

# COYUNTURA CULTURAL

## DATOS SECTORIALES 2022

Año 15  
Número 45  
Septiembre 2023



**03**  
Resumen

**04**  
Cine

**12**  
Libros

**15**  
Diarios

**17**  
Revistas

**18**  
Música

**23**  
Teatro

**26**  
Patrimonio

**28**  
Televisión

**30**  
Internet



Sistema de Información  
Cultural de la Argentina

UGA. DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN  
Y SEGUIMIENTO DE GESTIÓN



Ministerio de Cultura  
Argentina

Ministro de Cultura  
**Tristán Bauer**

Jefe de gabinete  
**Esteban Falcón**

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

Coordinador del Sistema de Información Cultural  
de la Argentina  
**Federico Bonazzi**

Cuenta Satélite de Cultura  
**Nahuel Moroz**

Asistencia técnica  
**Paula Laneri, Laura Pérez**

Equipo SInCA  
**Valeria Bonomo**  
**Adriana Castaño**  
**Michelle Chirkes**  
**Alcira Garido**  
**Karina Scherer**



Sistema de Información  
Cultural de la Argentina

UGA. DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN  
Y SEGUIMIENTO DE GESTIÓN



Ministerio de Cultura  
**Argentina**

## RESUMEN

En 2022 las actividades culturales volvieron a realizarse en condiciones normales, es decir, sin las restricciones y limitaciones que la emergencia sanitaria causada por el Covid-19 generaba en las prácticas culturales presenciales. En este marco, la mayoría de las actividades culturales presenciales mostraron, por segundo año consecutivo, una importante recuperación e, incluso, algunas actividades, registraron un crecimiento con respecto a los niveles prepandémicos. El teatro, la música en vivo y los museos presentaron los indicadores de asistencia más positivos; y el cine continuó con la recuperación iniciada en 2021, pero todavía está muy lejos de alcanzar los valores de 2019.

El sector editorial, luego de la caída registrada entre 2017 y 2019, y el posterior impacto negativo de la pandemia en las ediciones en papel, alcanzó la mejor performance en cantidad de títulos editados y ejemplares impresos para el período 2017-2022.

El consumo digital, por su parte, mostró un comportamiento dispar: las actividades esencialmente presenciales que se volcaron a la virtualidad en

2020 producto de la pandemia, como el teatro y los museos, mostraron una caída sustancial del consumo en ese formato. En tanto, la edición de libros en formato digital pudo consolidar el crecimiento de 2020-2021 y la visualización de contenido audiovisual a través de la plataforma de cine nacional Cine.Ar retornó a los índices de audiencia de 2019.

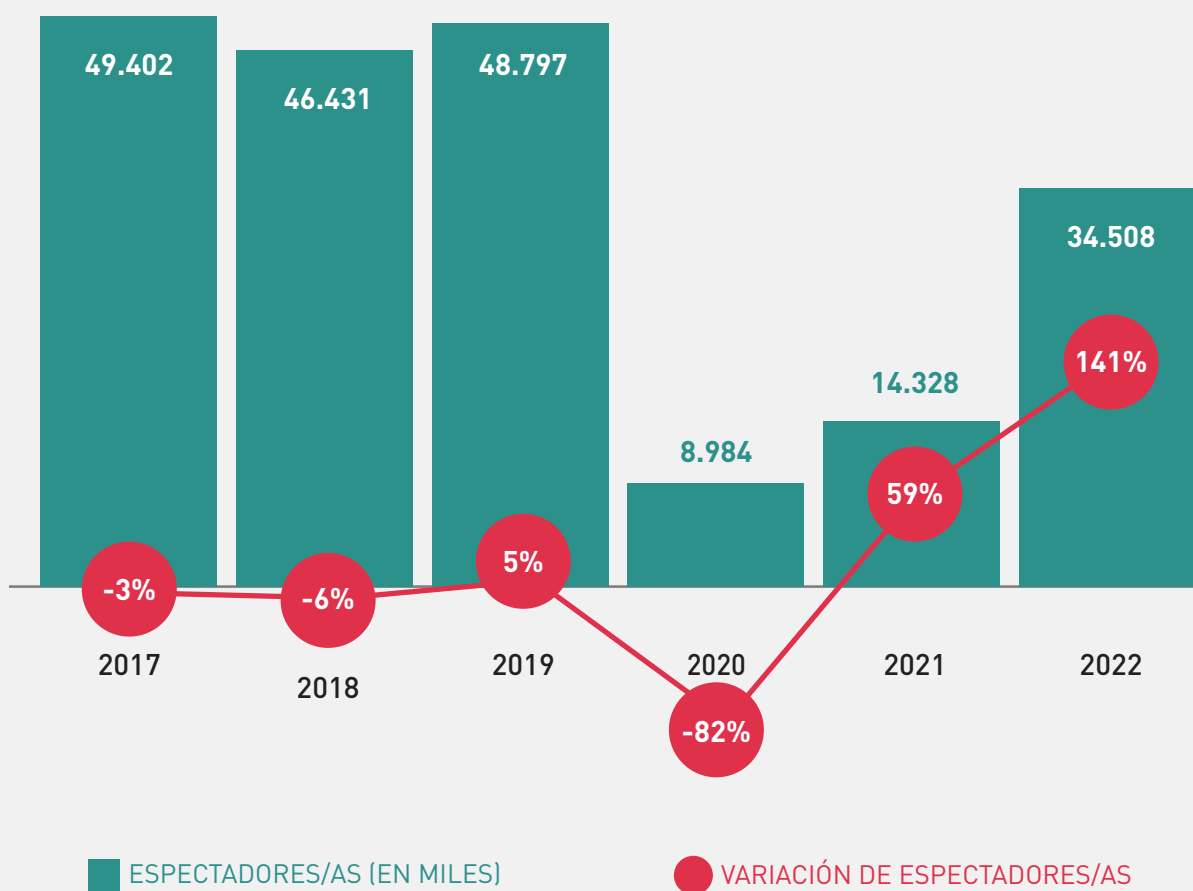
En este documento se presenta un panorama general de la actividad y las prácticas culturales realizadas durante 2022, con el objetivo de actualizar las series estadísticas del período 2017-2022, ofrecer una visión general sobre la evolución de los principales consumos culturales y contribuir al monitoreo 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 2022 el cine registró un total de 34.508.407 espectadores/as, que representan un aumento interanual del 141% con respecto a 2021.

A pesar de este importante crecimiento, la cantidad de entradas vendidas se mantiene por debajo del año previo a la pandemia (2019).

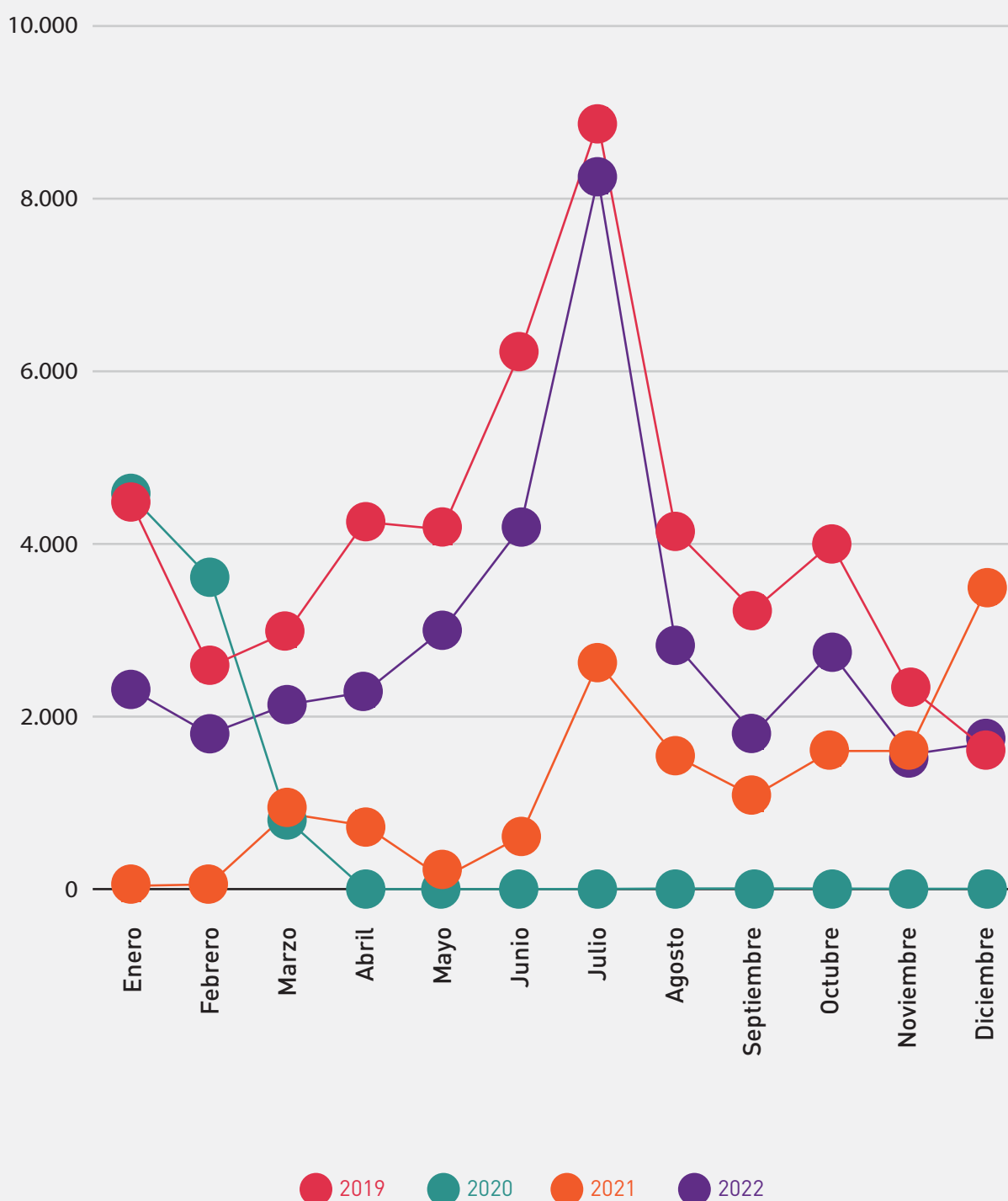
**Gráfico 1. Cine. Espectadores/as totales y variación interanual. En miles de espectadores/as y porcentajes. Argentina, 2017-2022**



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

A diferencia de lo ocurrido en 2021, que mostró un crecimiento de espectadores a medida que se levantaron las restricciones de la pandemia, en 2022 se produjo un retorno al comportamiento histórico característico, con un pico de espectadores en el mes de julio, coincidente con las vacaciones de invierno.

**Gráfico 2. Cine. Espectadores/as totales por mes. En miles de espectadores/as. Argentina, 2019-2022**



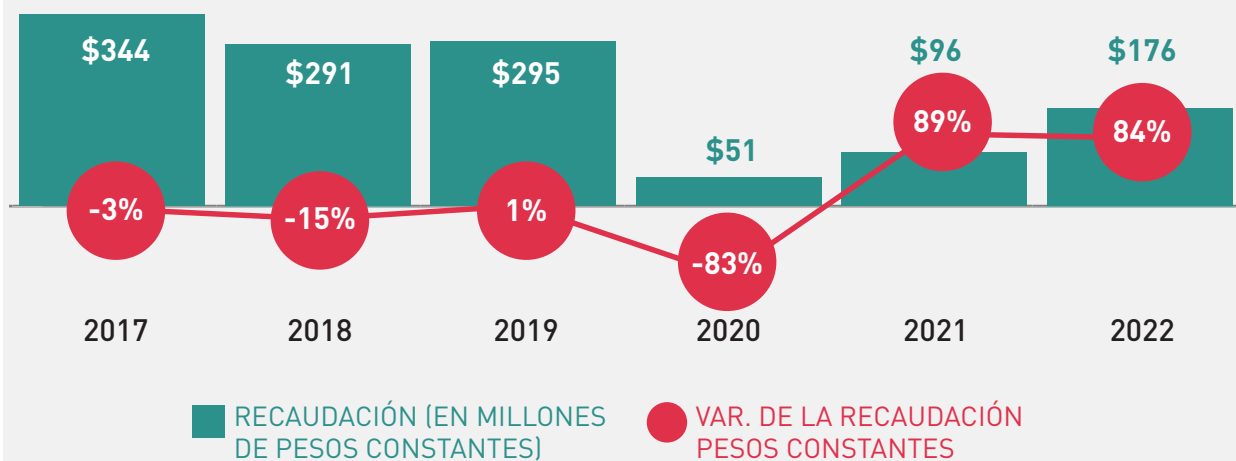
Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

En 2022 la recaudación total por venta de entradas fue de \$20.137 millones de pesos, lo que, en valores constantes<sup>1</sup>, significa un incremento del 84% con relación a 2021. Comparativamente, en estos dos últimos años la recuperación en la cantidad de entradas fue superior a la de la recaudación (en valores constantes): las entradas crecieron un 284% y la recaudación, un 248%.

1. Es decir, sin el efecto de la inflación sobre los precios.

De todos modos, en ningún caso se alcanzaron los registros de 2019: las entradas se encuentran un 29% por debajo, y la recaudación, un 40%.

**Gráfico 3. Cine. Recaudación total y variación interanual.** En millones de pesos constantes\* y en porcentajes. Argentina. 2017-2022



Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).  
\*Año base 2004=1.

En 2022 una sola película de origen nacional (Argentina, 1985) estuvo entre las diez películas más taquilleras del año, pese a tener una proyección limitada en cines. El resto de los estrenos provino de los Estados Unidos y el Reino Unido. La película más convocante del año fue el film infantil *Missions: nace un villano*, con 4.624.722 espectadores.

**Gráfico 4. Cine. Ranking de las primeras diez películas más taquilleras.**  
En espectadores/as. 2022

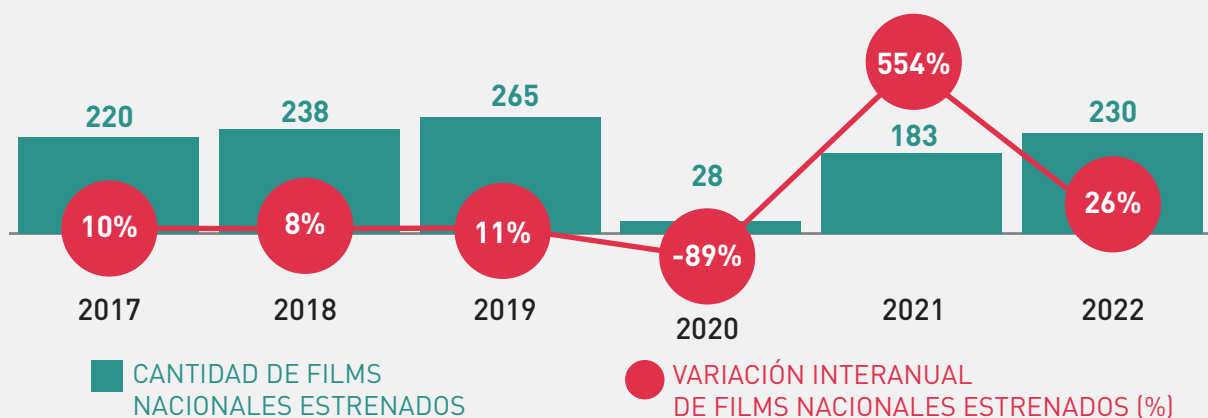


Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

En 2022 se estrenaron 424 películas, lo que representa un 25% más que el total de estrenos de 2021, pero un 14% menos que el año previo a la pandemia.

La cantidad de estrenos nacionales en 2022 superó la de los extranjeros por segundo año consecutivo: el 54% del total de estrenos fueron nacionales (230 películas) y el 46% extranjeros (194 películas), mientras que el año anterior, con iguales proporciones, se habían estrenado 183 películas nacionales y 157 extranjeras.

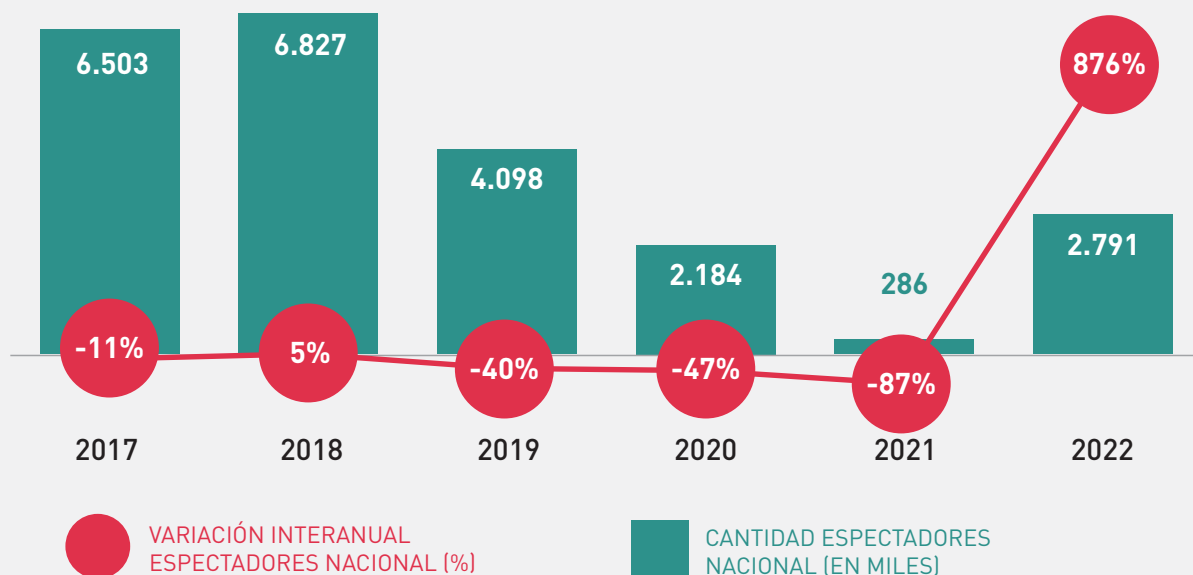
**Gráfico 5. Cine nacional. Cantidad de films estrenados y variación interanual.**  
En unidades y en porcentajes. Argentina, 2017-2022



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

En 2022 la cantidad de espectadores/as de cine nacional creció un 876% respecto del año anterior y un 28% con relación a 2020. No obstante, los 2.791.000 espectadores de cine nacional de 2022 no representan siquiera la mitad de los 5.809.000 espectadores promedio del período 2017-2019.

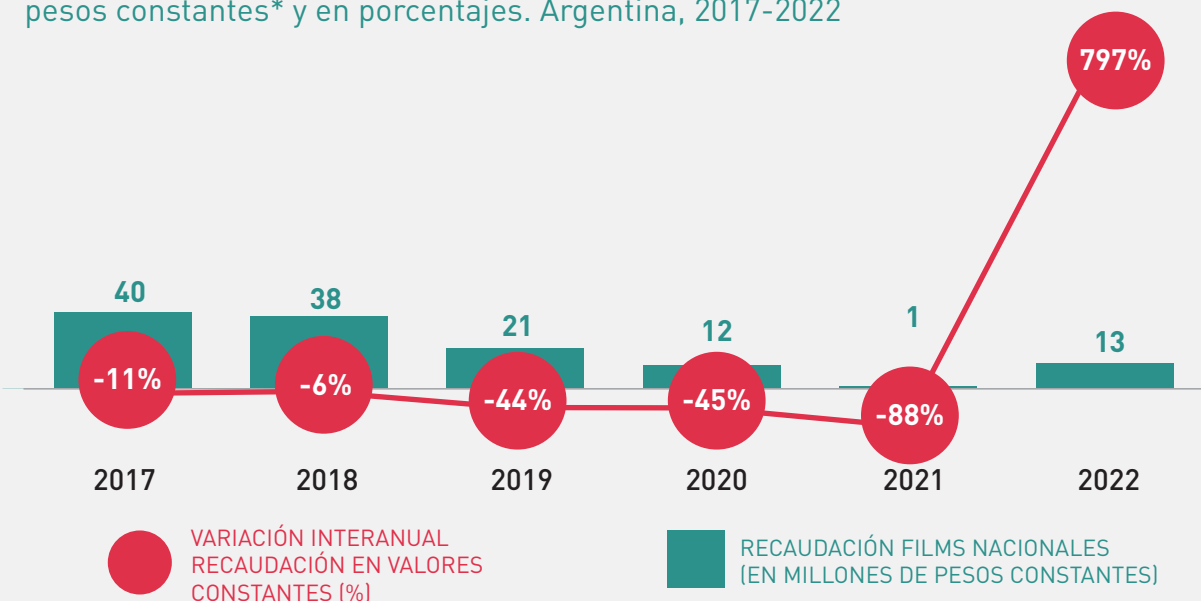
**Gráfico 6.** Cine nacional. Espectadores/as totales y variación interanual. En miles de espectadores/as y en porcentajes. Argentina, 2017-2022



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

El 93% de la recaudación por entradas vendidas corresponde a películas extranjeras y el 7% a películas de producción nacional. En línea con el aumento de la venta de tickets de películas nacionales, la recaudación a precios constantes creció casi nueve veces respecto de 2021.

**Gráfico 7.** Cine nacional. Recaudación total y variación interanual. En millones de pesos constantes\* y en porcentajes. Argentina, 2017-2022



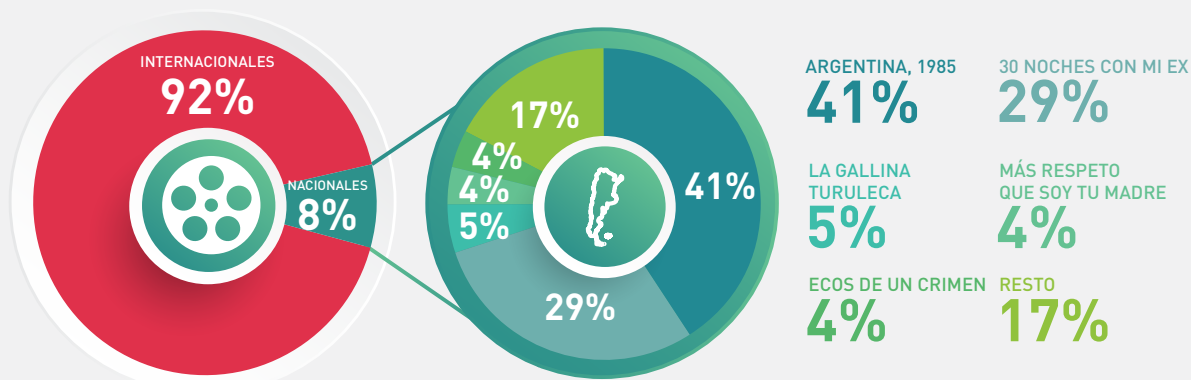
Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

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

En 2022 las películas extranjeras concentraron el 92% de los espectadores y los estrenos nacionales el 8%. Esta proporción es similar a la registrada en 2019, último año antes de la pandemia.

En cuanto a la distribución del público entre los estrenos nacionales, las preferencias se concentraron fuertemente en dos películas, *Argentina, 1985* y *30 noches con mi ex*: entre ambas convocaron el 70% de los/as espectadores/as de cine nacional.

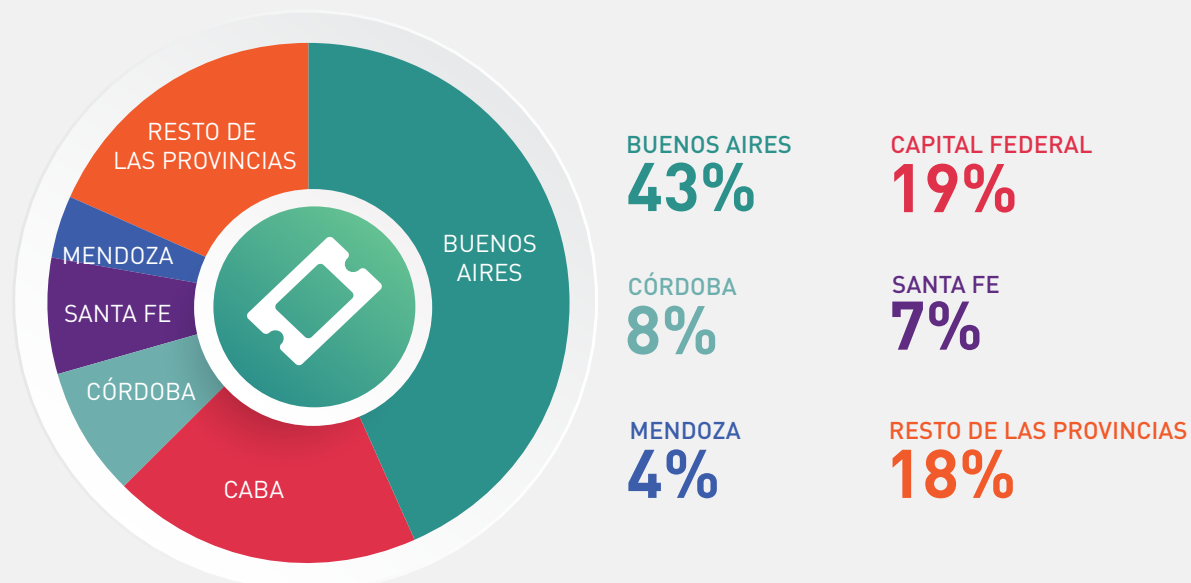
**Gráfico 8. Cine. Estrenos totales. Por origen de film y por cantidad de espectadores/as. En porcentajes, Argentina, 2022**



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) concentran cerca de dos tercios del total de espectadores/as de cine (62%) y de la recaudación (65%).

**Gráfico 9. Cine. Espectadores/as por provincia. En porcentajes. Argentina, 2022**



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

En cambio, cuando se analiza la cantidad de espectadores cada 100.000 habitantes por provincia, se observa que la Ciudad Autónoma de Buenos Aires triplica el promedio nacional y la provincia de Neuquén duplica los datos nacionales, es decir que son las jurisdicciones con mayor consumo de cine cada 100.000 habitantes<sup>2</sup>. También se encuentran por encima del

promedio las provincias de Tierra del Fuego y Buenos Aires.

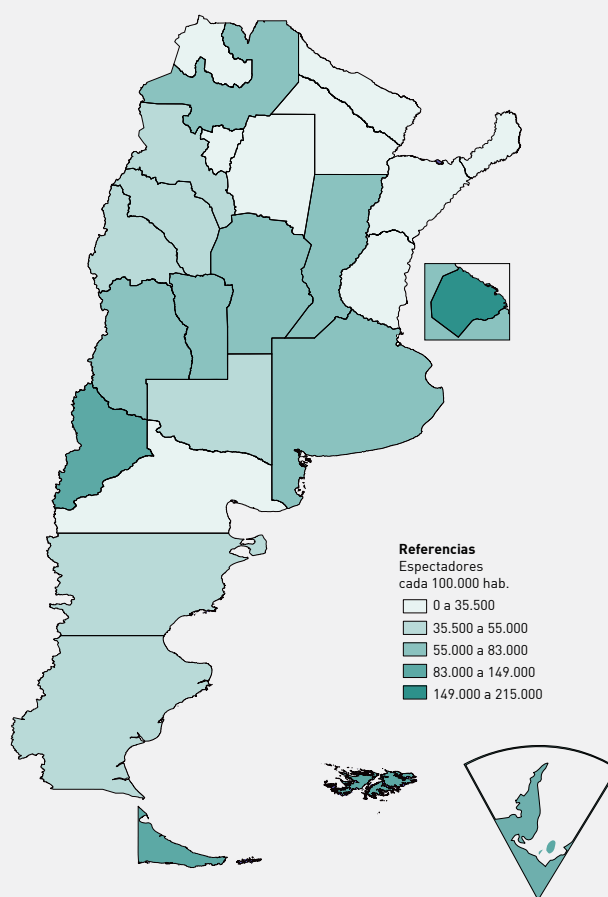
Por el contrario, en las provincias<sup>3</sup> de Misiones, Entre Ríos, Santiago del Estero, Jujuy y Chaco se registra una asistencia al cine entre tres y cuatro veces menor que el promedio nacional.

Al analizar la evolución de espectadores por provincia con

respecto a 2019 (último año prepandemia), todas las jurisdicciones muestran desempeños negativos: Santiago del Estero y Tucumán lideran el grupo de las provincias con peor performance (-43% y -41%, respectivamente); mientras que Entre Ríos y Misiones muestran caídas menos pronunciadas (-17% y -12%, respectivamente).

**Cuadro 1. Cantidad de espectadores/as cada 100.000 habitantes y variación de espectadores por provincia. Argentina, 2019 y 2022**

PROVINCIA	ESPECTADORES C/ 100.000 HAB. AÑO 2022	VARIACIÓN 19-22
Buenos Aires	82.668	-25%
Capital Federal	214.839	-36%
Catamarca	51.561	-28%
Chaco	24.241	-31%
Chubut	53.616	-25%
Córdoba	72.266	-33%
Corrientes	29.973	-32%
Entre Ríos	19.481	-17%
Formosa	-	-
Jujuy	20.962	-34%
La Pampa	39.712	-36%
La Rioja	47.919	-22%
Mendoza	73.832	-29%
Misiones	17.858	-12%
Neuquén	148.421	-24%
Río Negro	32.973	-31%
Salta	62.083	-19%
San Juan	53.596	-28%
San Luis	60.202	-21%
Santa Cruz	52.190	-28%
Santa Fe	67.512	-30%
Santiago del Estero	20.531	-43%
Tierra del Fuego	101.664	-24%
Tucumán	35.013	-41%
<b>TOTAL PAÍS</b>	<b>74.420</b>	<b>-29%</b>



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

2. Estos datos guardan relación con los resultados de la ENCC 2022, que muestran que el 47% de la población de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires asistió al cine durante 2022, mientras que a nivel nacional ese porcentaje desciende al 36%.

3. En Formosa no hubo salas de cine abiertas durante 2022.

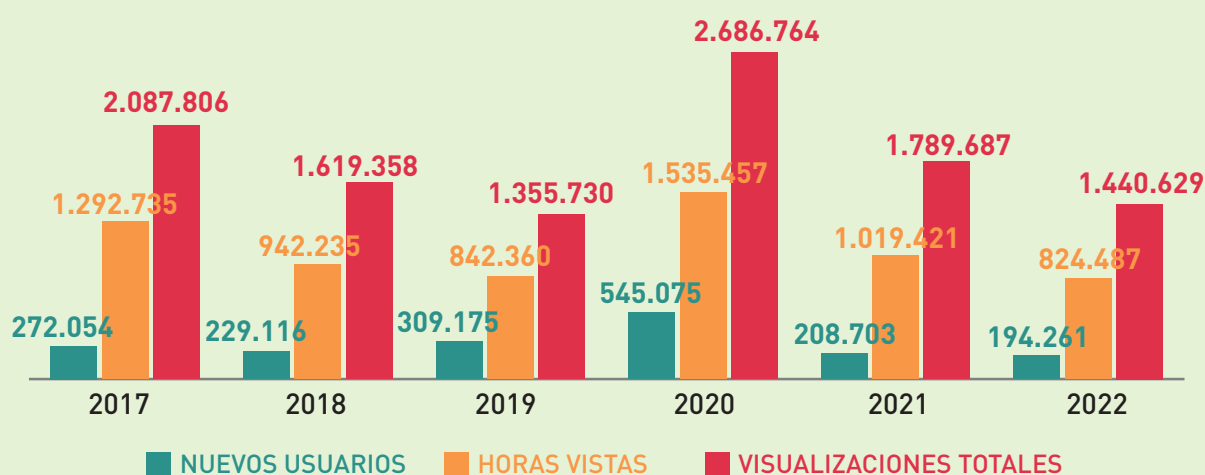
## Cine.Ar

Es la propuesta para el acceso gratuito a contenidos audiovisuales nacionales on demand y cuenta con más de 2,2 millones de usuarios. Durante 2022 sumó 194.261 nuevas/os usuarias/os, registró 1.440.629 visualizaciones totales (-20% con respecto a 2021) y contabilizó 824.487 horas de programación

vistas (-19%). Pese a la incorporación de nuevos/as usuarios/as a la plataforma, con respecto al año anterior se constata un descenso tanto en la cantidad de usuarios únicos que ven contenido, como en la cantidad de visualizaciones totales y horas de reproducción. Luego del pico en el uso de la plataforma

registrado en 2020 como producto del traslado masivo de los consumos presenciales a los digitales, a consecuencia de las restricciones causadas por la pandemia Covid-19, los datos señalan una caída de la actividad, con un retorno a valores similares a los de la prepandemia.

**Gráfico 10.** Cine online. Usuarios/as, horas vistas y visualizaciones totales de Cine.Ar. 2017-2022

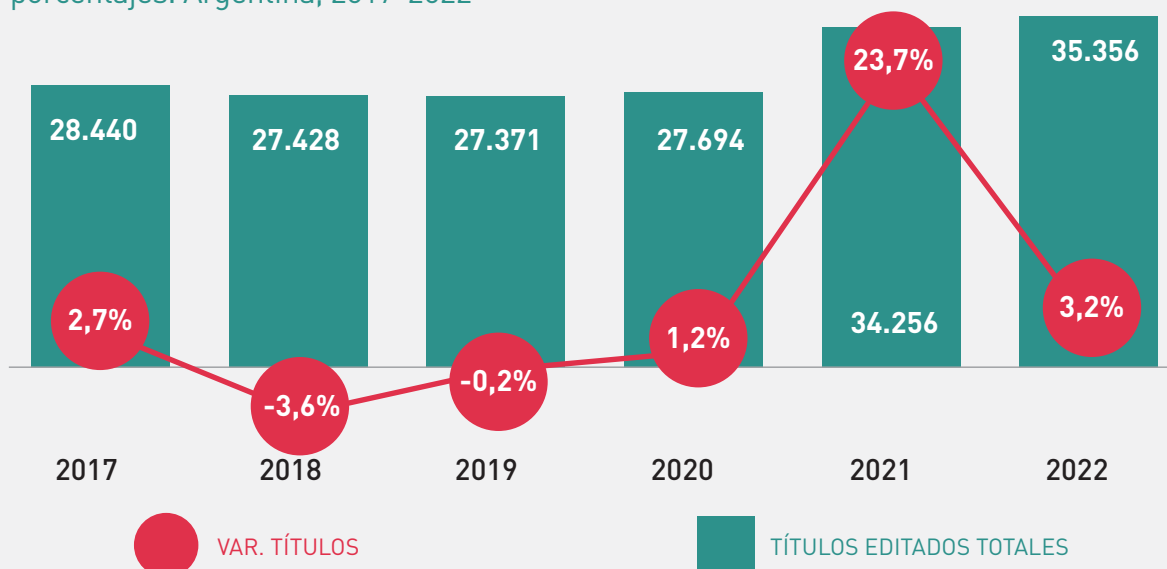


Fuente: SInCA en base a Cine.Ar, INCAA.

## LIBROS

En 2022 la cantidad total de títulos editados, tanto en formato físico como digital, continuó en ascenso, con un incremento de 3,2% interanual: pasó de 34.256 ejemplares en 2021 a 35.356 en 2022<sup>4</sup>.

**Gráfico 11. Editorial. Títulos editados totales y variación interanual. En unidades y en porcentajes. Argentina, 2017-2022**

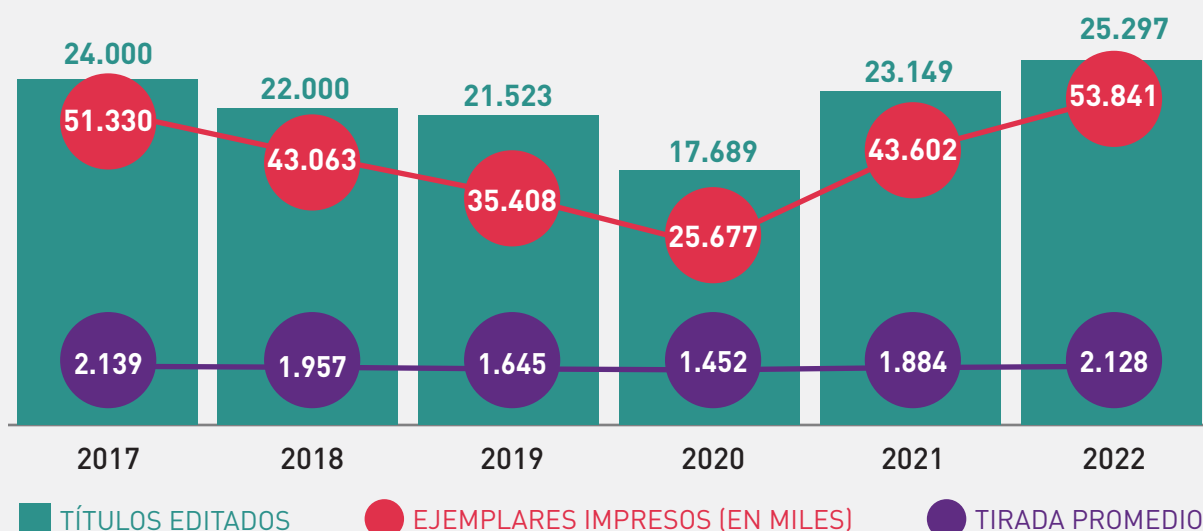


Fuente: SInCA en base a datos de la Cámara Argentina del Libro (CAL) e ISBN.ar.

Nota: no se incluye la edición institucional ni la de distribución gratuita.

En 2021 la cantidad de ejemplares impresos superó los 53 millones de unidades (23,5% más que el año anterior) y es la mejor marca del período 2017-2022. Por su parte, la tirada promedio por título impreso se incrementó un 13%, ya que pasó de 1.884 a 2.128 ejemplares por título.

**Gráfico 12. Editorial. Títulos editados en formato físico, ejemplares por título y tirada promedio. En unidades. Argentina, 2016-2022**



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.

4. En 2022 aumentó la tirada del Ministerio de Educación de la Nación (no incluida en el total), pero cayó la de los otros organismos públicos.

En 2022 los libros digitales y físicos fueron editados por casi 4.800<sup>5</sup> agentes (entre empresas, entidades públicas y privadas, y autoeditores). La autoedición correspondió a casi la mitad (48%) de los agentes editores<sup>6</sup>.

No obstante, sólo el 1% de los agentes editores concentró el 41% de los títulos editados y el 83% de la tirada (ejemplares impresos)<sup>7</sup>. Estos valores se encuentran por encima de los registrados en 2021, cuando el 1% concentró el 38% de los títulos editados y el 80% de la tirada.

Al igual que en años anteriores, los datos sobre el lugar de emplazamiento del editor muestran que el 55% de los títulos se

editan en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el 16% en la provincia de Buenos Aires. La concentración es mucho mayor al analizar la cantidad de ejemplares, ya que un 96% de la tirada corresponde a esas dos jurisdicciones.

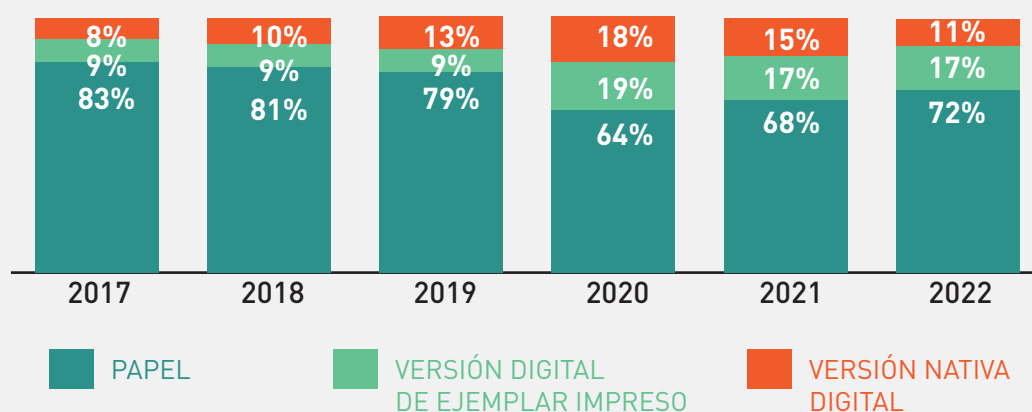
La impresión de los ejemplares es mayoritariamente nacional: casi 9 de cada 10 ejemplares se imprimen en Argentina; y el resto, principalmente en China.

La industria editorial constituye uno de los pocos sectores culturales tradicionales en los que el formato físico continúa siendo la elección principal por parte del público<sup>8</sup>.

No obstante, las ediciones digitales, en parte impulsadas por la pandemia, fueron ganando terreno en los últimos años. En efecto, en 2017 la participación de las ediciones digitales era del 17% del total y en 2022 pasó a representar el 28% del total.

Cabe señalar que los dos tipos de versiones electrónicas tuvieron desempeños diferentes: la versión digital de los títulos impresos muestra señales de consolidación, con el 17% de las ediciones en 2022; mientras que la participación de las ediciones nativas, luego del aumento de 2020, cayó incluso por debajo de los valores previos a la pandemia (pasó del 13% en 2019 al 11% en 2022).

**Gráfico 13. Libros. Títulos editados por soporte. En porcentajes. Argentina, 2017-2022**



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.

5. 2021 contó con 5.128 agentes, de los cuales 4.248 eran agentes de ediciones en papel.

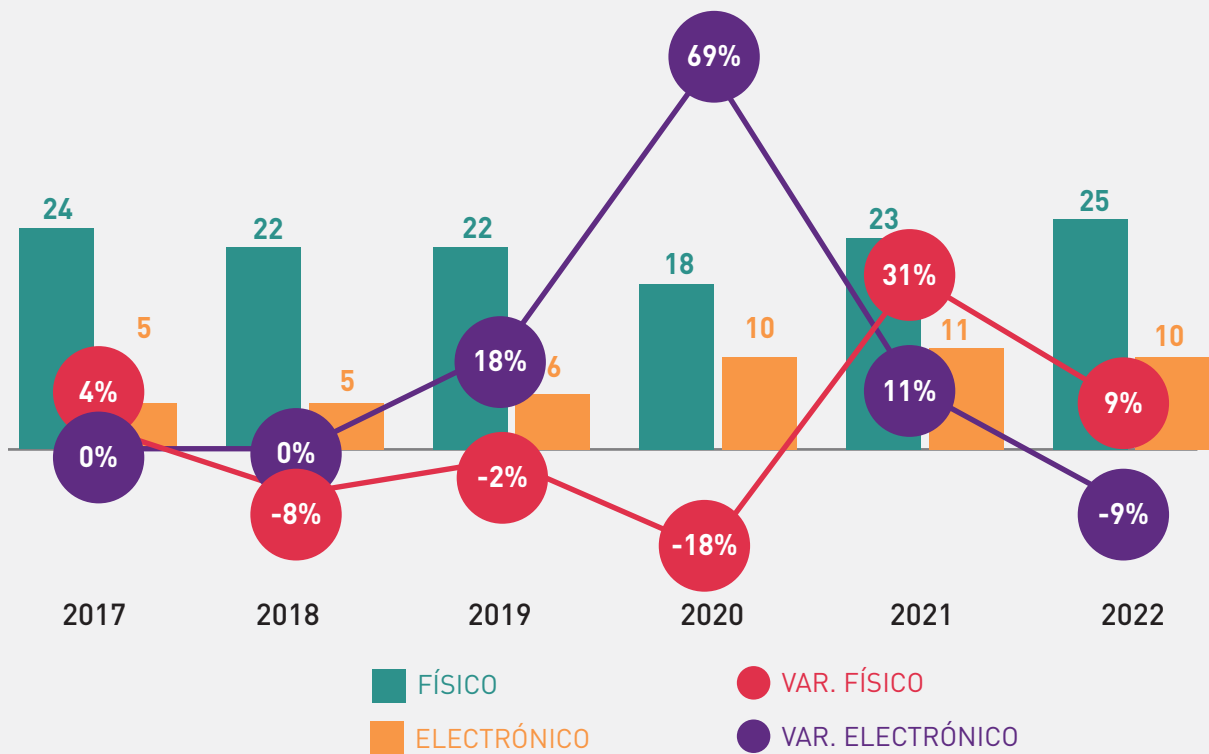
6. El año anterior los autoeditores representaron el 58% (2.963) de los agentes editores.

7. No se incluyen las publicaciones del Ministerio de Educación de la Nación.

8. Así se observa en la última Encuesta Nacional de Consumos Culturales, cuyos resultados arrojaron que el 94% de la población que leyó libros el último año, lo hizo en formato papel, un 39% leyó en un soporte digital y un 16% escuchó audiolibros. Para más información consultar el [informe de la ENCC 2023](#).

En la serie histórica, se aprecia un salto de las ediciones digitales en 2020, al pasar de 6.000 ediciones en 2019 a 10.000 en 2020 y estabilizarse en torno de esos valores (nuevo piso). Por su parte, la edición física, antes golpeada por la pandemia, se recuperó rápidamente: creció en 2022 por segundo año consecutivo y superó las 25.000 ediciones, mayor registro del período 2017-2022.

**Gráfico 14. Libros. Evolución de títulos según soporte y variación interanual.**  
En miles de títulos y en porcentajes. Argentina, 2017-2022.



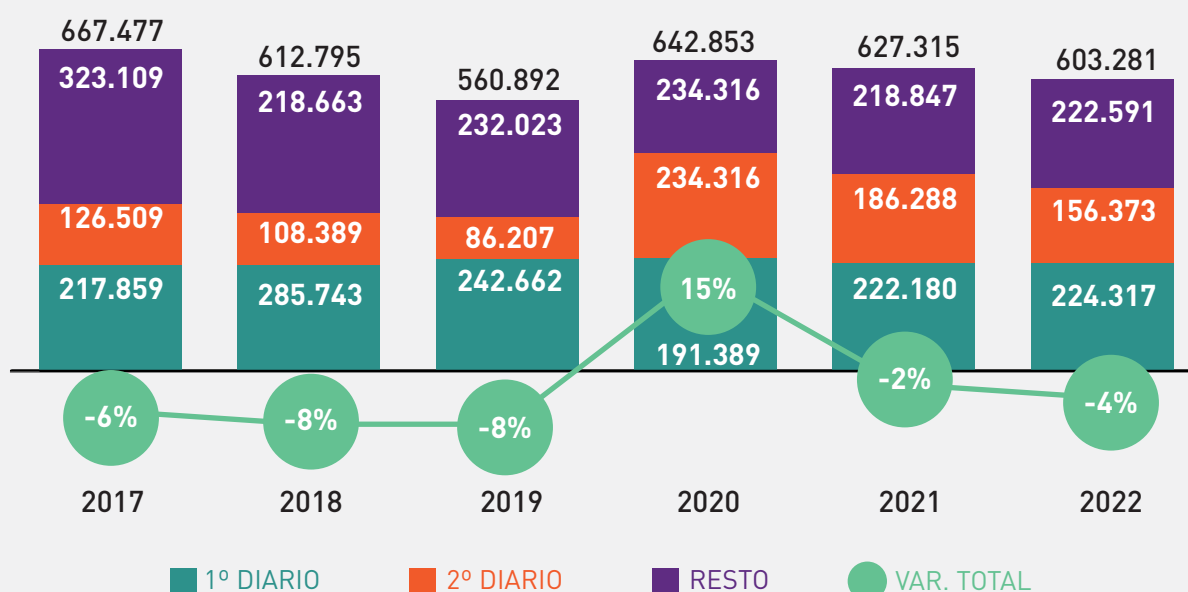
Fuente: SInCA en base a datos de la Cámara Argentina del Libro (CAL) e ISBN.ar.  
Nota: No se incluye la edición institucional y de distribución gratuita.

## DIARIOS

En 2022<sup>9</sup>, la circulación neta promedio de diarios pagos (lunes a domingo), tanto en su edición impresa como digital, fue de 603.000 unidades diarias, lo que representa una retracción del 4% con respecto a 2021.

El sector presenta una gran concentración del mercado, ya que los dos primeros diarios acaparan el 63% de la circulación neta diaria.

**Gráfico 15. Diarios. Circulación neta diaria de diarios pagos (dos principales y resto). En unidades. Argentina. 2017-2022**



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

Nota 1: se incluyen sólo las publicaciones registradas en el IVC. Para mantener la consistencia de la serie no se contempló la información de Diario Popular de los años 2017-2020, ya que a partir de 2021 Diario Popular no estuvo activo en IVC.

Nota 2: para todos los años se toma la circulación neta diaria al mes de 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.

9. Datos correspondientes al mes de diciembre de 2022.

Con respecto a la circulación promedio de diarios por provincia, se verifica que en 2022 CABA concentró, con cuatro diarios, el 68% de la tirada diaria; y otras cuatro provincias, el 23% del total, con cuatro diarios editados (Córdoba, Tucumán, Mendoza y Santa Fe). Es decir que sólo cinco jurisdicciones concentran el 91% de los ejemplares por edición.

**Cuadro 2. Diarios. Circulación neta diaria y cantidad de diarios pagos en circulación por provincia de edición. En unidades. Argentina, 2022**

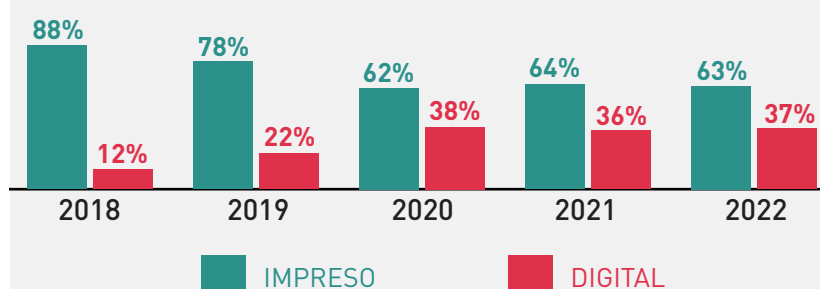
PROVINCIA	PROMEDIO DE EJEMPLARES POR EDICIÓN	CANTIDAD DE DIARIOS	PARTICIPACIÓN DE PROMEDIOS EN TOTAL
CABA	409.147	4	68%
Córdoba	50.655	1	8%
Tucumán	41.137	1	7%
Mendoza	23.695	1	4%
Santa Fe	22.003	2	4%
Buenos Aires	11.969	2	2%
Santiago del Estero	10.518	1	2%
Río Negro	9.736	1	2%
Salta	7.433	1	1%
Chaco	4.274	1	1%
Jujuy	3.574	1	1%
Catamarca	2.360	1	0%
Entre Ríos	2.335	1	0%
San Juan	2.242	1	0%
La Pampa	1.133	1	0%
San Luis	1.070	1	0%
<b>TOTAL</b>	<b>603.281</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

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

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

Cuando se analiza la circulación de diarios pagos según soporte, se observa que en 2022 la distribución por formatos prácticamente no mostró cambios respecto del año anterior: el soporte impreso tuvo una participación en el total del 63% (-1 p.p.) y el digital, un 37% (+1 p.p.). Y aunque en 2020, apuntalado por la pandemia, el soporte digital mostró un crecimiento notable, el diario impreso continuó siendo el soporte predominante del sector.

**Gráfico 16. Diarios. Circulación neta diaria de diarios pagos por tipo de soporte. En unidades. Argentina, 2018-2022**



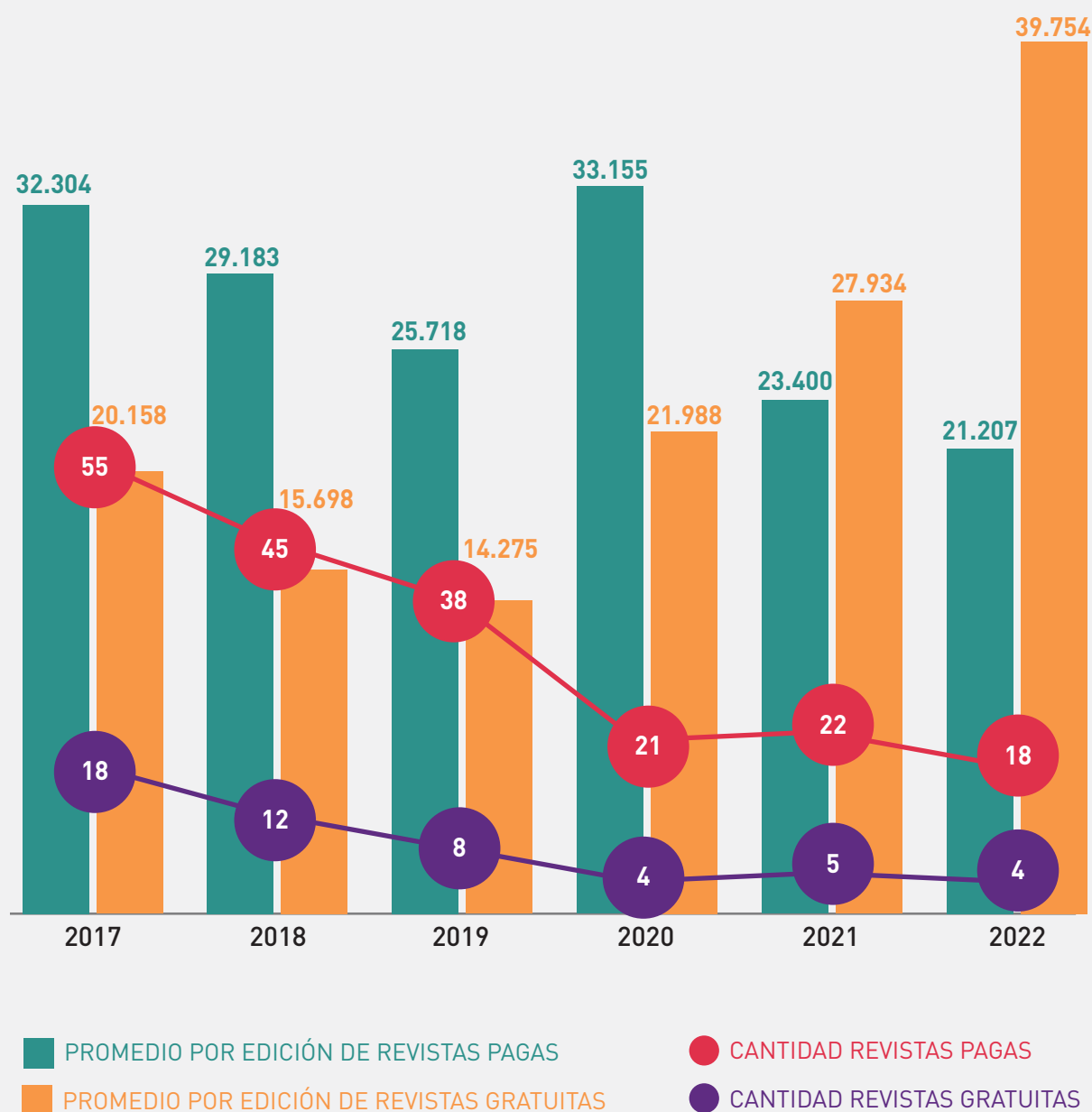
Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Verificador de Circulación (IVC).

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

## REVISTAS

En 2022 la circulación promedio por edición de revistas pagas fue de 21.207 ejemplares. Es el valor más bajo de la última década y significa una caída del 9% con respecto a 2021. Las revistas gratuitas, en cambio, incrementaron su promedio de circulación por edición en un 42%.

**Gráfico 17.** Revistas. Promedio por edición y cantidad de revistas pagas y gratuitas. En unidades. Argentina. 2017-2022



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

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

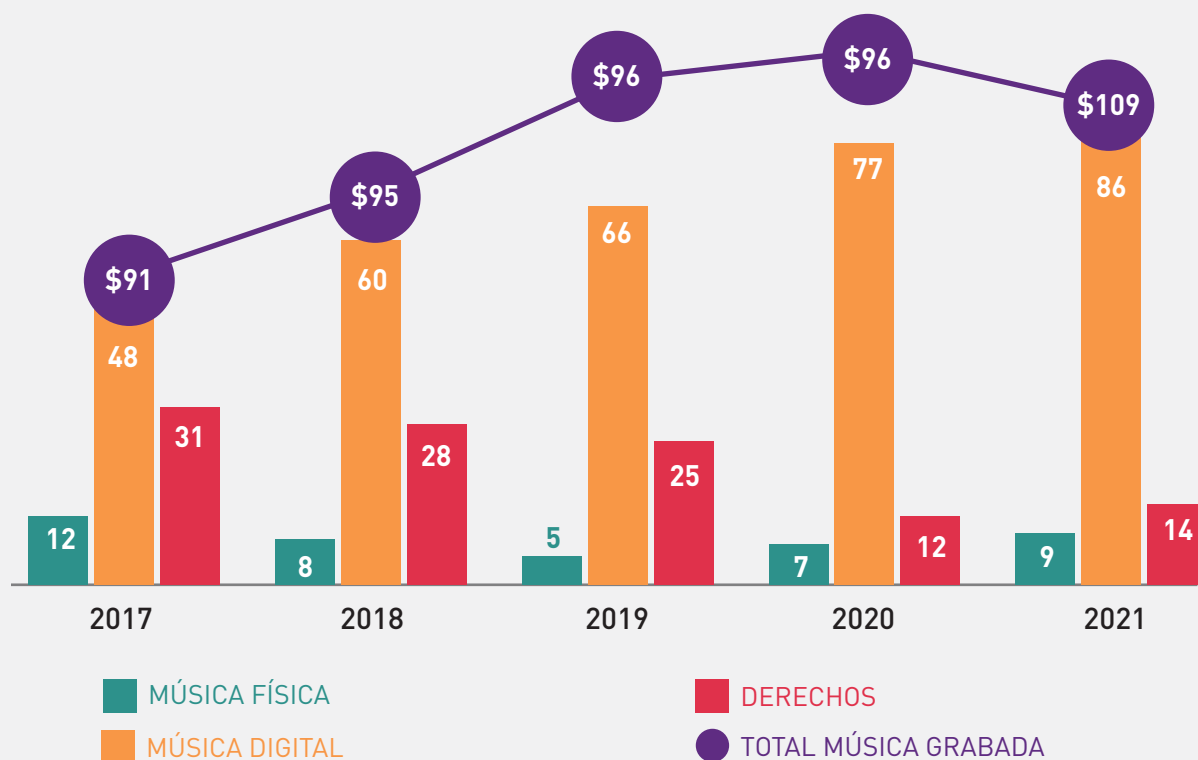
## MÚSICA

La industria de la música se compone de dos grandes subsectores: música grabada y en vivo. El subsector de la música grabada, producida y comercializada por la industria fonográfica, se expresa en dos tipos de formatos: físico (CD, DVD y vinilos) y digital (streaming y descargas de música vía internet). El subsector de la música en vivo, en cambio, produce y comercializa conciertos, recitales, shows y festivales.

### Música grabada

Durante 2021<sup>10</sup>, la industria de la música grabada registró ventas totales por un valor de \$6.379 millones de pesos. Estos ingresos se componen de un 79% (-2 p.p. con respecto a 2020) en ventas de música digital, un 13% (0 p.p.) en recaudación de derechos de comunicación al público y sincronización, y un 9% (+2 p.p.) en ventas de música física.

**Gráfico 18. Música. Ventas de la industria de la música grabada por segmento.**  
En millones de pesos constantes\*. 2017-2021



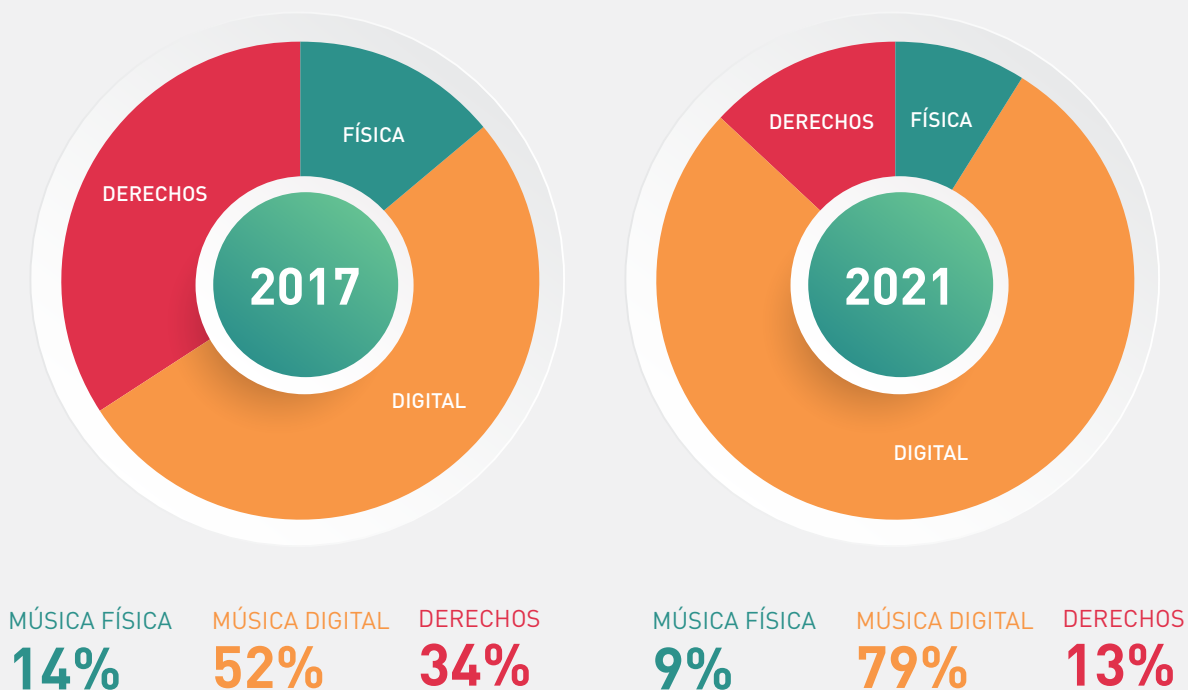
Fuente: SInCA en base a datos de CAPIF.

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

10. Último dato disponible.

El análisis punta a punta de la serie 2017-2021 evidencia la transformación de la industria fonográfica que tuvo lugar en los últimos años. Así, mientras en el año 2017, la música digital abarcaba el 52% del mercado, en 2020, durante el pico de la pandemia llegó a alcanzar el 81%; y en 2021, el 79%.

**Gráfico 19. Música. Composición de las ventas de la industria de la música grabada. En porcentajes 2017 y 2021**



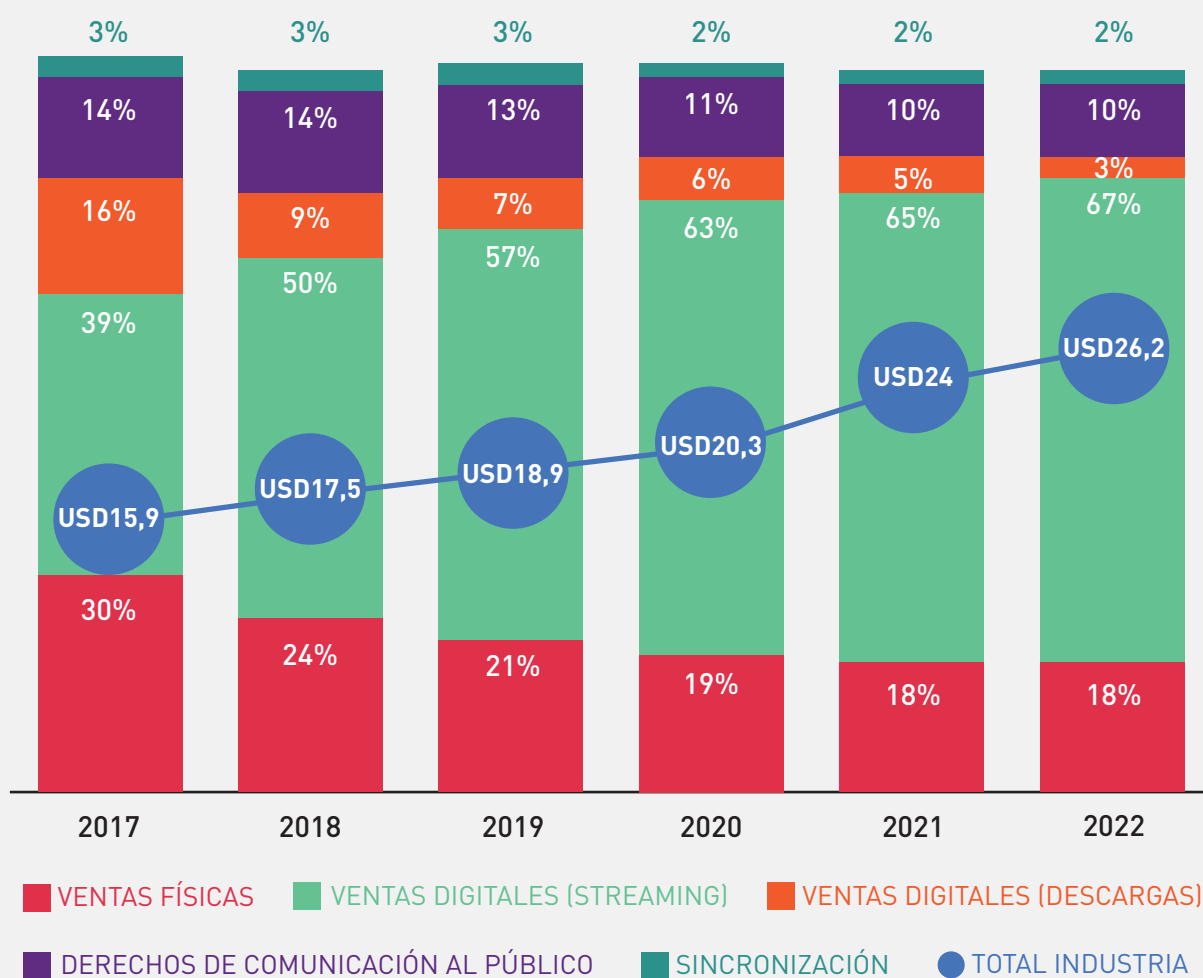
Fuente: SInCA en base a datos de CAPIF.

Los datos nacionales siguen la tendencia observada a nivel mundial en la industria fonográfica, caracterizada, primero, por la descarga de música en formato digital y luego, por el streaming. Desde 2005, crecen las ventas digitales y caen las ventas físicas. El impacto de internet y las plataformas de

reproducción online en la industria fonográfica provocaron la progresiva desaparición del disco físico como soporte de consumo de música grabada y el crecimiento exponencial del consumo digital<sup>11</sup>. En efecto, las ventas de música en formato digital fueron ganando progresiva participación en los

ingresos que genera el sector, pasando de 55% en 2017 a 70% en 2022. Durante ese período (2017-2022), el streaming se consolidó como el canal principal 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 porcentajes. 2017-2022**



Fuente: SInCA en base a datos de IFPI.

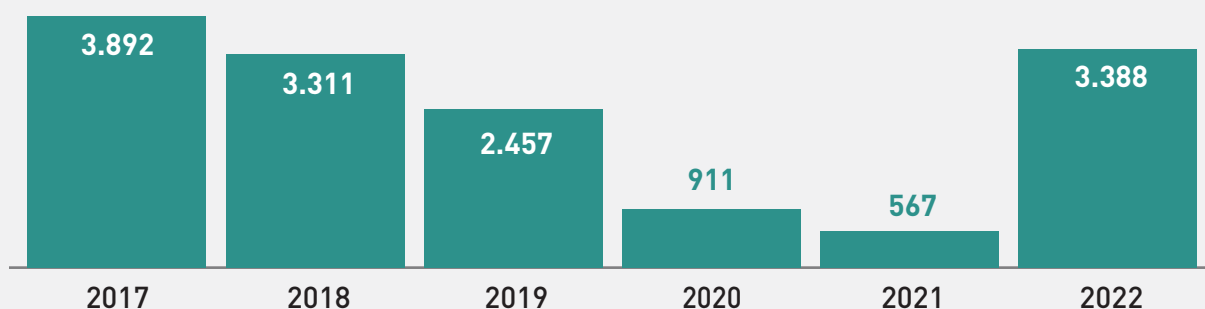
11. Esta transformación de los consumos de música grabada puede observarse en la ENCC realizada por el SINCA, cuyos resultados muestran que en 2022 sólo el 6% de la población escuchó música en reproductores de CD, mientras que en 2017 ese soporte era usado por el 50% de la población (ENCC 2017).

## Música en vivo

La estimación de los ingresos de la música en vivo, que surge de los datos de recaudación de derechos de autor percibidos por la Sociedad Argentina de Autores y compositores (SADAIC), muestra para 2022 un crecimiento en términos reales de 495% con respecto al año 2021, cuando este tipo de eventos se encontraban afectados todavía por la pandemia.

La destacada recuperación de los ingresos de la música en vivo, incluso evidencia un crecimiento respecto de los años previos a la pandemia: los ingresos de 2022 medidos en valores constantes son un 38% superiores a los registrados en 2019 y un 2% mayores que los de 2018.

**Gráfico 21. Música. Ingresos del sector de música en vivo. En millones de pesos constantes. Argentina, 2017-2022**



Fuente: SInCA en base a datos de SADAIC.

\*Fuente: IPC, INDEC. Año base 2017=1.

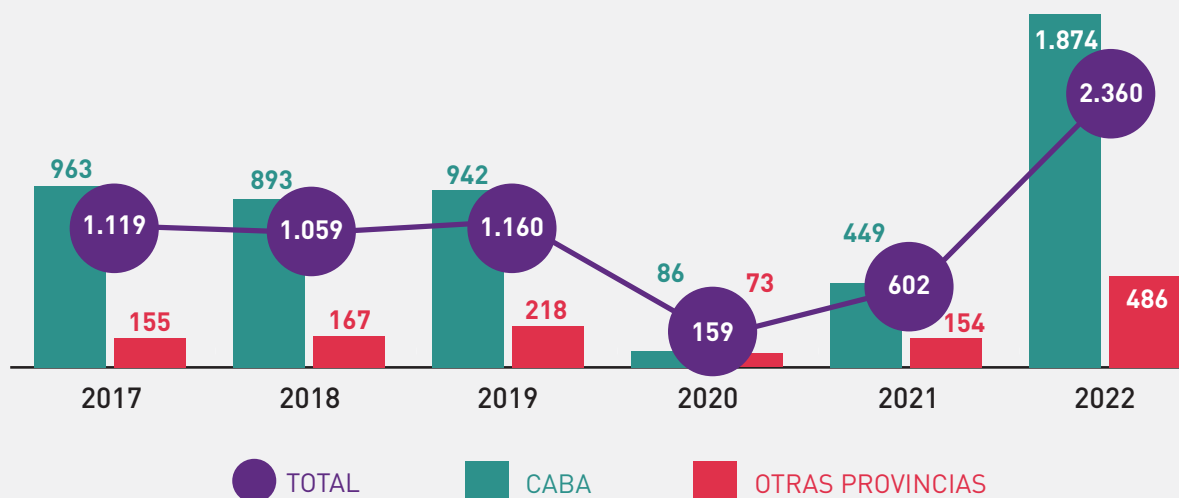
Este crecimiento en los ingresos de la música en vivo guarda relación con lo observado en las estadísticas de asistencia y cantidad de funciones. Según la información relevada por la Asociación Argentina de Empresarios Teatrales (AADET) que proporciona datos sobre la actividad escénica (nacional

e internacional) de los teatros asociados<sup>12</sup>, en 2022 la asistencia a espectáculos musicales aumentó un 292% con respecto a 2021. Este significativo incremento de asistentes, se explica en parte por la finalización de las restricciones y de aforos<sup>13</sup>, y por el inicio de actividades en el espacio Movistar Arena.

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

13. Hacia fines de 2021 se fueron habilitando mayores aforos para este tipo de espectáculos en varias jurisdicciones del país. El Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, que concentra una gran cantidad de espacios culturales, permitió un aforo del 100% en espacios cerrados y abiertos para la realización de estos eventos a partir de octubre de 2021.

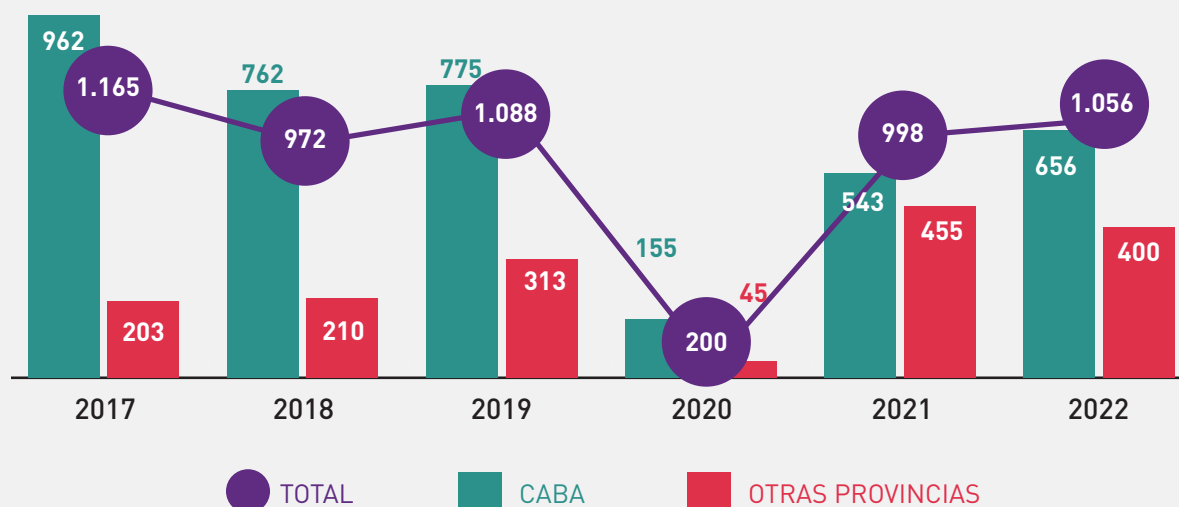
**Gráfico 22. Música. Asistentes a espectáculos musicales según zona. En miles de asistentes. Argentina, 2017-2022**



Fuente: SInCA en base a datos de AADET.

Con respecto a la cantidad de funciones, según información de AADET, en 2022 se realizaron 1.056 shows, un 6% más que en 2021. El crecimiento estuvo impulsado por las salas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (+21%), mientras que en el resto de las provincias, luego de un aumento exponencial durante 2021, este tipo de espectáculos cayó un 12%. A pesar de esta merma, la cantidad de funciones en las provincias se ubica un 28% por encima de los valores previos a la pandemia, lo que indica que varias plazas del interior del país mantienen una oferta de espectáculos musicales en reemplazo de los teatrales, tal como ocurría en 2021.

**Gráfico 23. Música. Cantidad de funciones de espectáculos musicales por zona. En unidades. Argentina, 2017-2022**



Fuente: SInCA en base a datos de AADET.

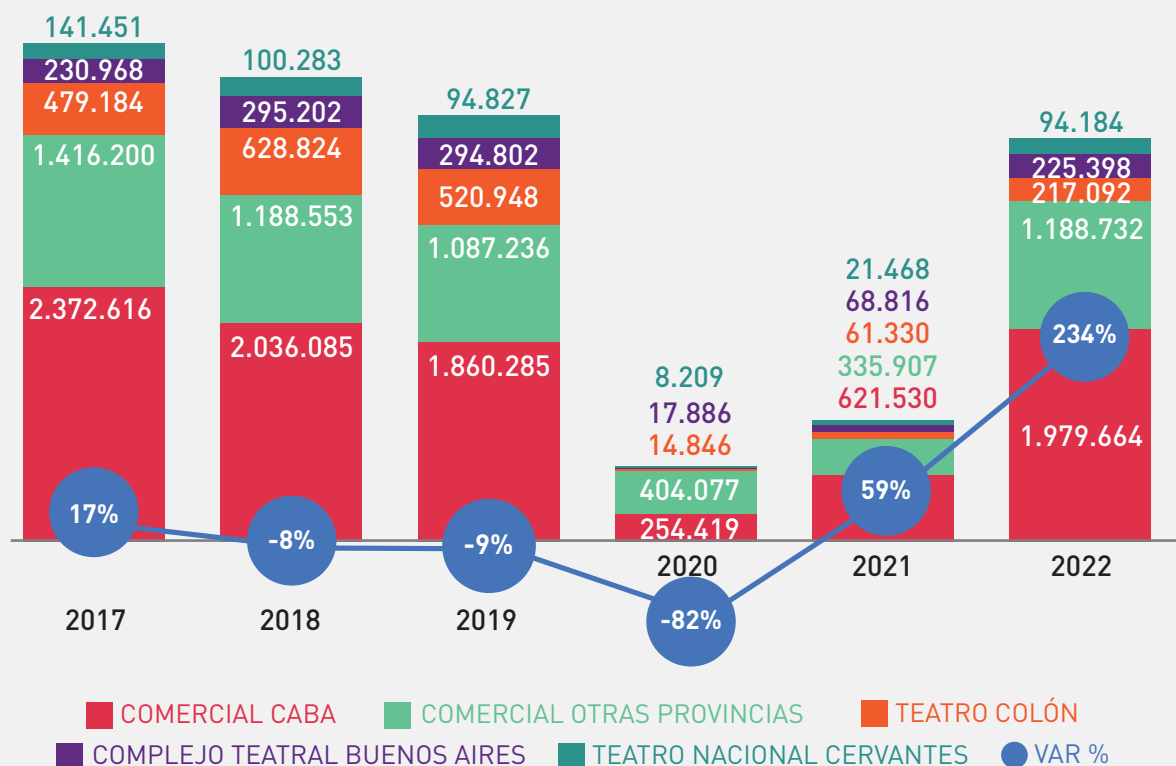
## TEATRO

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, se presenta la información de los circuitos comercial y público.

En 2022, la asistencia total a las salas de teatro superó los 3,7 millones de espectadores, lo que significó un aumento de

234% respecto al año anterior. Si se distingue por circuito, la asistencia al teatro comercial se incrementó un 231% y la del teatro público, un 254%. El levantamiento definitivo de las restricciones de la pandemia de Covid-19 y la consecuente ampliación del aforo ayudan a explicar este crecimiento extraordinario. Así, los niveles de asistencia al teatro se encuentran próximos a los años pre pandemia, especialmente en el circuito comercial, cuya cantidad de espectadores en 2022 superó por 7 puntos porcentuales la de 2019.

**Gráfico 24. Teatro. Espectadores/as de teatro por tipo de circuito y variación interanual. En espectadores y porcentajes. Argentina, 2017-2022**

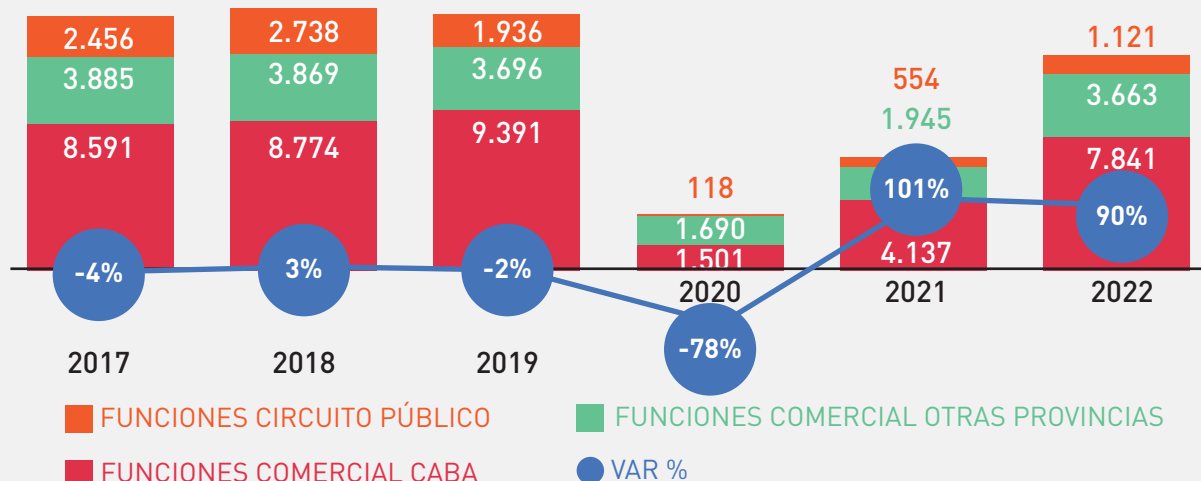


Fuente: SInCA en base a datos de Asociación Argentina de Empresarios Teatrales (AADET); Complejo Teatral de Buenos Aires (CTBA); Teatro Colón; Teatro Nacional Cervantes.

Nota: los datos del Teatro Colón correspondientes al año 2022 son el resultado de una estimación en base al crecimiento del circuito público 2021-2022.

La cantidad de funciones teatrales programadas en 2022 creció un 90% respecto de 2021, con un incremento del 89% en el circuito comercial y del 101% en el circuito público. En el circuito comercial del interior del país prácticamente se alcanzó la cantidad de funciones previas a la pandemia. En cambio, las funciones del circuito comercial de CABA y del circuito público se encuentran por debajo de los valores de 2019 (-17% y un -42%, respectivamente).

**Gráfico 25. Teatro. Funciones de teatro por tipo de circuito y variación interanual. En unidades y porcentajes. Argentina, 2017-2022**

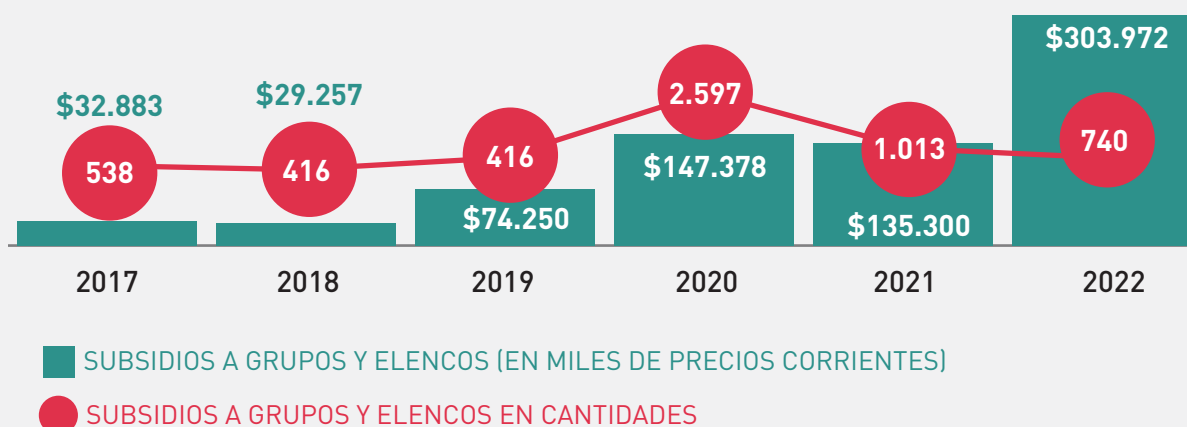


Fuente: SInCA en base a datos de Asociación Argentina de Empresarios Teatrales (AADET); Complejo Teatral de Buenos Aires (CTBA); Teatro Colón; Teatro Nacional Cervantes.

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 durante la pandemia.

En 2022 otorgó 740 subsidios a grupos y elencos teatrales por un monto superior a 300 millones de pesos, lo que, a valores constantes, representa un 15% más que en 2021.

**Gráfico 26. Teatro. Cantidad de subsidios y montos otorgados por el INT a grupos y elencos teatrales. En unidades y miles de pesos corrientes. Argentina. 2017-2022**



Fuente: Instituto Nacional del Teatro.

Además, en 2022 el Instituto Nacional del Teatro otorgó 680 subsidios a salas y espacios teatrales por un total de 339 millones de pesos, un 53% menos que en 2021 (considerando valores constantes). A medida que los espacios retornaron a las actividades presenciales durante el último año,

el universo alcanzado por los subsidios se redujo, aunque la cantidad de espacios subsidiados se encuentra un 145% por encima de 2019.

Al analizar la evolución de los subsidios en su conjunto (grupos, elencos, salas y espacios), se observa que en la pandemia

se produjo un fuerte incremento de la cantidad de ayudas y los montos medidos a valores constantes. Sin embargo, los subsidios otorgados en 2022 cayeron (siempre a valores constantes) un 19% con respecto al año previo a la pandemia (2019).

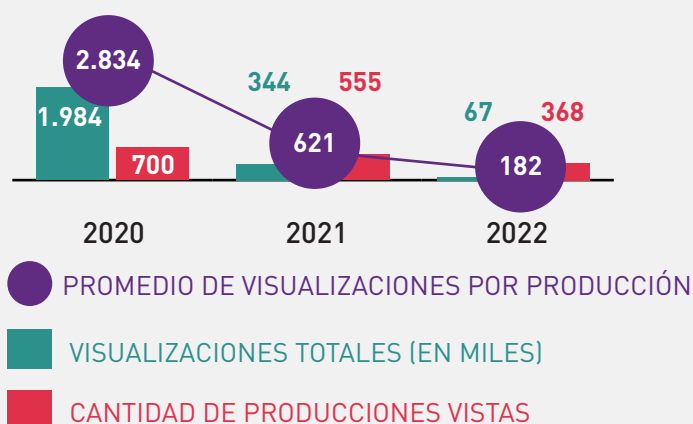
**Gráfico 27. Teatro. Cantidad de subsidios y montos otorgados por el INT para el fomento de salas y espacios teatrales. En unidades y miles de pesos corrientes. Argentina. 2017-2022**



Fuente: Instituto Nacional del Teatro.

El Teatro Nacional Cervantes y el Complejo Teatral de Buenos Aires ofrecen contenido propio en sus plataformas virtuales<sup>14</sup> desde el inicio de la pandemia. En 2022, con el retorno de la actividad teatral a la presencialidad, la cantidad de producciones vistas, las visualizaciones totales y el promedio de visualizaciones por obra cayeron por segundo año consecutivo: las primeras retrocedieron un 34% respecto al año anterior y las segundas, un 81%; en tanto que el promedio de visualizaciones por obra cayó un 71%.

**Gráfico 28. Teatro. Visualizaciones totales, obras vistas y promedio de visualizaciones por obra en Cervantes online y plataformas del CTBA. En unidades. Argentina, 2020-2022**



Fuente: SInCA en base a Teatro Nacional Cervantes y Complejo Teatral de Buenos Aires.

14. El Cervantes, a través de su página web y su canal de YouTube; el Complejo Teatral de Buenos Aires, a través de las plataformas YouTube BA Cultura, YouTube GCBA, Facebook y YouTube CTBA.

## PATRIMONIO

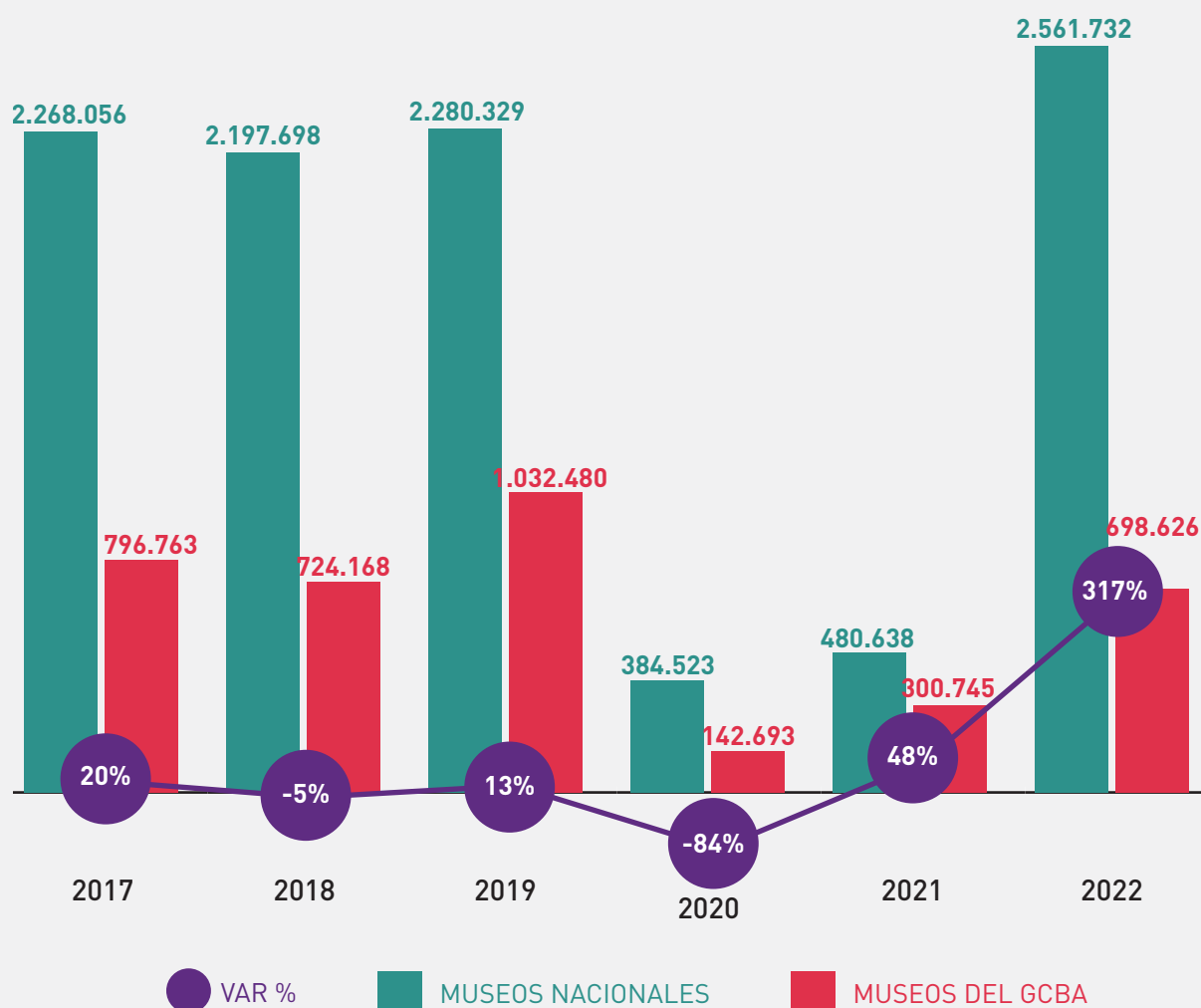
Los museos públicos recibieron 3.260.358 visitas en 2022, un 317% más que en 2021. Impulsado por la vuelta a la presencialidad, 2022 se convirtió en el segundo año con más asistencia a museos de la última década.

El Museo Histórico Nacional del Cabildo y la Revolución de Mayo, que recibe regularmente la visita de numerosos grupos escolares, volvió a ser el más

elegido de los museos nacionales: contó con más de 650.000 visitantes, lo que representa el 25% del total del público que asistió a museos nacionales.

Por cuarto año consecutivo, el museo más visitado del GCBA fue el Museo de Arte Moderno, con 277.019 visitas, lo que significa el 40% 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, 2017-2022**



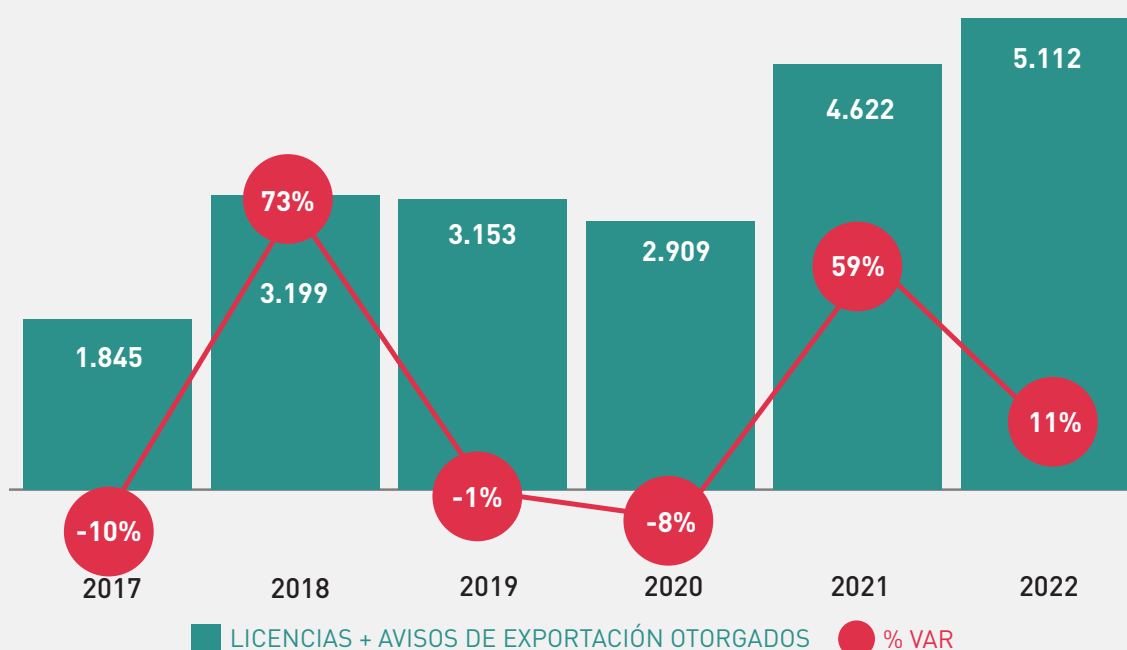
Fuente: SInCA en base a datos de la Dirección Nacional de Museos; Museo Nacional de Bellas Artes y Dirección General de Estadística y Censos de GCBA.

En cuanto a la actividad de los museos nacionales en sus redes sociales y páginas web, el Museo Nacional de Bellas Artes fue el más visitado en la web y es el que cuenta con

más seguidores/as en las redes sociales. Lo secundan el Museo Histórico Nacional (visitas web) y el Museo Nacional de Arte Decorativo (seguidores/as en redes sociales).

Además, según datos del Ministerio de Cultura de la Nación, en 2022 se aprobaron 5.112 licencias y avisos para la exportación de obras de arte<sup>15</sup>, un 11% más que en 2021.

**Gráfico 30. Patrimonio. Licencias y avisos de exportación para obras de arte otorgadas y variación interanual. En unidades y porcentajes. Argentina, 2017-2022**



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

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

## TELEVISIÓN

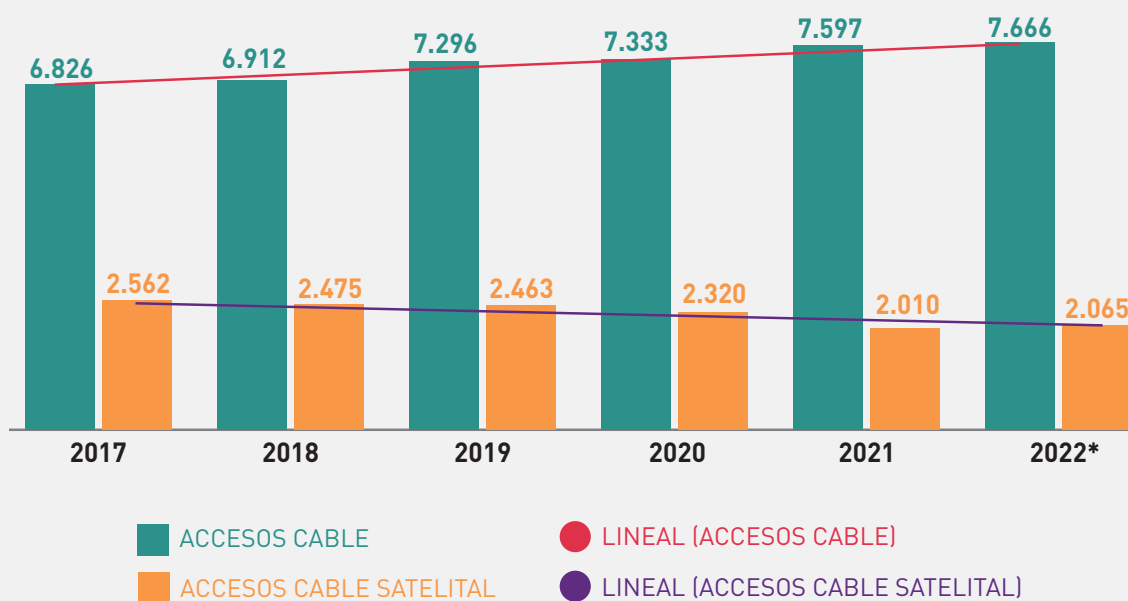
El consumo de TV en la Argentina, como se desprende de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2022, se caracteriza por la alta penetración del mercado por suscripción, compuesto por la TV por cable y la TV satelital<sup>16</sup>. Respecto del año anterior, la cantidad de accesos totales aumentó en 2022 un 1% y un 4% en el período 2017-2022. Este aumento en los accesos no se refleja en los ingresos, que a valores constantes cayeron un 29% el último año y un 46% en el período 2017-2022.

El mercado de la TV por suscripción está dominado por el

servicio de TV por cable, con una participación del 79% en los accesos y del 66% en los ingresos.

En cuanto a la evolución de cada segmento, los accesos a TV por cable aumentaron un 0,9% con respecto a 2021, alcanzando los 7,7 millones de accesos; mientras que los accesos de la TV satelital mostraron un crecimiento de un 2,7% en el último año, con 2,1 millones de accesos. Si se analizan los últimos seis años, se observa una tendencia creciente en los accesos a servicios de TV por cable y una demanda a la baja en el servicio satelital.

**Gráfico 31. Televisión. Accesos a servicios de TV por suscripción. En miles de accesos. Argentina, 2017-2022**



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

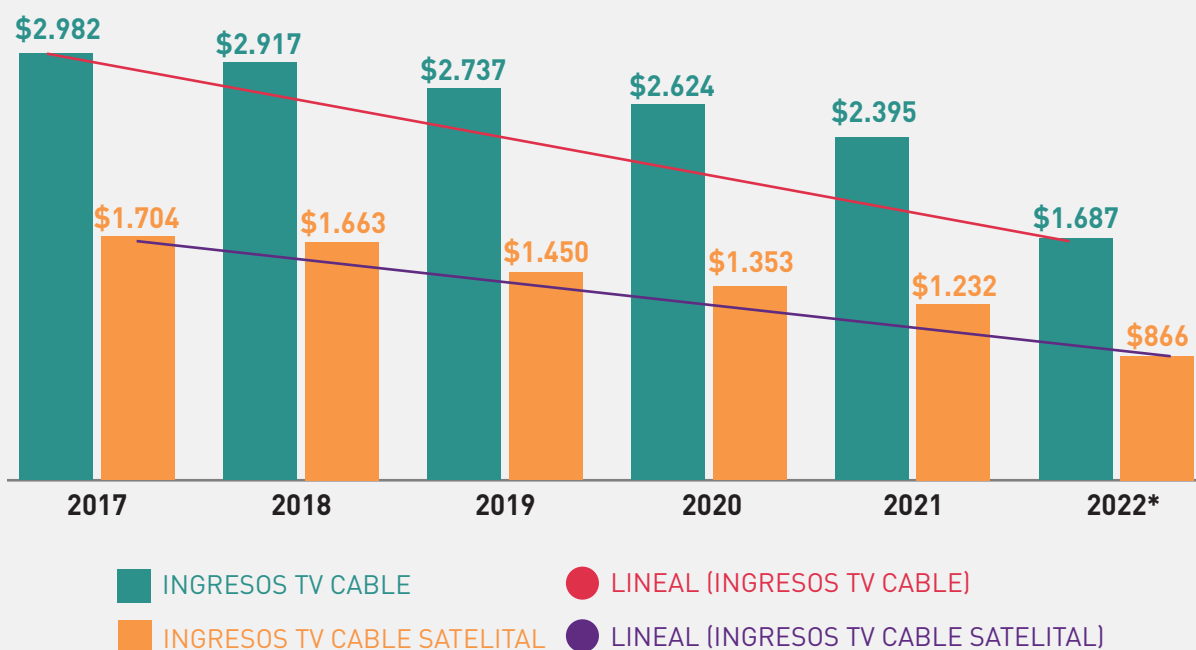
Nota: información al último trimestre de cada año.

2022\*: para el cuarto trimestre de 2022 se tomó el mismo valor del tercer trimestre 2022 ya que aún no está publicado.

16. Según datos de la ENCC 2022, el 91% de la población miró televisión de aire o cable durante el año 2022 y la mayoría (73%) contrató un servicio de televisión por cable o satelital.

En cuanto a la evolución de los ingresos por segmento, en 2022 tanto la TV satelital como la TV por cable cayeron un 30% con respecto al año anterior.

**Gráfico 32. Televisión. Ingresos de servicios de TV por suscripción. En millones de pesos constantes. Argentina, 2017-2022**



Fuente: SInCA en base al Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM). Pesos constantes: IPC, INDEC. Año base 2004=1.

Nota: para el cuarto trimestre de 2022 se tomó el mismo valor del tercer trimestre 2022 ya que aún no están publicados los datos oficiales.

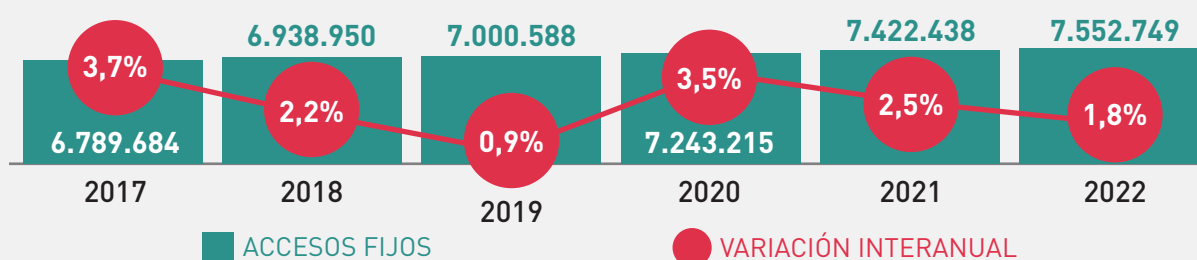
## INTERNET

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: 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 2022 se registraron 7,55 millones de accesos fijos a internet, lo que implica un aumento interanual del 1,8% y un acumulado del 11% desde 2017.

**Gráfico 33. Internet. Accesos residenciales fijos a internet y su variación interanual. En accesos y porcentajes. Argentina, 2017-2022**



Fuente: SInCA en base a datos de INDEC.

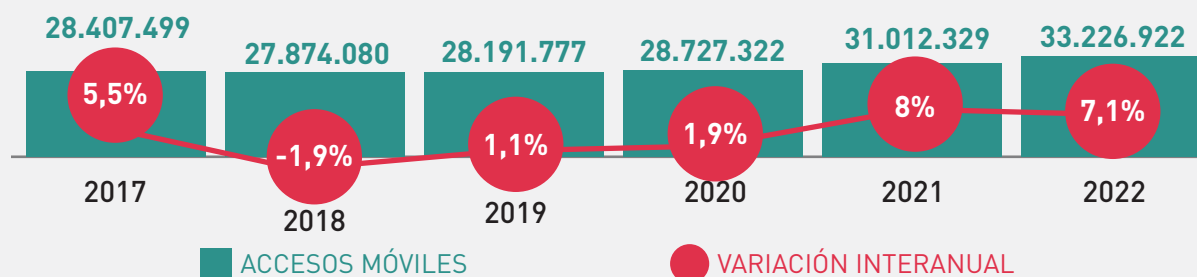
Nota: información correspondiente al mes de diciembre de cada año.

En 2022 los accesos móviles a internet superaron los 33 millones, lo que implica un aumento interanual del 7,1% y un crecimiento del 17% desde 2017. 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>17</sup>

17. Para mayor información sobre este tema, ver el Informe de la [Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2023](#).

**Gráfico 34. Internet. Accesos residenciales móviles a internet y su variación interanual. En accesos y en porcentajes. Argentina, 2017-2022**



Fuente: SInCA en base a datos de INDEC.

Nota: información correspondiente al mes de diciembre de cada año.

## 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

Sociedad Argentina de Autores y Compositores de Música (SADAIC)

**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**