

# COYUNTURA CULTURAL

## DATOS SECTORIALES 2021

Año 14  
Número 40  
Junio 2022



**03**  
Resumen

**04**  
Cine

**10**  
Libros

**13**  
Diarios

**16**  
Revistas

**17**  
Música

**22**  
Teatro

**25**  
Patrimonio

**26**  
Televisión

**27**  
Internet



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  
**Valeria Bonomo**  
**Adriana Castaño**  
**Michelle Chirkes**  
**Alcira Garido**  
**Elena Mancinelli**  
**Karina Scherer**  
**Daniela Yamashita Unzain**



Sistema de Información  
Cultural de la Argentina



Ministerio de Cultura  
**Argentina**

## RESUMEN

El año 2021 estuvo caracterizado por la apertura gradual de las actividades culturales que fueron suspendidas o limitadas durante el año 2020, como producto de la emergencia sanitaria causada por el Covid-19. Esta apertura se tradujo en crecimiento para varias actividades culturales que requieren presencialidad, como el cine, el teatro, la música en vivo y la asistencia a museos. El incremento, no obstante, no alcanza los niveles de los años previos a la pandemia.

Por su parte, los consumos digitales que se incrementaron durante la pandemia, en algunos casos consolidaron los niveles de 2020, como el cine online y la lectura de libros digitales; y en otros casos, volvieron al formato presencial, como el teatro y los museos.

En este documento se presenta un panorama general de la actividad y las prácticas culturales durante 2021 con el objetivo de actualizar las series estadísticas del período 2016-2021, ofrecer una visión general sobre la evolución de los principales consumos culturales y contribuir al monitoreo y análisis de la actividad cultural.

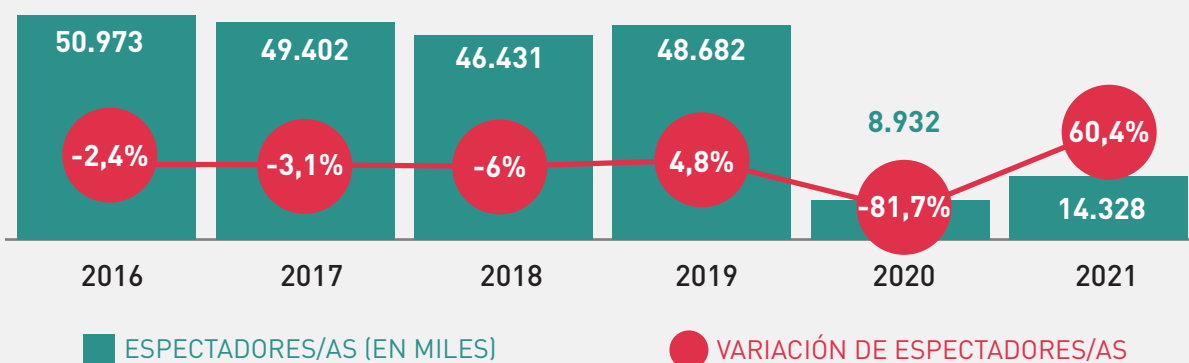
Las mediciones fueron realizadas por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) que recaba y elabora información sobre los principales agregados económicos del sector cultural, a partir de la información provista por distintos organismos y cámaras sectoriales, a quienes se agradece su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

## CINE

Durante el año 2021 el cine registró un total de 14.327.866 espectadores/as, que representan un aumento interanual del 60% con respecto a 2020. El 83% de las y los espectadores

se concentran en el tercer y cuarto trimestre del año en forma incremental, conforme fueron levantándose las restricciones impuestas por la emergencia sanitaria Covid-19.

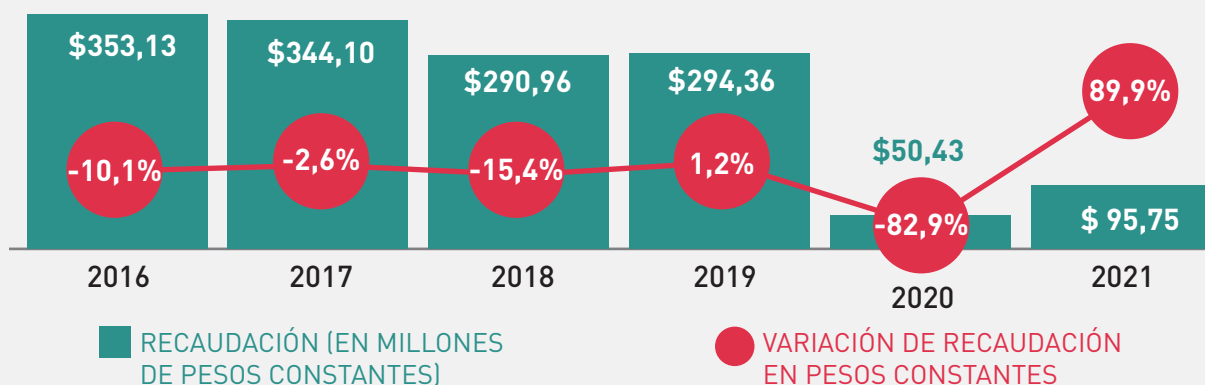
**Gráfico 1. Cine. Espectadores/as totales y variación interanual.**  
En miles de espectadores/as y porcentajes. Argentina, 2016-2021



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

Por su parte, la recaudación total por venta de entradas fue de \$5.608 millones de pesos, lo que, en valores reales, significa un incremento del 90% con relación a 2020.

**Gráfico 2. Cine. Recaudación total y variación interanual.** En millones de pesos constantes\* y en porcentajes. Argentina. 2016-2021

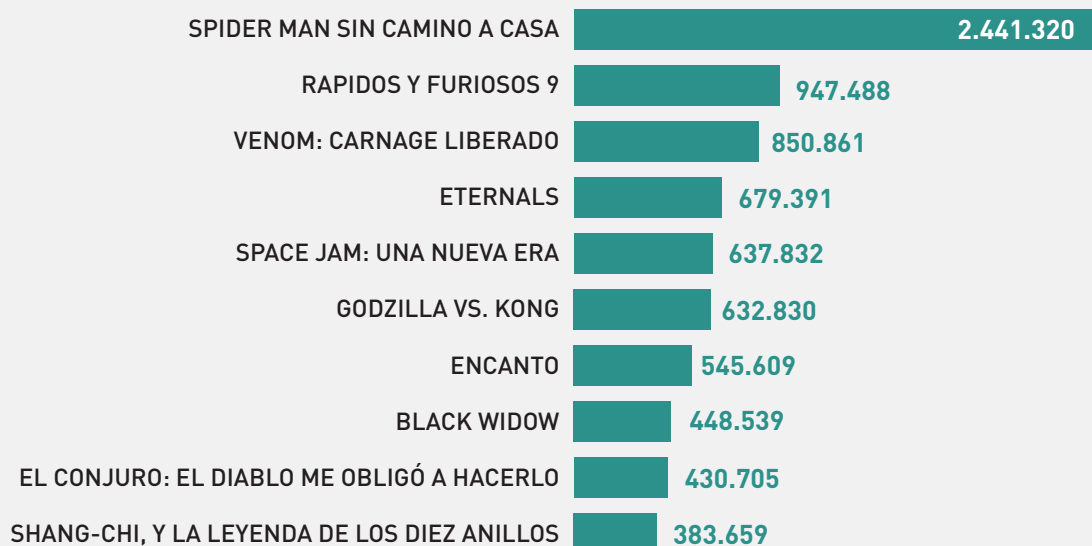


Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

\*Año base 2004=1.

Las diez películas más taquilleras de 2021 son de origen estadounidense. El film más visto en todo el año, *Spider-Man: sin camino a casa*, contó con 2.441.320 espectadores/as.

**Gráfico 3. Cine. Ranking de las primeras diez películas más taquilleras. En espectadores/as. 2021**

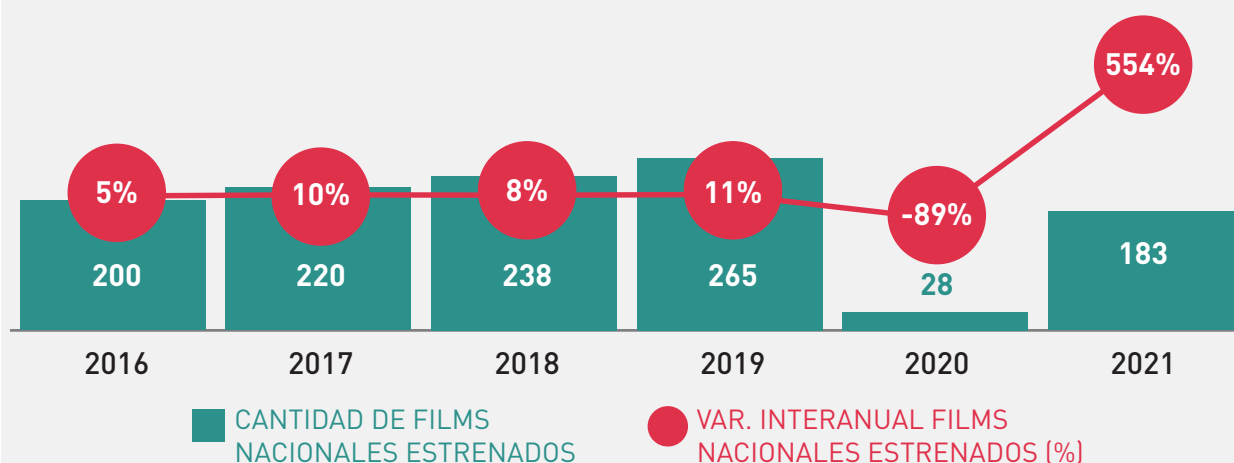


Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

En 2021 se estrenaron 340 películas, esto es un 372% más que el total de estrenos de 2020 y un 31% menos que el de 2019, último año sin pandemia.

Del total de estrenos, 157 son films extranjeros y 183, nacionales. Los estrenos nacionales representan el 54% del total de estrenos en el país y suponen un aumento del 554% con relación a la producción de 2020, que quedó suspendida por la pandemia.

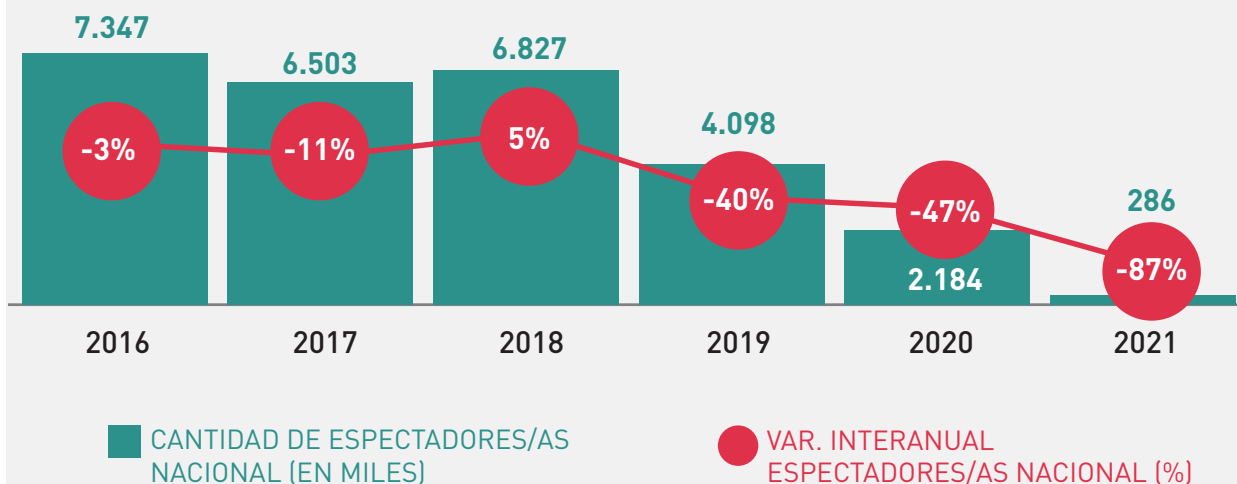
**Gráfico 4. Cine. Cantidad de films nacionales estrenados. En unidades. Argentina, 2016-2021**



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

A pesar de los buenos números de la producción local, la cantidad de espectadores y espectadoras de cine nacional disminuyó un 87% respecto de 2020, y un 93% en comparación con 2019.

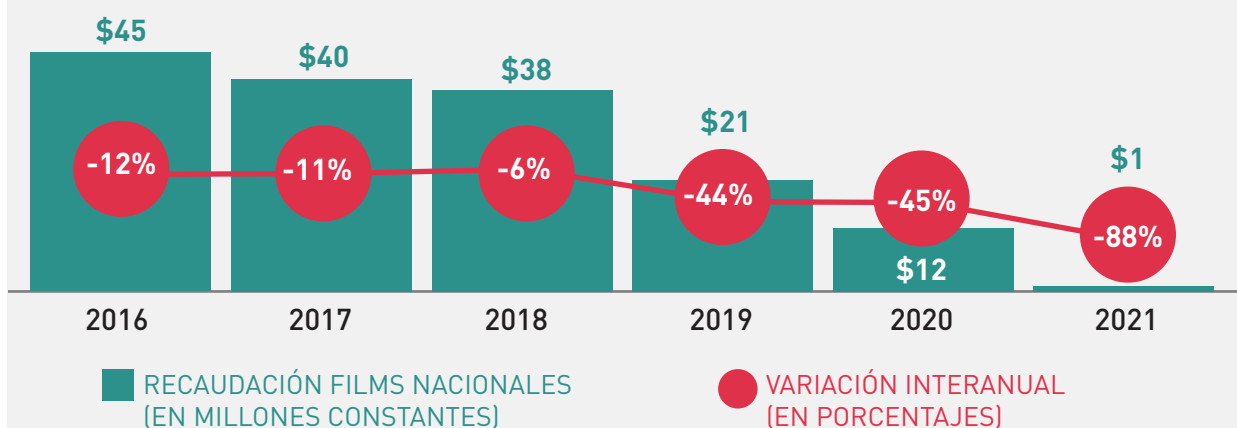
**Gráfico 5. Cine nacional. Espectadores/as totales y variación interanual. En miles de espectadores/as y en porcentajes. Argentina, 2016-2021**



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

Con respecto a la recaudación, el 98% de las entradas vendidas corresponde a películas extranjeras y el 2% a películas de producción nacional. Estos resultados suponen un cambio en la tendencia de los últimos cinco años, cuando el cine nacional representaba, en promedio, el 12% de la recaudación total. Además, la recaudación de las películas nacionales registró, respecto de 2020, una caída del 88% en precios constantes.

**Gráfico 6. Cine nacional. Recaudación total y variación interanual. En millones de pesos constantes\* y en porcentajes. Argentina, 2016-2021**

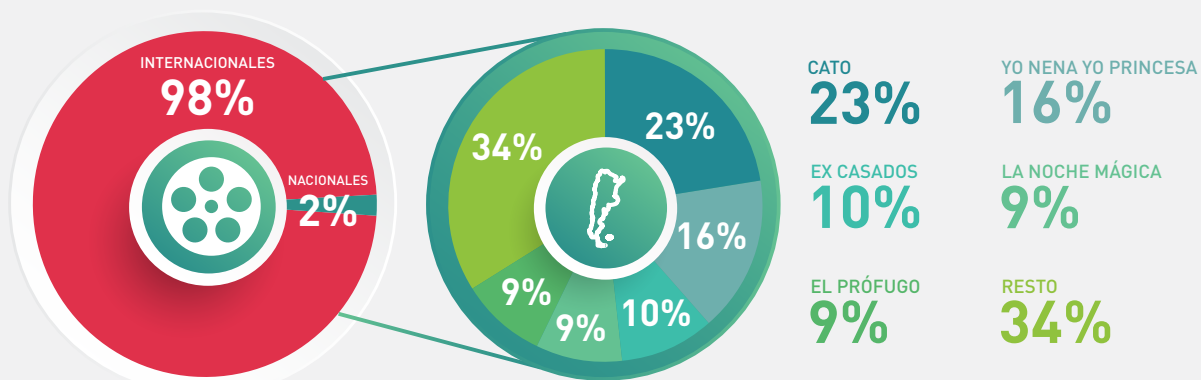


Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

\*Fuente: IPC, INDEC. Año base 2004=1.

Durante 2021 no hubo un film nacional que concentre la mayor cantidad de espectadores/as, como venía sucediendo en años anteriores; en cambio, las preferencias del público se distribuyeron bastante homogéneamente entre varios de ellos. Así, el largometraje nacional más visto en 2021, *Cato*, recibió el 23% de los espectadores de películas nacionales y el que le sigue, el 16%.

**Gráfico 7. Cine. Estrenos totales. Por origen de film y por cantidad de espectadores/as. En porcentajes, Argentina, 2021**



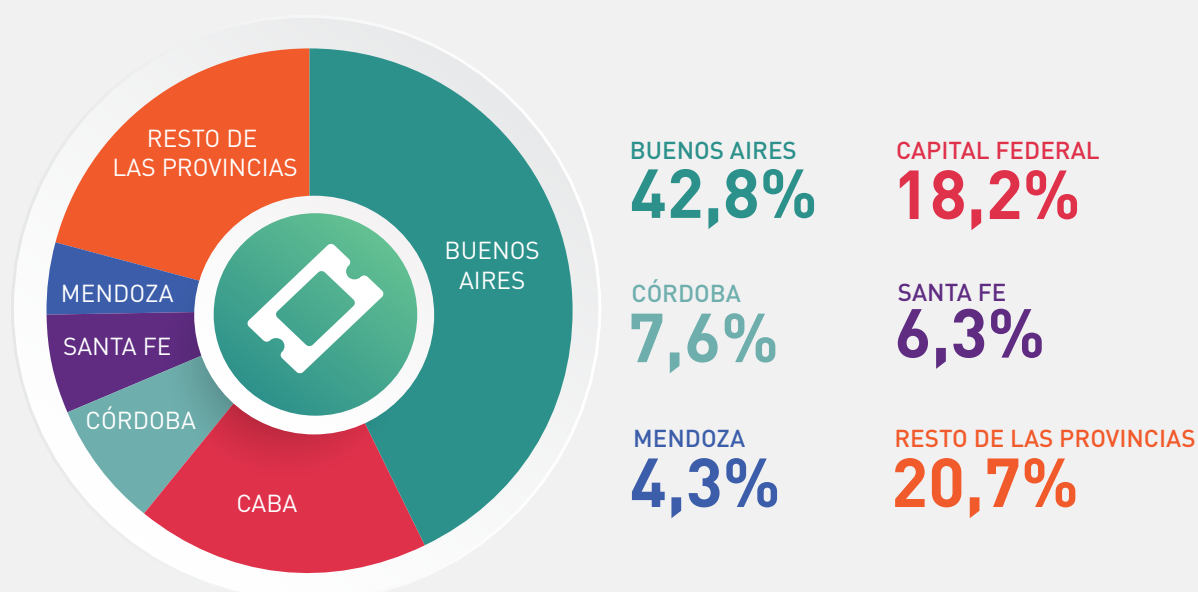
Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

La distribución del consumo de cine en el país guarda relación con el acceso a salas y con la población de cada distrito. Por eso, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires junto con la provincia de Buenos Aires

(que son los distritos con más salas de cine y más densidad poblacional del país) concentraron más de la mitad (61%) de espectadores/as totales a nivel nacional. Y lo mismo ocurre con la recaudación del

cine nacional y su distribución a nivel provincial: la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la provincia de Buenos Aires concentraron el 64% de los ingresos en 2021.

**Gráfico 8. Cine. Espectadores/as por provincia. En porcentajes. Argentina, 2021**

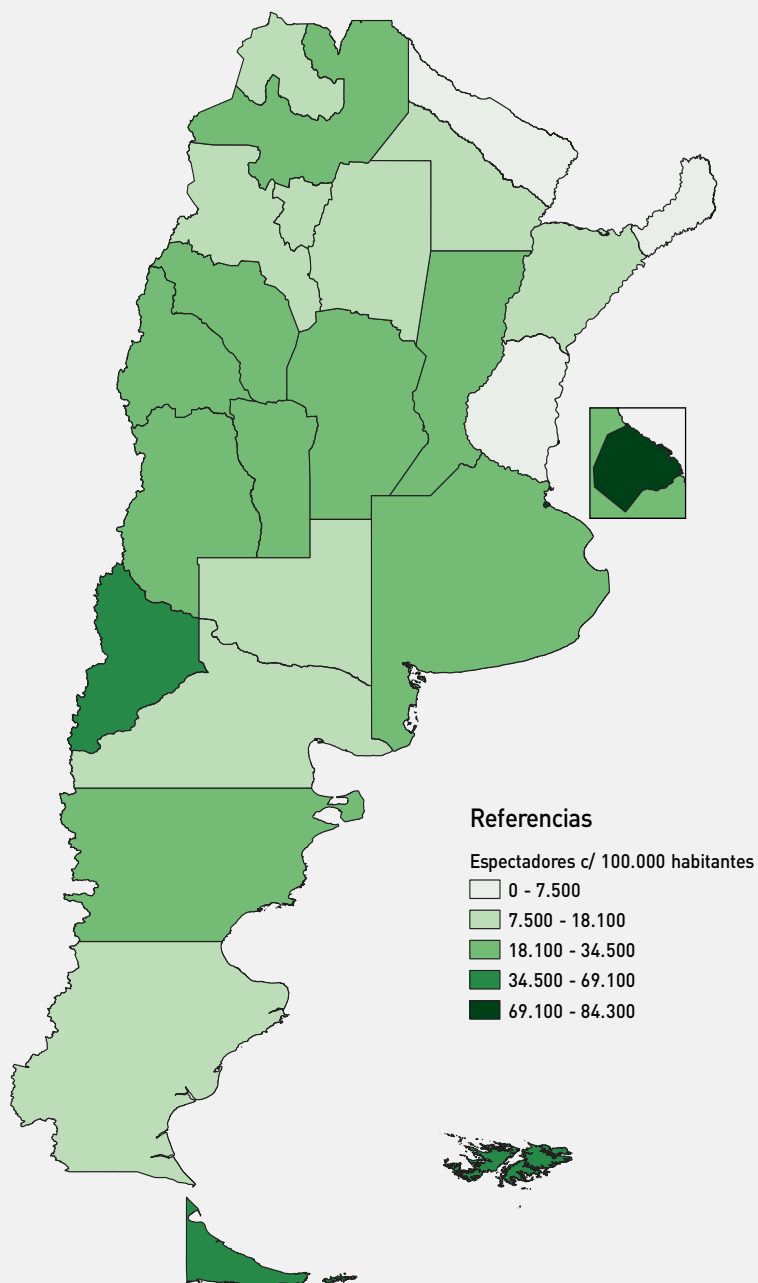


Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

En cambio, cuando se analiza interprovincialmente la cantidad de espectadores cada 100.000 habitantes, se observa que las jurisdicciones con mayor asistencia a cines son la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Neuquén y Tierra del Fuego.

**Cuadro 1. Cantidad de espectadores/as cada 100.000 habitantes por provincia. Argentina, 2021**

Provincia	Espectadores/as c/100.000 hab.
Buenos Aires	34.473
Capital Federal	84.256
Catamarca	18.065
Chaco	11.911
Chubut	28.964
Córdoba	28.706
Corrientes	14.971
Entre Ríos	7.253
Formosa	-
Jujuy	14.362
La Pampa	17.879
La Rioja	22.223
Mendoza	30.576
Misiones	7.493
Neuquén	69.107
Río Negro	14.017
Salta	31.937
San Juan	27.141
San Luis	25.702
Santa Cruz	11.328
Santa Fe	25.152
Santiago del Estero	11.970
Tierra del Fuego	58.537
Tucumán	16.435
<b>País</b>	<b>31.127</b>



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

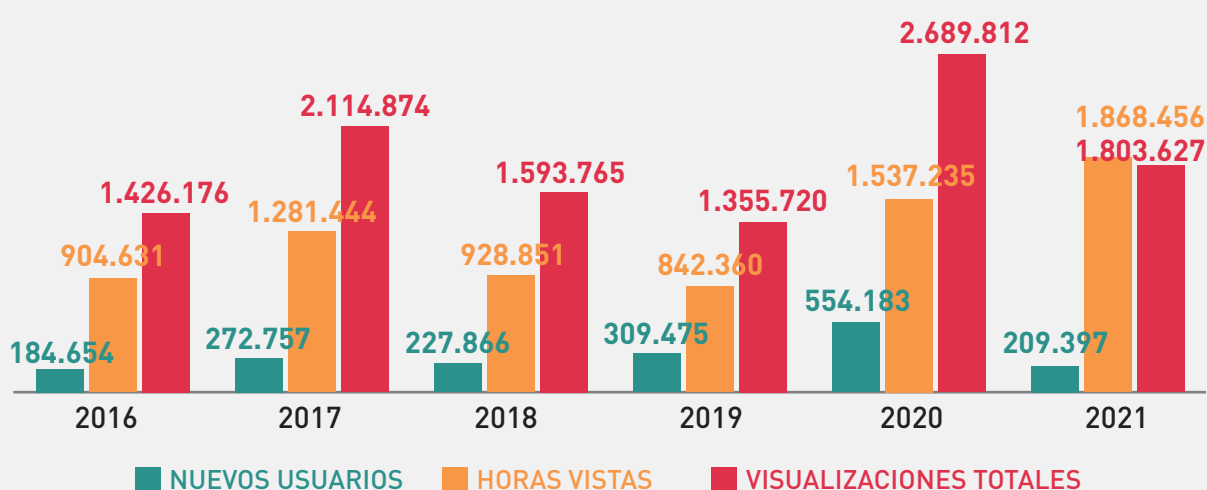


La propuesta para el acceso a contenidos audiovisuales nacionales on demand es la plataforma gratuita Cine.Ar, que cuenta con más de dos millones usuarios. Durante 2021 se incorporaron 209.397 nuevas usuarias y usuarios, se realizaron 1.803.627 visualizaciones totales y se vieron 1.868.456

horas de programación, un 22% más que en 2020. No obstante, el crecimiento de 2021 en la cantidad de usuarios/as nuevos/as y de visualizaciones totales no fue tan notable como el que se verificó en 2020 (554.183 nuevos usuarios y 2.689.812 las visualizaciones totales). Esto es así ya que el

crecimiento extraordinario de 2020 estuvo ligado al traslado masivo de los consumos presenciales a los digitales, como consecuencia de las restricciones causadas por la pandemia Covid-19, que generó un crecimiento exponencial de la plataforma que opera desde 2010.

**Gráfico 9. Cine online. Usuarios/as, horas vistas y visualizaciones totales de Cine.Ar. 2016-2021**

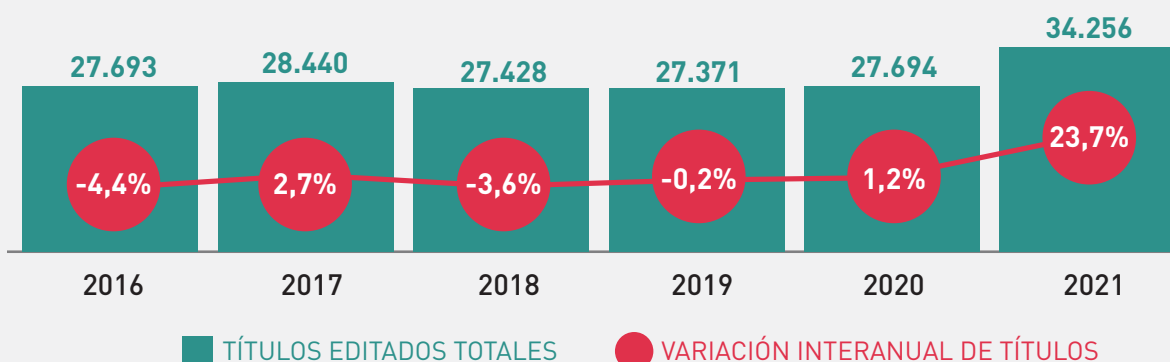


Fuente: SInCA en base a Cine.Ar, INCAA.

## LIBROS

En 2021 la cantidad total de títulos editados, tanto en formato físico como digital, verificó un incremento del 23,7% con respecto al año anterior: pasó de 27.694 en 2020 a 34.256 en 2021. Este aumento se explica, en parte, por las ventas institucionales y las ediciones realizadas por instituciones públicas.

**Gráfico 10. Editorial. Títulos editados totales y variación interanual. En unidades y en porcentajes. Argentina, 2016-2021**

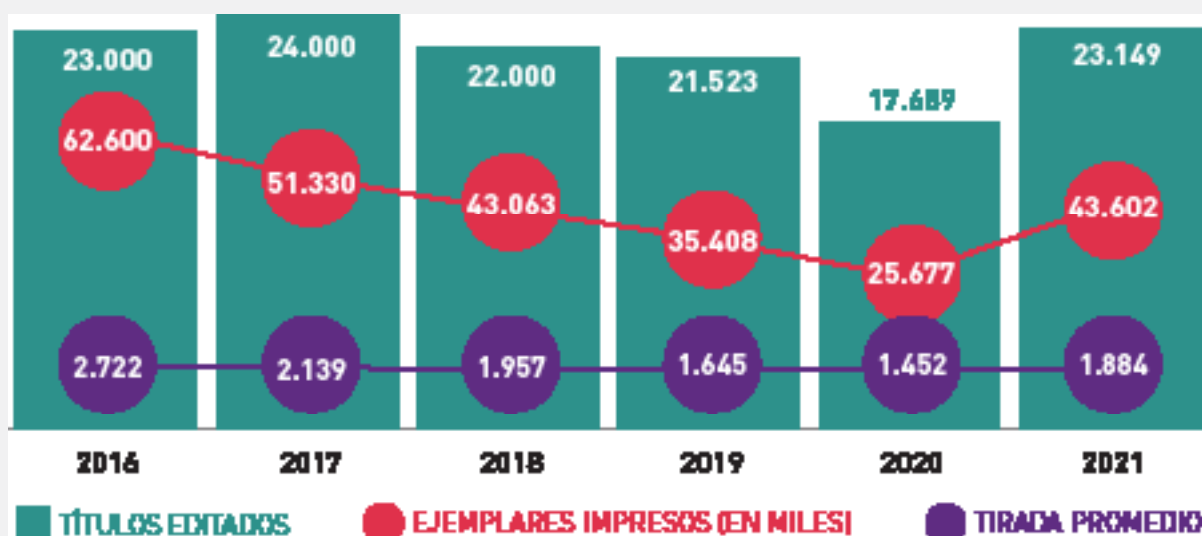


Fuente: SInCA en base a datos de la Cámara Argentina del Libro (CAL) e ISBN.ar.

Nota: No se incluye la edición institucional y de distribución gratuita.

En 2021 la cantidad de ejemplares impresos en formato físico se incrementó un 70% con respecto al año anterior y alcanzó valores similares a los del año 2018. Por su parte, la tirada promedio por título editado se incrementó un 30%, ya que pasó de 1.452 a 1.884 ejemplares por título editado.

**Gráfico 11. Editorial. Títulos editados en formato físico, ejemplares por título y tirada promedio. En unidades. Argentina, 2016-2021**



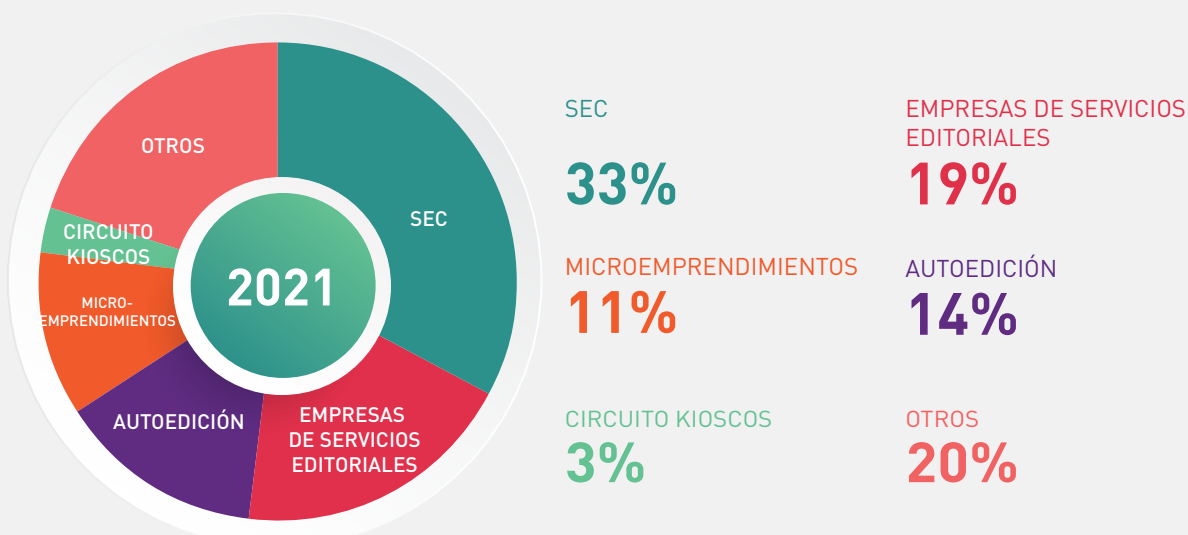
Fuente: SInCA en base a datos de la Cámara Argentina del Libro (CAL) e ISBN.ar.

Nota: No se incluye la edición institucional y de distribución gratuita.

El sector editorial comercial<sup>1</sup> (SEC), que nuclea las empresas editoriales que tienen como actividad principal la edición de libros y cuya distribución se da a través de librerías, venta directa, venta a crédito o distribuidoras, aportó en 2021 el 33% del total de títulos editados, manteniendo un tercio del mercado editorial.

1. La delimitación de este sector intenta identificar las características del sector editorial, diferenciándolo de las empresas comerciales, universidades, sector público y autoediciones.

**Gráfico 12. Editorial. Títulos editados por tipo de editor y canal. En unidades. Argentina, 2021**



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

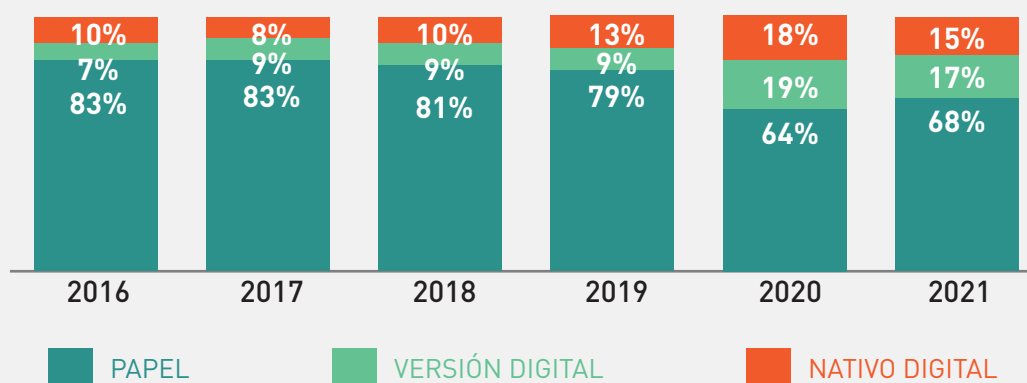
Si bien la industria editorial constituye uno de los pocos sectores culturales tradicionales en los que formato físico sigue siendo la elección principal por parte del público, durante 2021 siguen creciendo las ediciones digitales, pasando de

representar el 17% de los títulos en 2016, al 32% en 2021.

Esta mayor proporción de las ediciones digitales viene impulsada, principalmente, por las versiones digitales del libro en papel, que creció durante la

pandemia, y por las ediciones nativas digitales. En efecto, en 2021 las ediciones en papel representaron el 68% de los títulos editados; las digitales, el 17% y las nativas digitales, el 15%.

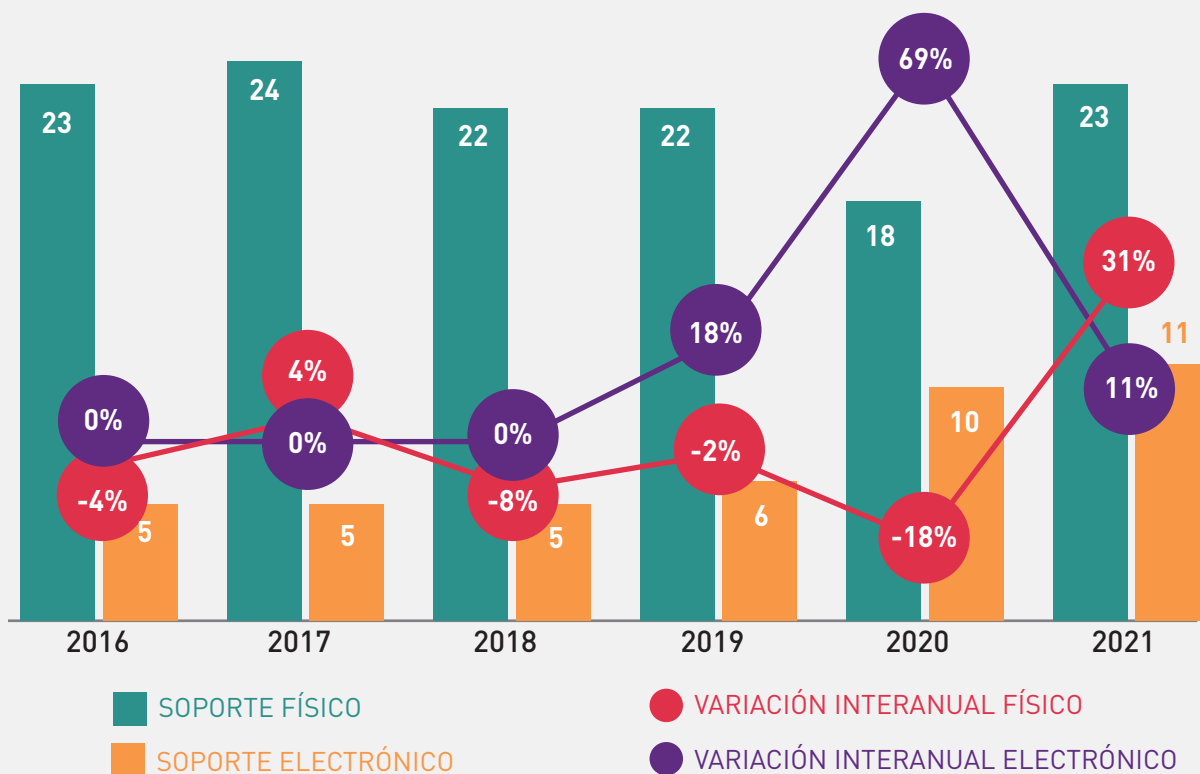
**Gráfico 13. Libros. Títulos editados según soporte. En porcentajes. Argentina, 2016-2021**



Fuente: SInCA en base a datos de la Cámara Argentina del Libro (CAL) e ISBN.ar.  
Nota: No se incluye la edición institucional y de distribución gratuita.

En la serie histórica se aprecia que en 2021 las ediciones digitales mantienen su tendencia alcista, pasando de 5.000 títulos en 2016 a 11.000 en 2021. No obstante, la edición física registró en 2021 una tasa de variación interanual del 31% (recuperando los niveles pre-pandemia), mientras que las ediciones en soporte electrónico crecieron un 11%.

**Gráfico 14. Libros. Evolución de títulos según soporte y variación interanual.**  
En miles de títulos y en porcentajes. Argentina, 2016-2021.

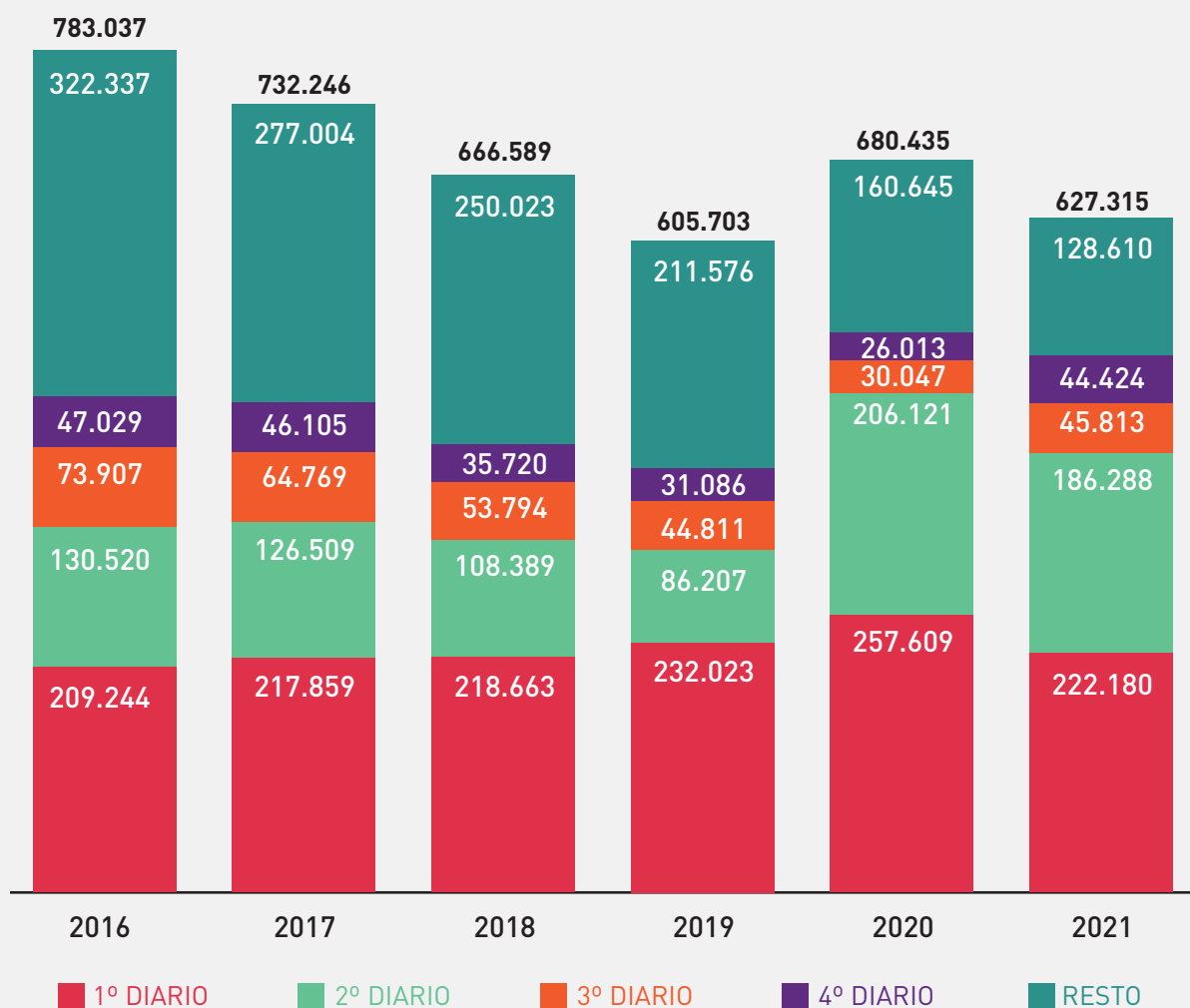


Fuente: SInCA en base a datos de la Cámara Argentina del Libro (CAL) e ISBN.ar.  
Nota: No se incluye la edición institucional y de distribución gratuita.

## DIARIOS

Durante 2021, la circulación neta de diarios pagos (lunes a domingo), tanto en su edición impresa como digital, presenta una retracción del 8% con respecto a 2020. Además, los dos primeros diarios acaparan el 65% del mercado, lo que da cuenta de la gran concentración del sector.

**Gráfico 15. Diarios. Circulación neta diaria de diarios pagos (4 principales y resto).**  
En unidades. Argentina. 2016-2021



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 (porque Diario Popular no estuvo activo en IVC durante octubre/noviembre/diciembre).

La evolución del segmento medios gráficos se obtiene a partir de la información que provee el Instituto Verificador de Circulaciones (IVC) respecto de los diarios y revistas asociados. Se mide a través de dos indicadores:

- **Circulación neta pagada:** es el cociente entre la cantidad de ejemplares vendidos, netos de devoluciones, y la cantidad de ediciones del mes, por ejemplo, cuatro domingos. Para las cifras mensuales se calcula el promedio por edición, obtenido de la misma forma, sobre la base de todas las ediciones de ese mes.
- **Ediciones digitales:** es una réplica del ejemplar impreso, es decir, debe contener la misma publicidad. Cumpliendo este requisito, se incluye la cifra de venta en la circulación neta pagada.

Con respecto a la circulación promedio de diarios por provincia, se verifica que en 2021, CABA concentró, con cuatro diarios, el 69% de la tirada diaria; y otras seis provincias, el 23% del total, con ocho diarios editados (Tucumán, Santa Fe, Córdoba, Mendoza, Buenos Aires y Santiago del Estero).

**Cuadro 2. Diarios. Circulación neta diaria y cantidad de diarios pagos en circulación por provincia de edición. En unidades. Argentina, 2021**

PROVINCIA	PROMEDIO DE EJEMPLARES IMPRESOS POR EDICIÓN	CANTIDAD DE DIARIOS	PARTICIPACIÓN DE PROMEDIOS EN TOTAL
CABA	431.438	4	69%
Tucumán	44.424	1	7%
Santa Fe	23.975	2	4%
Córdoba	45.813	1	7%
Mendoza	19.421	1	3%
Buenos Aires	13.677	2	2%
Santiago del Estero	12.375	1	2%
Salta	8.128	1	1%
Río Negro	5.369	1	1%
Chaco	4.717	1	1%
Misiones	2.575	1	0%
Jujuy	4.128	1	1%
Catamarca	3.456	1	1%
San Juan	2.893	1	0%
Entre Ríos	2.453	1	0%
La Pampa	1.269	1	0%
San Luis	1.204	1	0%
<b>TOTAL</b>	<b>627.315</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>

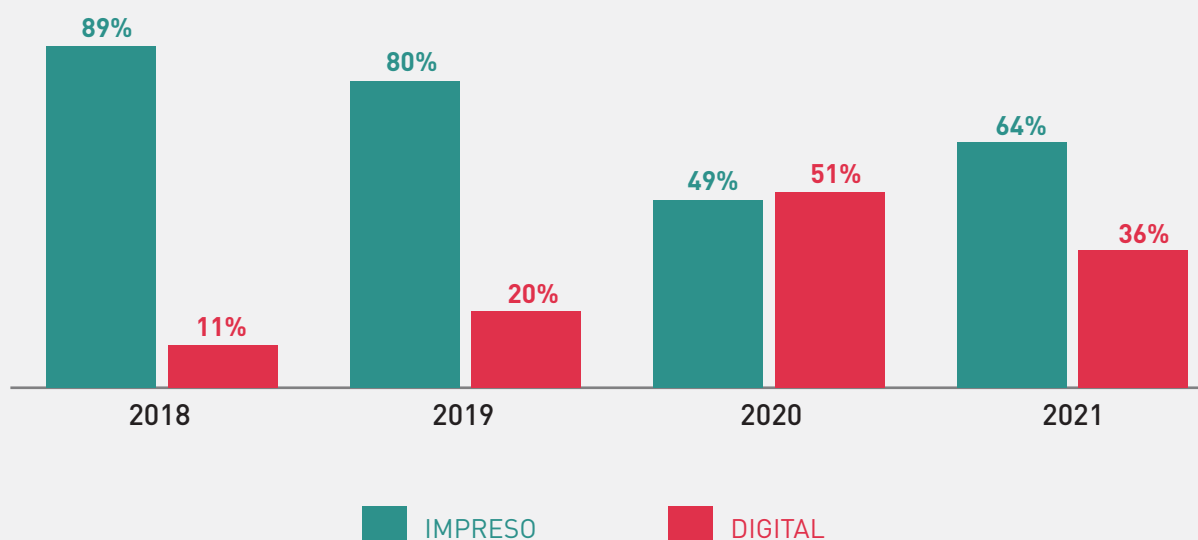
Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Verificador de Circulación (IVC).

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.

Si se analiza la circulación de diarios pagos según soporte, se puede observar durante el año 2021 una recuperación del diario impreso por sobre el digital, pero en menor proporción que la de los años previos a la pandemia. Así, el diario en papel representó el 64% de la circulación, mientras que el diario en versión digital se consolidó en el 36% del mercado restante.

**Gráfico 16. Diarios. Circulación neta diaria de diarios pagos por tipo de soporte.**  
En unidades. Argentina, 2018-2021



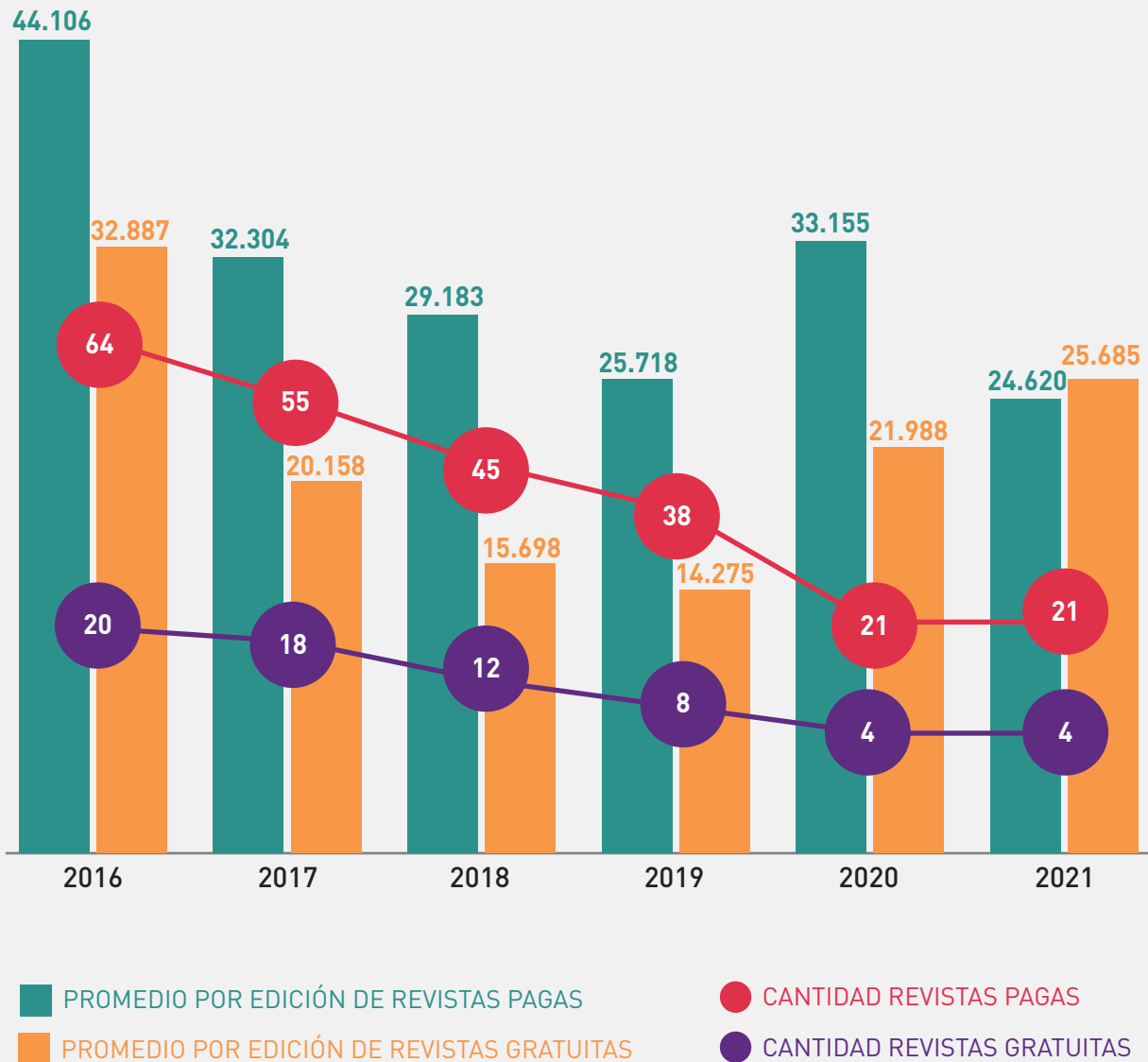
Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Verificador de Circulación (IVC).

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

## REVISTAS

Con respecto a 2020, el año 2021 registró una caída del 26% en la circulación de revistas pagas. Las gratuitas, en cambio, incrementaron su promedio de circulación por edición en un 17%.

**Gráfico 17. Revistas. Promedio por edición y cantidad de revistas pagas y gratuitas. En unidades. Argentina. 2016-2021**



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

Nota: Se incluyen solo las publicaciones registradas en el IVC.



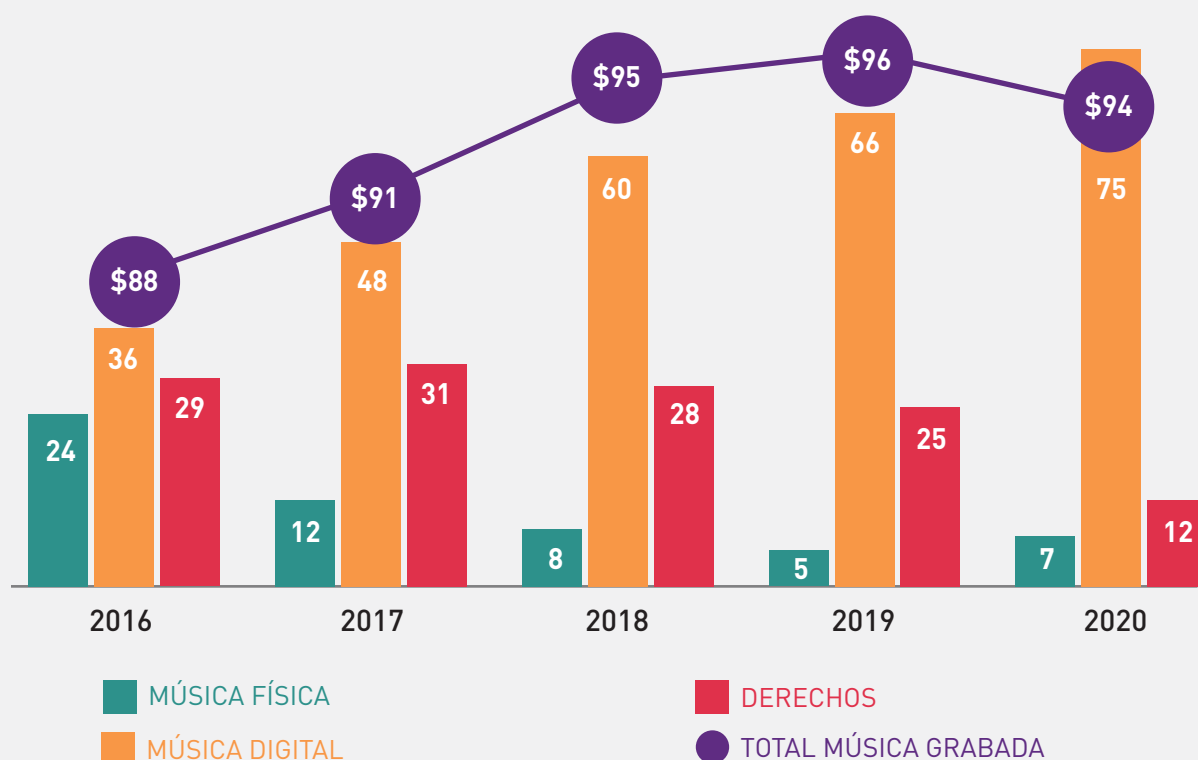
## MÚSICA

La industria de la música se compone de dos grandes subsectores. Uno es el de la música grabada, que la industria fonográfica produce y comercializa, y que a su vez se presenta en dos tipos de formatos: físico (CD, DVD y vinilos) y digital (descargas de música vía internet y streaming). El otro gran subsector es el de la música en vivo, que produce y comercializa la realización de conciertos, recitales, shows y festivales.

### Música grabada

Durante 2020<sup>2</sup>, la industria de la música grabada registró ventas totales por un valor de \$3.600 millones. Estos ingresos se componen de un 80% en ventas de música digital, un 13% en recaudación de derechos de comunicación al público y sincronización, y un 7% en ventas de música física.

**Gráfico 18. Música. Ventas de la industria de la música grabada. En millones de pesos constantes\*. 2016-2020**



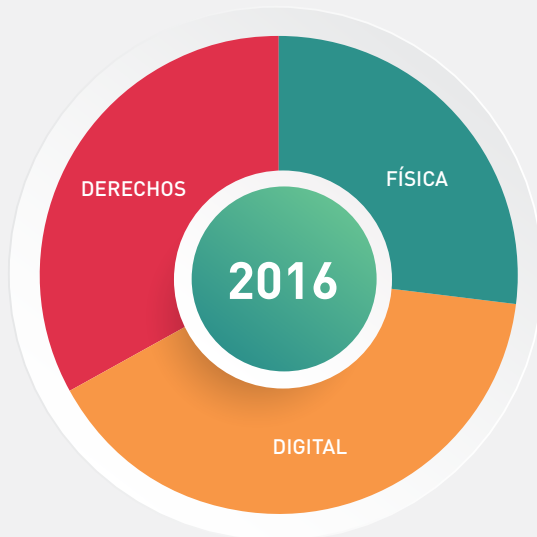
Fuente: SInCA en base a datos de CAPIF.

\*Fuente: IPC, INDEC. Año base 2004=1.

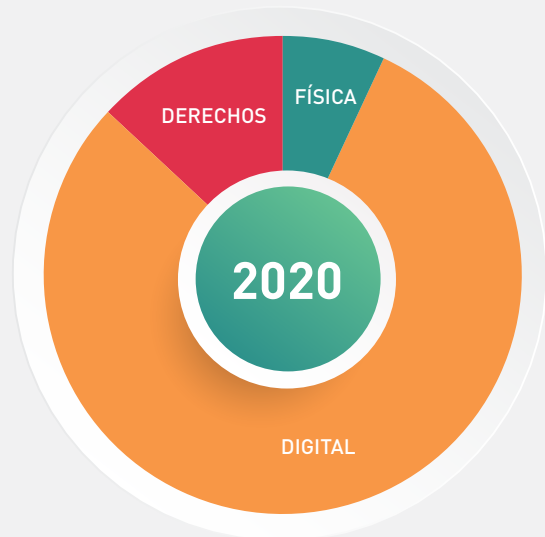
2. Último dato disponible

El análisis punta a punta de la serie 2016-2020 evidencia la transformación de la industria fonográfica que tuvo lugar en los últimos cuatro años. Así, mientras en el año 2016, la música digital abarcaba el 40% del mercado, en 2020 ese porcentaje se duplicó hasta alcanzar el 80% del mercado.

**Gráfico 19. Música. Composición de las ventas de la industria de la música grabada. En porcentajes 2016 y 2020**



MÚSICA FÍSICA **27%**    MÚSICA DIGITAL **40%**    DERECHOS **33%**



MÚSICA FÍSICA **7%**    MÚSICA DIGITAL **80%**    DERECHOS **13%**

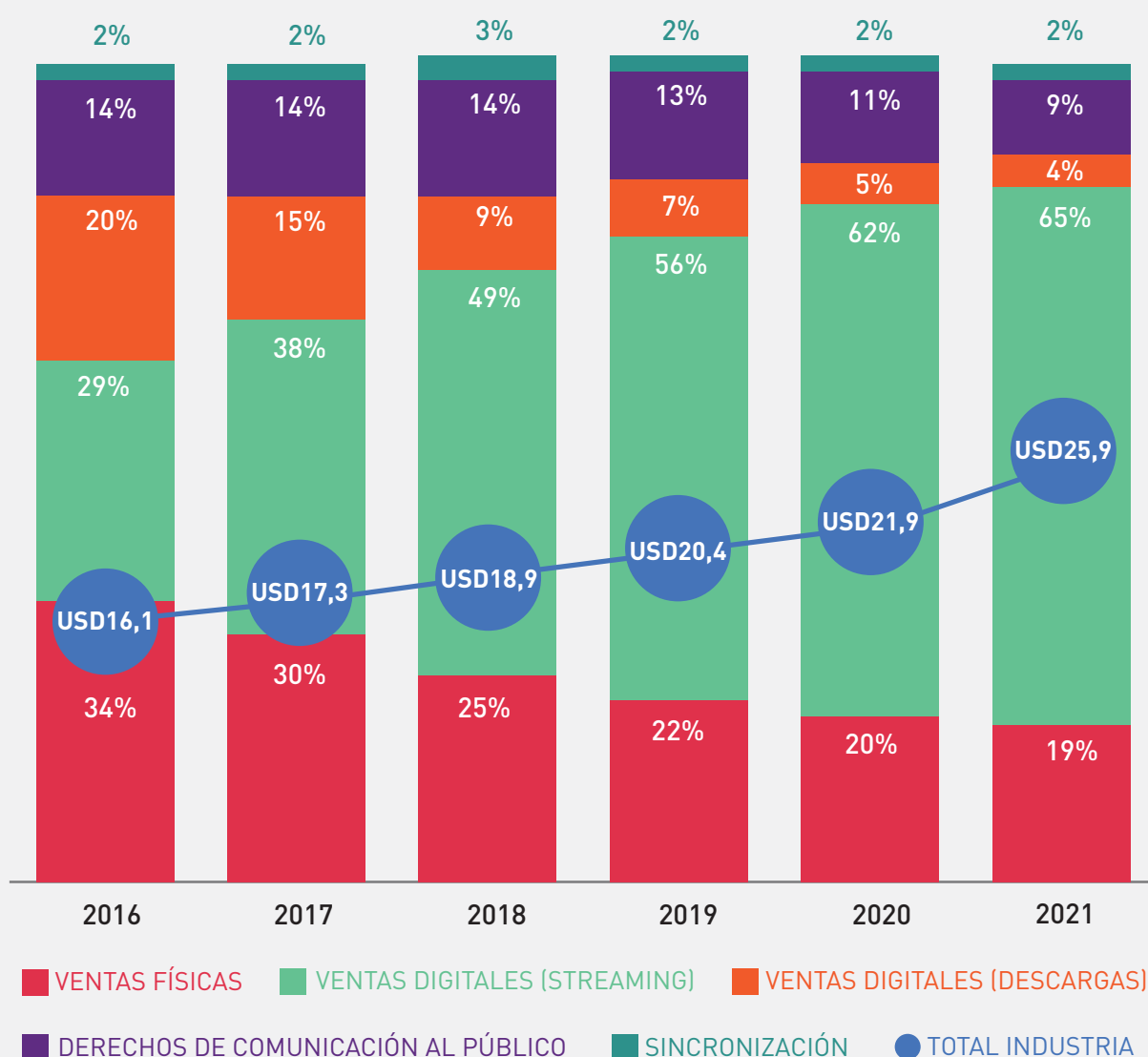
Fuente: SInCA en base a datos de CAPIF.

La modificación del modelo de negocio que marca tendencia en la industria fonográfica mundial comienza en 2005 con la aparición de la descarga de música en formato digital vía internet. Desde ese año, crecen las ventas digitales y caen las ventas físicas. El impacto que

tuvo internet y las plataformas de reproducción online en la industria fonográfica provocaron la progresiva desaparición del disco físico como forma de consumir música grabada y el crecimiento exponencial del consumo digital. En efecto, las ventas de música en formato

digital fueron ganando progresiva participación en los ingresos que genera el sector, pasando del 49% en 2016 al 69% en 2021. Y en 2021 el streaming se consolida como el principal canal de ventas de la música grabada a nivel mundial.

**Gráfico 20. Música. Ingresos mundiales de la industria de la música grabada por segmento. En miles de millones de dólares y en porcentaje. 2016-2021**



Fuente: SInCA en base a datos de IFPI.

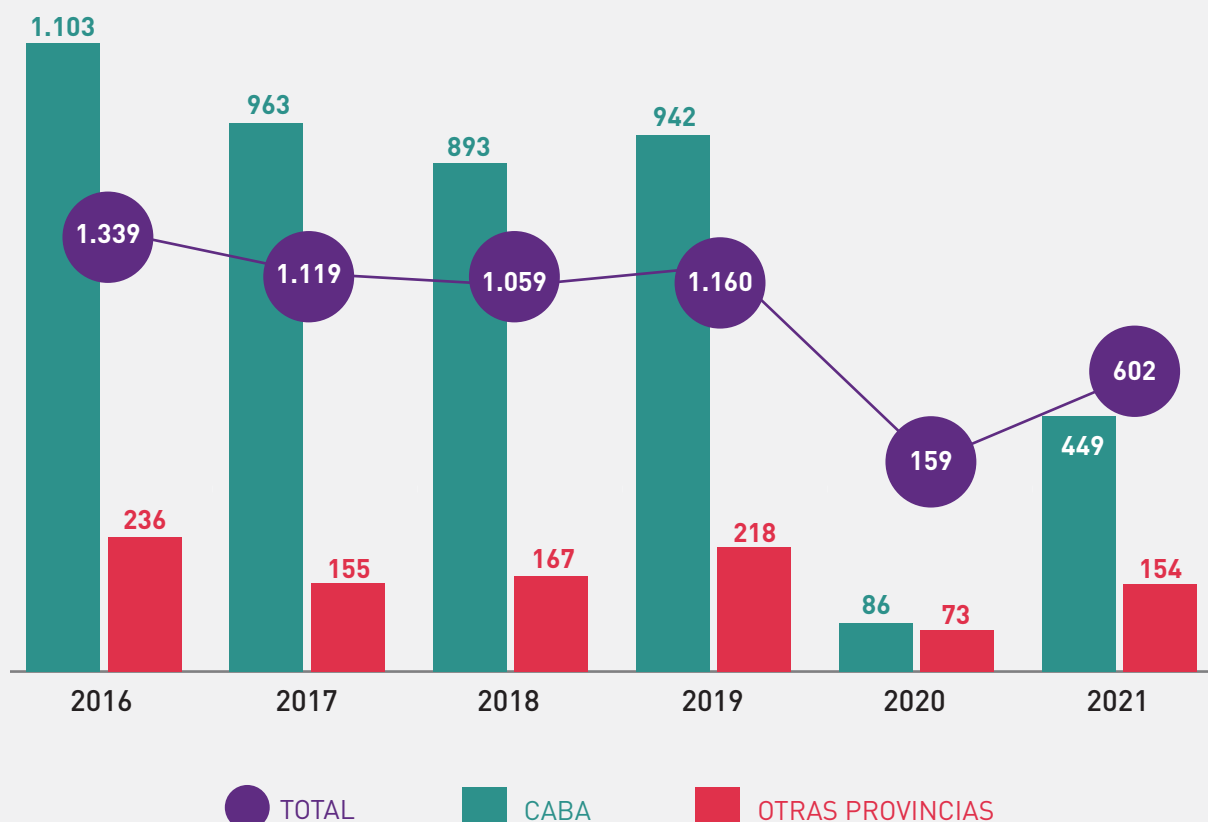
## Música en vivo

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 en 2021 la asistencia a los espectáculos musicales aumentó un 279% con respecto a 2020. Este crecimiento extraordinario se explica porque en 2020 las salas estuvieron cerradas como consecuencia de las medidas implementadas en el marco de la emergencia sanitaria del

Covid-19. Por eso, aunque el incremento de asistentes a espectáculos de música en vivo durante 2021 es significativo, no lograron alcanzarse los valores registrados durante los cuatro años previos a la pandemia (un millón de asistentes como promedio anual).

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

**Gráfico 21. Música. Asistentes a espectáculos musicales según zona. En miles de asistentes. Argentina, 2016-2021**



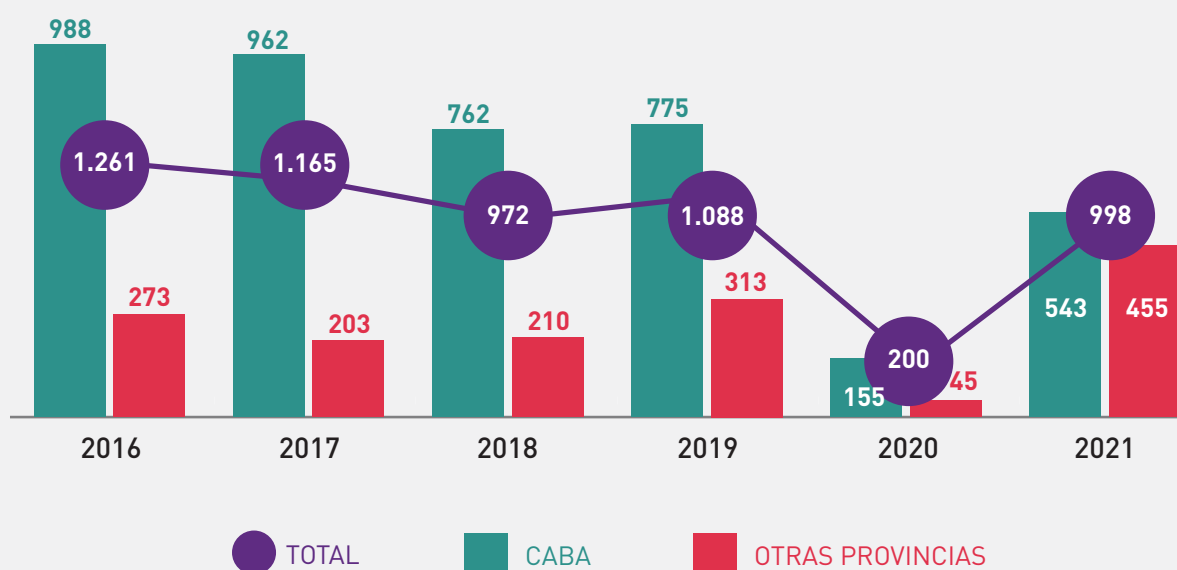
Fuente: SInCA en base a datos de AADET.

Con respecto a la cantidad de funciones, según información de AADET, en 2021 se realizaron 998 shows, un 399% más que en 2020. Cabe destacar que en el conjunto de provincias donde se emplazan salas asociadas a AADET (exceptuando

CABA), el aumento en cantidad de funciones fue del 911%, superándose ampliamente los incrementos de los años pre pandemia. Esto se explica por la incorporación de plazas musicales en algunas provincias (Carlos Paz en Córdoba, por

ejemplo) y por el incremento en la oferta de espectáculos musicales (en reemplazo de los teatrales), debido, entre otros factores, a la flexibilización de las restricciones en el marco de la emergencia sanitaria.

**Gráfico 22. Música. Cantidad de funciones de espectáculos musicales según zona. En unidades. Argentina, 2016-2021**



Fuente: SInCA en base a datos de AADET.

## TEATRO

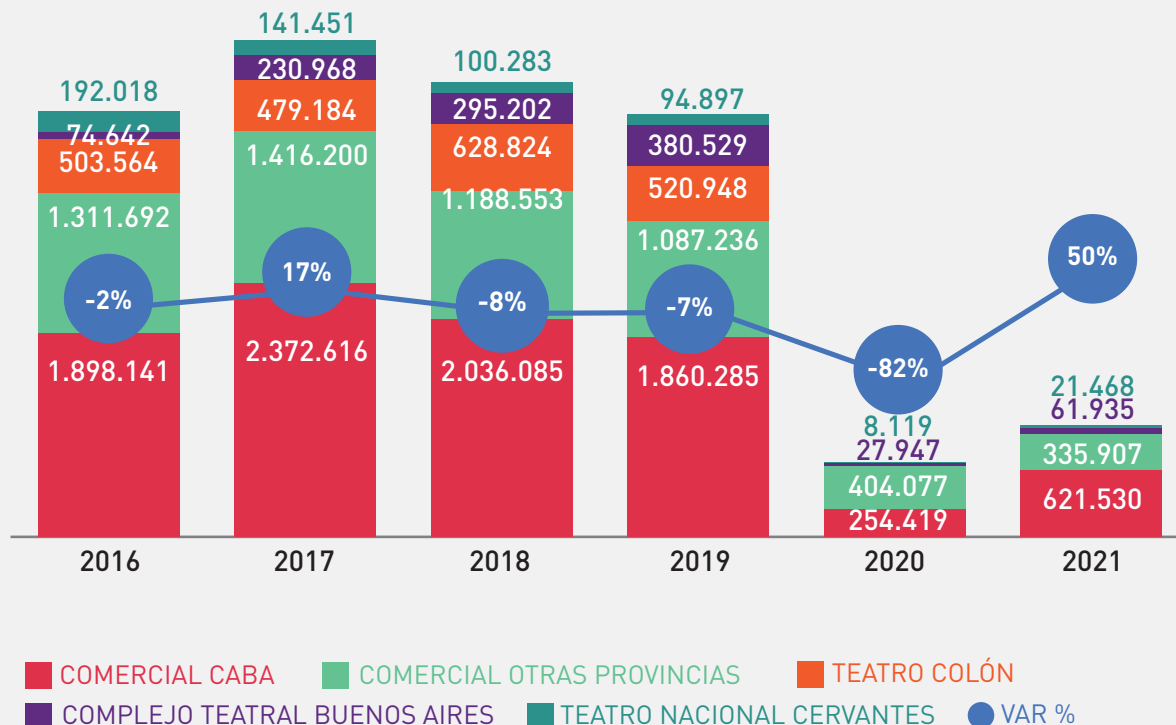
El relevamiento de información teatral incluye los teatros comerciales registrados en la Asociación Argentina de Empresarios Teatrales (AADET), los teatros que conforman el Complejo Teatral de Buenos Aires (General San Martín, Regio, Sarmiento y De la Ribera), el Teatro Colón y el Teatro Nacional Cervantes. Para el análisis, los teatros se agrupan en dos circuitos, el comercial y el público.

En 2021 la asistencia total a las salas de teatro aumentó un 52%. Si se distingue por circuito,

el teatro comercial se incrementó en un 45% y el teatro público en un 220%. Este crecimiento se explica por la apertura gradual de las salas de teatro, luego de las restricciones implementadas en 2020 debido a la emergencia sanitaria.

Sin embargo, los niveles de asistencia al teatro se encuentran aún muy por debajo de los registros anteriores a la pandemia, cuando el indicador arrojaba promedios superiores a los tres millones de espectadores anuales.

**Gráfico 23. Teatro. Espectadores/as de teatro por tipo de circuito y variación interanual. En espectadores y porcentajes. Argentina, 2016-2021**



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

La cantidad de funciones teatrales programadas creció un 102%, con un incremento del 91% en el circuito comercial y uno del 452% en el circuito público.

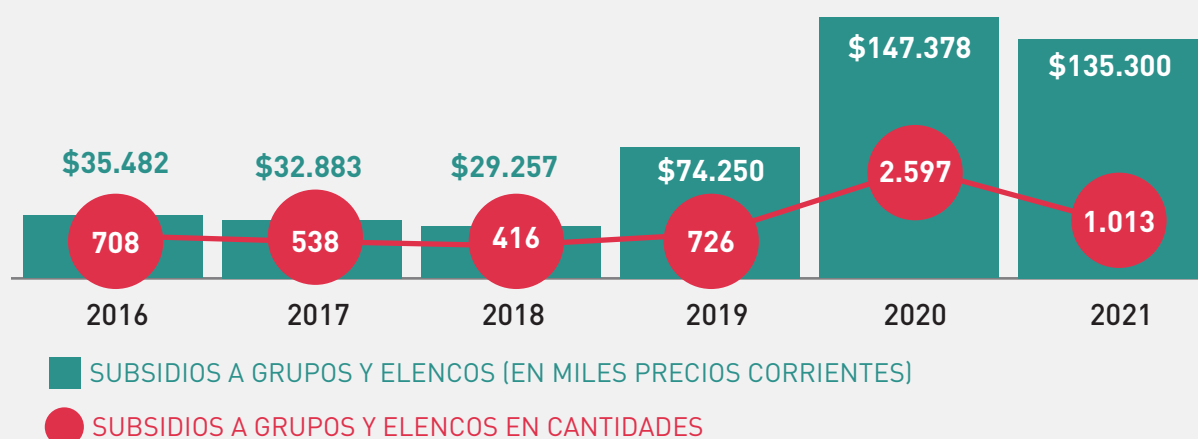
**Gráfico 24. Teatro. Funciones de teatro por tipo de circuito y variación interanual. En unidades y porcentajes. Argentina, 2016-2021**



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, mantuvo sus líneas regulares de fomento y, a su vez, sumó líneas adicionales para sostener el sector en contexto de pandemia (en 2021 otorgó 1.013 subsidios para grupos y elencos teatrales).

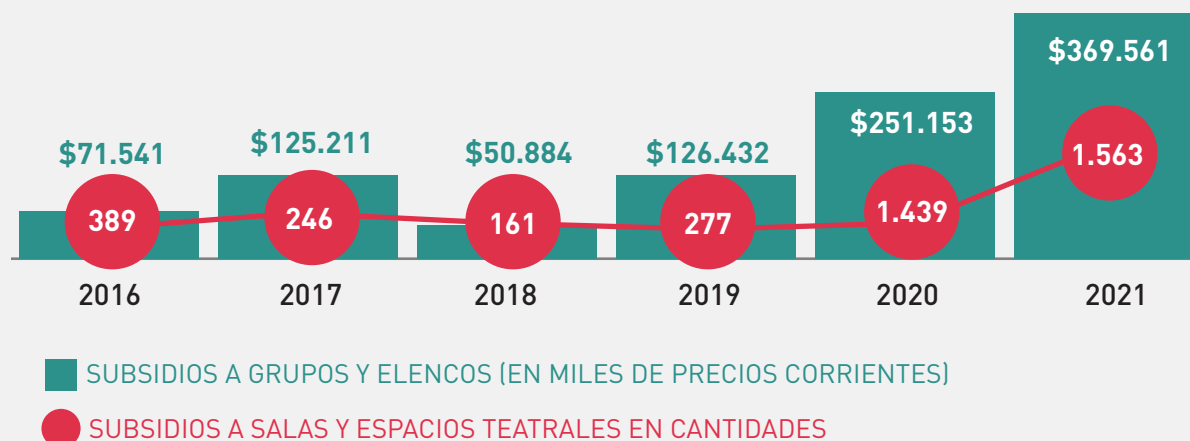
**Gráfico 25. Teatro. Cantidad de subsidios y montos otorgados por el INT a grupos y elencos teatrales. En unidades y miles de pesos corrientes. Argentina. 2016-2021**



Fuente: Instituto Nacional del Teatro.

Además, el Instituto Nacional del Teatro otorgó 1.563 subsidios para salas y espacios teatrales, un 9% más que los adjudicados en 2020.

**Gráfico 26. 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. 2016-2021



Fuente: Instituto Nacional del Teatro.

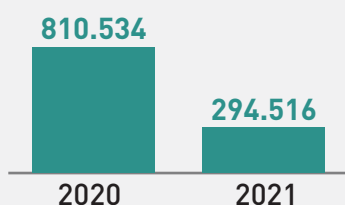
Con relación a la oferta de teatro online, el Teatro Nacional Cervantes ofrece contenido propio (espectáculos ya estrenados, conferencias y charlas, entrevistas a actrices, actores y directores) desde el 21 de marzo de 2020 (en el marco de

las estrategias desarrolladas durante la pandemia), a través de su canal de YouTube y la página web del teatro.

Específicamente en 2021, la cantidad de producciones vistas a través del Cervantes

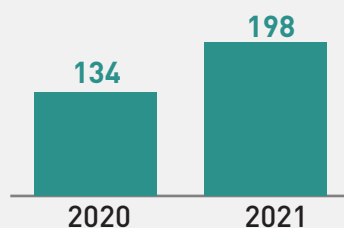
online creció un 48% con respecto a 2020. Por su parte, las visualizaciones totales tuvieron un pico en el segundo trimestre de 2020 y a partir de entonces empezaron a caer, contabilizando en 2021 un 64% menos de visualizaciones.

**Gráfico 27. Teatro. Visualizaciones totales de Cervantes online.** En unidades. Argentina, 2020-2021



Fuente: SInCA en base a Teatro Nacional Cervantes.

**Gráfico 28 Teatro. Cantidad de producciones vistas en Cervantes online.** En unidades. Argentina, 2020-2021



Fuente: SInCA en base a Teatro Nacional Cervantes.

Por su parte, la propuesta de obras online del Complejo Teatral de Buenos Aires (a través de YouTube BA Cultura, YouTube GCBA, Facebook, YouTube CTBA) también mostró un aumento progresivo de las producciones vistas durante 2020 y una disminución en 2021, año en que se visualizó un 37% menos que en año 2020. Y en cuanto a las visualizaciones totales, la dinámica es similar a la que se observa en Cervantes online: un pico en el segundo trimestre del año 2020, seguido de una disminución total del 96% en 2021.



## PATRIMONIO

Los museos públicos recibieron 781.383 visitas en 2021, un 48% más que en 2020. Las visitas a museos se reiniciaron gradualmente en 2021, de acuerdo con las disposiciones sobre actividades presenciales, resueltas en el marco de la emergencia sanitaria por Covid-19. El museo nacional más elegido por el público fue el Museo Nacional de Bellas Artes, con 68.107 visitas. En años de actividad normal los museos nacionales con más asistencia suelen ser aquellos

que reciben regularmente la visita de grupos escolares, como el Museo Histórico Nacional del Cabildo y la Revolución de Mayo que en 2019 contó con 551.985 visitas y en 2021, 52.385.

Por su parte, el museo más visitado del GCBA es el Museo de Arte Moderno, que recibió 146.486 visitas, lo que representa el 49% de las visitas totales a museos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

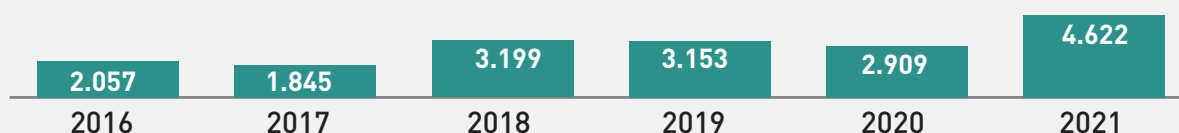
**Gráfico 29. Patrimonio. Visitas a museos públicos nacionales y de CABA, y variación interanual** En asistentes y porcentajes. Argentina, 2016-2021



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 de la Nación, en 2021 se aprobaron 4.622 licencias y avisos para la exportación de obras de arte<sup>4</sup>, un 59% más que en 2020.

**Gráfico 30. Patrimonio. Licencias y avisos de exportación para obras de arte otorgadas.** En unidades. Argentina, 2016-2021



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

4. La modificación de la Ley 24.633 de circulación internacional de obras de arte, que simplificó los trámites de exportación de obras para artistas, galeristas y coleccionistas en 2018, fomentó el mayor registro de circulación de obras de artistas contemporáneos en el exterior.

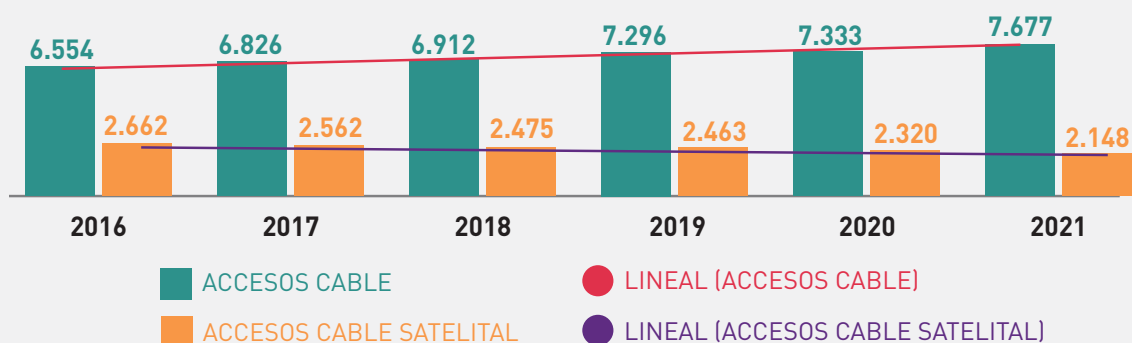
## TELEVISIÓN

El consumo de TV en la Argentina se caracteriza por la alta penetración del mercado por suscripción, compuesto por la TV por cable y la TV satelital. La TV por cable, con mayor participación, explica el 78% de los accesos y el 66% de los ingresos.

En cuanto a la evolución de cada segmento, los accesos a TV por cable aumentaron un

5% con respecto a 2021, alcanzando los 7,7 millones de accesos; mientras que los accesos a TV satelital tuvieron una merma de un 7% en el último año, registrando 2,2 millones de accesos. Si se analizan los últimos cinco años, se observa una tendencia creciente en los accesos a servicios de TV por cable y una demanda cada vez menor del servicio satelital.

**Gráfico 31. Televisión. Accesos a servicios de TV por suscripción. En miles de accesos. Argentina, 2016-2021**



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

Nota: Información al último trimestre de cada año.

No obstante, ambos segmentos registran en 2021 una caída de la recaudación medida en pesos constantes: los ingresos de la TV por cable cayeron un 8% y los de la TV satelital, un 9%.

**Gráfico 32. Televisión. Ingresos de servicios de TV por suscripción. En millones de pesos constantes. Argentina, 2016-2021**



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

Pesos constantes: IPC, INDEC. Año base 2004=1.

2021\*: Para el 4º trim de 2021 se tomó el mismo valor del 3º trim 2021 ya que aún no está publicado.

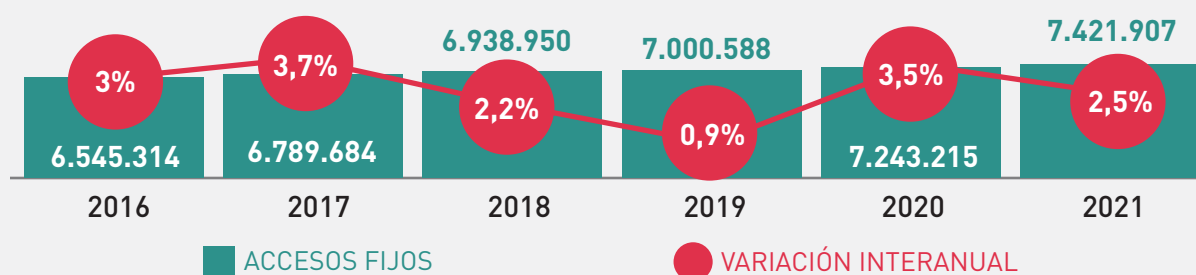
## INTERNET

El acceso a servicios de internet es uno de los indicadores más relevantes para dimensionar la evolución de los consumos digitales. Para medirlos se consideran dos tipos de accesos: los fijos, que incluyen las conexiones tradicionales a internet mediante redes telefónicas, operadores de cable, redes de fibra óptica e inalámbricas fijas; y los móviles, que comprenden las conexiones 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).

En 2021 se registraron 7,42 millones de accesos fijos a internet, lo que implica un aumento interanual del 2,5% y un acumulado del 13% desde 2016.

**Gráfico 33.** Internet. Accesos residenciales fijos a internet y su variación interanual. En accesos y porcentajes. Argentina, 2016-2021



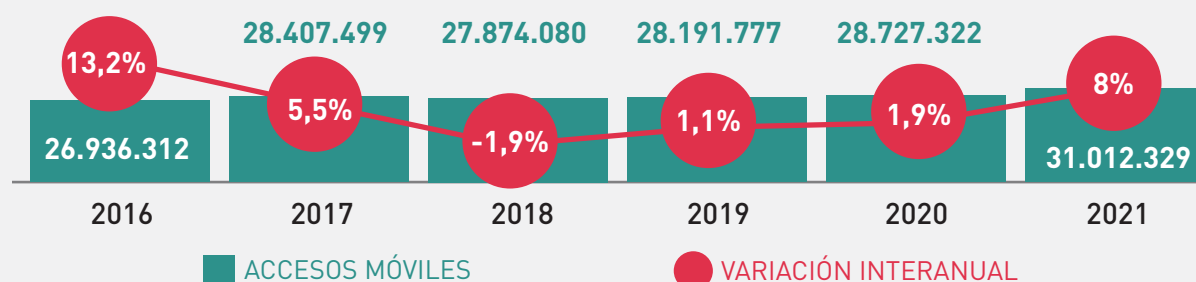
Fuente: SInCA en base a datos de INDEC.

Los accesos móviles pospagos alcanzaron en 2021 los 31 millones, lo que implica un aumento interanual del 8% y un crecimiento del 15% desde 2016. Este incremento de la modalidad de conexión a internet 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<sup>5</sup>.

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

**Gráfico 34.** Internet. Accesos residenciales móviles a internet y su variación interanual. En accesos y porcentajes. Argentina, 2016-2021



Fuente: SInCA en base a datos de INDEC.

## 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**