

Coyuntura Cultural

Informe de coyuntura económica sobre la cultura argentina
SInCA – Sistema de Información Cultural de la Argentina / Año 8 Nro. 15 – Otoño 2016

**EN ESTE NÚMERO
PODRÁS ENCONTRAR
INFORMACIÓN
ACTUALIZADA SOBRE
LA EVOLUCIÓN:**

- DEL CINE
- DEL SECTOR EDITORIAL (LIBROS, DIARIOS Y REVISTAS)
- DE LA MÚSICA
- DEL TEATRO
- INTERNET
- MUSEOS

EQUIPO DE TRABAJO

Hernán Seiguer (director).
Investigadores: Gerardo Sánchez, Eliana Scialabba, Federico Bonazzi, Laura Pérez, Patricia Ronsini, Daniela Yamashita, Fernando Bercovich, Julio Villarino, Agustín Hoya. Diseño gráfico: Paula Laneri.



SInCA

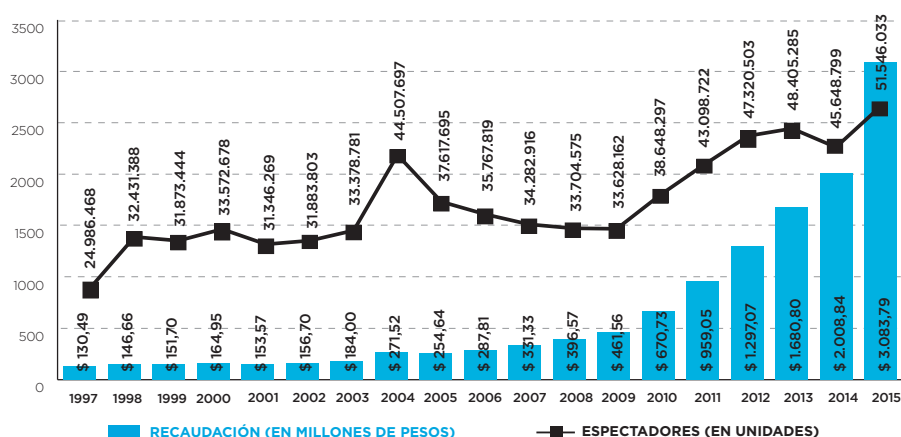
SISTEMA DE
INFORMACIÓN
CULTURAL DE
LA ARGENTINA

CINE

El año 2015 marcó un hito en la industria del cine en la Argentina, ya que más de 50 millones de personas asistieron a las salas. Luego de la caída en

cantidad de espectadores de 2014, el año siguiente incrementó la convocatoria en un 12,9%, alcanzando los 51.546.033 de espectadores. También la recaudación subió, superándose los 3.000 millones de pesos (un 53,5% más que en 2014).

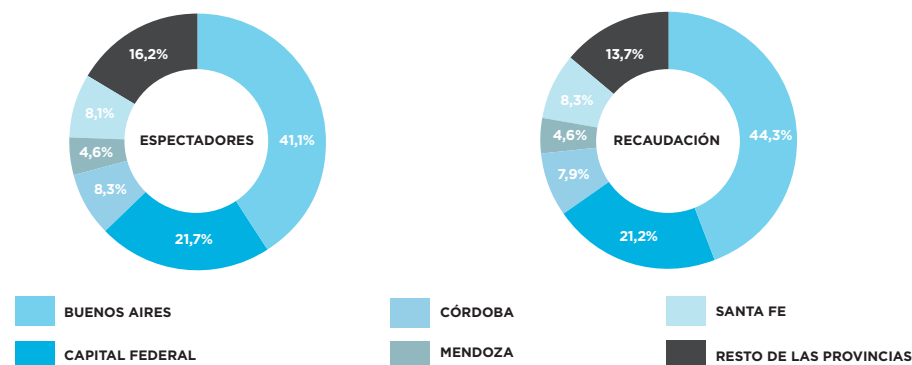
GRÁFICO 1 - CINE. CANTIDAD DE ESPECTADORES Y RECAUDACIÓN. ARGENTINA. 1997 A 2015. EN UNIDADES Y MILLONES DE PESOS



Fuente: elaboración propia en base a INCAA (Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales).

Al analizar la cantidad de espectadores y recaudación por provincias, se advierte una fuerte concentración en los distritos más poblados, como se presenta en el gráfico 2.

GRÁFICO 2 - CINE. CANTIDAD DE ESPECTADORES Y RECAUDACIÓN. ARGENTINA. 2015. PORCENTAJE POR PROVINCIA



Fuente: elaboración propia en base a INCAA (Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales).

El ranking de las 10 películas más taquilleras en 2015 muestra que la argentina “El Clan” fue la cuarta más vista -y aparece segunda en el ranking histórico de películas argentinas, después de “Relatos salvajes”-, mientras que el film infantil “Minions” fue el más visto de la historia en la Argentina.

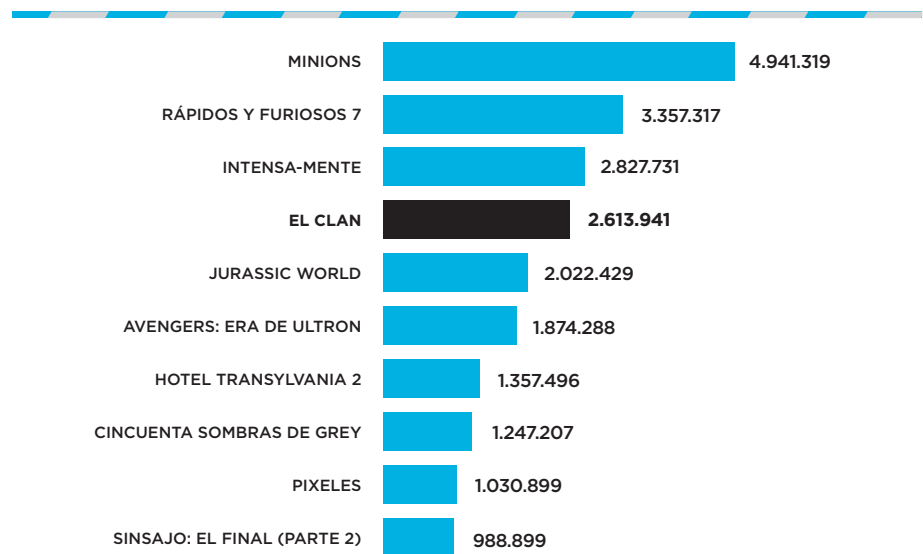
Al analizar la cantidad de espectadores de cada largometraje argentino estrenado en 2015, se observa que el primero más visto supera la tercera parte del total de espectadores, y entre los tres filmes más vistos concentran más de la mitad del total de espectadores de películas nacionales. Esta concentración constituye una constante en el consumo de producción nacional, ya que una sola película reúne más de un tercio de los espectadores de cine nacional y el filme que le sigue, más del 10%.

Además, cabe destacar que la cantidad de films nacionales realizados durante 2015 creció un 5,8% con respecto al año anterior. No obstante, se mantiene la misma proporción entre estrenos nacionales y extranjeros registrada durante los últimos años, que oscila entre 40% y 45%.

A pesar del aumento en la cantidad de films nacionales, se contrajo el porcentaje de recaudación y espectadores respecto del total en comparación con 2014, el año más exitoso de la serie. Así, en 2015 las películas nacionales obtuvieron una recaudación inferior a la de 2013.

Los films 3D son los preferidos por los espectadores, ya que, pese a representar sólo el 10% del total de estrenos, acaparan el 29% del total de espectadores y el 35% del total de recaudación.

GRÁFICO 3 - CINE. RANKING DE LAS 10 PELÍCULAS MÁS TAQUILLERAS. ARGENTINA. 2015



Fuente: INCAA (Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales).

TABLA 1 – CINE. ESTRENOS NACIONALES. ESPECTADORES Y PORCENTAJES. ARGENTINA. 2015. EN UNIDADES Y COMO PORCENTAJE DEL TOTAL

ESTRENOS NACIONALES 2015	ESPECTADORES	PORCENTAJE DE ESPECTADORES
EL CLAN	2.643.487	35,00%
ABZURDAH	808.135	10,70%
RELATOS SALVAJES	516.786	6,84%
SIN HIJOS	507.761	6,72%
PAPELES EN EL VIENTO	395.024	5,23%
TRUMAN	391.815	5,19%
BOCA JUNIORS 3D	270.651	3,58%
LOCOS SUELTOS EN EL ZOO	223.111	2,95%
SOCIOS POR ACCIDENTE 2	175.816	2,33%
EL ESPEJO DE LOS OTROS	164.858	2,18%
LA PATOTA	143.917	1,91%
VOLEY	112.249	1,49%
KRYPTONITA	100.895	1,34%
NK	70.147	0,93%
TUYA	68.577	0,91%
RESTO PELÍCULAS NACIONALES (167)	959.937	12,71%

Fuente: elaboración propia en base a INCAA (Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales).

TABLA 2 – CINE. FILMS NACIONALES. CANTIDADES DE ESTRENOS, ESPECTADORES Y RECAUDACIÓN SOBRE EL TOTAL. ARGENTINA. 2010 - 2015. EN UNIDADES Y PORCENTAJES

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
CANTIDAD DE FILMS ESTRENADOS	129	133	146	167	172	182
PORCENTAJE DE ESTRENOS SOBRE EL TOTAL	37%	38%	43%	43%	43%	43%
PORCENTAJE DE RECAUDACIÓN SOBRE EL TOTAL	8%	7%	9%	14%	17%	13%
PORCENTAJE DE ESPECTADORES SOBRE EL TOTAL	9%	8%	10%	15%	18%	14%

Fuente: elaboración propia en base a INCAA (Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales).

LIBROS

Durante 2015 la cantidad de ejemplares impresos sufrió una contracción del 35,9% con respecto al año anterior. Se imprimieron 82 millones de unidades, cantidad muy inferior a los 129 millones de 2014, año en que se logró un record de producción histórico.

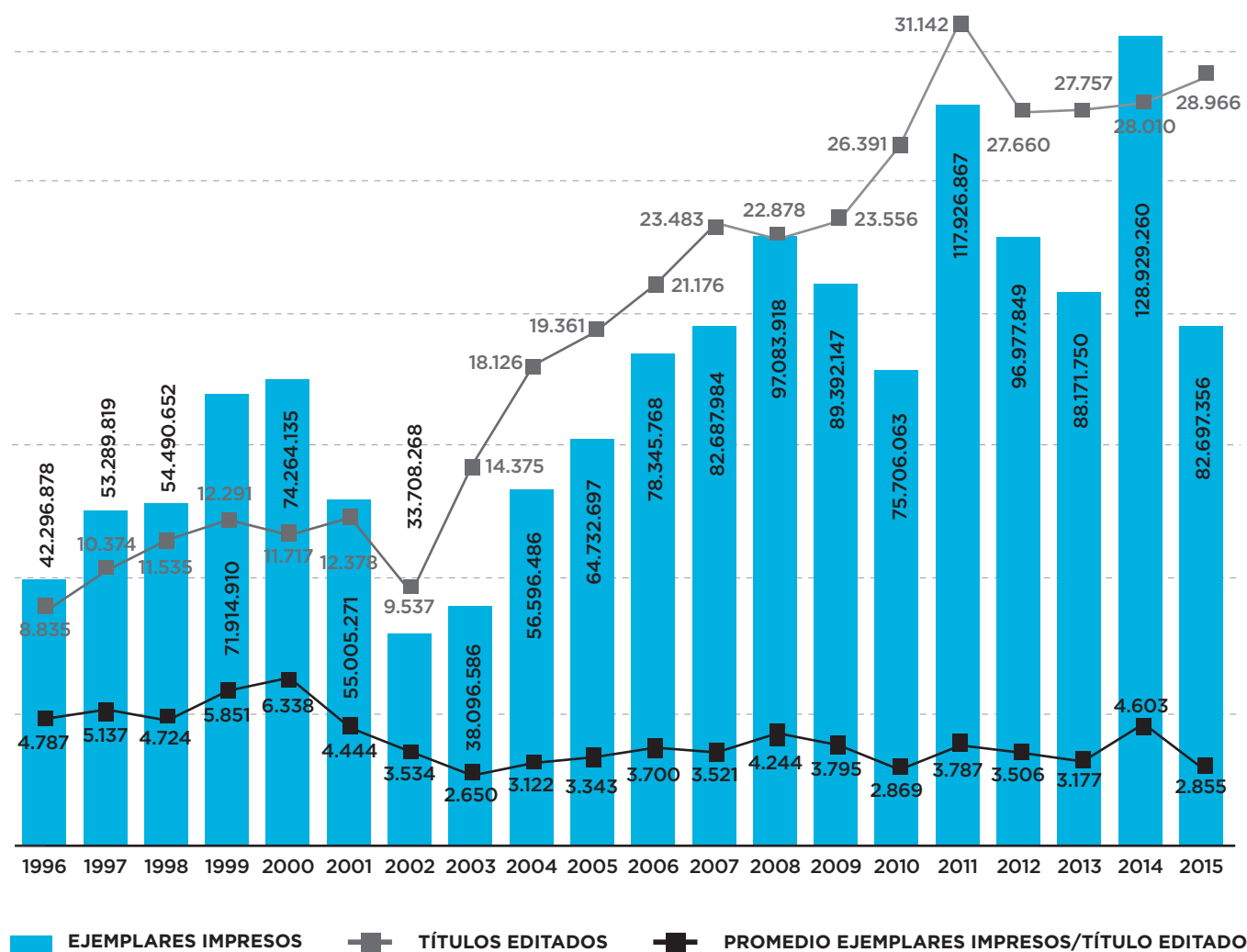
En 2015 la cantidad de títulos editados fue de 28.966, un 3,4% más que en 2014; pero disminuyó en

un 38% el promedio de ejemplares por título, que pasó de 4.603 en 2014 a 2.855 en 2015.

Cabe recordar que la base de datos que registra los ISBN está integrada por libros muy heterogéneos, por ejemplo, aquellos que las editoriales venden exclusivamente a través de las librerías, los que las instituciones editan y difunden sin ánimo de lucro, los que los grupos religiosos reparten sin cargo en las iglesias, o los que los diarios

venden como fascículos. Por eso, conviene identificar al Sector Editorial Comercial (SEC), compuesto por las editoriales con fines de lucro que distribuyen sus títulos a través de librerías, salas de venta a crédito, venta directa o distribuidoras, y que demuestran actividad sostenida en los últimos años. Según la Cámara Argentina del Libro, durante el 2015 las empresas nucleadas en este sector editaron el 42% de la totalidad de los títulos.

GRÁFICO 4 - LIBROS. TÍTULOS EDITADOS, EJEMPLARES IMPRESOS Y PROMEDIO DE EJEMPLARES POR TÍTULO. ARGENTINA. 1996 A 2015. EN UNIDADES



Fuente: CAL (Cámara Argentina del Libro).

Nota: los datos corresponden al registro de ISBN.

MÚSICA

SHOWS EN VIVO

En los últimos años, se observa un crecimiento de los shows de músicos internacionales en vivo. Para profundizar el análisis de este fenómeno y, ante la falta de datos del/desde el sector, el SInCA realizó una recopilación sistemática de las funciones promocionadas por internet, a partir de cuyos resultados se exponen los siguientes datos.

El número total de shows internacionales en vivo se mantuvo en ascenso, al punto de que en

2015 representó un tercio más que en 2013. Este aumento se puede explicar por el alto poder de compra en la Argentina y por un tipo de cambio atractivo para las productoras.

2015 también fue un buen año para los shows internacionales de músicos argentinos, ya que,

por ejemplo, la artista Violetta realizó 145 shows¹, que la posicionaron en el puesto N°15 de recaudación a nivel internacional (con 76,8 millones de dólares).

1. Según datos de Pollstar, empresa con base en California y Londres, que desde hace treinta años analiza el mercado de conciertos a nivel global.

TABLA 3 – SHOWS EN VIVO DE MÚSICOS INTERNACIONALES

	2013	2014	2015
CANTIDAD DE FECHAS	141	155	191
PRECIO PROMEDIO ENTRADA	316	512	575
COSTO PROMEDIO DE SERVICIO DE VENTA	33	58	73
VALOR MÁXIMO DE ENTRADA	1.800	5.000	6.430

Fuente: elaboración propia a través de datos relevados en internet.

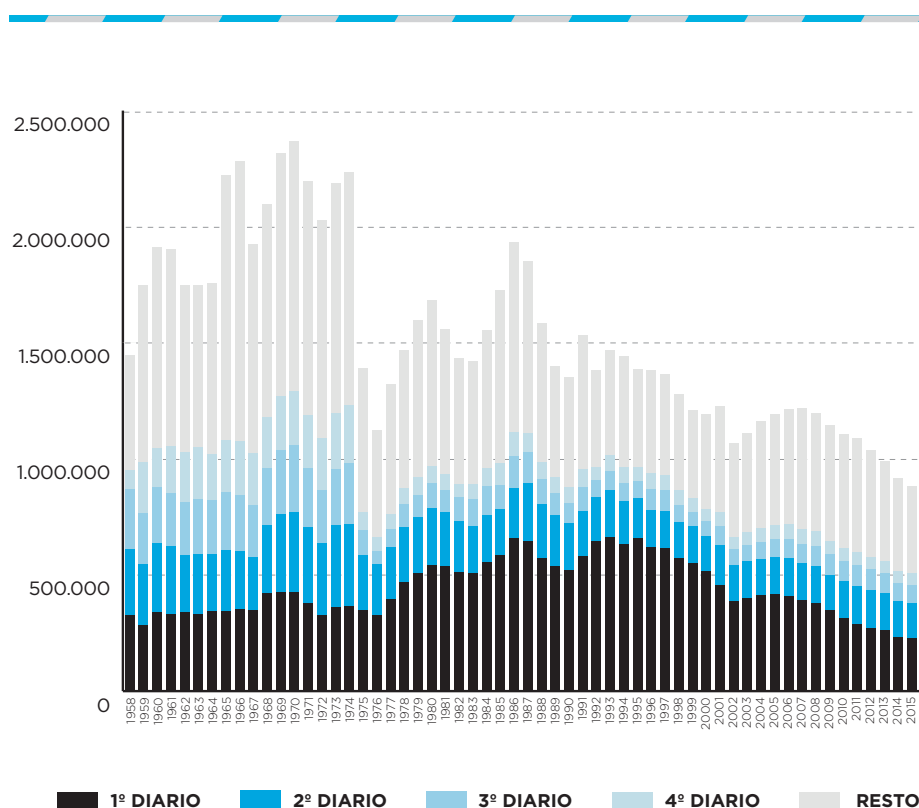
DIARIOS

Durante 2015, el promedio de la circulación neta diaria de diarios pagos mantuvo una tendencia descendente, ya que se contrajo un 3,3%, al pasar de 914.187 unidades en 2014 a 883.615 en 2015, tal como se observa en el gráfico 5.

Si bien los cuatro principales (Clarín, La Nación, La Voz del Interior y La Gaceta) se mantienen en las mismas posiciones y todos ellos registran una baja en el promedio de circulación neta, la brecha entre el más vendido y el segundo, Clarín y La Nación respectivamente, se reduce un poco cada año.

Con respecto a 2014, la cantidad de diarios en circulación se incrementó de 35 a 36 en 2015. Cabe destacar la gran heterogeneidad provincial en este aspecto, tanto en cantidad de diarios como en circulación promedio. En 2015, más de la mitad (55,4%)

GRÁFICO 5 - DIARIOS. CIRCULACIÓN NETA DIARIA (CUATRO PRINCIPALES DIARIOS Y RESTO DE LOS DIARIOS). ARGENTINA. 1958 A 2015. EN UNIDADES



Fuente: IVC (Instituto Verificador de Circulación).

Nota: las publicaciones incluidas en el gráfico son las que registra el IVC, que no se corresponden con el total en circulación.

de la circulación neta diaria se concentró en cuatro diarios en la Ciudad de Buenos Aires. Otras cinco provincias (Buenos Aires, Córdoba, Tucumán, Santa Fe y Mendoza) concentraron el 27,3% de la circulación neta a través de 16 diarios. En tanto, Córdoba, la provincia con mayor cantidad de diarios en circulación (cinco), concentró el 6,3% de la circulación neta diaria.

TABLA 4 - DIARIOS. CIRCULACIÓN NETA DIARIA Y CANTIDAD DE DIARIOS PAGOS EN CIRCULACIÓN POR PROVINCIA. ARGENTINA 2015. EN UNIDADES

PROVINCIA	SUMA DE PROMEDIO	CANTIDAD DE DIARIOS	SUMA DE PROMEDIO (% TOTAL)
CAPITAL FEDERAL	489.228	4	55,4%
BUENOS AIRES	57.305	4	6,5%
CÓRDOBA	55.964	5	6,3%
TUCUMÁN	50.466	1	5,7%
SANTA FE	42.621	3	4,8%
MENDOZA	37.652	3	4,3%
RÍO NEGRO	21.504	1	2,4%
SALTA	21.428	1	2,4%
SANTIAGO DEL ESTERO	20.465	1	2,3%
CHACO	12.802	1	1,4%
MISIONES	10.746	2	1,2%
ENTRE RÍOS	10.529	2	1,2%
SAN JUAN	10.460	1	1,2%
CATAMARCA	10.131	1	1,1%
JUJUY	10.075	1	1,1%
LA RIOJA	8.746	1	1,0%
CORRIENTES	5.282	2	0,6%
SAN LUIS	4.602	1	0,5%
LA PAMPA	3.609	1	0,4%
TOTAL GENERAL	883.615	36	

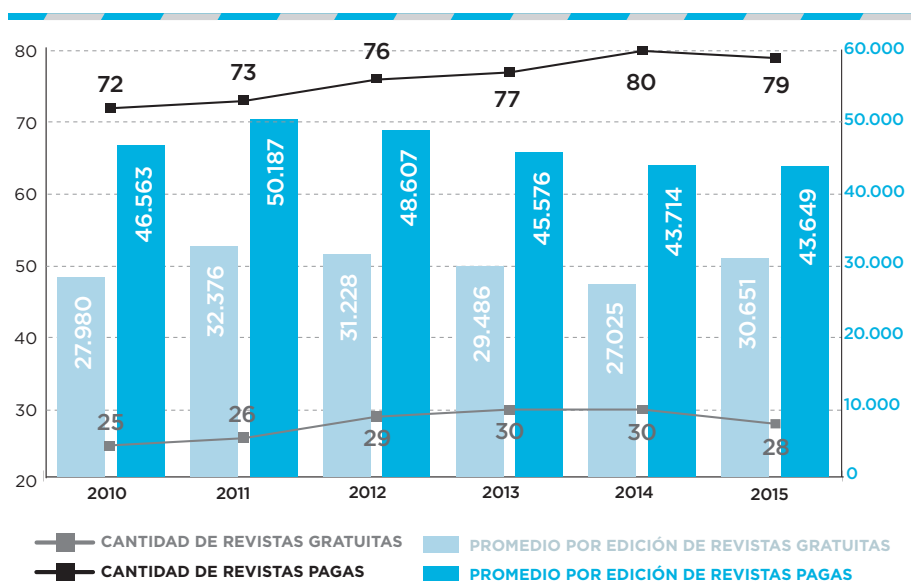
Fuente: IVC (Instituto Verificador de Circulación).

REVISTAS

Si bien venía registrándose una muy leve suba en la cantidad de revistas gratuitas en circulación, en 2015, ésta se contrajo con respecto al año anterior, pasando de 30 a 28. En tanto, las revistas pagas también redujeron su cantidad, de 80 en 2014 a 79 en 2015.

Con respecto a 2014, el promedio de circulación de revistas gratuitas se incrementó un 13,4%, mientras que la circulación promedio de revistas pagas se contrajo apenas un 0,1%.

GRÁFICO 6 - REVISTAS. CIRCULACIÓN BRUTA POR EDICIÓN Y CANTIDAD DE REVISTAS, PAGAS Y GRATUITAS. ARGENTINA. 2010 A 2015. EN UNIDADES



Fuente: IVC (Instituto Verificador de Circulación).

Nota: las publicaciones incluidas en el gráfico son las que registra el IVC, que no se corresponden con el total en circulación.

INTERNET

Durante 2015, las conexiones residenciales a internet continuaron incrementándose (+6,9% interanual), aunque a un ritmo mucho menor al experimentado en los años anteriores. Así, la totalidad de conexiones en 2015 superó los 15 millones.

Estos niveles de conexión no deben interpretarse como reflejo de una conectividad plena (igual cantidad de hogares y conexiones), porque los datos incluyen las conexiones por celular, que no deberían considerarse domiciliarias, y porque

existe una gran disparidad territorial en la distribución de las conexiones a internet.

La cantidad de cuentas *wireless* (conexiones a internet vía *smartphones* y *notebooks*) continúa creciendo, en términos absolutos y relativos, como se muestra en la siguiente tabla:

Durante 2015, el incremento de las conexiones *wireless* a internet (más de 9 millones de conexiones en total) y de su participación en el total de conexiones (casi dos tercios de ellas son *wireless*) experimentó una desaceleración con respecto al comportamiento de los años anteriores, debido, presumiblemente, a la saturación del mercado.

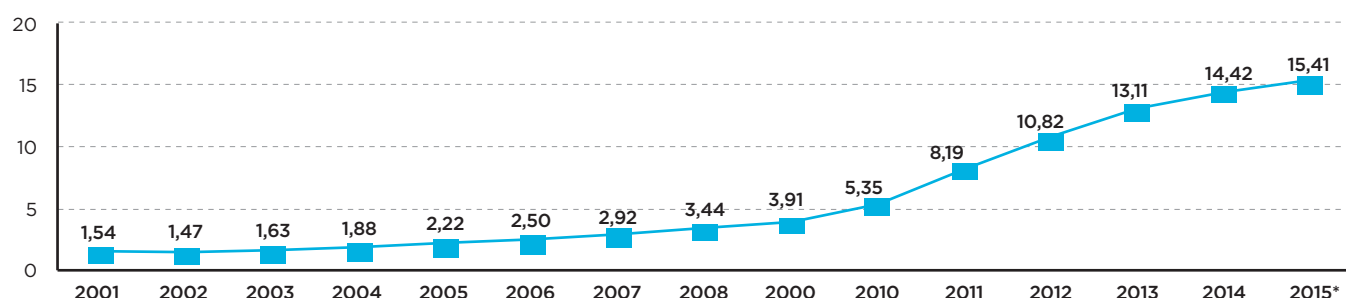
TABLA 5 - INTERNET. CUENTAS WIRELESS, SATELITAL Y OTRAS CONEXIONES. ARGENTINA. 2010 A 2015*

AÑO	CUENTAS WIRELESS, SATELITAL Y OTRAS CONEXIONES	% SOBRE EL TOTAL DE LAS CUENTAS
2010	1.369.989	26%
2011	3.720.006	45%
2012	5.988.305	55%
2013	7.415.252	57%
2014	8.472.228	59%
2015*	9.228.577	60%

Fuente: INDEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

Nota: * datos a septiembre 2015.

GRÁFICO 7 - INTERNET. CANTIDAD DE ACCESOS RESIDENCIALES. ARGENTINA. 2001 A 2015. EN MILLONES DE UNIDADES



Fuente: INDEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

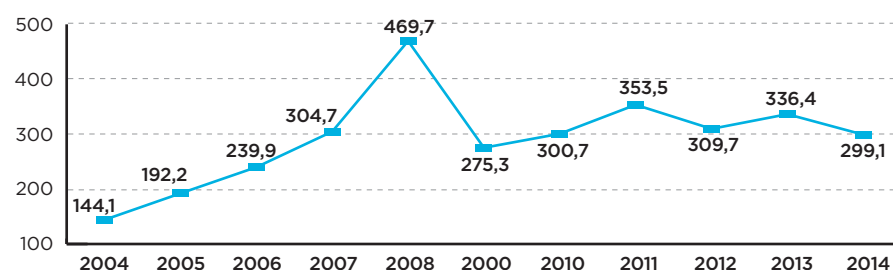
Nota: * datos a junio de 2015.

TELEVISIÓN

Entre 2009 y 2013 se verificó un fuerte crecimiento en las exportaciones de servicios culturales, destacándose los servicios audiovisuales y, entre éstos, los vinculados a la TV.

En 2014, las exportaciones del sector se ubicaron levemente por debajo de los 300 millones de dólares, y aunque cayeron con respecto a 2013, fueron más del doble que en 2004, cuando llegaron a 144 millones.

GRÁFICO 8 - TELEVISIÓN. EXPORTACIÓN DE SERVICIOS AUDIOVISUALES Y CONEXOS. ARGENTINA. 2004 A 2013. EN MILLONES DE DÓLARES



Fuente: elaboración propia en base a datos del INDEC.

En 2014, último año de la serie, las ventas de servicios audiovisuales al resto del mundo se

contrajeron un 11,1%, luego de una expansión del 8,6% en 2013.

TEATRO

En este número de Coyuntura Cultural se incorporaron al análisis, los datos del Complejo Teatral de Buenos Aires (Teatros Colón, General San Martín, Presidente Alvear, Regio, Sarmiento y De la Ribera) y del Teatro Nacional Cervantes. Con esa información, y con los datos de AADET, se realizó la siguiente serie, que muestra la evolución histórica de la cantidad de espectadores.

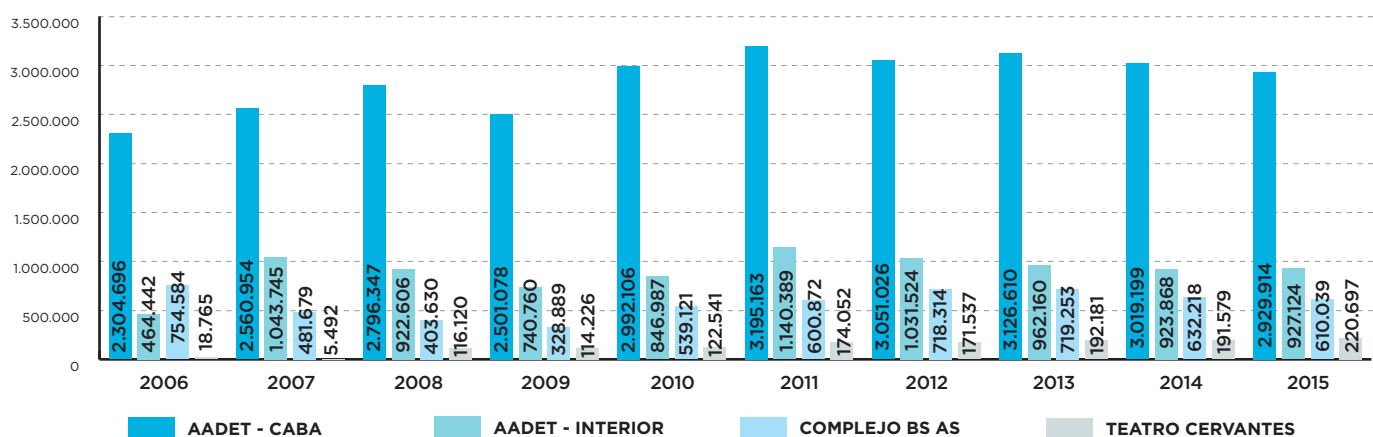
En 2015, estos teatros recibieron 4.687.774 espectadores en 13.884 funciones, lo que arroja

un promedio de 338 espectadores por función. Si bien la cantidad de espectadores disminuyó en alrededor de 100.000 frente al 2014, las funciones aumentaron en casi 1.000. Esto implica una consolidación en la cantidad de espectadores anuales, ya que desde el año 2010 se posicionaron siempre por sobre los cuatro millones y medio (el pico se produjo en 2011 con 5,1 millones).

El gráfico 9 muestra la gran concentración geográfica de espectadores de teatro en el Área Metropolitana de Buenos Aires, patrón de distribución fuertemente asociado a la

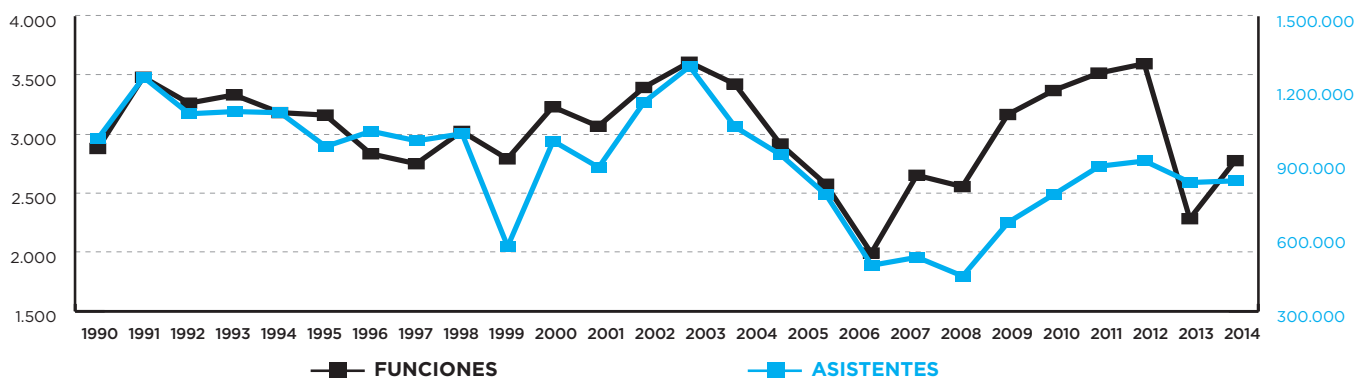
disponibilidad de salas y la oferta de espectáculos y funciones. Esta relación entre la concentración de espectadores y la disponibilidad de salas y oferta de espectáculos se verifica también por la gran cantidad de espectadores por función registrada en las localidades del interior² del país, circunstancia que da cuenta de una demanda insatisfecha. Además, los datos recientemente incorporados permiten apreciar una asociación positiva entre la cantidad de funciones y de espectadores; es decir que toda vez que aumentaron las funciones, lo hizo también la cantidad de asistentes, tal como se muestra en el gráfico 10.

GRÁFICO 9 - CANTIDAD DE ESPECTADORES A SALAS DE TEATRO. AÑOS 2006-2014



Fuente: elaboración propia en base a AADET, Dirección General de Estadística y Censos de GCBA, Ministerio de Cultura y Teatro Nacional Cervantes.

GRÁFICO 10 - FUNCIONES Y ASISTENTES AL COMPLEJO TEATRAL BUENOS AIRES Y AL TEATRO NACIONAL CERVANTES. AÑOS 1990/2015*



Fuente: elaboración propia en base a Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA), Ministerio de Cultura y Teatro Nacional Cervantes.

Nota: * 2015 el Complejo Teatral Buenos Aires fue estimado (datos disponibles sólo hasta el mes de junio).

2. Véase el Coyuntura Cultural N° 12 - Otoño 2015.

PUBLICIDAD

Este sector viene cobrando relevancia desde 2002, año a partir del cual experimentó un crecimiento exponencial. Si bien el principal medio de comunicación al que se destina la inversión publicitaria es la televisión, en los demás medios también se verificó un fuerte incremento durante los últimos años.

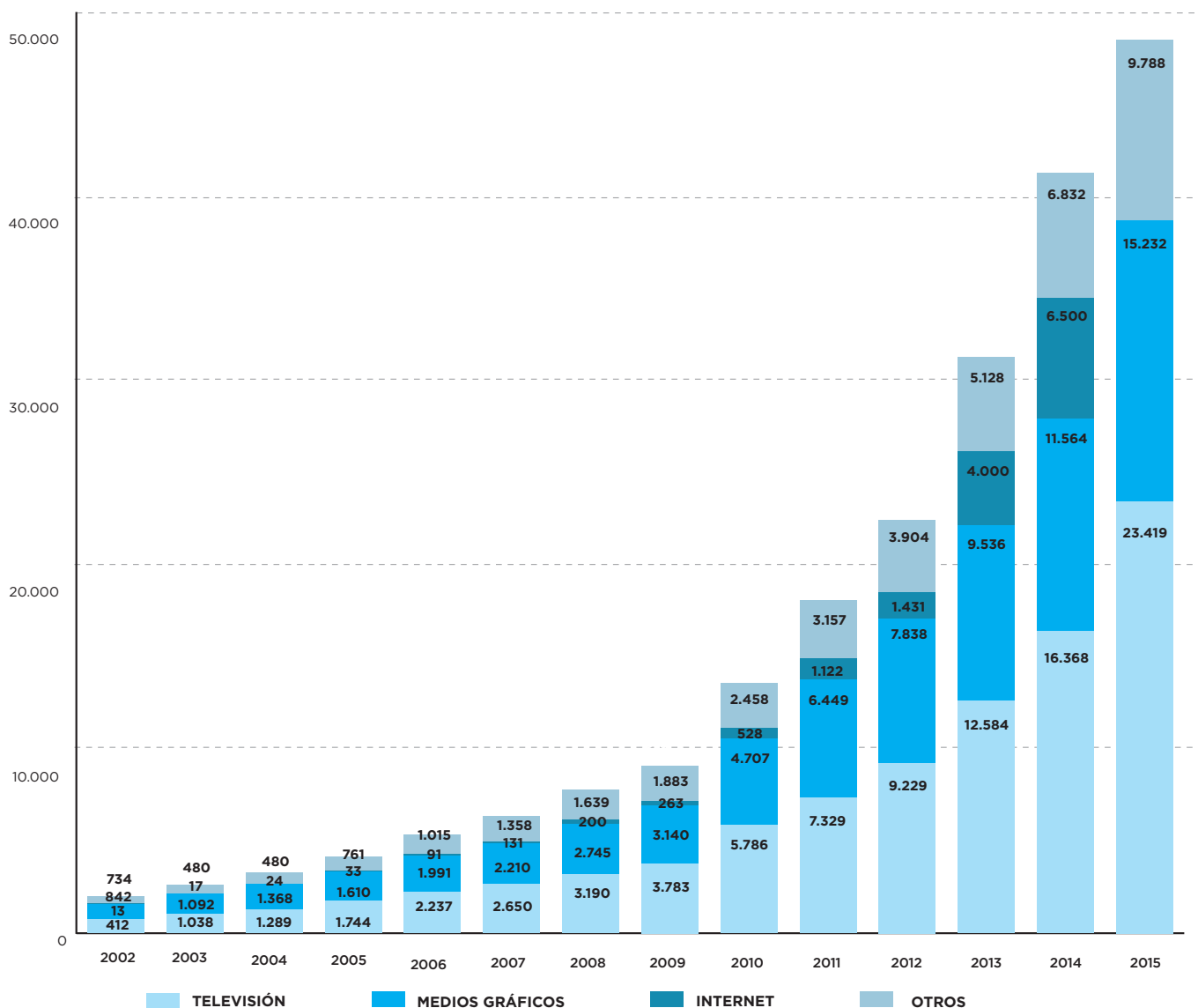
Según la CAAM (Cámara Argentina de Agencias de

Medios), en 2015 la inversión publicitaria superó los 48.000 millones de pesos, lo que significa un crecimiento anual del 17,4% con respecto al año anterior. No obstante, como aún no está disponible la información referida a la inversión realizada por el sector Internet, se prevé que el monto total de la inversión presupuestaria para 2015 supere ampliamente los 50.000 millones.

El 48% de la inversión del sector se destinó a televisión; el

32%, a medios gráficos y el 20% restante, a otros medios. No obstante, datos de años anteriores permiten conjeturar que la participación del sector Internet en la pauta publicitaria supera el 15% del total. La expansión por sectores tuvo un comportamiento distinto: los recursos publicitarios asignados a televisión y otros se incrementaron un 43% y los destinados a medios gráficos, un 32%. Estos datos no incluyen la publicidad en internet, ya que la CAAM discontinuó la serie.

GRÁFICO 11 - PUBLICIDAD. INVERSIÓN PUBLICITARIA SEGÚN MEDIO DE COMUNICACIÓN. ARGENTINA. 2002 A 2015. EN MILLONES DE PESOS



Fuente: CAAM (Cámara Argentina de Agencias de Medios).

Nota: para el año 2015 no se encuentra disponible la inversión publicitaria en internet.

PATRIMONIO Y MUSEOS

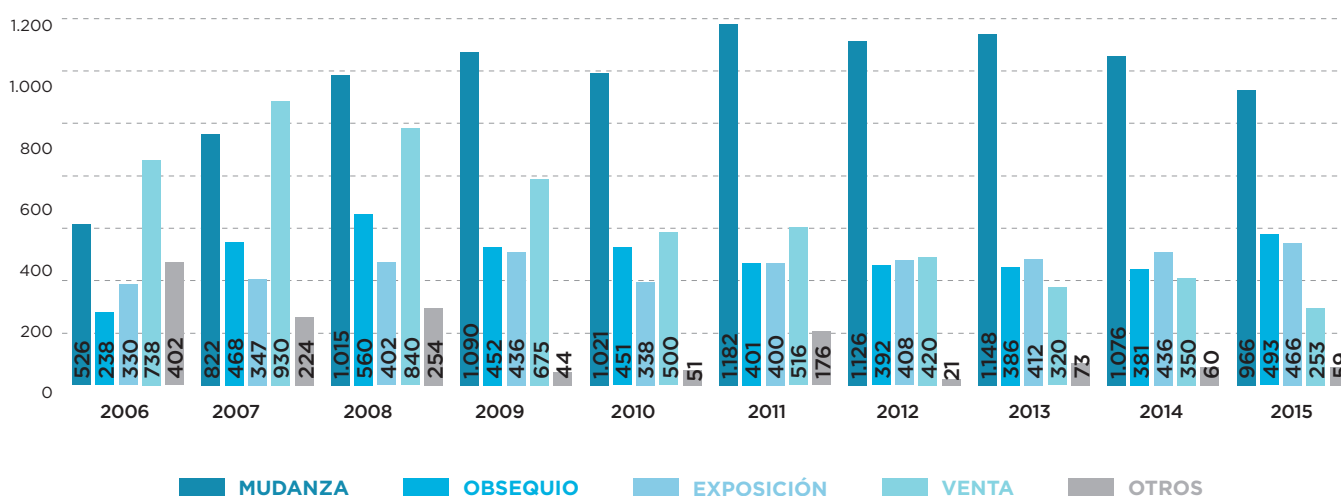
Durante el año 2015 los museos dependientes del Ministerio de Cultura convocaron más de 1.500.000 visitantes.

Según datos proporcionados por el Ministerio de Cultura, en 2015 se otorgaron 466 licencias de exportación de obras de arte para exposición, con lo

que se llegó a un máximo de la serie. Cada licencia responde a una solicitud y puede otorgarse para exportar varias obras de arte; en este caso, las 466 licencias permitieron que alrededor de 4.000 obras de arte emigraran temporalmente para participar de muestras o exposiciones, lo que representó un aumento del 30% respecto al año anterior.

En cambio, la cantidad y los montos registrados por obras de arte vendidas al exterior experimentaron un descenso en 2015. De 350 licencias de venta expedidas en 2014, se pasó a 253 en 2015, lo que, en términos monetarios, equivale \$15.830.322 y \$10.301.739, respectivamente.

GRÁFICO 12 - LICENCIAS DE EXPORTACIÓN OTORGADAS SEGÚN MOTIVO. AÑOS 2006-2015



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

FUENTES INSTITUCIONALES

AADET: Asociación Argentina de Empresarios Teatrales

CAAM: Cámara Argentina de Agencias de Medios

CAL: Cámara Argentina del Libro

DEISICA: Depto. de Estudio e Investigación del Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina

DNPN: Dirección Nacional de Patrimonio y Museos

INCAA: Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales

INDEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

IVC: Instituto Verificador de Circulación

SINCA - SISTEMA DE INFORMACIÓN CULTURAL DE LA ARGENTINA

Sede Monserrat. Alsina 1169 2 Piso [C1088AAD]

Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Argentina.

[0054] 11 4382-0838 | sinca@cultura.gob.ar | www.sinca.cultura.gob.ar



Cultura Argentina



Ministerio de Cultura
Presidencia de la Nación