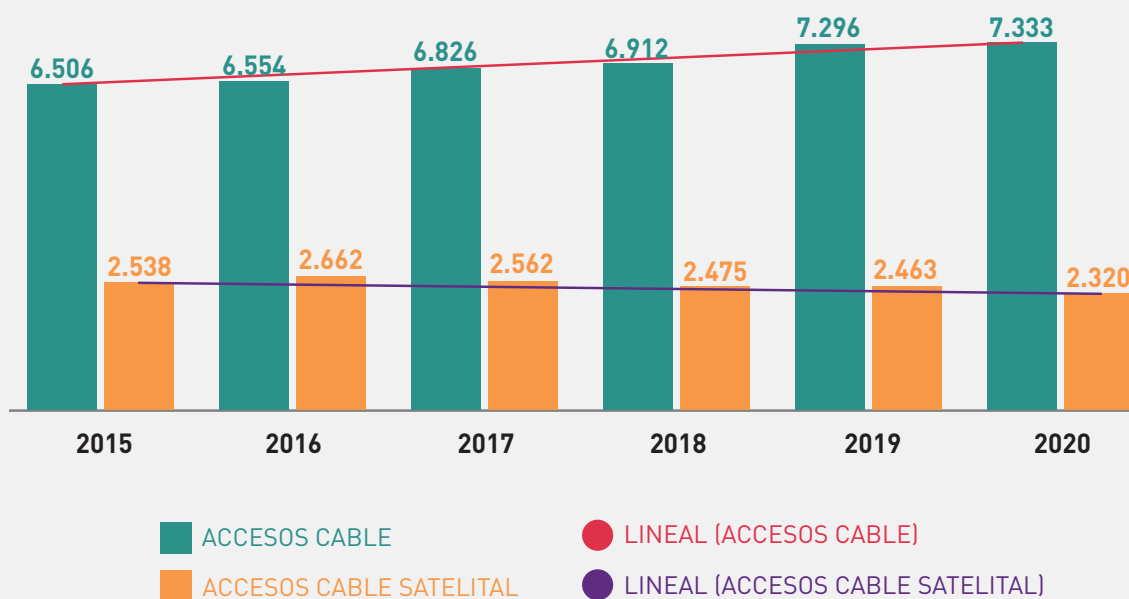
## TELEVISIÓN

El consumo de TV en la Argentina se caracteriza por la alta penetración del mercado por suscripción, que está compuesto por la TV por cable y la TV satelital. La TV por cable, con mayor penetración, explica el 76% de los accesos y el 66% de los ingresos.

En cuanto a la evolución de cada segmento, los accesos a la TV por cable se mantuvieron prácticamente estables en

2020 (con un leve aumento de un 0,5%), alcanzando los 7,3 millones de accesos; mientras que los accesos a TV satelital tuvieron una merma de un 5,8% en el último año, registrando 2,3 millones de accesos. Si se analizan los últimos cinco años, se observa una tendencia creciente de los accesos a servicios de TV por cable y una cada vez menor demanda del servicio satelital, que alcanzó en 2020 su marca más baja.

**Gráfico 28. Televisión. Accesos a servicios de TV por suscripción. En miles de accesos. Argentina, 2015-2020**

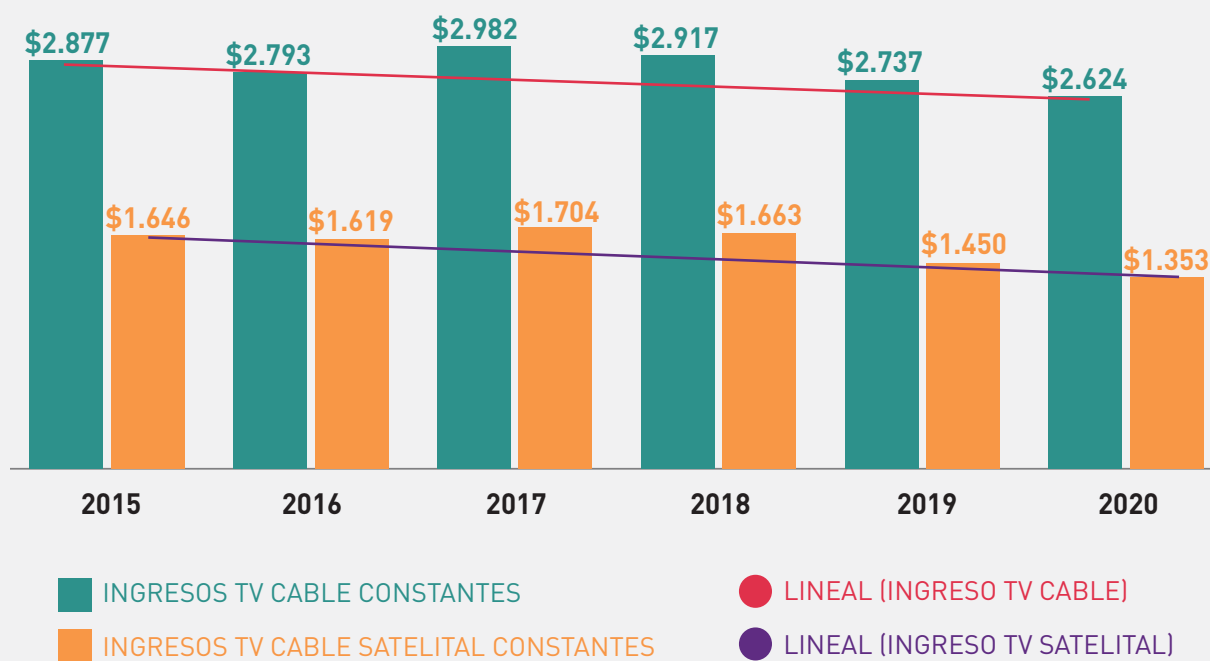


Fuente: SInCA en base al Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM).



Cuando se analizan los ingresos en pesos constantes, se observa que en ambos segmentos se produjo una caída de la recaudación durante el año 2020. Los ingresos de la TV por cable cayeron un 4% y los de la TV satelital, un 7%.

**Gráfico 29. Televisión. Ingresos de servicios de TV por suscripción. En millones de pesos constantes. Argentina, 2015-2020**



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

## 2. CONSUMOS CULTURALES DIGITALES

### INTERNET

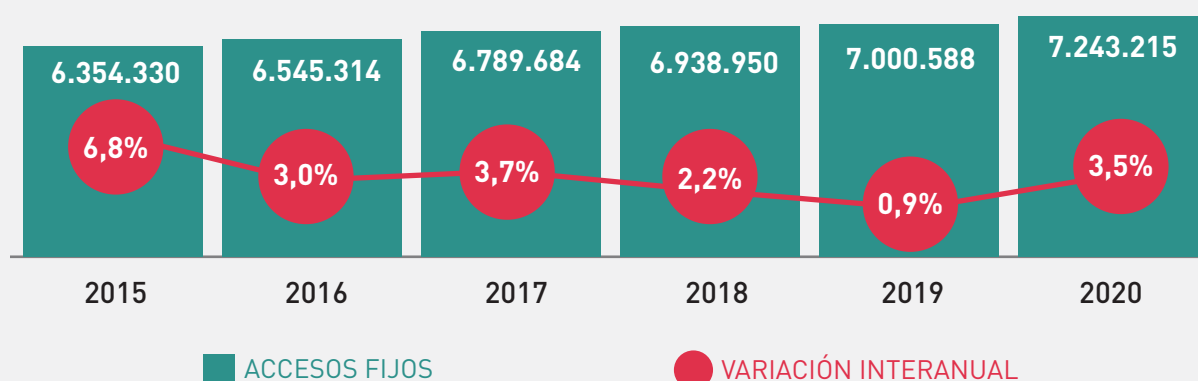
El acceso a servicios de internet es uno de los indicadores más relevantes para dimensionar la evolución de los consumos digitales. En su medición se consideran dos tipos de accesos:

- **Accesos fijos:** incluyen las conexiones tradicionales a internet mediante redes telefónicas, operadores de cable, redes de fibra óptica e inalámbricas fijas.

- **Accesos móviles:** comprenden las realizadas 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 2020 se registraron 7,24 millones de accesos fijos a internet, lo que implica un aumento interanual del 3,5% y un acumulado del 14% desde 2015.

**Gráfico 30. Internet. Accesos residenciales fijos a internet y su variación interanual. En accesos y porcentajes. Argentina, 2015-2020**



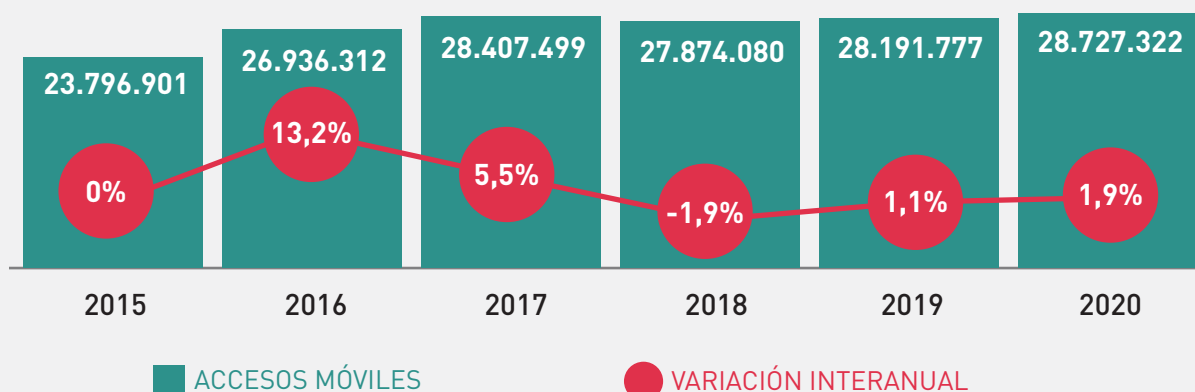
Fuente: SInCA en base a datos de INDEC.

Los accesos móviles pospagos alcanzaron en 2020 los 28,7 millones, lo que implica un aumento del 1,9% interanual y del 21% desde 2015 (23,8 millones a 28,7 millones). Este incremento de la modalidad

de conexión vía celular guarda relación con la importancia de este dispositivo como soporte de acceso a diversos consumos culturales: escuchar música, ver videos, series y películas, leer diarios, etc<sup>5</sup>.

5. De acuerdo con los resultados de la ENCC 2017. Para mayor información sobre este tema, ver el Informe de la [Encuesta Nacional de Consumos Culturales](#).

**Gráfico 31.** Internet. Accesos residenciales móviles a internet y su variación interanual. En accesos y porcentajes. Argentina, 2015-2020

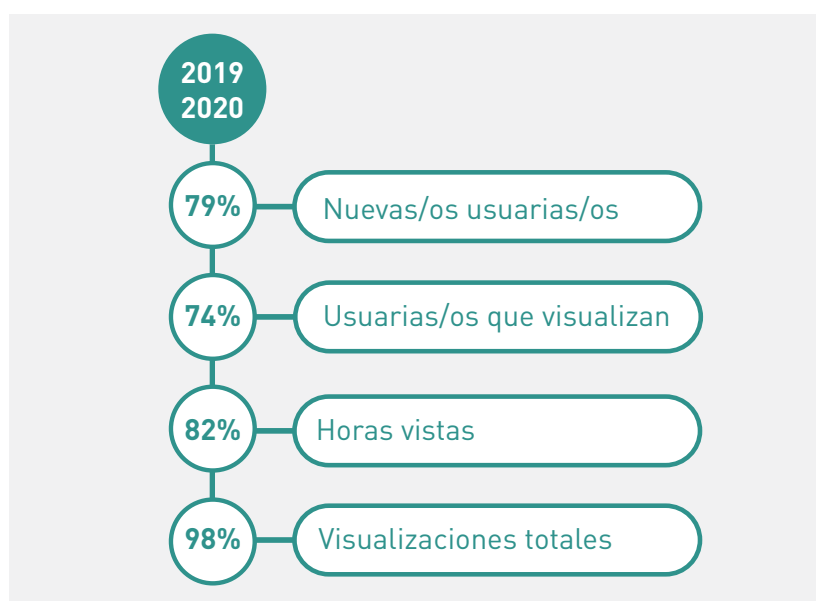


Fuente: SInCA en base a datos de INDEC.

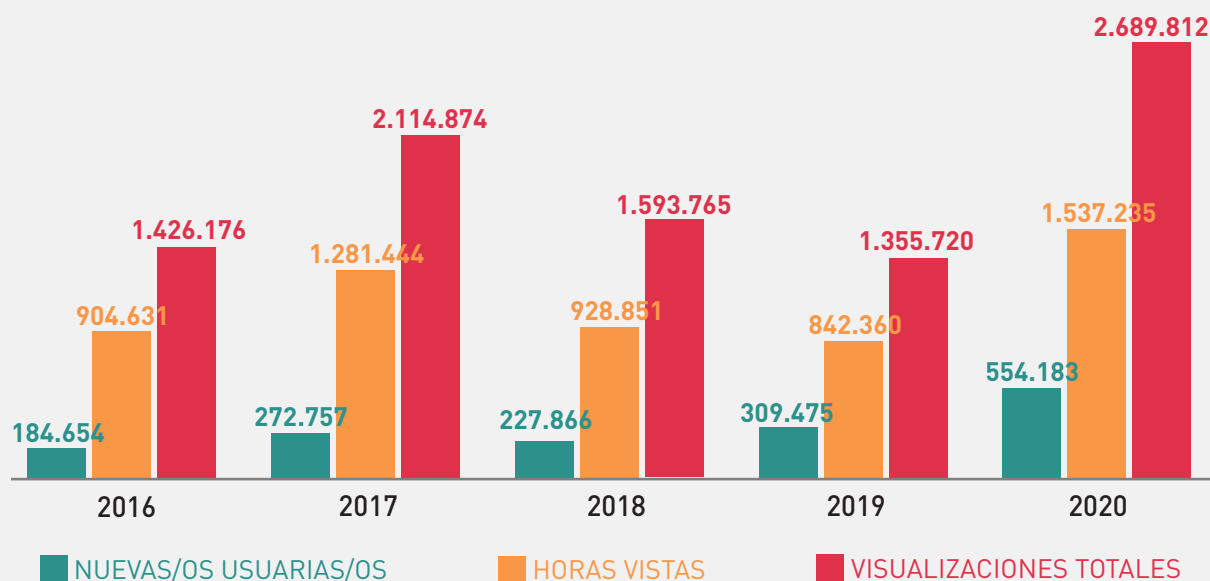
## CINE

Cine.Ar, la plataforma gratuita de acceso a contenidos audiovisuales nacionales on demand, cuenta con casi 2 millones de usuarias/os activa/os. Durante 2020 se incorporaron 554.183 nuevas/os usuarias/os, un 79% más que en 2019; se registraron 1.537.235 de horas vistas, un 82% más que en 2019 y se realizaron 2.689.812 visualizaciones totales, casi duplicando el consumo del año 2019 (un aumento del 98%).

Este incremento de público y visualizaciones en CineAr estuvo ligado al traslado de los consumos presenciales al formato digital como producto de las restricciones dispuestas durante el ASPO, que generó una gran expansión de la plataforma vigente desde 2010.



**Gráfico 32. Cine online. Usuarios/os, horas vistas y visualizaciones totales de CineAr. 2016-2020**

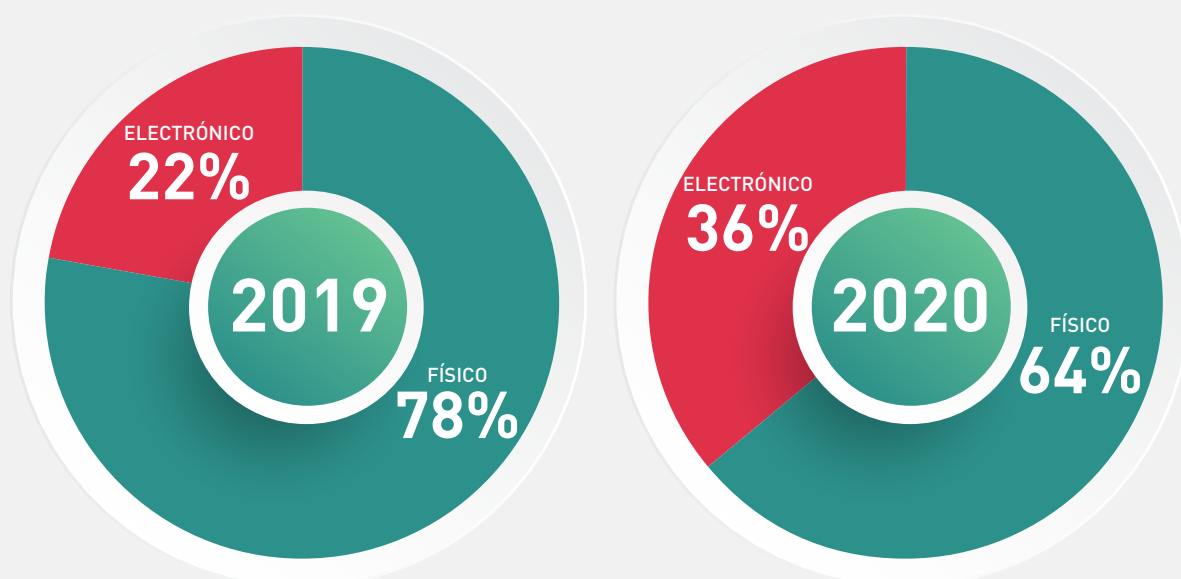


Fuente: Sinca en base a CineAr, INCAA.

## LIBROS

El libro en formato físico sigue siendo la elección principal del público lector, no obstante, durante 2020 se observó un importante crecimiento de las ediciones digitales, que pasaron de representar el 22% de los títulos editados en 2019, al 36% en 2020.

**Gráfico 33. Libros. Títulos editados según soporte. En porcentajes. Argentina, 2019-2020**



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

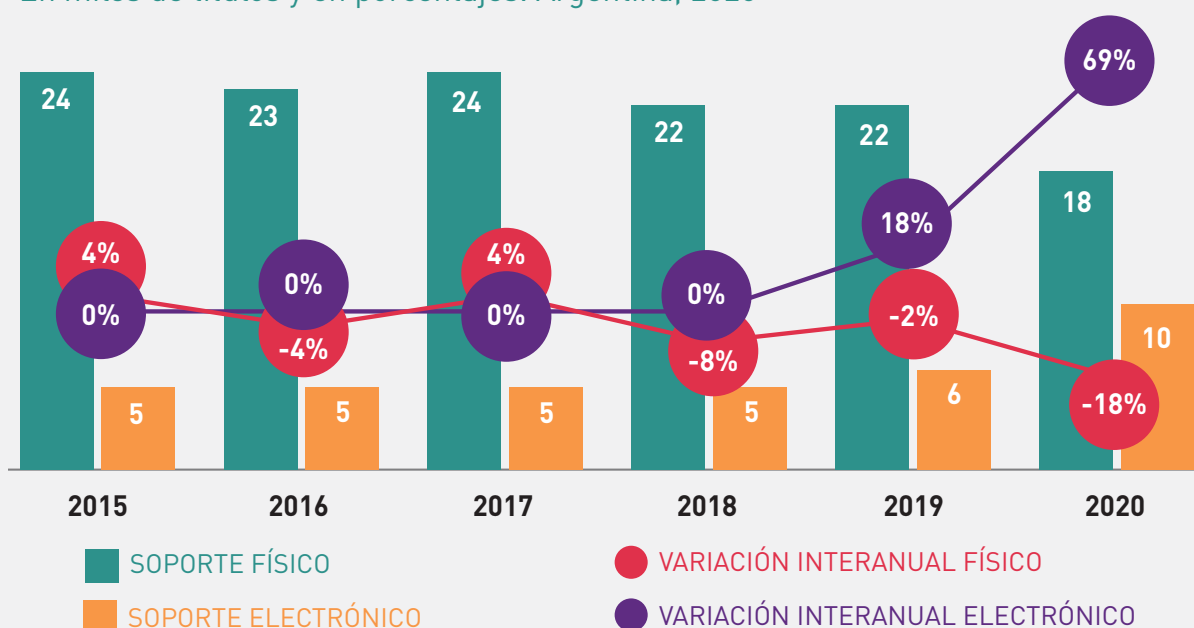
Nota: no se incluye la publicación de cuadernillos realizada por el Ministerio de Educación de la Nación.

En la serie histórica se observa que en 2020 las ediciones digitales presentan un crecimiento significativo con respecto a los años anteriores: se editó

un promedio de 5.500 títulos entre 2015 y 2019 y se pasó a 10.000 títulos en 2020. La tasa de variación interanual de las ediciones digitales fue del 69%,

mientras que las ediciones en soporte físico cayeron un 18% en 2020.

**Gráfico 34. Libros. Evolución de títulos según soporte y variación interanual.**  
En miles de títulos y en porcentajes. Argentina, 2020



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

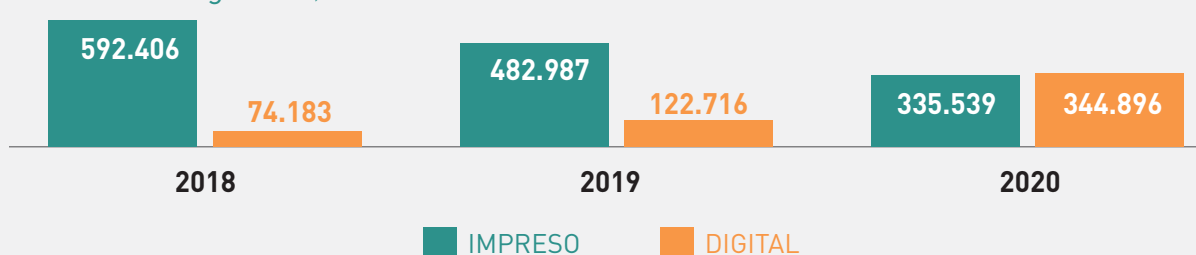
Nota: no se incluye la publicación de cuadernillos realizada por el Ministerio de Educación de la Nación.

## DIARIOS

La circulación de diarios pagos en soporte digital también mostró un crecimiento significativo durante 2020. Según los datos provistos por el Instituto

Verificador de Circulación (IVC), el soporte digital aumentó un 181% con respecto a 2019, mientras que el soporte físico cayó un 31%.

**Gráfico 35. Diarios. Circulación neta diaria de diarios pagos por tipo de soporte. En unidades. Argentina, 2018-2020**



Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Verificador de Circulación (IVC).

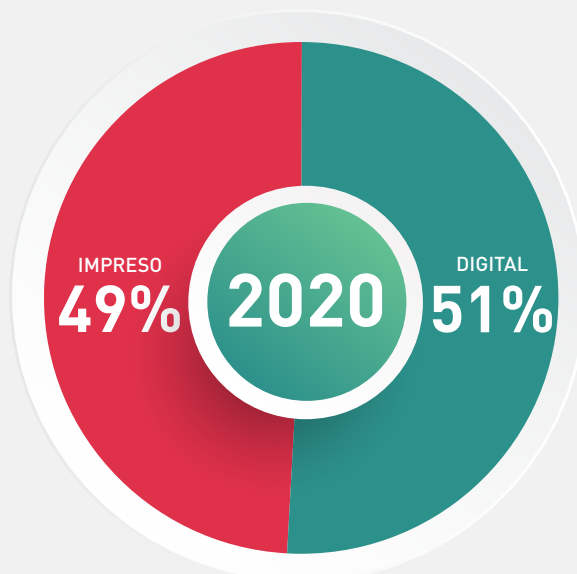
Nota 1: se incluyen solo las publicaciones registradas en el IVC.

Nota 2: para los años 2018 a 2019 se toma la circulación neta diaria al mes de diciembre.

Nota 3: para el año 2020 se toma la circulación neta diaria al mes de septiembre.

Durante 2020 el mercado de diarios pagos se segmentó en dos mitades, con una participación creciente de las ediciones digitales en detrimento del soporte físico.

**Gráfico 36.** Diarios. Circulación neta diaria de diarios pagos en edición digital. En porcentajes. Argentina, 2020



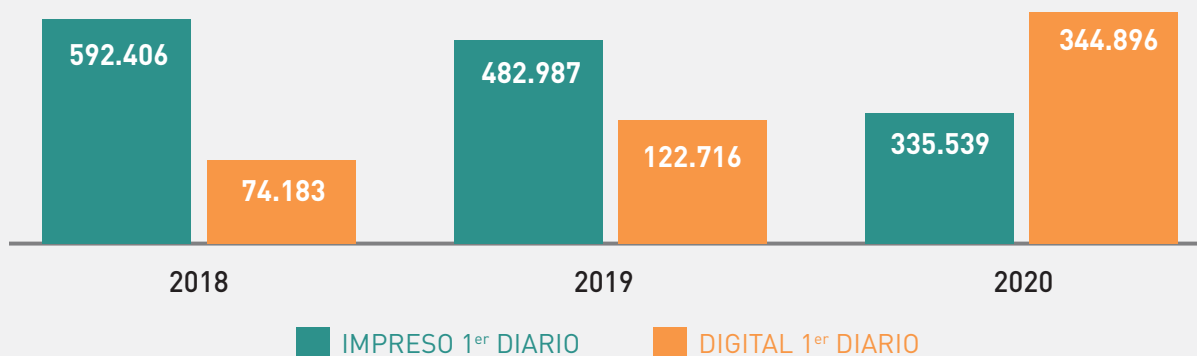
Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Verificador de Circulación (IVC).

Nota 1: se incluyen solo las publicaciones registradas en el IVC.

Nota 2: para el año 2020 se toma la circulación neta diaria al mes de septiembre.

Cuando se analiza la evolución del primer diario en cuanto a unidades en circulación, se observa que en el último año, el soporte digital superó al físico por 71.773 unidades, lo que implica un crecimiento del 88% con respecto a 2019.

**Gráfico 37.** Diarios. Circulación neta diaria del primer diario pago por tipo de soporte. En unidades. Argentina, 2018-2020



Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Verificador de Circulación (IVC).

Nota 1: se incluyen solo las publicaciones registradas en el IVC.

Nota 2: para los años 2018 a 2019 se toma la circulación neta diaria al mes de diciembre.

Nota 3: para el año 2020 se toma la circulación neta diaria al mes de septiembre.

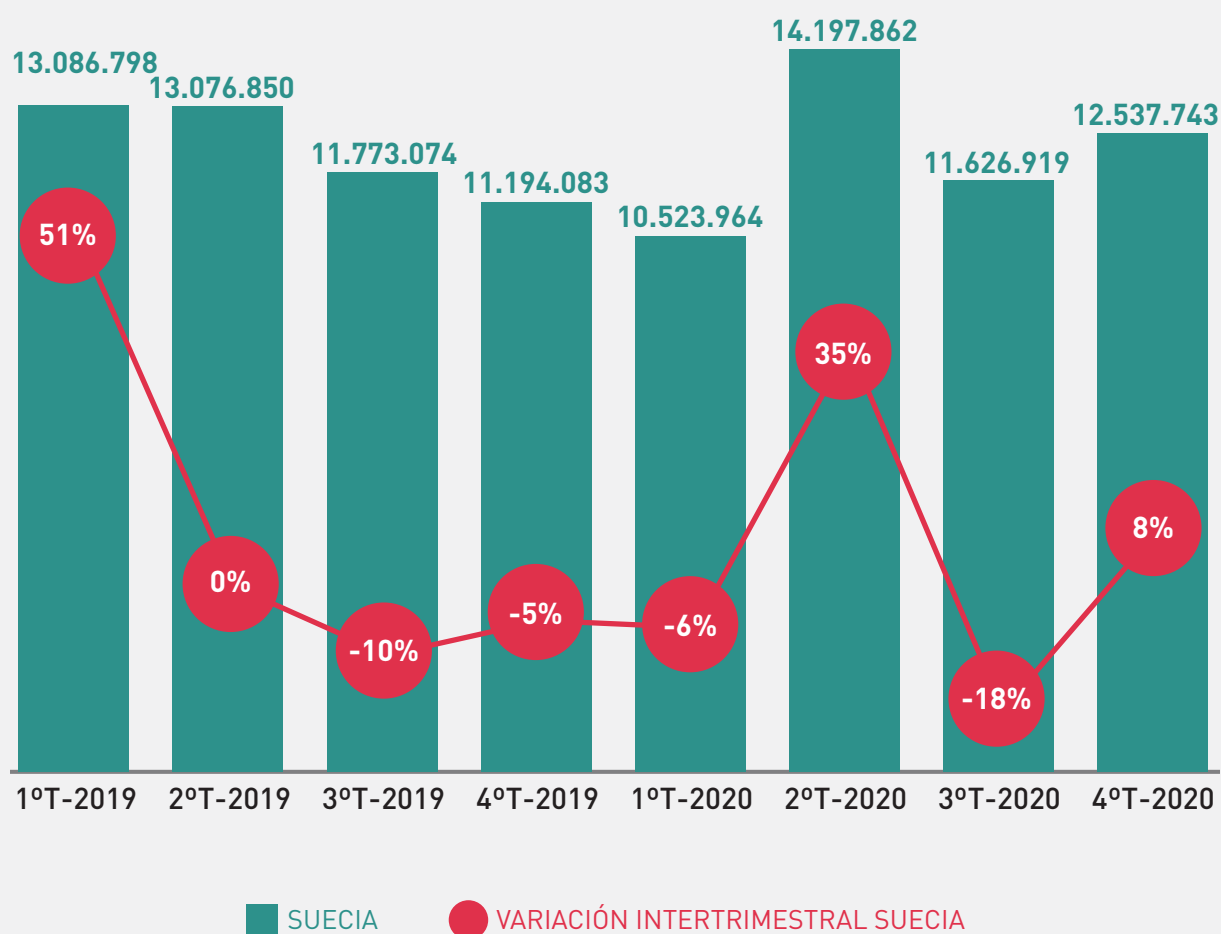
## MÚSICA

En Argentina, el uso de plataformas de streaming para el consumo de música creció significativamente en los últimos años, representando una erogación promedio de 12 millones de dólares por trimestre. En el segundo trimestre<sup>7</sup> de 2020, las importaciones de servicios audiovisuales digitales (streaming) provenientes de

Suecia (país de origen de Spotify) crecieron muy por arriba del promedio, alcanzando los 14 millones de dólares.

7. Ese trimestre coincide con el comienzo del aislamiento social preventivo y obligatorio en Argentina.

**Gráfico 38. Música. Importaciones de servicios audiovisuales digitales por país de origen. En dólares FOB y en porcentajes. Argentina, 2019-2020 por trimestre**



Fuente: SInCA en base a información de la DNCI, INDEC.

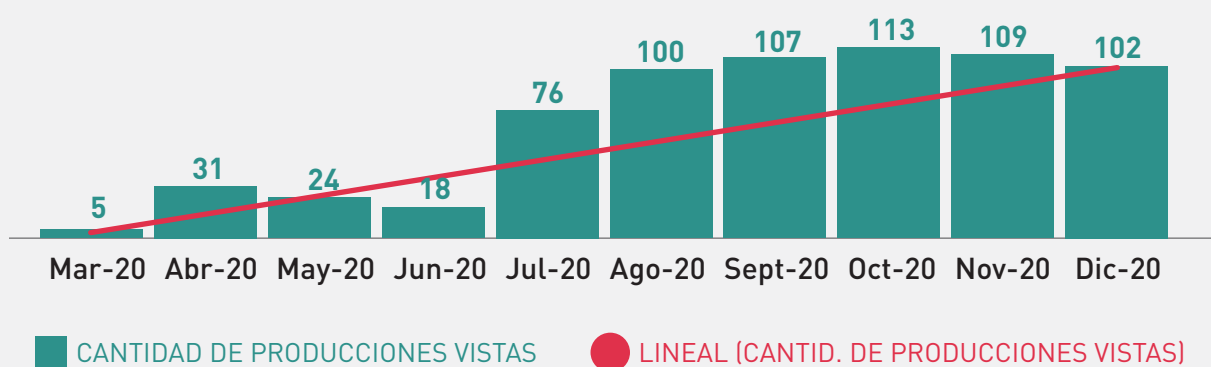
## TEATRO

En cuanto a las alternativas para la programación de obras de teatro en el entorno digital, en 2020 el Teatro Nacional Cervantes (#TeatroEnCasa) ofreció contenido propio (espectáculos ya estrenados, conferencias y charlas, entrevistas a actrices, actores y directores) desde el 21 de marzo a través del canal de YouTube o desde otros sitios web, como la plataforma

Compartir Cultura, del Ministerio de Cultura de la Nación, o la página web del teatro.

Durante el año, la cantidad de producciones visualizadas a través del programa Cervantes online, fue creciendo en forma exponencial, pasando de cinco propuestas en marzo a 102 en diciembre, alcanzando un pico de 113 en el octubre.

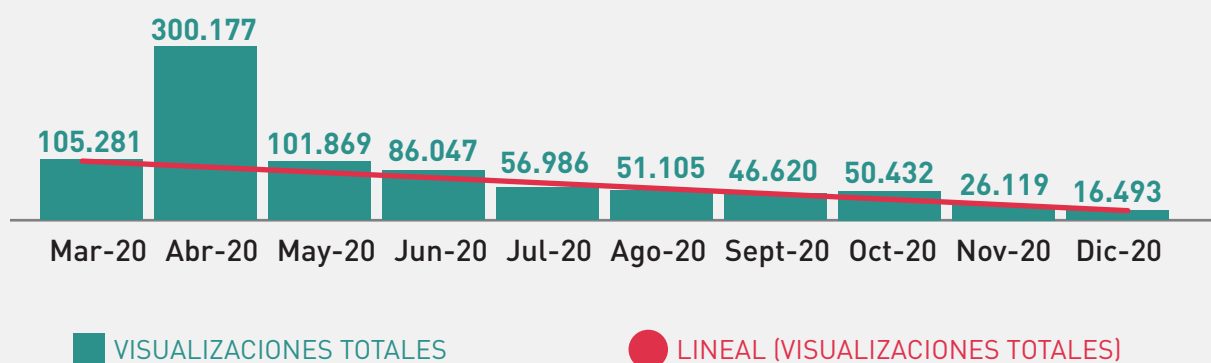
**Gráfico 39. Teatro. Cantidad de producciones vistas en Cervantes online.**  
En unidades. Argentina, 2020



Fuente: SInCA en base a Teatro Nacional Cervantes.

El traslado de la audiencia a la propuesta digital del teatro tuvo su pico en abril, a un mes de iniciado el ASPO, con 300.177 visualizaciones, que decrecieron hasta llegar a 16.493 en diciembre.

**Gráfico 40. Teatro. Visualizaciones totales de Cervantes online.** En unidades. Argentina, 2020

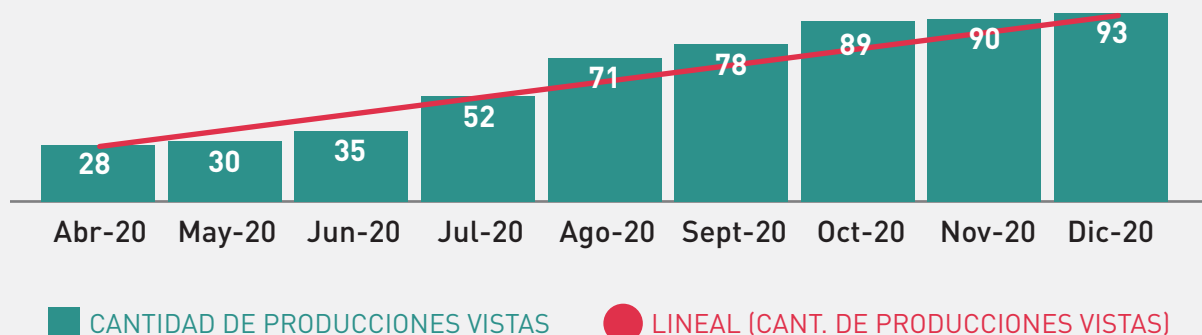


Fuente: SInCA en base a Teatro Nacional Cervantes.



Por su parte, el Complejo Teatral de Buenos Aires presentó una propuesta de obras online a través de varias plataformas (YouTube BA Cultura, YouTube GCBA, Facebook, YouTube CTBA), con una evolución similar a la del Teatro Nacional Cervantes, es decir, un aumento progresivo de la oferta de producciones (28 en abril y 93 en diciembre).

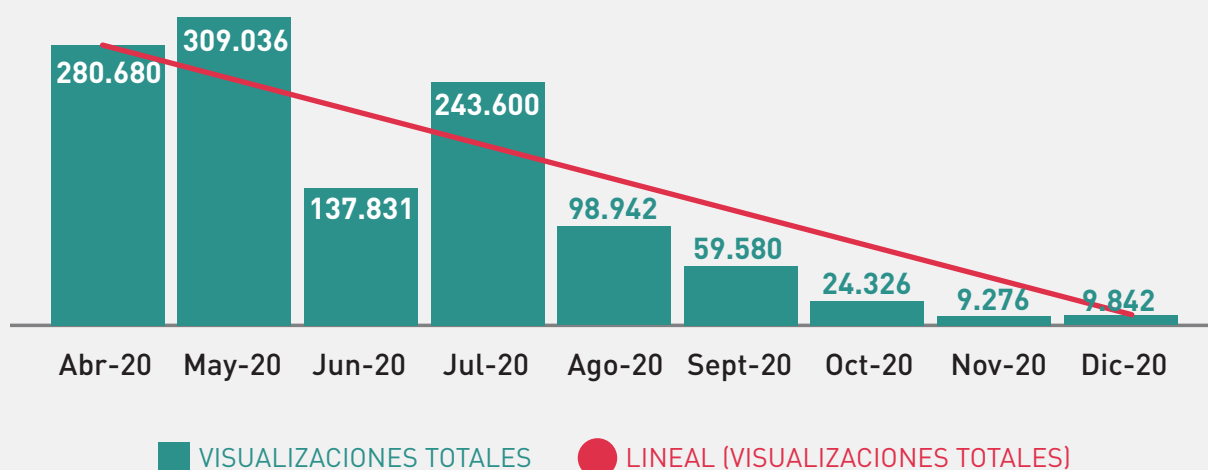
**Gráfico 41. Teatro. Cantidad de producciones vistas en plataformas online del CTBA. En unidades. Argentina, 2020**



Fuente: SInCA en base al Complejo Teatral de Buenos Aires.

En cuanto al consumo, la propuesta virtual del Complejo Teatral de Buenos Aires verificó un pico en mayo (309.039 visualizaciones) y fue decreciendo a lo largo del año, registrando 9.842 visualizaciones en diciembre.

**Gráfico 42. Teatro. Visualizaciones totales en plataformas online del CTBA. En unidades. Argentina, 2020**



Fuente: SInCA en base al Complejo Teatral de Buenos Aires.

## PATRIMONIO

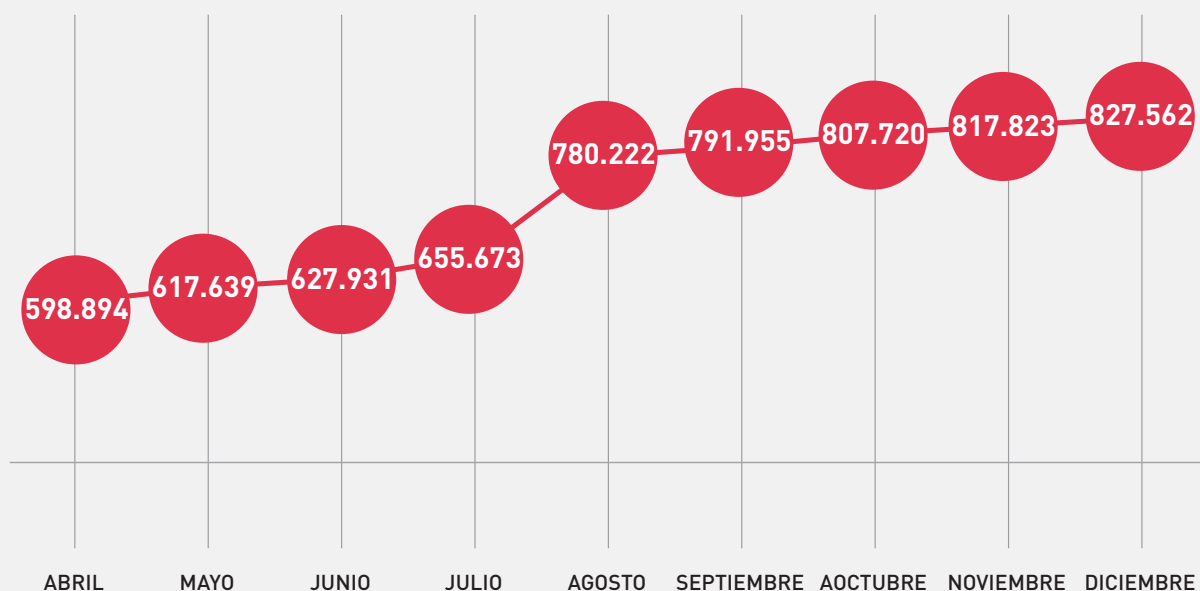
Los Museos Nacionales debieron cerrar sus puertas en marzo de 2020 como consecuencia de las medidas de aislamiento preventivo y obligatorio por COVID-19. En consecuencia, repensaron sus acciones para mantener y/o crear vínculos con los públicos a través de canales no presenciales.

Los museos dependientes de la Dirección Nacional de Museos, en su mayoría, ya contaban con presencia activa en redes, pero otros tuvieron que iniciarla. En cualquier caso, todos se enfrentaron a una nueva realidad que, al igual que en otros ámbitos, obligó a revisar las prácticas que se estaban llevando a cabo hasta

ese momento. En esa sintonía, la Dirección Nacional de Museos y la Dirección Nacional de Gestión Patrimonial crearon, en abril de 2020, la cuenta de Instagram @museosypatrimonacion, con contenidos específicos y gran difusión de las propuestas de los Museos.

El porcentaje de incremento total de seguidores/as en redes del conjunto de los Museos Nacionales fue de 38,7%. El porcentaje de incremento de seguidores/as Instagram fue del 55,7% y en Facebook, del 30% (y aunque en valores absolutos, el número de seguidores/as es mayor en Facebook, el crecimiento fue mayor en Instagram).

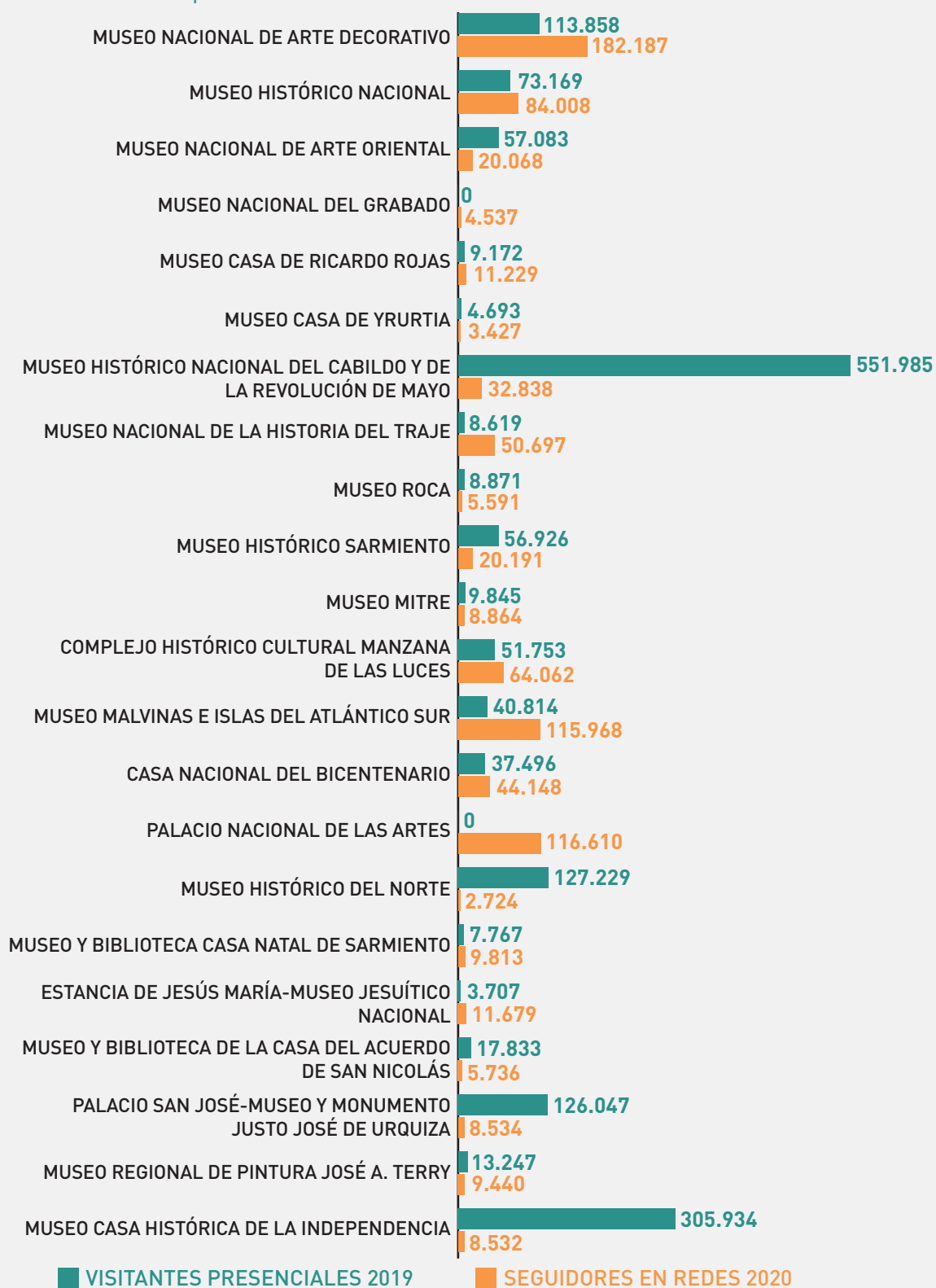
Gráfico 43. Patrimonio. Museos Nacionales. Seguidores/as en redes sociales. 2020



Fuente: Dirección Nacional de Museos - Dirección Nacional de Gestión Patrimonial.

Por último, de cara un futuro en el que las instituciones culturales tengan una doble dimensión, presencial y digital, es interesante visualizar la relación existente entre visitantes presenciales y públicos virtuales.

**Gráfico 44. Comparación de visitantes presenciales 2019 y seguidores/as de redes 2020. Total anual por Museo**



Fuente: Dirección Nacional de Museos - Dirección Nacional de Gestión Patrimonial.

## AGRADECIMIENTOS

Agradecemos la colaboración de las siguientes instituciones:

Agencia Argentina de ISBN

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, Ministerio de Cultura de la Nación

Dirección Nacional de Bienes y Sitios Culturales, Ministerio 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

Teatro Nacional Cervantes

**SInCA – SISTEMA  
DE INFORMACIÓN  
CULTURAL DE LA  
ARGENTINA**

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



**Sistema de Información  
Cultural de la Argentina**



**Ministerio de Cultura  
Argentina**