

# Datos culturales en tiempos de pandemia



*Mariana Kunst\**

El Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA), del Ministerio de Cultura de la Nación, produce, sistematiza y difunde información referida a la actividad cultural. Es a la vez una herramienta de gestión y un instrumento de información pública. Trabaja con insumos provenientes de distintas fuentes como relevamientos propios, organismos públicos, gobiernos provinciales y cámaras empresarias, entre otros. El SInCA pone a disposición, en diversos soportes, información relativa a la producción, las prácticas y los consumos culturales. Además, desarrolla varios proyectos que intentan dar cuenta de las diversas facetas de la realidad cultural argentina, como el Mapa Cultural, la Cuenta Satélite de Cultura y la Encuesta Nacional de Consumos Culturales, entre otros.

El informe “Coyuntura Cultural Sectorial” que publica todos los años el SInCA presenta información referida a la actividad y prácticas culturales en el país. Las series estadísticas del informe “Coyuntura Cultural Sectorial” que se analizan a continuación son elaboradas por el SInCA a partir de la información provista por distintos organismos y cámaras sectoriales. La última publicación (disponible en la

---

\* Coordinadora del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA).

web del SInCA)<sup>1</sup> tiene la particularidad de presentar la información del año 2020 que refleja no solo los efectos de la pandemia de COVID-19 en el ámbito de la cultura sino también la forma en que el proceso de digitalización va transformando los patrones de consumo cultural.

En el informe se pueden distinguir dos tipos de evolución. En primer lugar, actividades con caídas significativas que debieron suspenderse durante la pandemia como la asistencia al teatro, espectáculos de música en vivo, museos y cine y, en segundo lugar, actividades que en muchos casos se intensificaron y que están vinculadas a consumos hogareños, como la televisión y el contenido digital. En ese sentido, los resultados del Estudio sobre el impacto de la COVID-19 en los hogares del Gran Buenos Aires realizado por el INDEC muestran que 75,5% de hogares con niños y niñas en escuela primaria y 72,4% de hogares con adolescentes en secundaria aumentaron el tiempo frente a las pantallas (TV, PC, notebook, tablet y celular) desde el inicio de la pandemia por fuera del tiempo dedicado a las tareas escolares.

Desde el lado de la oferta, los resultados de las estimaciones realizadas por la Cuenta Satélite de Cultura (Dirección Nacional de Cuentas Nacionales - SInCA) que mide la incidencia económica de la cultura en el país, muestran que en el año 2020 la producción de bienes y servicios culturales finales (valor agregado bruto [VAB] cultural) disminuyó 16,1% respecto del año anterior. La cultura fue el tercer sector de la economía con mayor caída de la producción durante este período y solamente fue superada por los sectores de la construcción y hoteles y restaurantes. Sin embargo, al analizar por separado la variación interanual del valor agregado bruto de cada sector cultural se desprenden diferencias significativas: el sector producción y edición musical mostró caídas del 45% en la producción de bienes y servicios finales, el sector de las artes escénicas y espectáculos artísticos disminuyó el 64% y el sector contenido digital prácticamente se mantuvo estable. En ese sentido, durante el período 2016 y 2020 la variación interanual del VAB cultural mostró tasas negativas para la mayoría de los sectores culturales. Sin embargo, el sector de contenido digital aparece como una excepción ya que no solo es uno de los que más crece, además, ese crecimiento alcanzó los dos dígitos (19%) en los últimos cinco años. Esta expansión contribuyó a amortiguar la caída de la cultura en general que, sin el aporte de este sector, hubiera sido mucho más pronunciada (SInCA).

Los resultados del informe “Coyuntura Cultural Sectorial” permiten dar cuenta de la evolución de la actividad de los sectores culturales. La cantidad de entradas vendidas, el número de espectáculos realizados, el número de títulos editados, los montos recaudados y cantidad de suscriptores, entre otros, son los datos que representan el insumo principal de este informe. Los resultados muestran que durante el año 2020, a raíz de la pandemia, se registraron caídas importantes en la concurrencia y recaudación de las prácticas culturales presenciales. Según información del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), el cine registró un total de 8.931.508 espectadores, lo que significó una caída interanual del 82% con respecto al año anterior y la recaudación total por venta de entradas disminuyó 83% en valores reales con relación al año 2019. En el caso de los espectáculos de

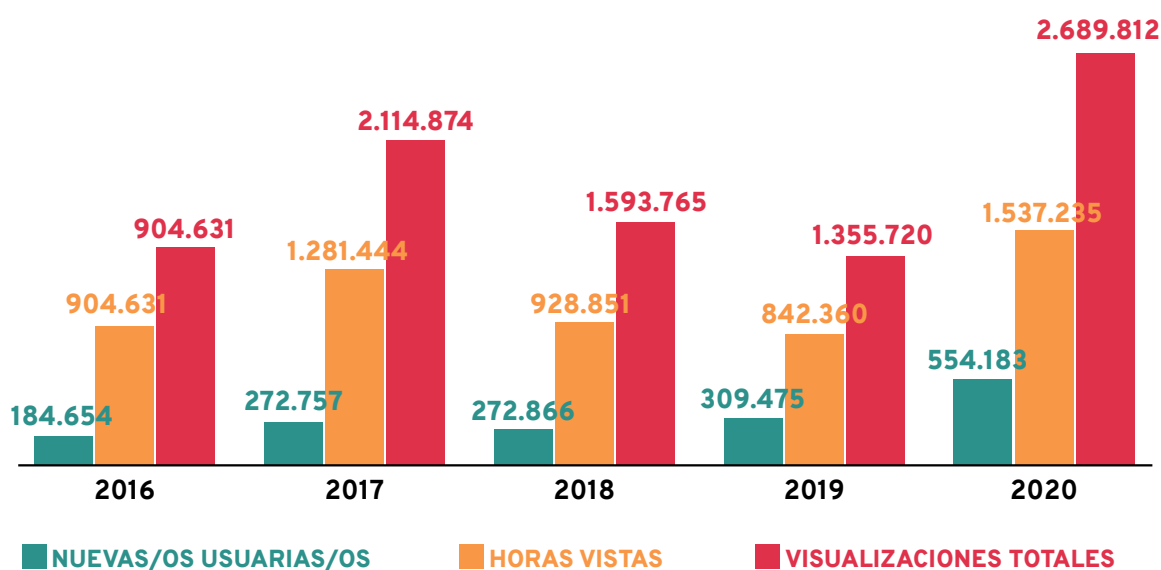
---

<sup>1</sup> Consultar en [www.sinca.gob.ara](http://www.sinca.gob.ara)

música en vivo, el informe también muestra que –según información de la Asociación Argentina de Empresarios Teatrales (AADET)– en 2020 se realizaron un 82% menos de shows que en 2019. En el caso del teatro la cantidad de funciones cayó un 79% y la asistencia un 82% respecto al año anterior.

Para tener un panorama más completo de la actividad cultural durante el año 2020 también se requiere analizar fuentes de datos que permitan dar cuenta del nivel de actividad de las prácticas culturales digitales. Como se trata de consumos mediados por dispositivos, los indicadores de conectividad y el uso de celulares permiten asociarlos al soporte del consumo. La evolución de los accesos a la TV por cable se mantuvo estable en 2020 (con un leve aumento de 0,5%) alcanzando los 7,3 millones de accesos (SInCA en base al Ente Nacional de Comunicaciones). La cantidad de accesos a internet (móviles y fijos) aumentó durante la pandemia. Como muestra el informe “Coyuntura Cultural Sectorial”, 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. 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. El 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. (SInCA en base a INDEC). Además, según el módulo de acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación (INDEC), en el cuarto trimestre de 2020 se registró que el 63,8% de los hogares urbanos tiene acceso a computadora y el 90% a internet. Además, los datos muestran que, en la Argentina, 88 de cada 100 personas emplean teléfono celular y 85 de cada 100 utilizan internet.

### Cine online. Usarias/os, horas vistas y visualizaciones de CineAr 2016-2020.



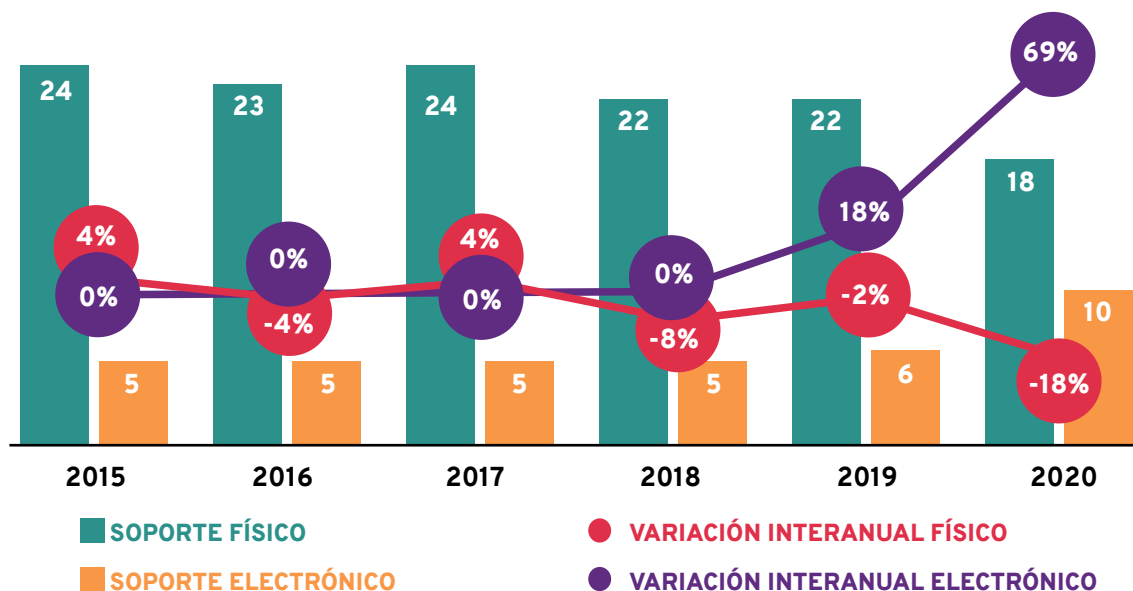
Fuente: SInCA en base a CineAr, INCAA.

La cantidad de usuarios de plataformas de música, series o películas también da cuenta de la evolución de esas actividades. En ese sentido, la información provista por Cine.ar (la plataforma gratuita de acceso a contenidos audiovisuales nacionales) muestra que durante 2020 se incorporaron 554.183 nuevas/os usuarias/os, 79% más que en 2019; se registraron 1.537.235 de horas vistas, 82% más que en 2019; y se realizaron 2.689.812 visualizaciones totales, casi duplicando el consumo del año 2019 (SInCA en base a Cine.ar).

El Teatro Nacional Cervantes (TNC) creó su canal Cervantes online y la información provista por este sitio muestra que durante 2020 la cantidad de producciones visualizadas fue creciendo en forma exponencial, pasando de 5 propuestas en marzo a 113 propuestas en octubre. El traslado de la audiencia a la propuesta digital del teatro tuvo su pico en abril, a un mes de iniciado el aislamiento social, preventivo y obligatorio, con 300.177 visualizaciones (SInCA en base a TNC).

Sobre los libros, el informe muestra que el incremento de la cantidad de títulos durante 2020 se explica por el crecimiento del 69% del soporte digital, ya que los títulos editados en soporte físico mostraron una caída del 18%.

### Cine online. Usarias/os, horas vistas y visualizaciones de CineAr 2016-2020.



Fuente: SinCa en base a datos de la Cámara Argentina del Libro (CALI e ISBN.ar).  
 Nota: no se incluye la publicación de cuadernillos realizada por el Ministerio de Educación de la Nación

Sobre la cantidad de ejemplares impresos, el informe muestra que en 2020 se contrajo un 28% con respecto al año anterior, con lo que se verifica una continuidad decreciente desde 2014 (SInCA en base a la Cámara Argentina del Libro).

En cuanto a la evolución de las suscripciones a diarios en soporte digital, también se verifica un aumento sostenido durante los últimos años. El informe muestra que, según los datos provistos por el Instituto Verificador de Circulación (IVC), el soporte digital aumentó 181% con respecto a 2019 mientras que el soporte físico cayó 31%. 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 (SInCA).

Sobre el sector música, la evolución de las importaciones de servicios audiovisuales digitales refleja el pago de abonos de plataformas de *streaming*. Al analizar los datos provenientes de Suecia (país de origen de Spotify), se verifica que en el segundo trimestre de 2020 esas importaciones de servicios audiovisuales digitales crecieron 35% respecto del primer trimestre de 2020 (SInCA, en base a INDEC).

En resumen, la información disponible da cuenta de la importancia creciente de analizar a la actividad cultural como un conjunto de sectores heterogéneos. Esto implica distinguir subcategorías de actividad mediadas por dispositivos (celular, computadora, etc.) que es preciso analizar de manera asociada al soporte. Las nuevas modalidades de consumo modificaron la configuración de los hábitos y prácticas culturales. Estos cambios traen aparejadas distintas consecuencias para el sector que deben ser tenidas en cuenta a la hora de analizar su evolución. La masificación de la digitalización no solo transforma los patrones de consumo cultural sino también la forma de vincularse con los contenidos.