



Sistema de Información
Cultural de la Argentina

DIRECCIÓN NACIONAL DE INNOVACIÓN
Y COORDINACIÓN DE GESTIÓN

COYUNTURA CULTURAL

DATOS SECTORIALES

2023

AÑO 15
NÚMERO 50
OCTUBRE 2024

03
RESUMEN

04
CINE

16
LIBROS

20
DIARIOS

24
REVISTAS

25
MÚSICA

31
TEATRO

36
PATRIMONIO

38
TELEVISIÓN

41
INTERNET



Secretaría de Cultura
Presidencia de la Nación

Secretaría de Cultura /// SInCA

Director Nacional de Innovación
Cultural

Gastón Sola

Coordinador del Sistema de
Información Cultural de la Argentina

Federico Bonazzi

Elaboración

Michelle Chirkes, Nahuel Moroz

Asistencia técnica

Laura Pérez

Equipo SInCA

Adriana Castaño, Alcira Garido

RESUMEN

En 2023 la mayoría de las actividades culturales continuaron recuperando los valores previos a la pandemia del Covid-19.

El crecimiento de la actividad fue notable en varias prácticas culturales: el teatro, los shows de música en vivo y los museos presentaron un aumento en la cantidad de asistentes en comparación con el año 2022, y se acercaron a los valores registrados en 2019.

Sin embargo, los datos de recaudación no fueron alentadores para todos los sectores. El cine, pese a haber aumentado en cantidad de espectadores, registró una caída en la recaudación. Por otro lado, el sector editorial no sólo sufrió un descenso en la cantidad de libros editados en comparación con 2022, sino que la tirada promedio también fue considerablemente menor.

En 2023 se registró la primera caída en accesos a la TV por cable. Aunque se trata de un porcentaje que no llega al 1%, constituye un dato llamativo porque es la primera marca negativa en diez años.

En cambio, internet mantiene la tendencia al crecimiento sostenido: en 2023 los accesos fijos (hogareños) y los móviles crecieron aproximadamente un 3%.

En este documento se presenta una perspectiva general de la actividad y las prácticas culturales realizadas durante 2023, con el objetivo de actualizar las series estadísticas del período 2019-2023, ofrecer una visión general sobre la evolución de los principales consumos culturales y contribuir al monitoreo y análisis de la actividad cultural.

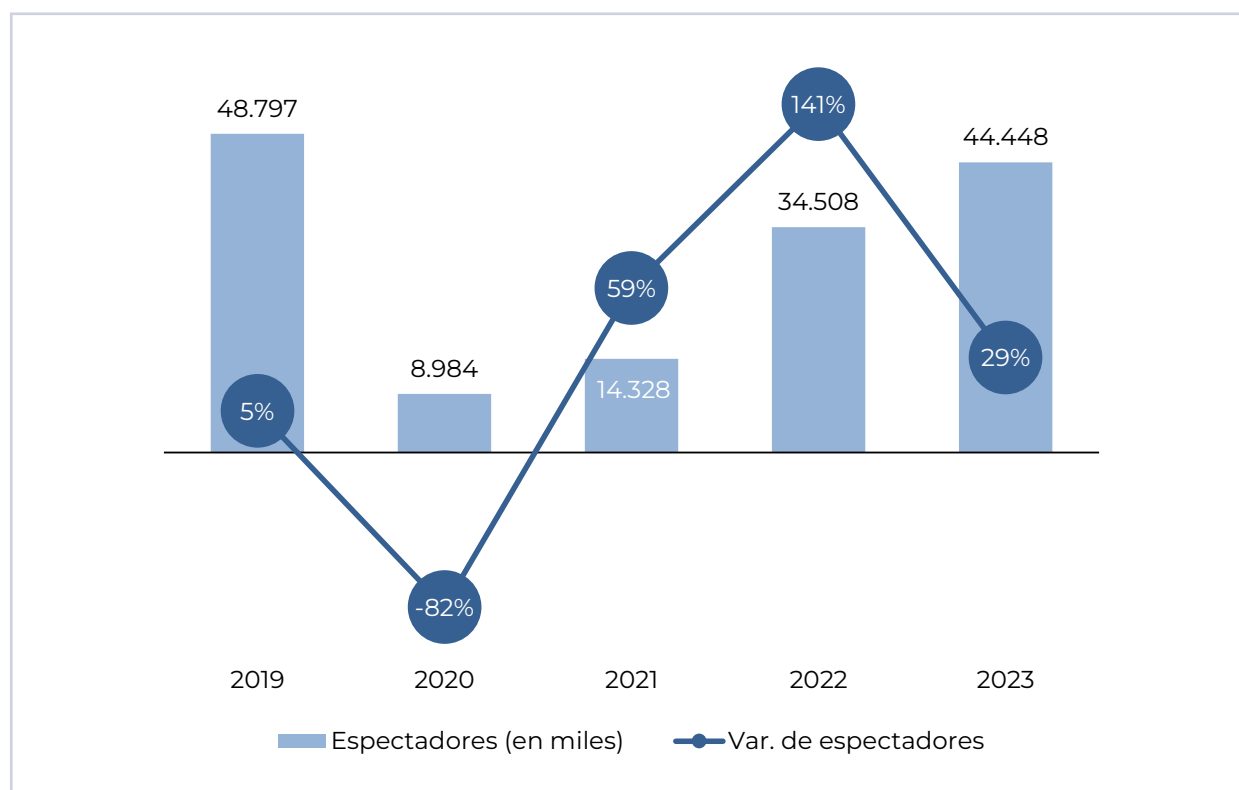
Las mediciones fueron realizadas por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA), que recaba y elabora información sobre los principales agregados económicos del sector cultural, a partir de la información provista por distintos organismos y cámaras sectoriales, a quienes se agradece su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

CINE

Durante el año 2023 el cine registró un total de 44.447.934 espectadores/as, lo que representa un aumento interanual del 29% con respecto a 2022. A pesar de este importante crecimiento, la cantidad de entradas vendidas continúa diez puntos por debajo de la del año previo a la pandemia (2019).

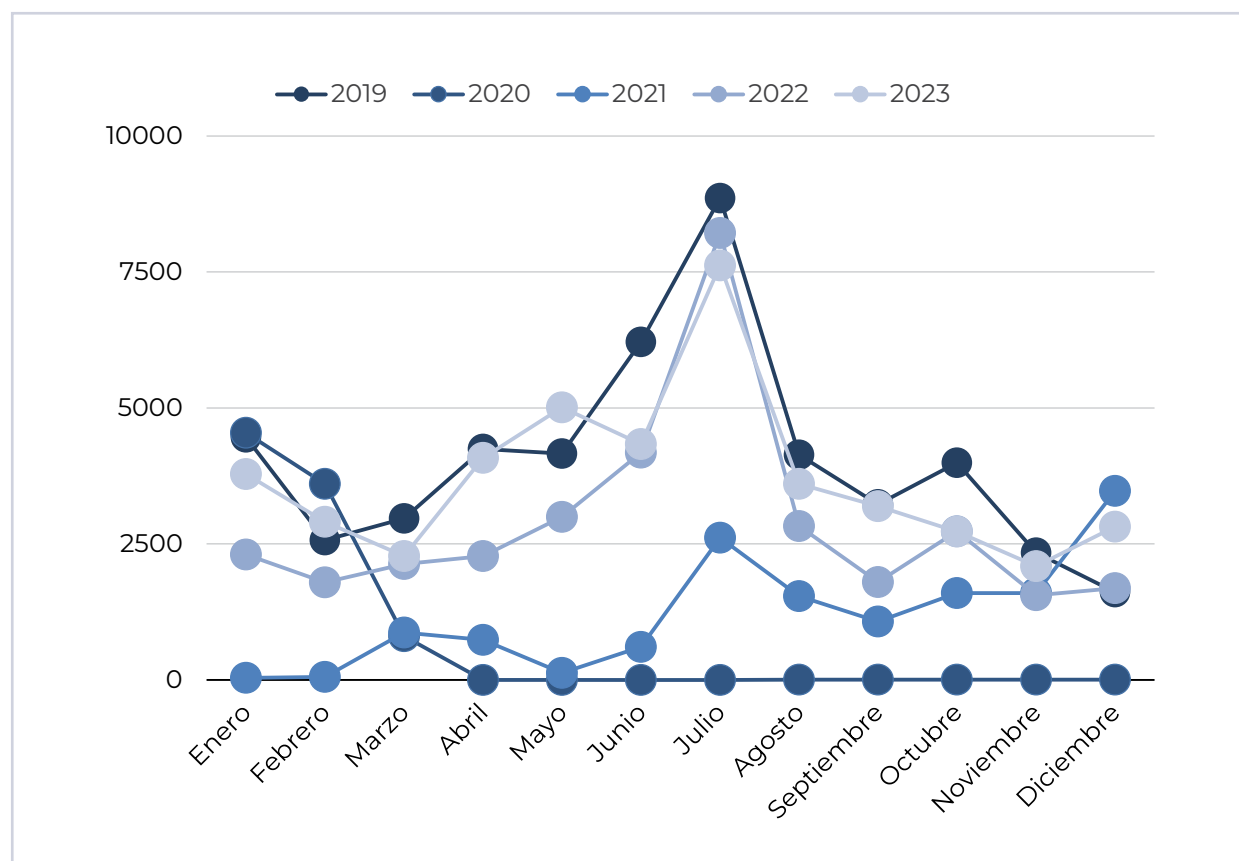
El crecimiento interanual se distribuye prácticamente en todos los meses del año, con un aumento más pronunciado en abril. Sin embargo, julio de 2023 registra una caída del 13% con respecto al mismo período del año anterior; y los meses de mayo y septiembre registran espectadores por encima del promedio del período 2019-2023.

Gráfico 1. Cine. Espectadores/as totales y variación interanual. En miles de espectadores/as y porcentajes. Argentina, 2019-2023



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

Gráfico 2. Cine. Espectadores/as totales por mes. En miles de espectadores/as. Argentina, 2019-2023

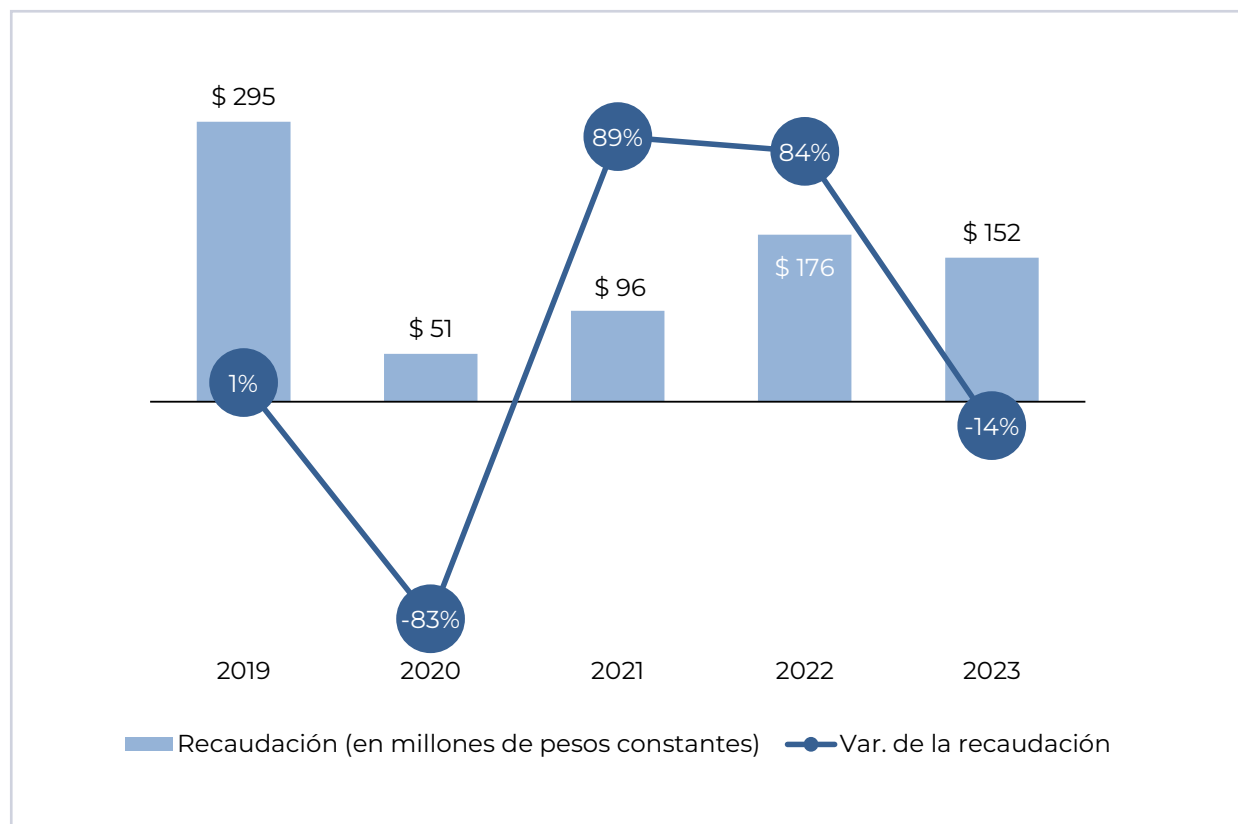


Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

En 2023 la recaudación total por venta de entradas fue de \$53.769 millones de pesos, lo que, en valores constantes¹, significa una caída del 14% con relación a 2022. Comparativamente, en estos tres años la recuperación en la cantidad de entradas fue superior a la de la recaudación (en valores constantes): las entradas crecieron un 395% y la recaudación, un 200%. De todos modos, en ningún caso se alcanzaron los registros de 2019: las entradas se ubicaron un 9% por debajo, y la recaudación, un 49%.

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

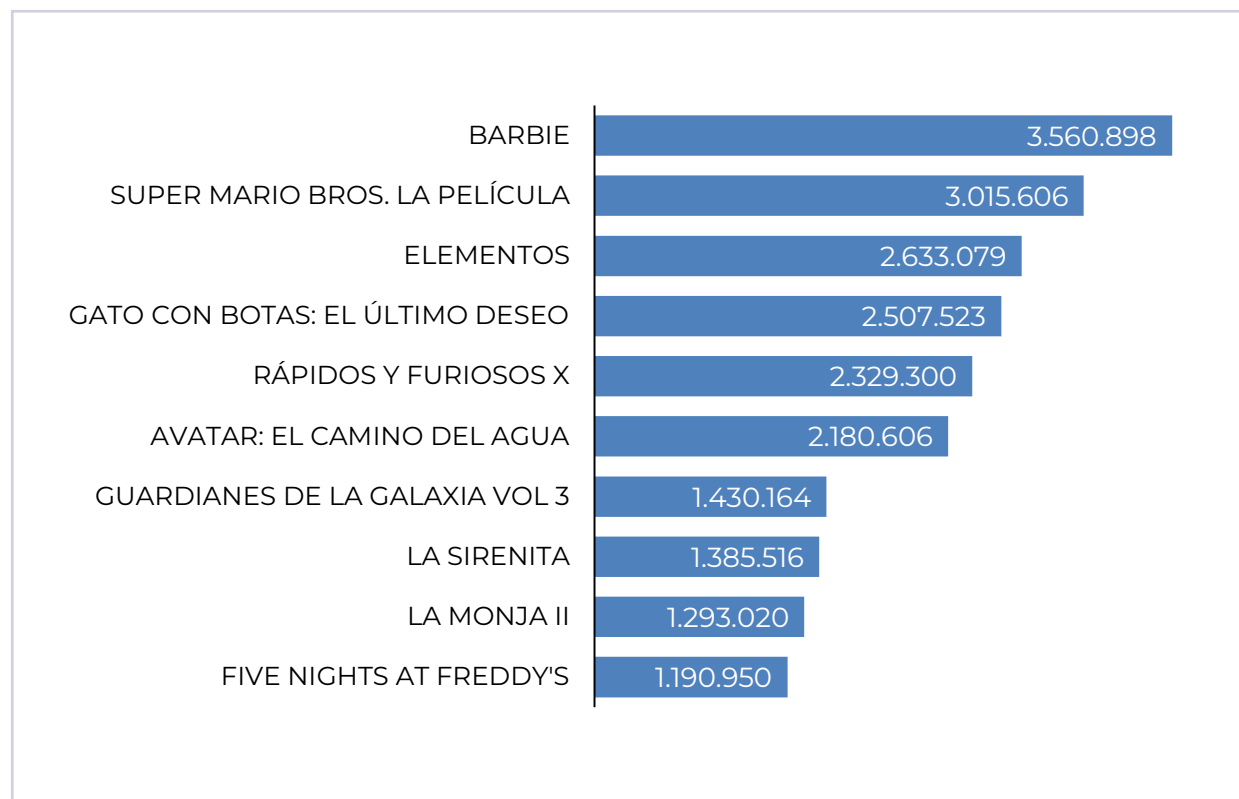
Gráfico 3. Cine. Recaudación total y variación interanual. En millones de pesos constantes y en porcentajes. Argentina. 2019-2023



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

Las películas más vistas durante el año 2023 provinieron de Estados Unidos y el Reino Unido. El film más visto fue Barbie, con 3.560.898 espectadores/as.

Gráfico 4. Cine. Ranking de las primeras diez películas más taquilleras.
En espectadores/as. 2023

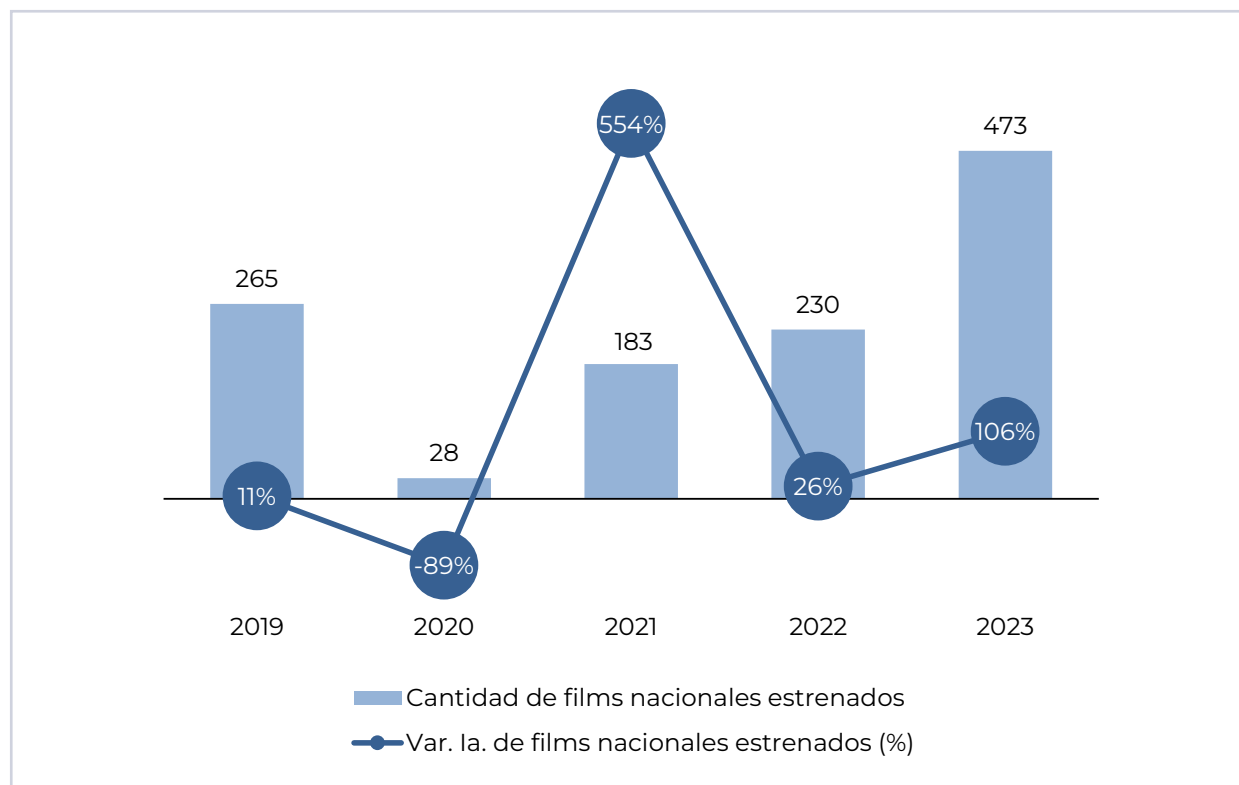


Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

En 2023 se estrenaron 948 películas nacionales e internacionales, lo que representa un crecimiento del 124% con relación a 2022, año en que se estrenaron 424 películas.

La distribución entre estrenos nacionales y extranjeros en 2023 fue muy pareja: las películas argentinas fueron 473 y las extranjeras, 475.

Gráfico 5. Cine nacional. Cantidad de films estrenados y variación interanual. En unidades y en porcentajes. Argentina, 2019-2023

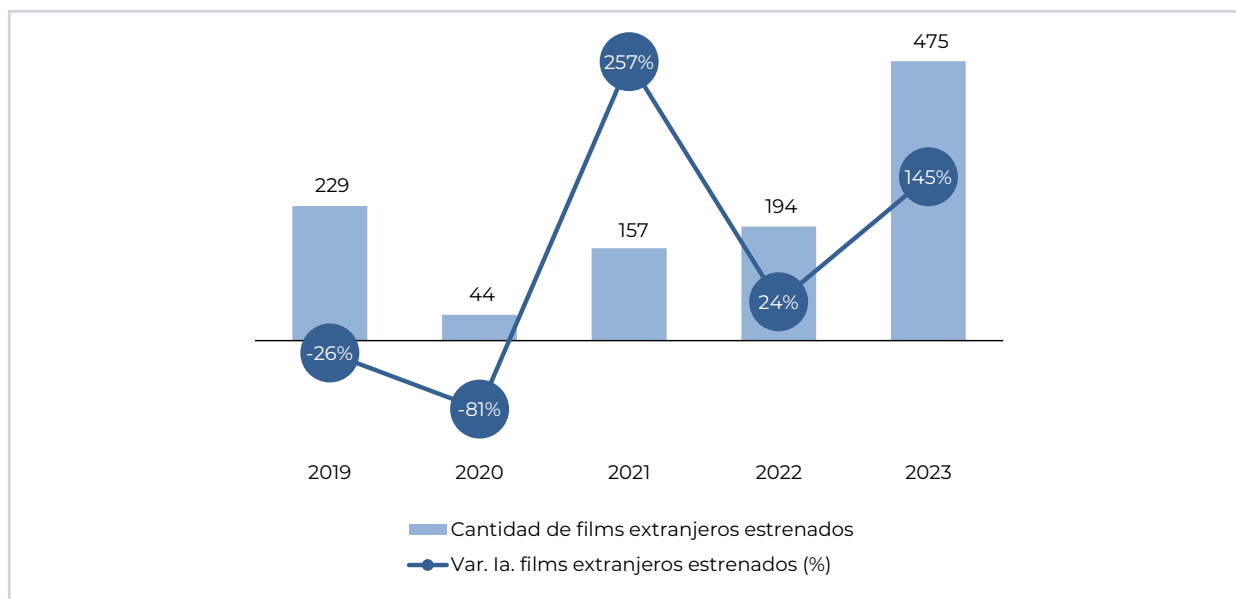


Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

En 2023 la cantidad de espectadores/as de cine nacional equivalió a un 7% del total de espectadores.

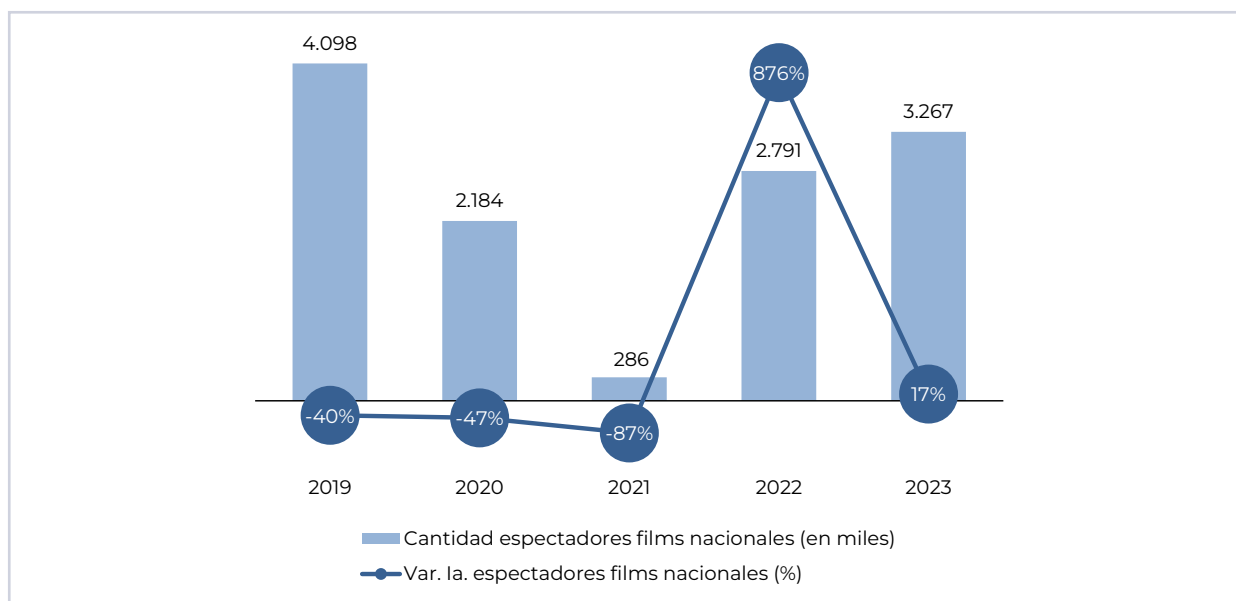
A pesar del crecimiento en el número de films nacionales estrenados, la cantidad de espectadores aún no recupera los valores previos a la pandemia, cuando la proporción de espectadores de films nacionales era sensiblemente mayor a la registrada en 2023.

Gráfico 6. Cine. Estrenos extranjeros y variación interanual. En unidades y en porcentajes. Argentina, 2019-2023



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

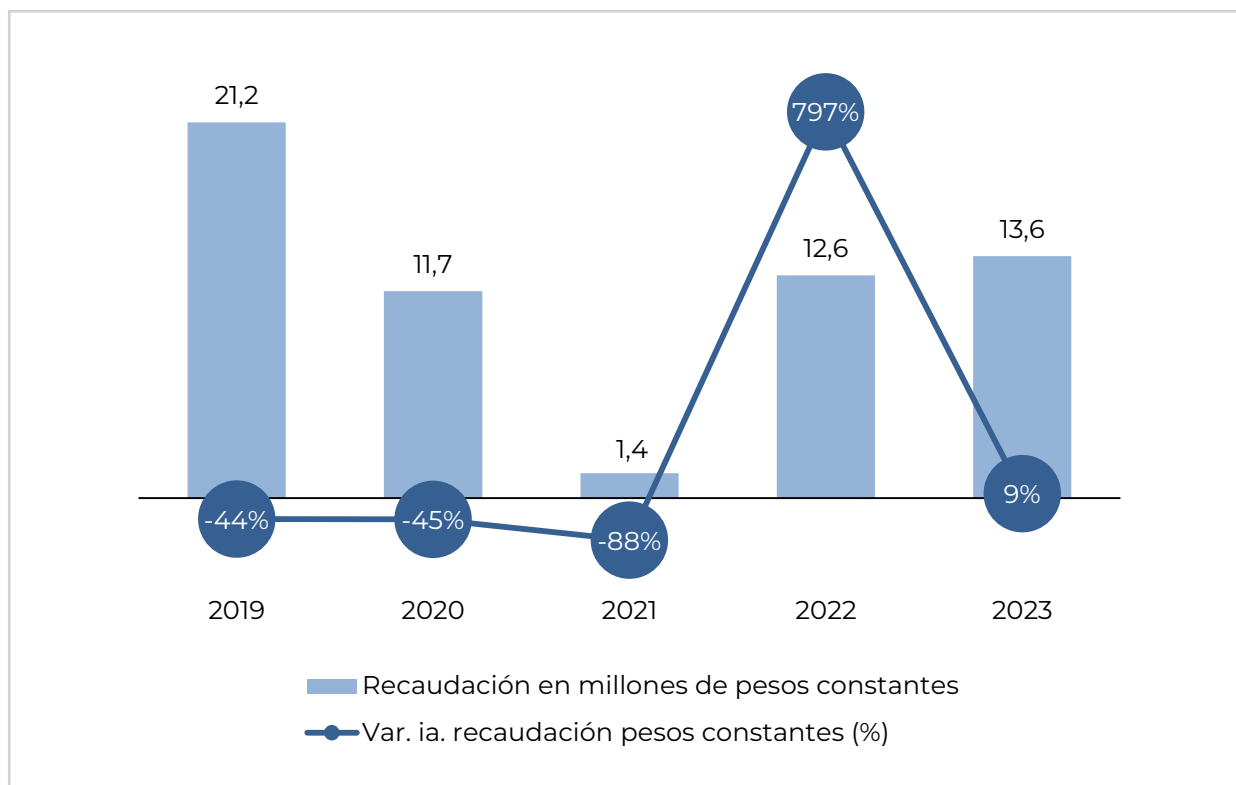
Gráfico 7. Cine nacional. Espectadores/as totales y variación interanual. En miles de espectadores/as y en porcentajes. Argentina, 2019-2023



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

La cantidad de espectadores/as de cine guarda relación con las diferencias en la recaudación de tickets. Es por eso que el 9% de la recaudación corresponde a películas nacionales y el 91%, a películas extranjeras.

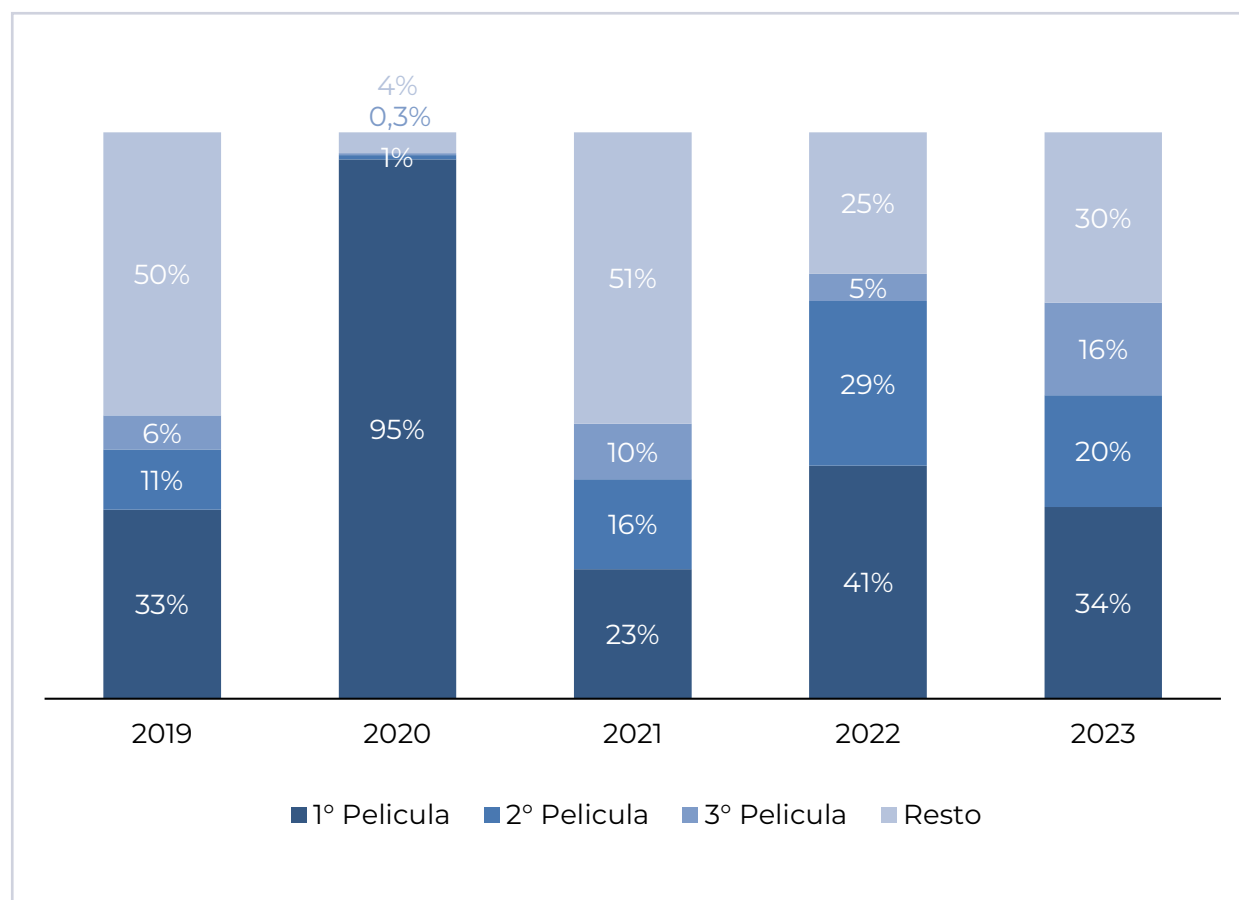
Gráfico 8. Cine nacional. Recaudación total y variación interanual. En millones de pesos constantes y en porcentajes. Argentina, 2019-2023



Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA). Para la estimación a precios constantes se utilizó el IPC, INDEC. Año base 2004=1.

En 2023 las películas extranjeras concentraron el 93% de los espectadores y los estrenos nacionales, el 7%. 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 tres películas: “Muchachos. La película de la gente”, “La extorsión” y “Elijo creer”. Esos tres films, en conjunto, convocaron al 70% de los/as espectadores/as de cine nacional.

Gráfico 9. Cine nacional. Distribución de espectadores por películas más taquilleras. En porcentajes. Argentina. Año 2019-2023

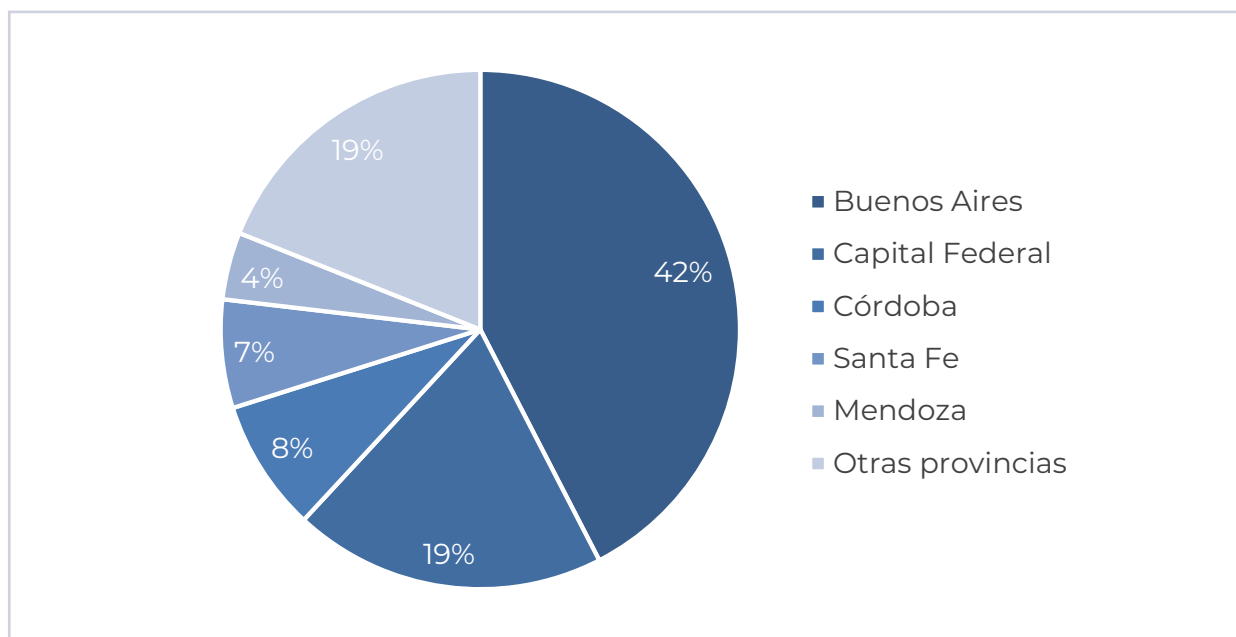


Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

Las películas más taquilleras concentran más del 50% de los espectadores de cine en la serie 2019-2023. Por ejemplo en 2023, la primera y segunda película más taquilleras alcanzaron el 54% de los espectadores de todo el año, y el 46% restante se distribuyó en el resto de los estrenos.

La serie muestra una acentuada concentración de espectadores en dos o tres películas cada año (exceptuando 2020, un año anómalo debido al confinamiento estricto por la pandemia). El pico más alto de concentración en los tres primeros films tuvo lugar en 2022, cuando esas películas convocaron al 75% del total anual de espectadores.

Gráfico 10. Cine. Espectadores/as por provincia. En porcentajes. Argentina, 2023



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 (61%) y de la recaudación (66%).

En cambio, cuando se analiza la cantidad de espectadores cada 100.000 habitantes por jurisdicción, se observa que la Ciudad Autónoma de Buenos Aires² triplica el promedio nacional y la provincia de Neuquén duplica los datos nacionales (y son las jurisdicciones con mayor consumo de cine cada 100.000 habitantes³). También se encuentran por encima del promedio de espectadores cada 100.000 habitantes las provincias de Tierra del Fuego y Buenos Aires. Por el contrario, en las provincias de Misiones, Entre Ríos, Santiago del Estero, Formosa, Jujuy y Chaco se registra una asistencia al cine entre tres y cuatro veces más baja que el promedio nacional.

² El 41% de los habitantes de la provincia de Buenos Aires que realizó actividades culturales lo hizo en CABA. "Informe 2022 Buenos Aires: Consumos culturales y percepciones", Ministerio de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires.

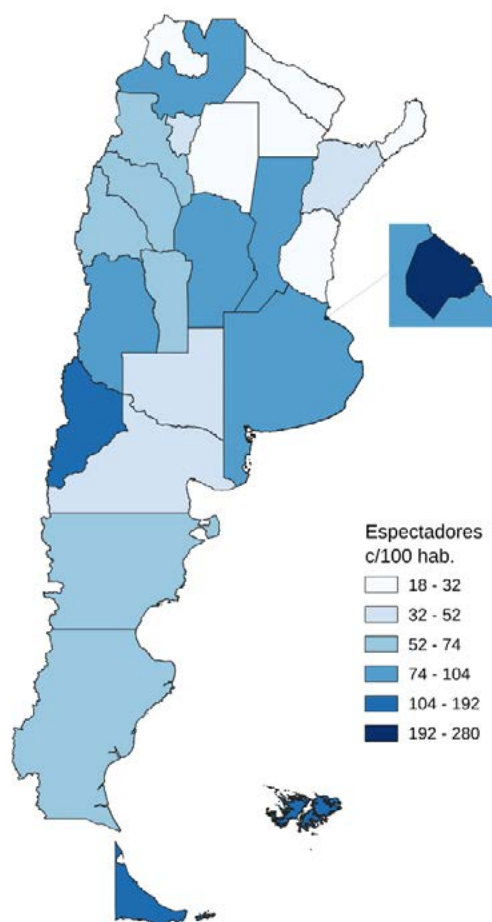
³ Estos datos guardan relación con los resultados de la ENCC 2022, que muestran que el 47% de la población de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires asistió al cine durante 2022, mientras que a nivel nacional ese porcentaje desciende al 36%.

Tabla 1. Cantidad de espectadores/as, salas y pantallas cada 100.000 habitantes y variación de espectadores por provincia. Argentina, 2019 y 2023

Provincia	Espectadores c/ 100.000 hab.	var 19-23	var 22-23	Salas c/ 100.000 hab.	Pantallas c/ 100.000 hab.
Buenos Aires	104.378	-4%	27%	0,59	1,98
Capital Federal	280.275	-16%	31%	1,07	4,70
Catamarca	66.816	-7%	31%	0,47	2,35
Chaco	32.094	-7%	34%	0,32	1,13
Chubut	58.793	-16%	11%	1,23	1,39
Córdoba	94.151	-12%	32%	1,06	2,92
Corrientes	41.530	-5%	40%	0,61	1,39
Entre Ríos	24.941	7%	29%	0,98	1,41
Formosa	18.272	-8%	-	0,32	0,48
Jujuy	28.153	-10%	36%	0,38	0,50
La Pampa	51.502	-16%	31%	0,82	1,09
La Rioja	58.722	-3%	24%	1,22	2,45
Mendoza	90.884	-12%	24%	0,68	2,24
Misiones	30.325	51%	72%	0,46	0,92
Neuquén	191.828	0%	31%	1,02	2,61
Río Negro	35.800	-24%	10%	1,29	1,55
Salta	82.106	8%	34%	0,47	1,35
San Juan	65.429	-12%	23%	0,50	2,48
San Luis	72.894	-3%	23%	0,57	2,09
Santa Cruz	73.648	4%	44%	2,29	2,80
Santa Fe	82.877	-14%	24%	0,58	2,05
Santiago del Estero	29.747	-17%	46%	0,40	1,09
Tierra del Fuego	138.635	6%	40%	1,61	3,76
Tucumán	44.351	-24%	28%	0,40	1,31
País	95.131	-8%	29%	0,69	2,08

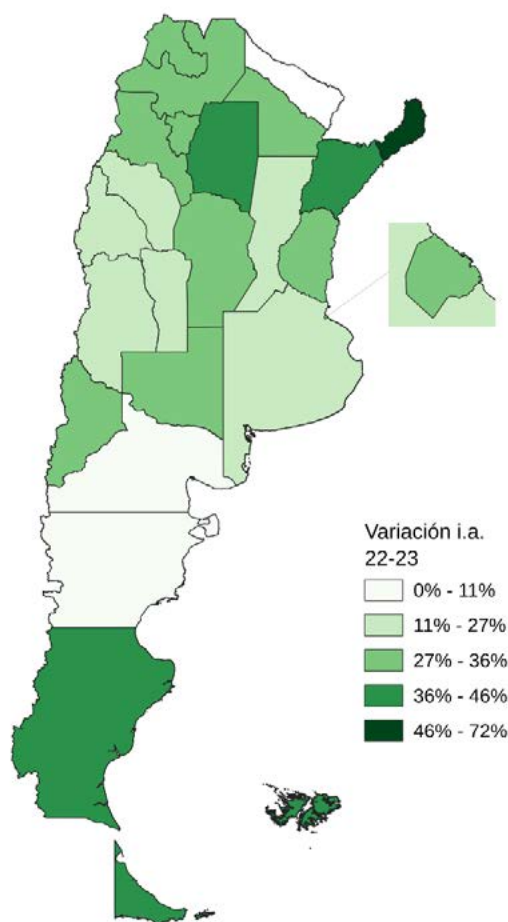
Al analizar la evolución de espectadores por provincia con respecto a 2022, todas las jurisdicciones muestran desempeños positivos. Así, por ejemplo, Misiones y Santiago del Estero, pese a ser provincias con menor cantidad de espectadores, muestran una recuperación del 72% y 46% respectivamente (y son los valores más altos del país). En el otro extremo, Chubut y Río Negro presentan una variación de aproximadamente un 10%, pero este crecimiento se encuentra por debajo de la media nacional, del 29%.

Mapa 1. Cantidad de espectadores/as cada 100 habitantes por provincia. Argentina, 2023



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

Mapa 2. Variación 2022-2023 de espectadores/as por provincia. Argentina

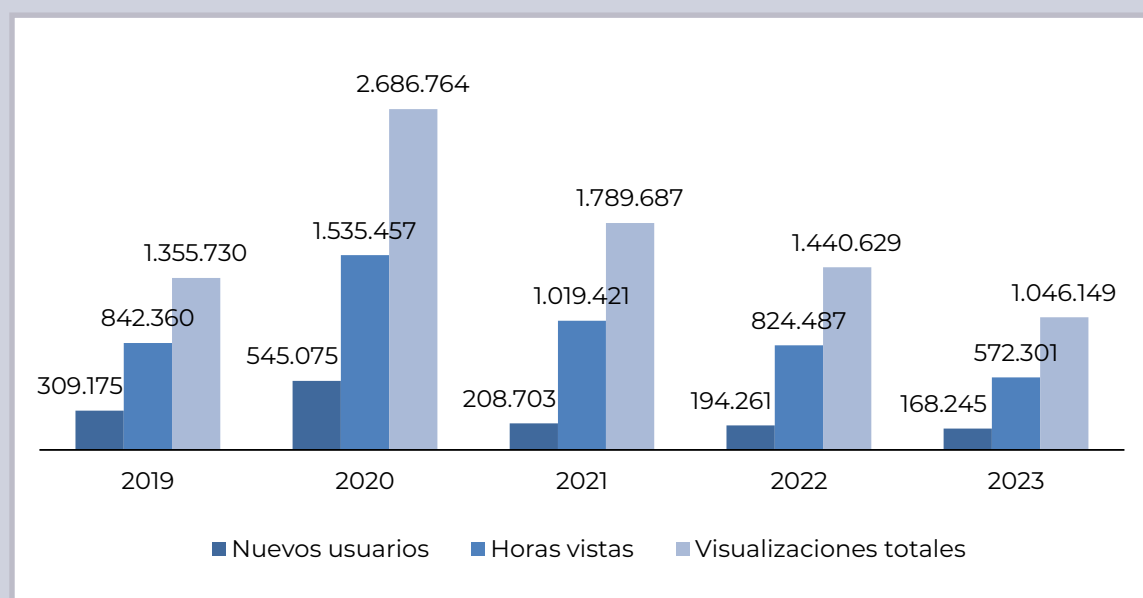


Fuente: SInCA en base a datos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

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 2023 sumó 168.245 nuevas/os usuarias/os, registró 1.046.149 visualizaciones totales (-27% con respecto a 2022) y contabilizó 572.301 horas de programación vistas (-31%). Pese a que se incorporaron 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.

Gráfico 11. Cine.Ar. Usuarios/as, horas vistas y visualizaciones totales. 2013-2023

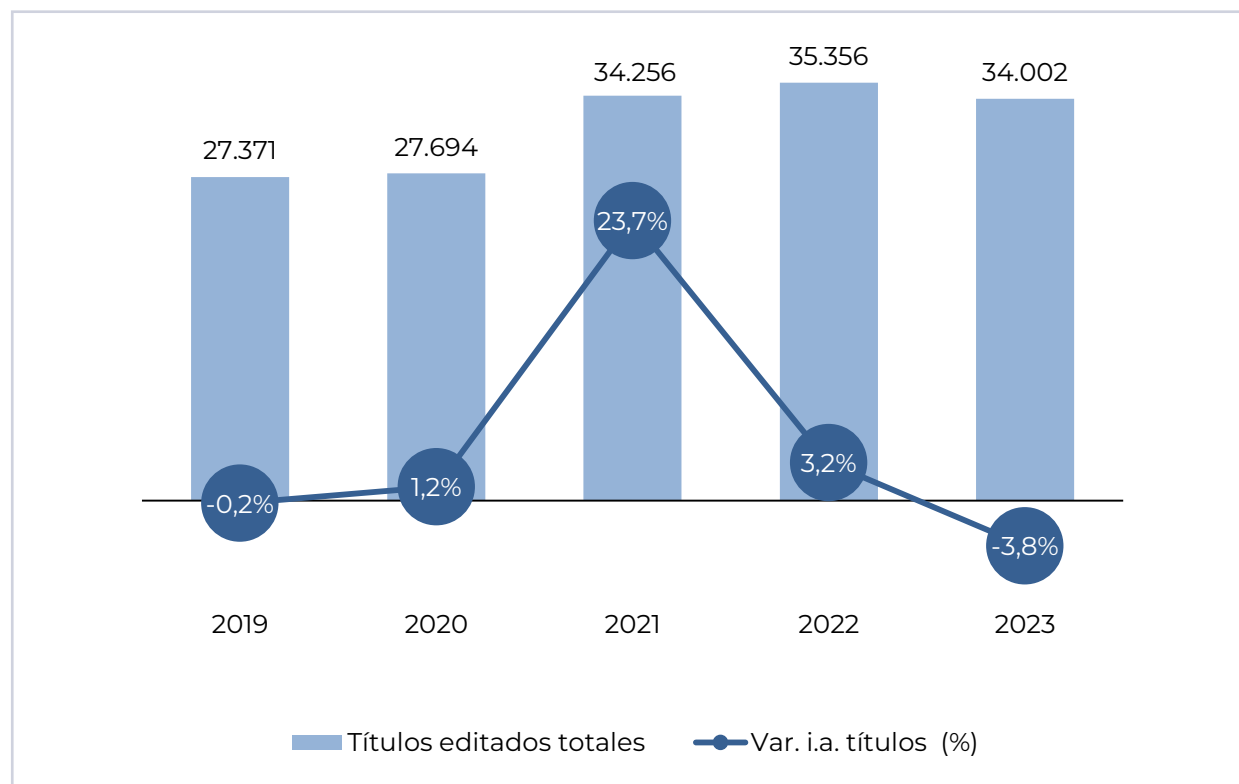


Fuente: SInCA en base a Cine.Ar, INCAA.

LIBROS

En 2023 la cantidad total de títulos editados cayó respecto de 2022, interrumpiéndose así el crecimiento sostenido que se verificaba desde 2019: en 2023 se editaron 34.002 títulos, un 4% menos que en 2022.

Gráfico 12. Editorial. Títulos editados totales y variación interanual. En unidades y en porcentajes. Argentina, 2019-2023

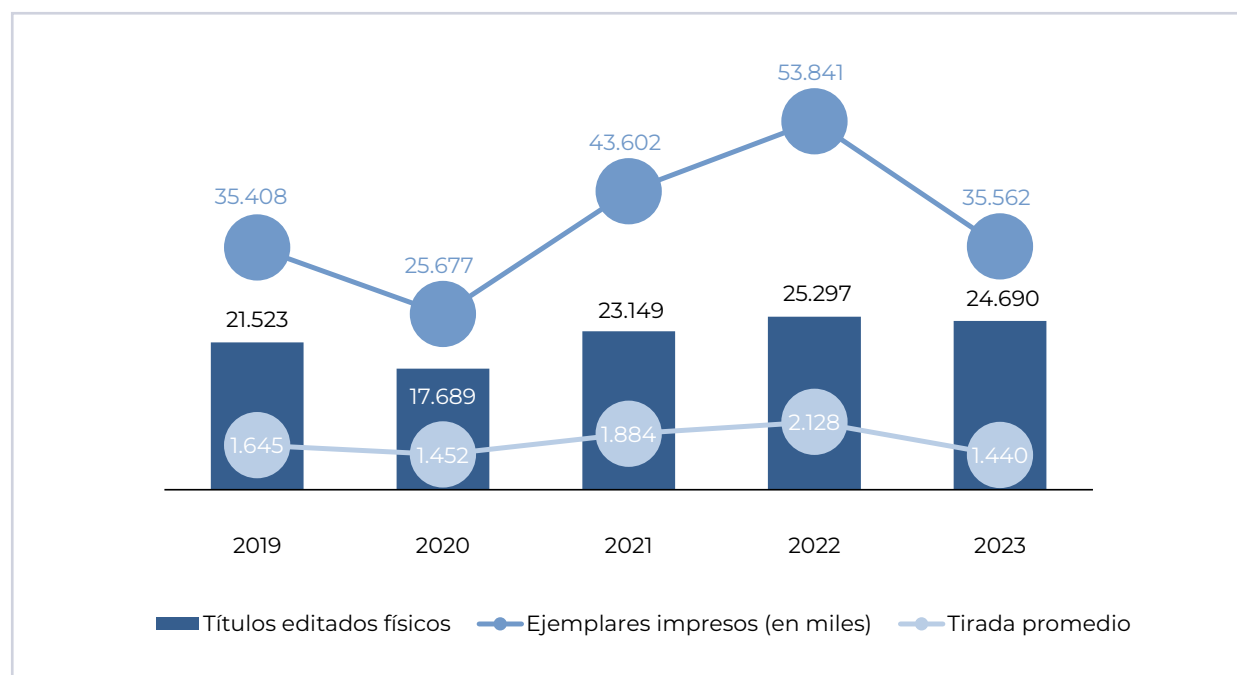


Fuente: SInCA en base a datos de la Cámara Argentina del Libro (CAL) e ISBN.ar.

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

En comparación con el año anterior, la tirada promedio disminuyó notablemente: 1.440 ejemplares en 2023 contra 2.128 en 2022.

Gráfico 13. Editorial. Títulos editados en formato físico, ejemplares por título y tirada promedio. En unidades. Argentina, 2019-2023



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 2023 los libros digitales y físicos fueron editados por más de 4.900 agentes (entre empresas, entidades públicas y privadas, y autoeditores⁴). Sin embargo, sólo el 1% de los agentes editores concentró el 38% de los títulos editados y el 83% de la tirada (ejemplares impresos)⁵.

La impresión de los ejemplares es mayoritariamente nacional: más de 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 público⁶.

No obstante, las ediciones digitales, en parte impulsadas por la pandemia, fueron ganando terreno en los últimos años. En efecto, en 2019 la participación de las ediciones digitales era del 22% del total y en 2023 pasó a representar el 27% del total.

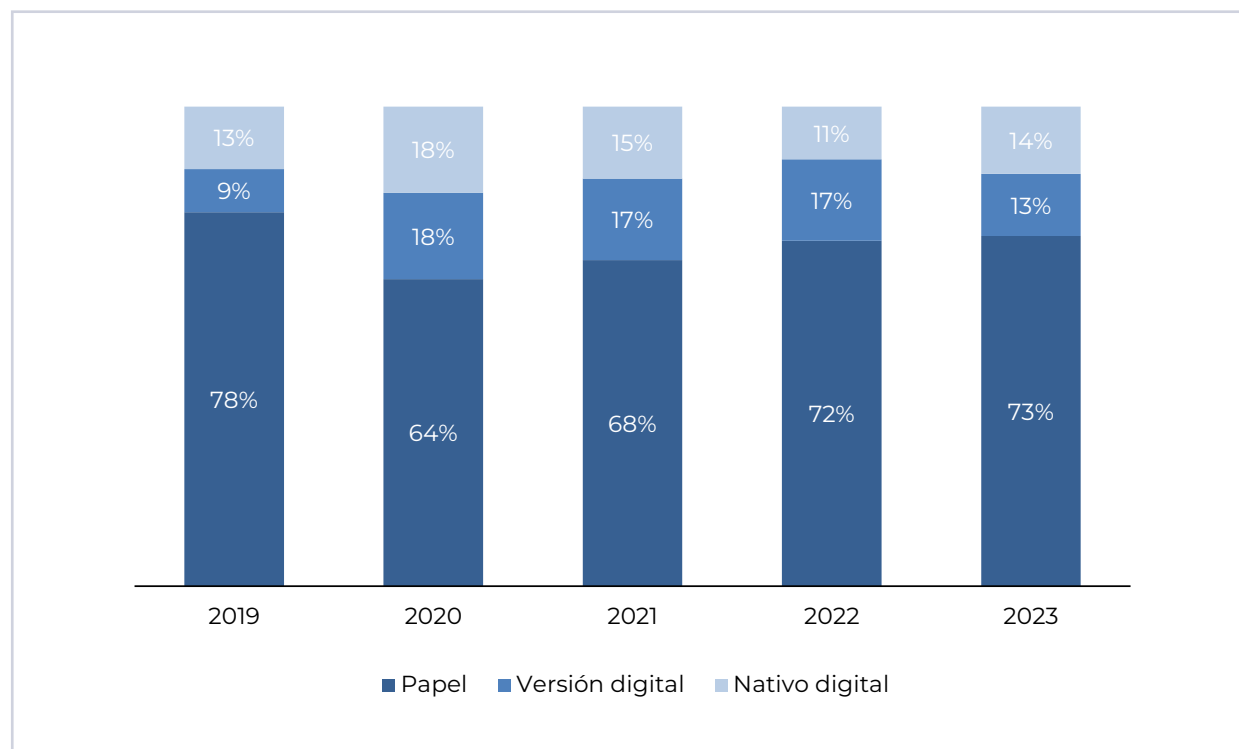
⁴ Los autoeditores representan el 57% de los agentes.

⁵ No se incluyen las publicaciones del Ministerio de Educación de la Nación.

⁶ Así se observa en la última Encuesta Nacional de Consumos Culturales, cuyos resultados muestran 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](#).

Cabe señalar que los dos tipos de versiones electrónicas tuvieron desempeños diferentes: la versión digital de los títulos impresos cayó 4 puntos porcentuales en 2023); mientras que la las ediciones nativas crecieron 3 puntos porcentuales por encima de lo registrado en 2022. No obstante, el papel sigue siendo el soporte más utilizado para la edición de libros en Argentina.

Gráfico 14. Libros. Títulos editados por soporte. En porcentajes. Argentina, 2019-2023



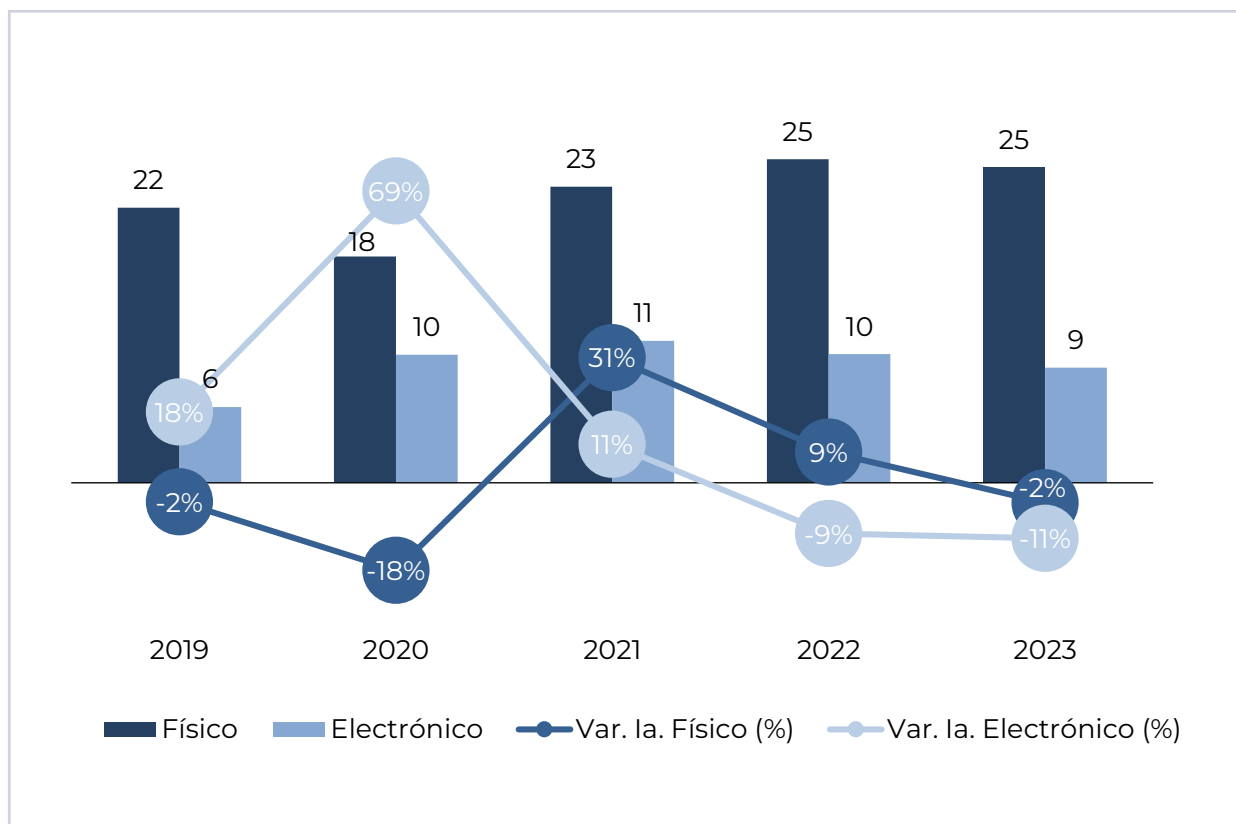
Fuente: SInCA en base a datos de la Cámara Argentina del Libro (CAL) e ISBN.ar.

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

En la serie histórica, el pico de ediciones digitales se registra en el año 2021, alcanzando 11.000 ediciones. En 2023 se registró, por segundo año consecutivo, un descenso de títulos, los cuales llegaron a 9.000.

Por su parte, la edición física, golpeada por la pandemia en 2020, se recuperó rápidamente en 2021, superando el número de ediciones de 2019. En 2023, si bien cayeron las ediciones, los valores se mantuvieron un 15% por encima de aquel año.

Gráfico 15. Libros. Evolución de títulos según soporte y variación interanual. En miles de títulos y en porcentajes. Argentina, 2019-2023.



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

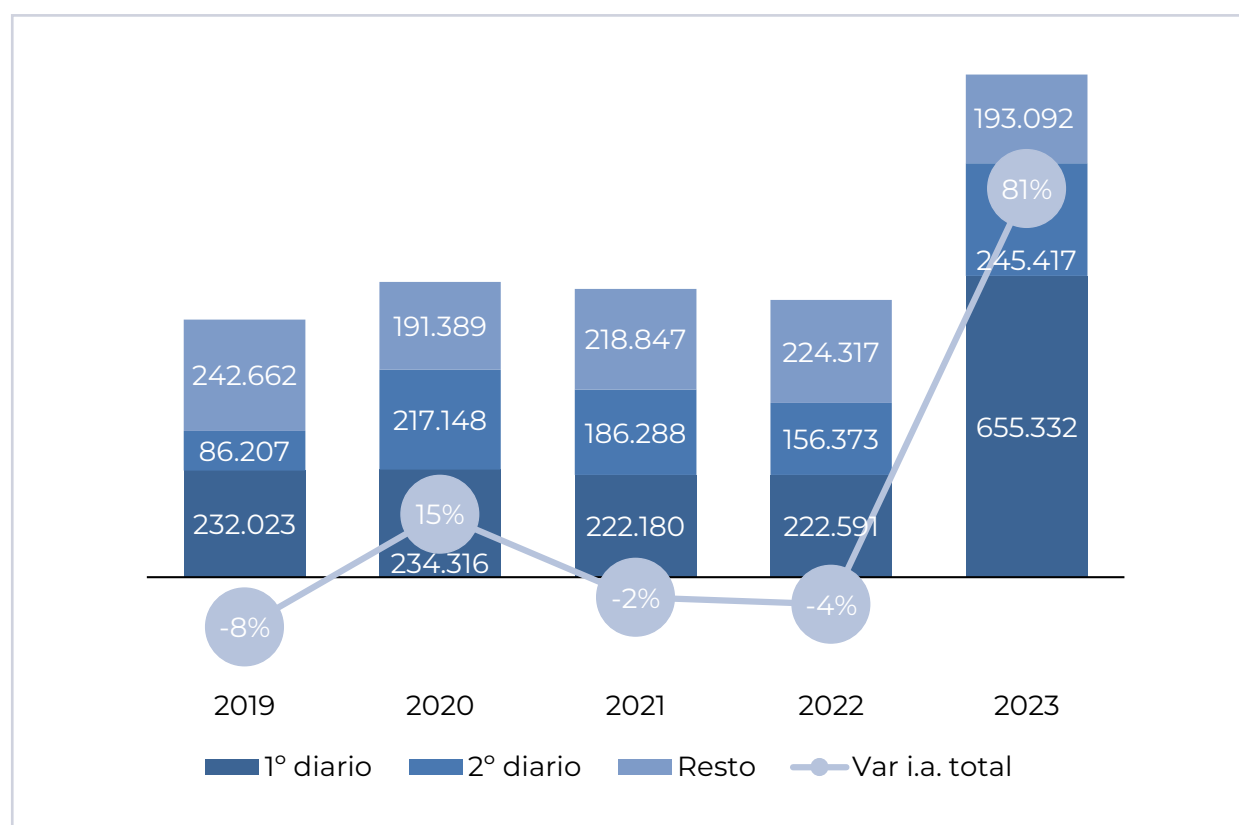
Nota: no se incluye la edición institucional y ni la de distribución gratuita.

DIARIOS

En 2023⁷ la circulación neta promedio de diarios pagos (lunes a domingo), tanto en ejemplares impresos como en suscripciones digitales, fue de 1.093.841 unidades diarias, lo que representa un incremento del 81% con respecto a 2022.

El sector muestra una gran concentración del mercado, ya que los dos primeros periódicos acaparan el 82% de la circulación neta diaria.

Gráfico 16. Diarios. Circulación neta diaria de diarios pagos (dos principales y resto). En unidades. Argentina. 2019-2023



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 2019-2020, ya que a partir de 2021 ese diario no estuvo activo en IVC.

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

⁷ Datos correspondientes al mes de diciembre de 2023.

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 2022 CABA concentró, con cuatro diarios, el 69% de la tirada diaria; y otras cuatro provincias, el 21% del total, con cuatro diarios editados (Córdoba, Tucumán, Mendoza y Santa Fe). Es decir que sólo cinco jurisdicciones concentran el 90% de los ejemplares por edición.

Tabla 3. Diarios. Circulación neta diaria y cantidad de diarios pagos en circulación por provincia de edición. En unidades. Argentina, 2023

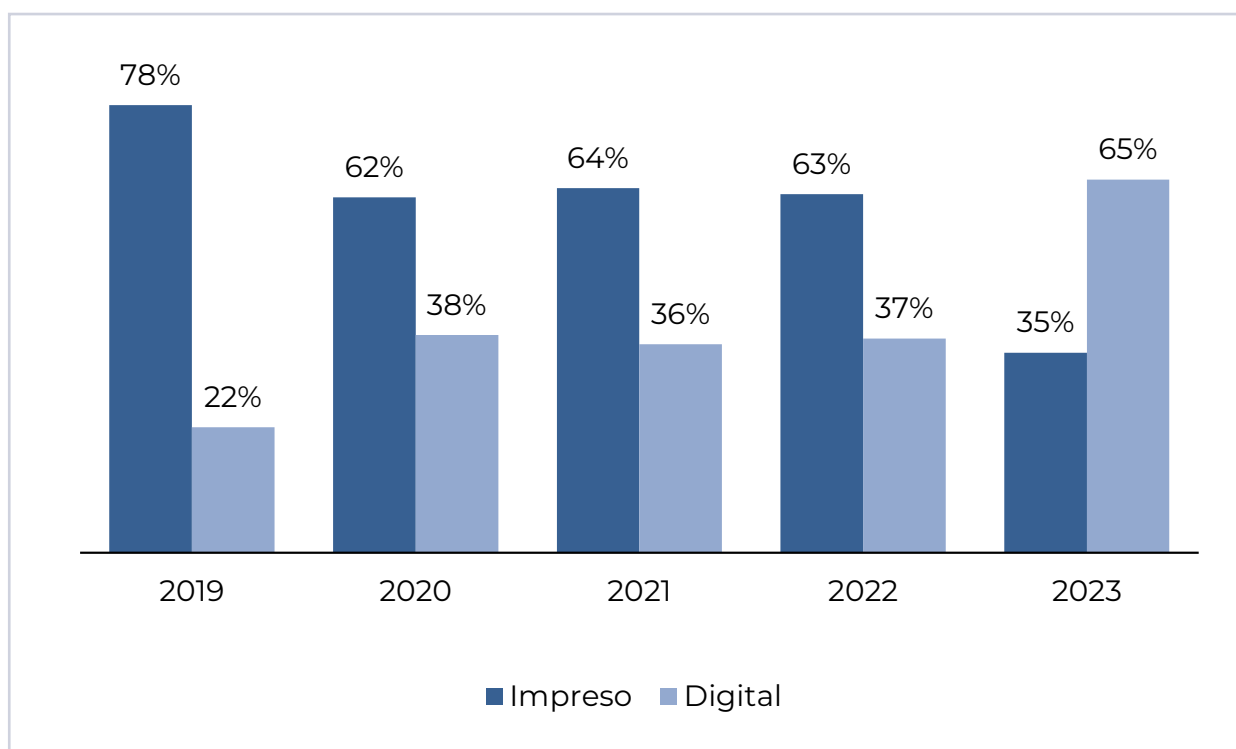
Provincia	Promedio de ejemplares impresos por edición	Cantidad de diarios	Participación de promedios en total
CABA	431.438	4	69%
Tucumán	44.424	1	7%
Santa Fe	23.975	2	4%
Córdoba	45.813	1	7%
Mendoza	19.421	1	3%
Buenos Aires	13.677	2	2%
Santiago del Estero	12.375	1	2%
Salta	8.128	1	1%
Rio Negro	5.369	1	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%
TOTAL	627.315	22	100%

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

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

La circulación de diarios pagos entre 2020 y 2022 mantuvo una relación similar entre soportes: el impreso representó algo más del 60% y el digital gravitó entre el 36% y el 38%. En 2023 la situación se invirtió: el diario digital pago ascendió al 65% y el diario en papel cayó al 35%. Sin embargo, esta transformación se explica por un cambio en la metodología de medición de suscripciones, no por una transformación del mercado⁸.

Gráfico 17. Diarios. Circulación neta diaria de diarios pagos por tipo de soporte. En unidades. Argentina, 2019-2023



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

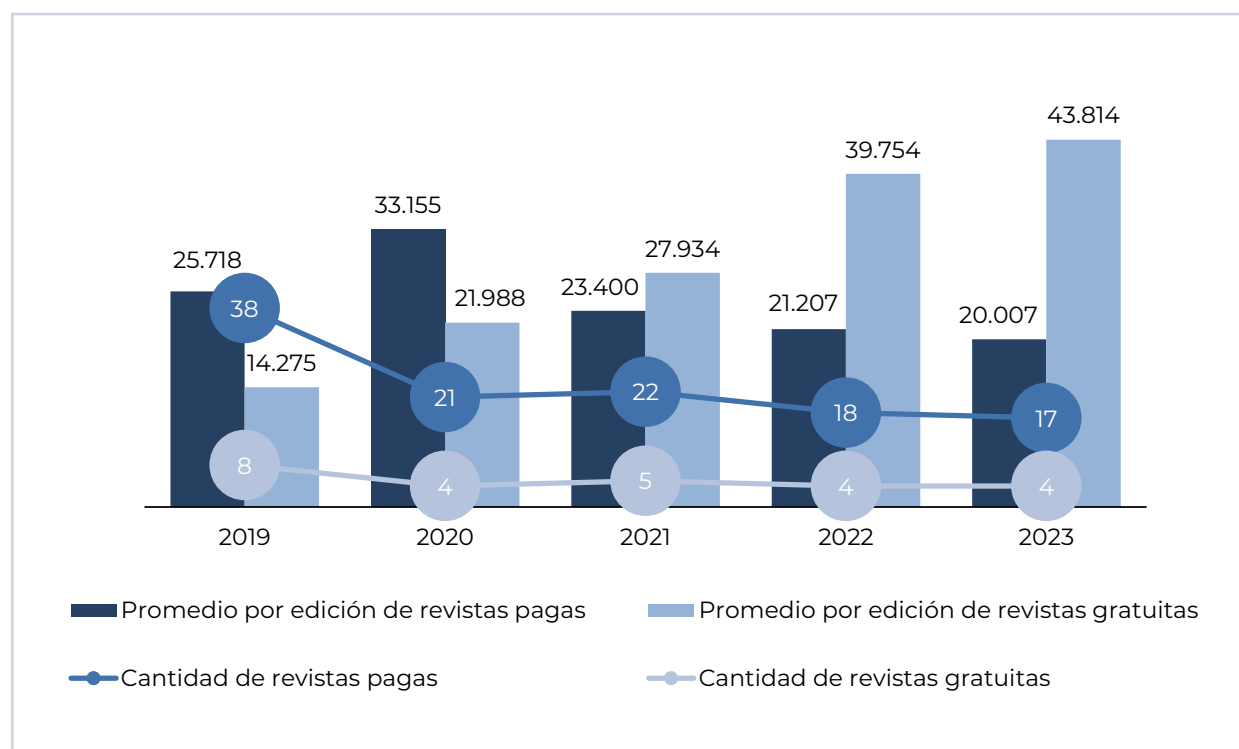
Nota: se incluyen sólo las publicaciones registradas en el IVC.

⁸ Los/as suscriptores digitales son considerados por el IVC como aquellos que abonan la edición digital del diario. Clarín ha dejado de comercializar la edición digital por separado y actualmente la incluye entre los servicios que brinda a sus suscriptores, por tal motivo aumentó fuertemente la cantidad de ediciones digitales.

REVISTAS

En 2023 la circulación promedio por edición de revistas pagas fue de 20.007 ejemplares. Es el valor más bajo de la última década y significa una caída del 6% con respecto a 2022. Las revistas gratuitas, en cambio, incrementaron su promedio de circulación por edición en un 10%.

Gráfico 18. Revistas. Promedio por edición y cantidad de revistas pagas y gratuitas. En unidades. Argentina. 2019-2023



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

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

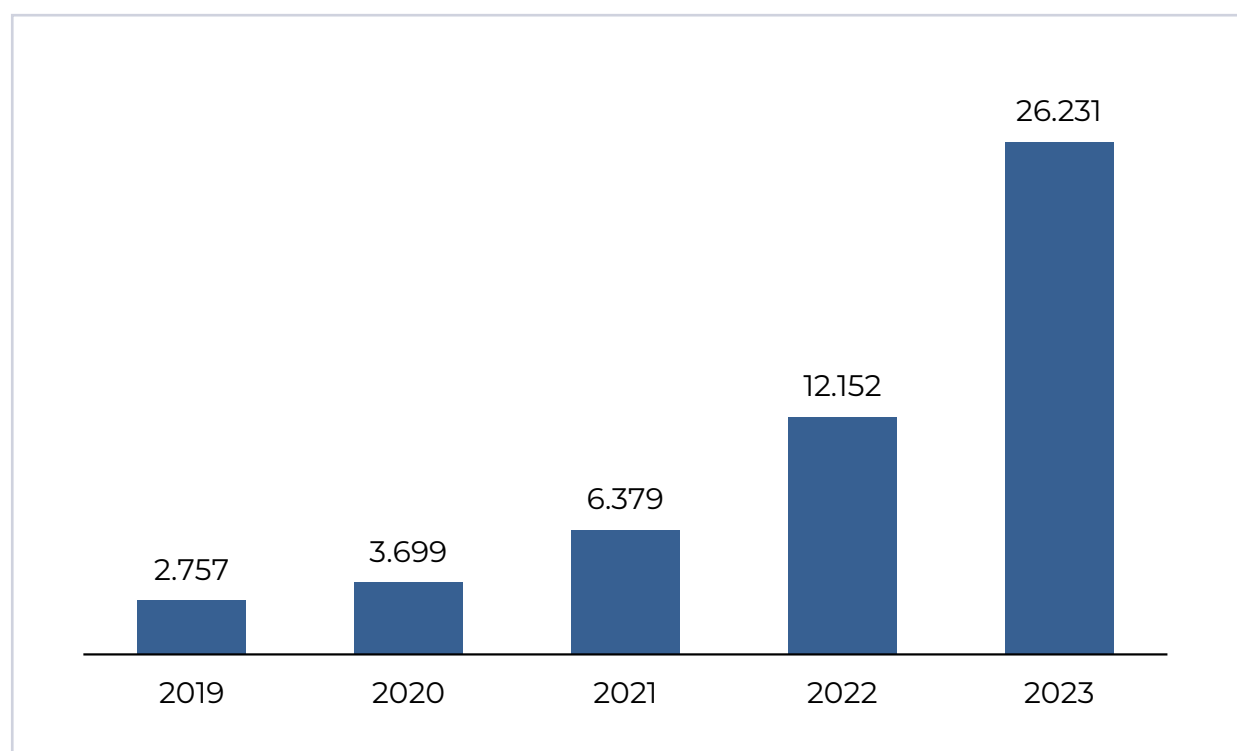
MÚSICA

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 2023 la industria de la música grabada registró ventas totales por un valor de \$26.231 millones. Estos ingresos se compusieron con un 75% en ventas de música digital, un 17% en recaudación de derechos de comunicación al público y sincronización, y un 8% en ventas de música en formato físico.

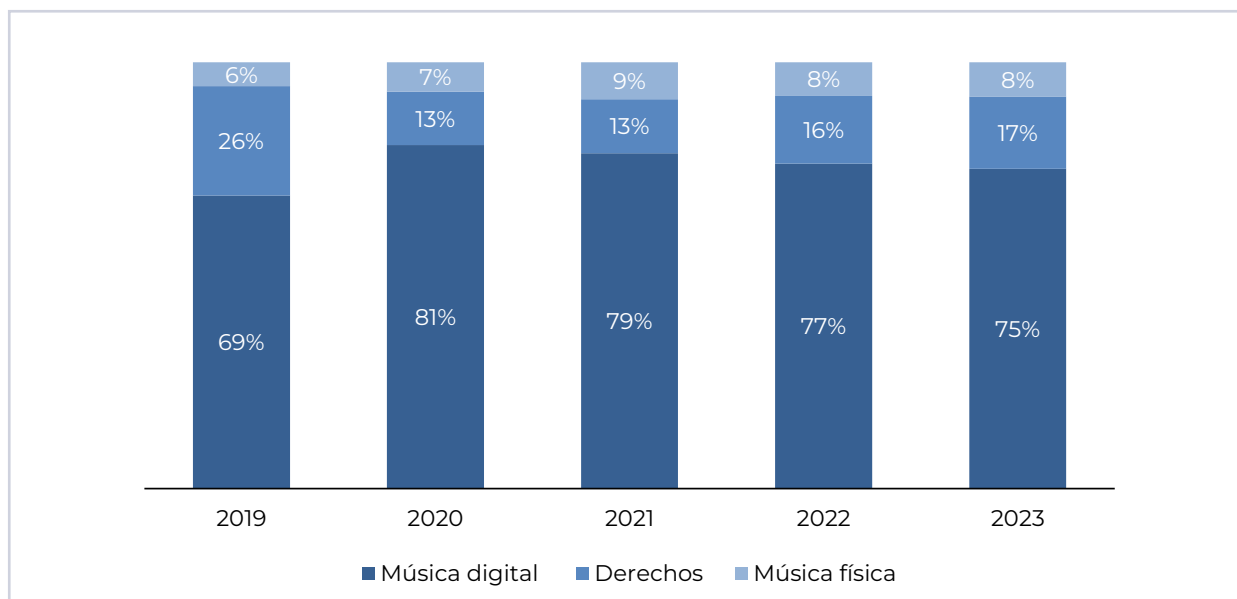
Gráfico 19. Música. Ventas de la industria de la música grabada por segmento. En millones de pesos corrientes. Argentina, 2019-2023



Fuente: SInCA en base a datos de CAPIF.

El análisis de la evolución de las ventas entre 2019 y 2023 por tipo de formato muestra un claro predominio de las ventas en formato digital. Por su parte, las ventas en formato físico presentan valores estables desde 2021 (en torno del 8%).

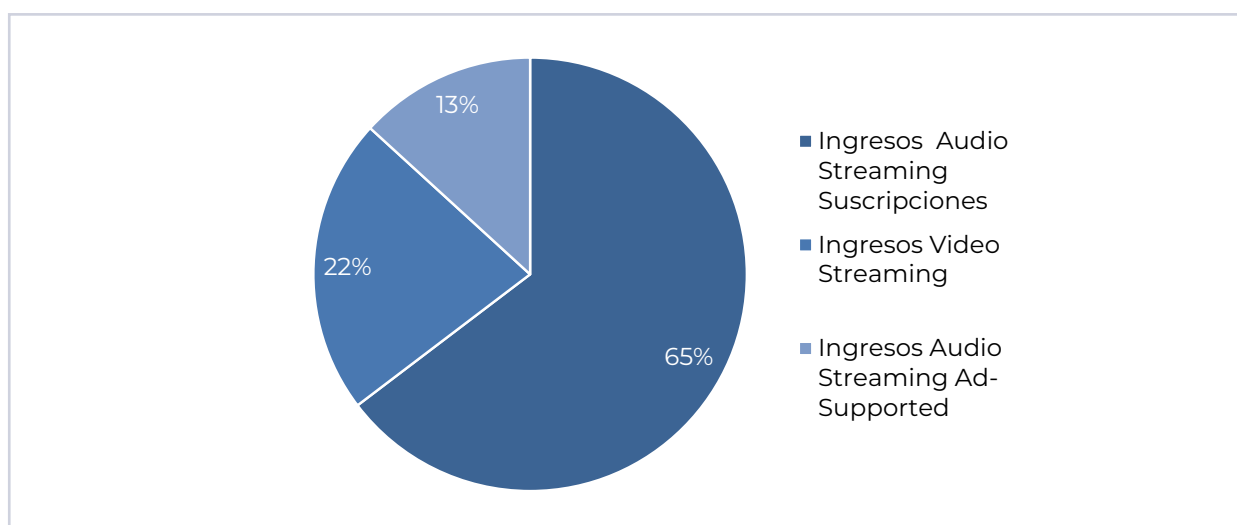
Gráfico 20. Música. Composición de las ventas de la industria de la música grabada. En porcentajes 2019-2023



Fuente: SInCA en base a datos de CAPIF.

Las suscripciones de audio streaming lideran por amplia diferencia el mercado de ventas de música en formato digital, alcanzando el 65% de ese tipo de operaciones. En segundo lugar se encuentran los ingresos por video streaming, que concentran el 22% de las ventas digitales.

Gráfico 21. Música. Composición de las ventas de la industria de la música digital. En porcentajes. 2023.

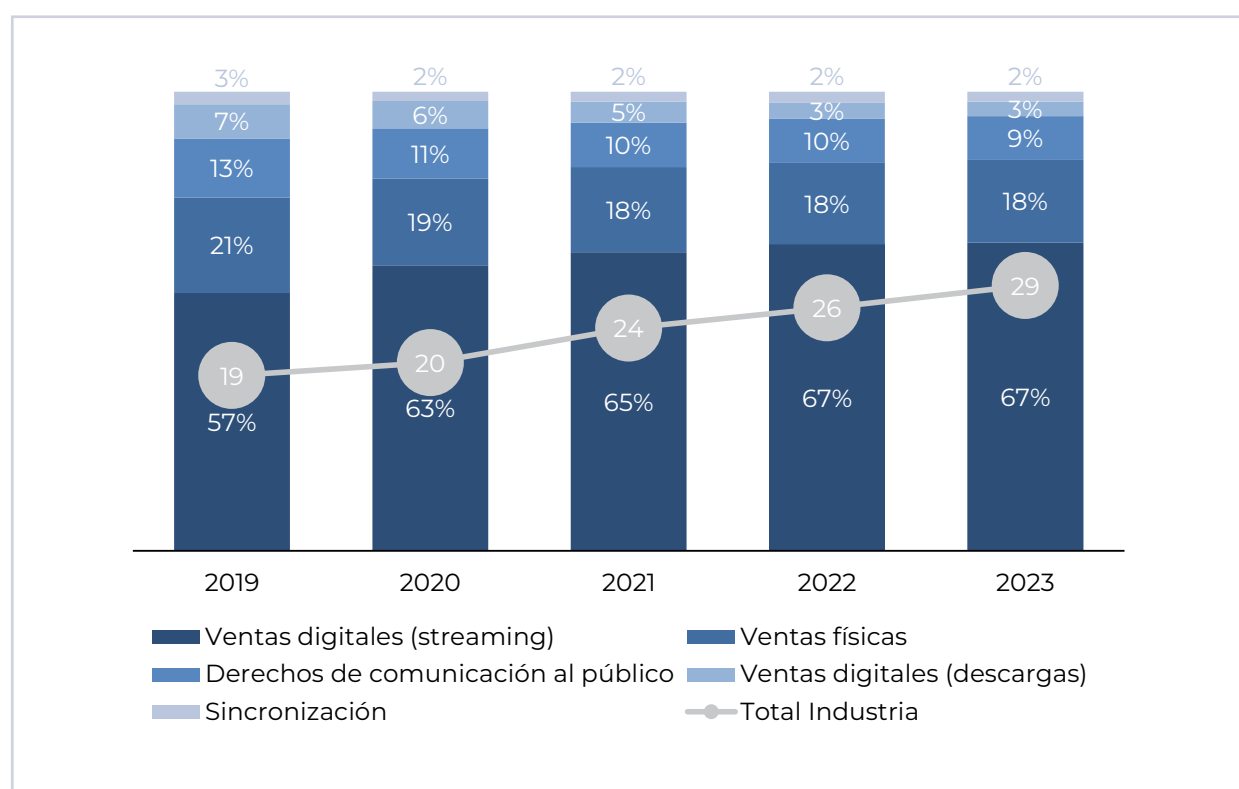


Fuente: SInCA en base a datos de CAPIF.

Los datos nacionales de ventas en la industria fonográfica siguen la misma tendencia histórica observada a nivel mundial: desde 2005 crecen las ventas de música en formato digital y caen las operaciones referidas al formato físico⁹.

Consecuentemente, las ventas de música en formato digital fueron ganando progresiva participación en los ingresos generados por el sector, pasando de 64% en 2019 a 70% en 2023. Durante ese período (2019-2023), el streaming se consolidó como el canal principal de ventas de la música grabada a nivel mundial.

Gráfico 22. Música. Ingresos mundiales de la industria de la música grabada por segmento. En miles de millones de dólares y en porcentajes. 2019-2023



Fuente: SInCA en base a datos de IFPI.

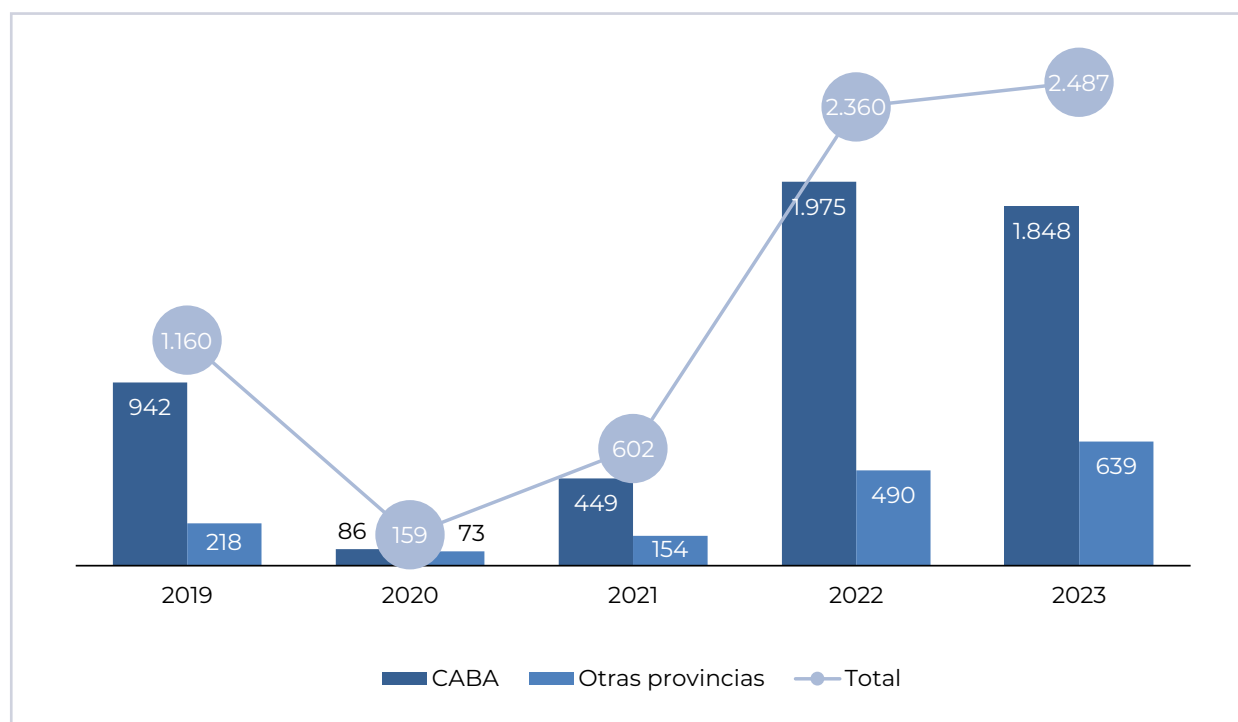
⁹ Las ventas de música en soporte físico atraviesan una caída que lleva más de dos décadas y que registró su piso histórico en 2020, en el marco de la pandemia, con un monto de 3.800 millones de dólares. Desde 2021, en cambio, se observa un leve repunte y en 2023 alcanza los 5.100 millones de dólares.

Música en vivo

Según la información relevada por la Asociación Argentina de Empresarios/as Teatrales y Musicales (AADET), que proporciona datos sobre la actividad escénica (nacional e internacional) de los teatros asociados¹⁰, en 2023 la asistencia a espectáculos musicales aumentó un 5% con respecto a 2022, y la cantidad de funciones creció un 36% (se realizaron 1.433 shows en 2023). El crecimiento se explica por un incremento del 30% en las funciones de las salas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y un 27% en las salas del resto de las provincias.

Además, la cantidad de shows en las provincias marcó un récord en cantidad de funciones desde 2008, superando los 500 shows en 2023.

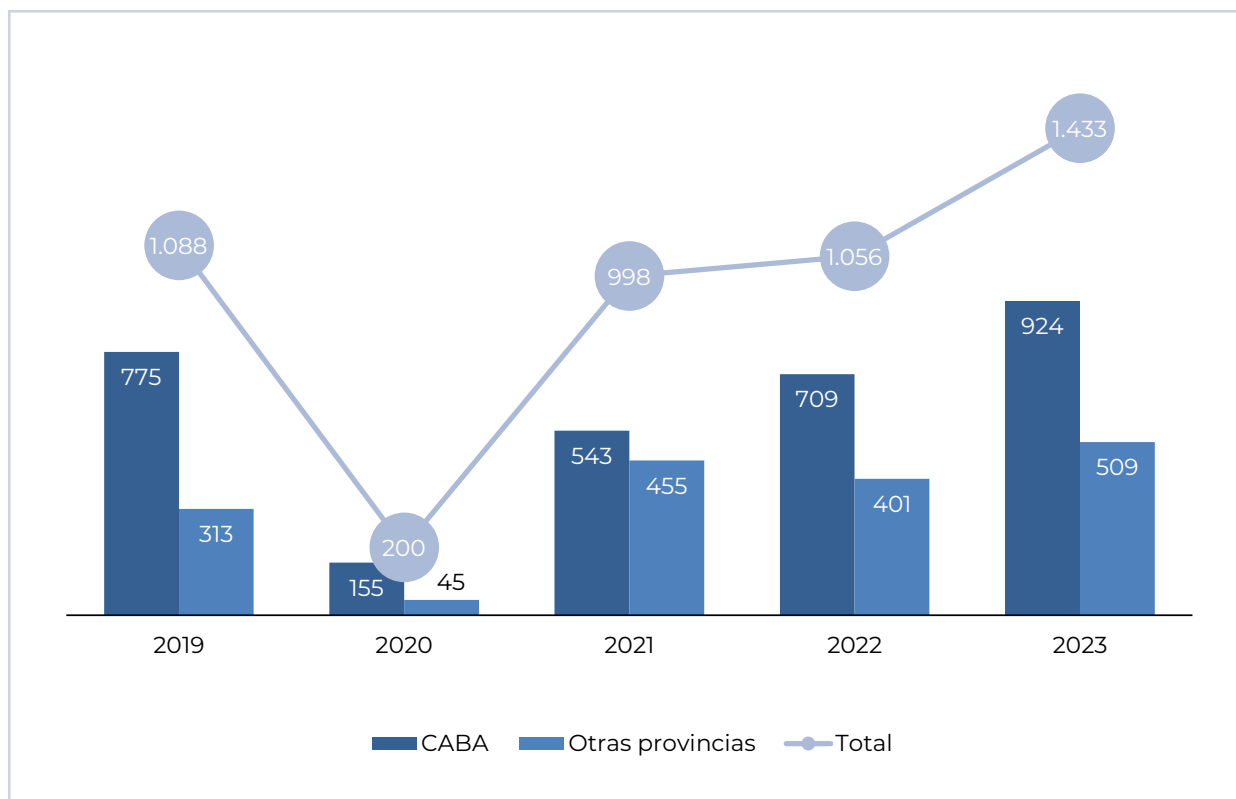
Gráfico 23. Música. Asistentes a espectáculos musicales según zona. En miles de asistentes. Argentina, 2019-2023



Fuente: SInCA en base a datos de AADET.

¹⁰ No contempla el circuito de shows masivos, como los que tienen lugar en estadios, hipódromos, clubes, etc.

Gráfico 24. Música. Cantidad de funciones de espectáculos musicales por zona. En unidades. Argentina, 2019-2023



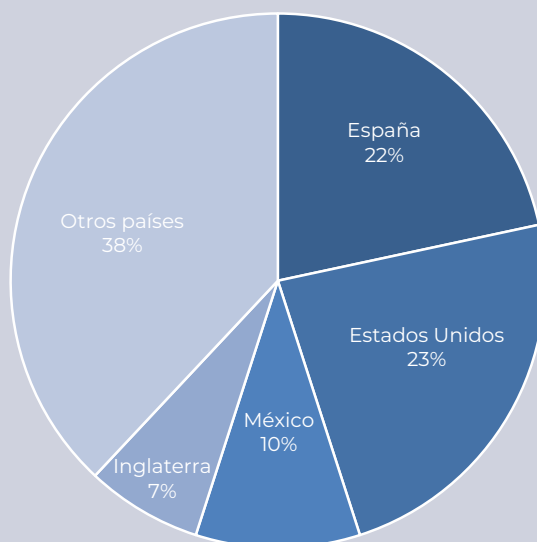
Fuente: SInCA en base a datos de AADET.

Shows extranjeros

Según la información relevada por el Instituto Nacional de la Música (INAMU)¹¹, que proporciona datos sobre la actividad musical nacional e internacional, en 2023 se realizaron más de 170 shows de artistas internacionales. El mercado está liderado por España y Estados Unidos, países que concentran casi la mitad de los shows, seguidos por México e Inglaterra.

La mayoría de los espacios en que se realizan este tipo de espectáculos se localizan en la Ciudad de Buenos Aires, con la excepción de algunas locaciones que tienen lugar en ciudades como La Plata, Rosario, y Córdoba. El microestadio Movistar Arena, ubicado en la capital federal, concentró el 25% de los conciertos internacionales realizados en 2023.

Gráfico 25. Música. Distribución de funciones de espectáculos musicales internacionales por país de origen. En porcentajes. Argentina, 2023



Fuente: SInCA en base al Instituto Nacional de la Música (INAMU).

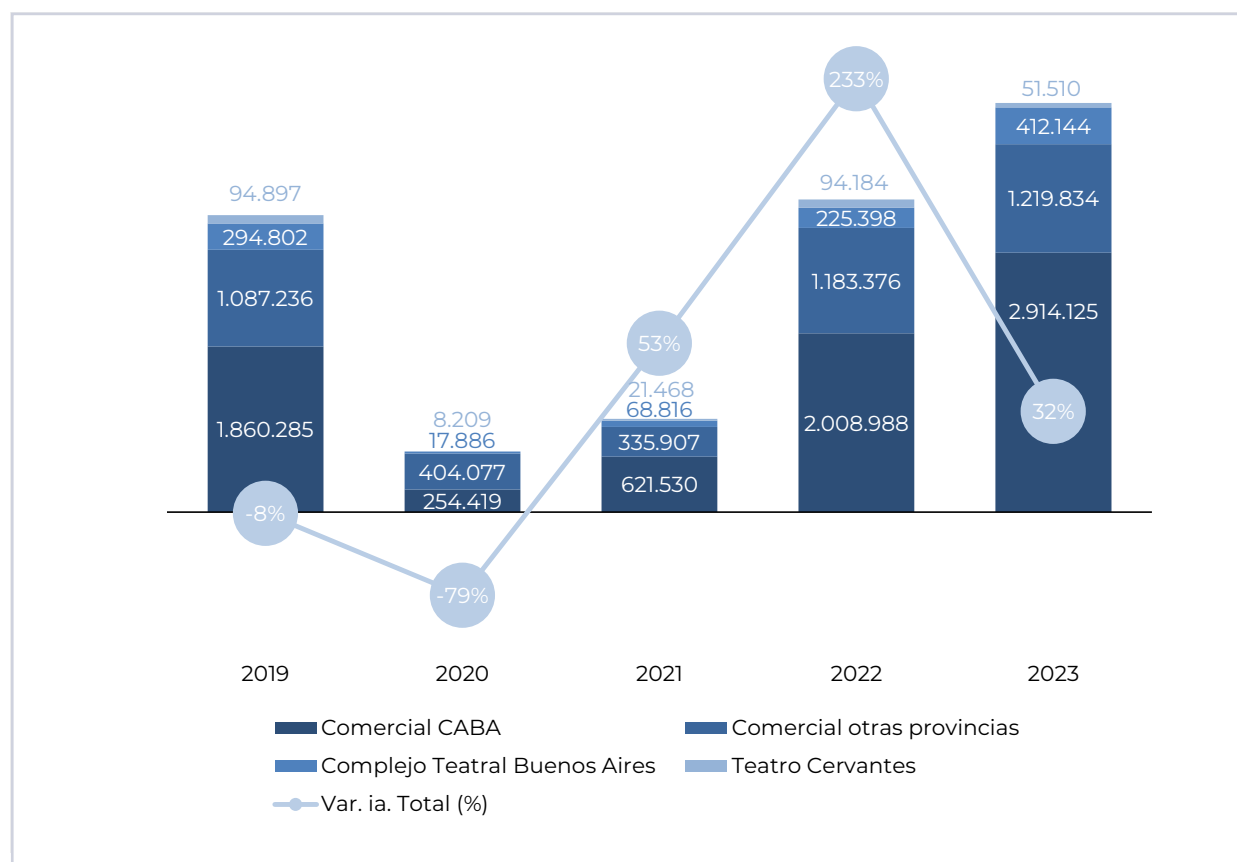
¹¹ El INAMU lleva a cabo la fiscalización de música nacional en eventos internacionales (Art. 31 Ley 26.801).

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) y el Teatro Nacional Cervantes. Para el análisis, se presenta la información de los circuitos comercial y público.

En 2023, la asistencia total a las salas de teatro superó los 4,5 millones de espectadores, lo que significó un aumento del 24% respecto al año anterior. Si se distingue por circuito, la asistencia al teatro comercial se incrementó un 30% y la del teatro público refleja una caída del 14%. Los niveles de asistencia al teatro se encuentran próximos a los años previos a la pandemia, especialmente en el circuito comercial, cuya cantidad de espectadores en 2023 superó por 40 puntos porcentuales la de 2019. El circuito público, pese a mostrar una recuperación de espectadores en los años 2022 y 2023, continúa muy por debajo de la cantidad de asistentes promedio del período comprendido entre los años 2010 y 2019, que superaba los 800.000 anuales.

Gráfico 26. Teatro. Espectadores/as de teatro por tipo de circuito y variación interanual. En espectadores y porcentajes. Argentina, 2019-2023

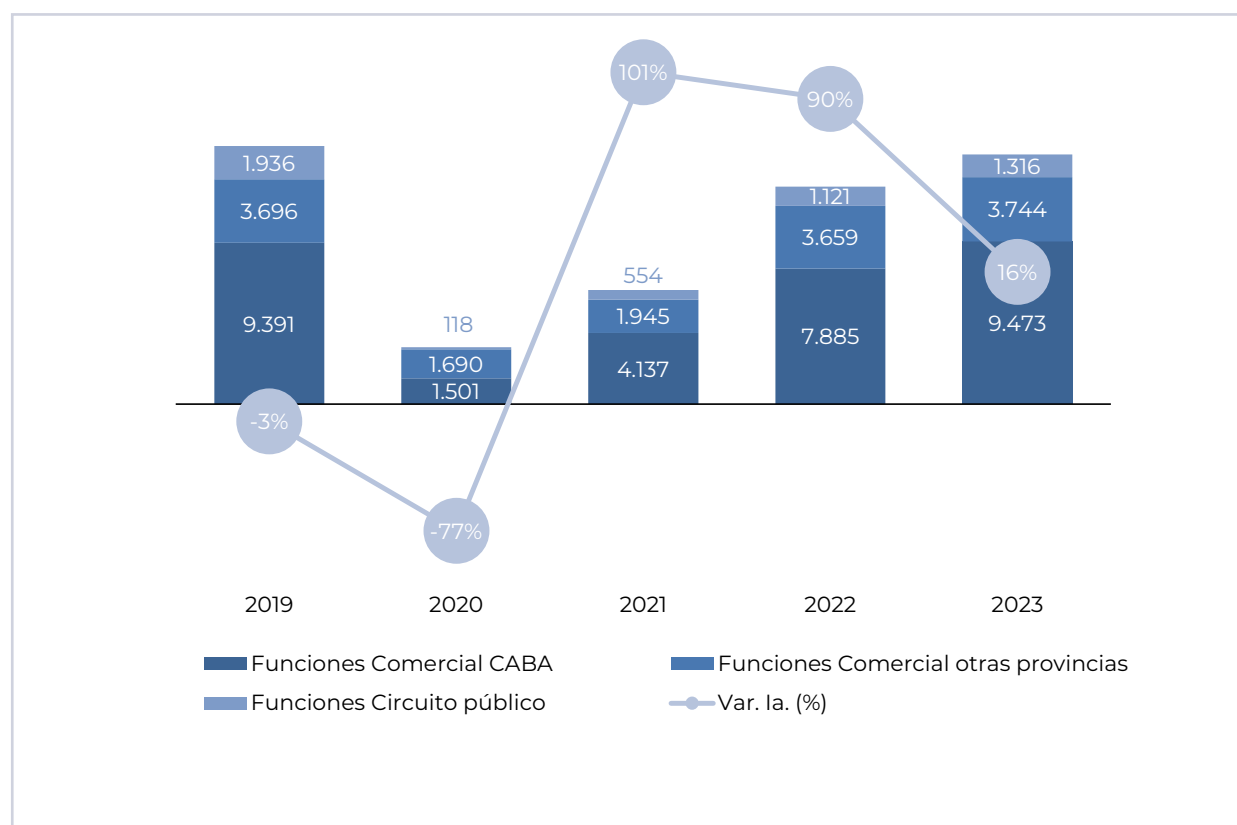


Fuente: SInCA en base a datos de Asociación Argentina de Empresarios Teatrales (AADET); Complejo Teatral de Buenos Aires (CTBA); Teatro Nacional Cervantes.

La cantidad de funciones teatrales programadas en 2023 creció un 15% respecto de 2022, con un incremento del 20% en el circuito comercial y del 17% en el circuito público. En el circuito comercial del interior del país prácticamente se alcanzó la cantidad de funciones previas a la pandemia. Las funciones del circuito comercial de CABA aumentaron un 20% con respecto al año 2022, superando los valores previos a la pandemia.

El circuito público aumentó la cantidad de funciones un 17% con respecto al año anterior, sin embargo los valores permanecen muy por debajo de los registros previos a 2019.

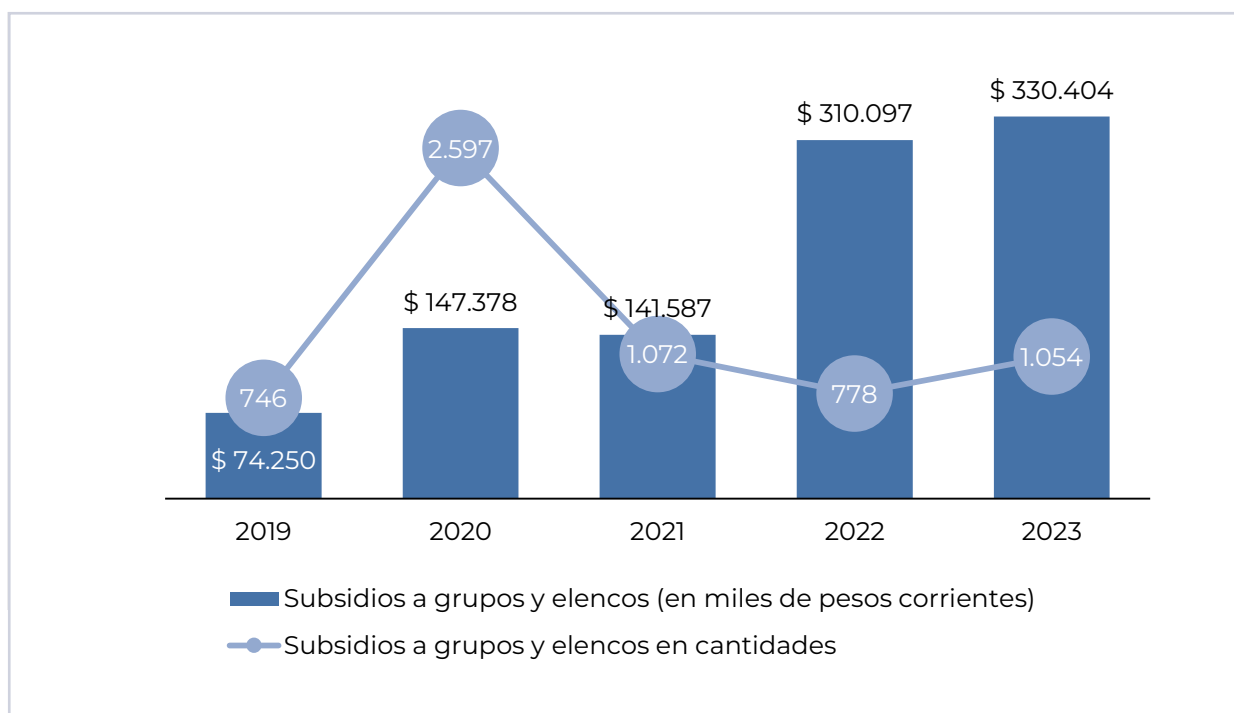
Gráfico 27. Teatro. Funciones de teatro por tipo de circuito y variación interanual. En unidades y porcentajes. Argentina, 2019-2023



Fuente: SInCA en base a datos de Asociación Argentina de Empresarios Teatrales (AADET); Complejo Teatral de Buenos Aires (CTBA); 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 durante 2023. Otorgó 1.054 subsidios a grupos y elencos teatrales por un monto superior a 300 millones de pesos, lo que representa, con respecto a 2022, un crecimiento en cantidad de subsidios, pero una caída de los montos otorgados en términos reales (una disminución del 68% en valores constantes).

Gráfico 28. Teatro. Cantidad de subsidios y montos otorgados por el INT a grupos y elencos teatrales. En unidades y miles de pesos corrientes. Argentina. 2019-2023

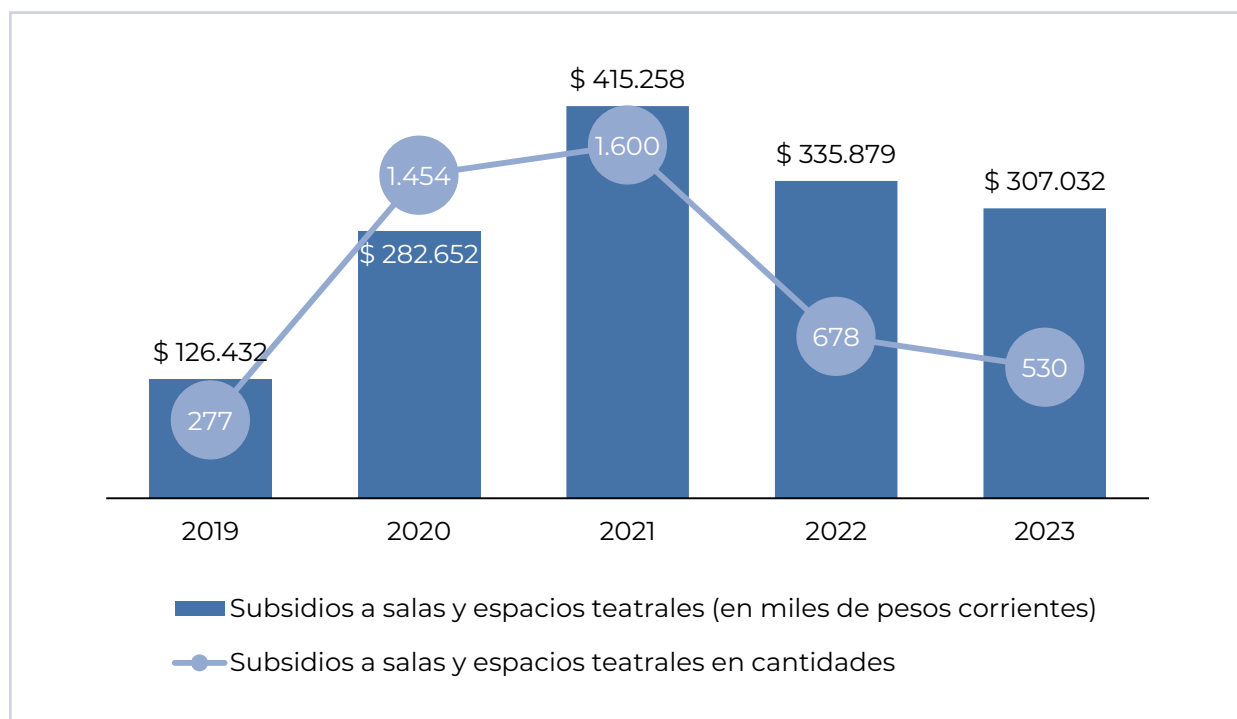


Fuente: Instituto Nacional del Teatro.

Además, en 2023 el Instituto Nacional del Teatro otorgó 530 subsidios a salas y espacios teatrales por un total de 307 millones de pesos, un 71% menos que en 2022 (considerando valores constantes).

Al analizar la evolución de los subsidios en su conjunto (grupos, elencos, salas y espacios), se observa un crecimiento en la cantidad de subsidios otorgados y una caída pronunciada de los montos a valores constantes.

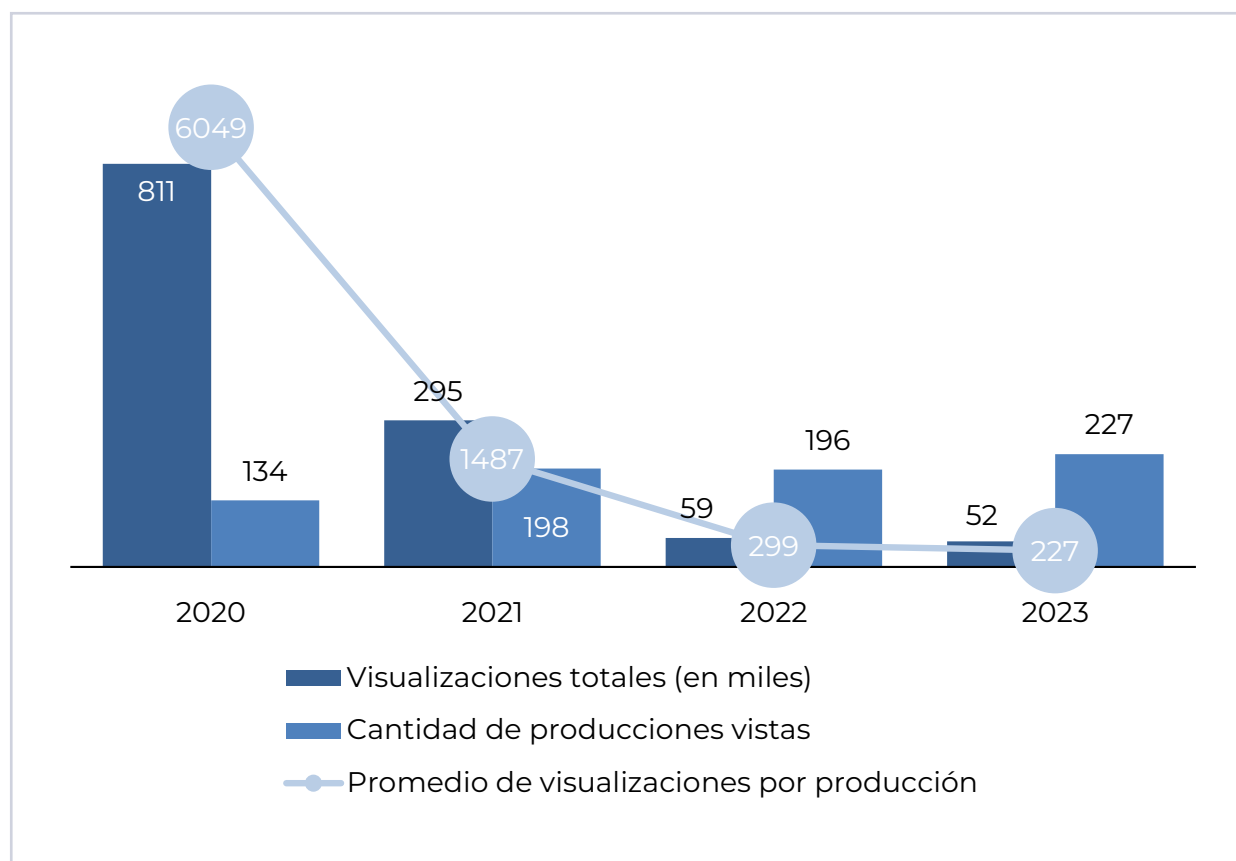
Gráfico 29. Teatro. Cantidad de subsidios y montos otorgados por el INT para el fomento de salas y espacios teatrales. En unidades y miles de pesos corrientes. Argentina. 2019-2023



Fuente: Instituto Nacional del Teatro.

El Teatro Nacional Cervantes ofrece contenido propio en su plataforma virtual 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. Sin embargo en 2023 se observa una leve recuperación del promedio de visualizaciones por producción, con un crecimiento del 25% con respecto al año anterior. Las visualizaciones totales registran una caída un 10% mayor que la de 2022.

Gráfico 30. Teatro. Visualizaciones totales, obras vistas y promedio de visualizaciones por obra en Cervantes online. En unidades. Argentina, 2020-2023



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

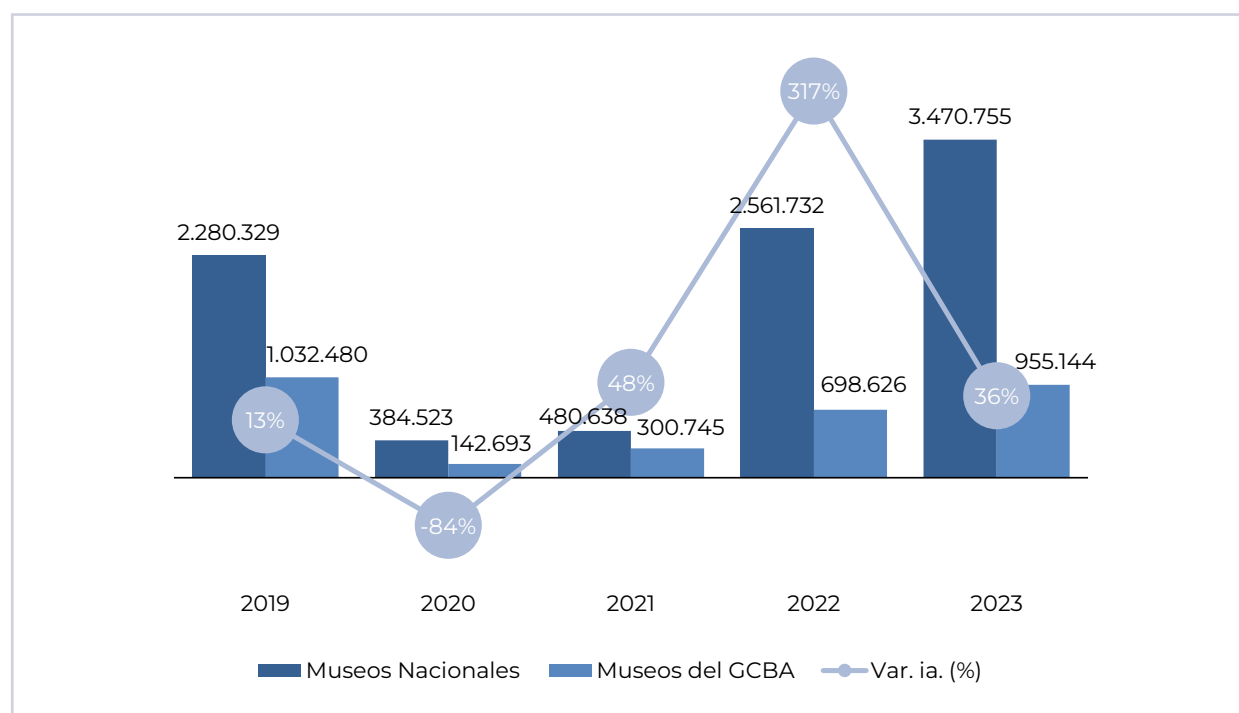
PATRIMONIO

Los Museos Públicos Nacionales y del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires recibieron 4.425.899 visitas en 2023, un 36% más que en 2022. De manera que no solamente se recuperaron los valores previos a la pandemia, sino que, además, la cantidad de visitas en 2023 superó en un 33% la de 2019.

El Museo Nacional de Bellas Artes registró la mayor cantidad de visitas a Museos Nacionales, alcanzando un total de 794.611 asistentes, lo que representó un 114% más que en 2022. El segundo museo nacional más visitado en 2023 fue el Museo Histórico Nacional del Cabildo y la Revolución de Mayo, que convocó más de 764.000 asistentes en 2023.

Por su parte, las visitas a museos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (GCBA) representan el 22% de las visitas a museos públicos; y por quinto año consecutivo, el museo más visitado del GCBA fue el Museo de Arte Moderno, con 306.660 visitas, que representan el 32% de las visitas totales a museos de esa dependencia.

Gráfico 31. Patrimonio. Visitas a museos públicos nacionales y de CABA, y variación interanual. En asistentes y porcentajes. Argentina, 2019-2023



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.

Además, de acuerdo con los datos de la Secretaría de Cultura de la Nación, en 2023 se aprobaron 4.541 licencias y avisos para la exportación de obras de arte, lo que representa una caída del 11% con relación a 2022.

Gráfico 32. Patrimonio. Licencias y avisos de exportación para obras de arte otorgadas y variación interanual. En unidades y porcentajes. Argentina, 2019-2023



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

TELEVISIÓN

Tal y como se desprende de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 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 satelital¹². No obstante, de acuerdo con los datos del ENACOM, en 2023 la cantidad de accesos totales a ese tipo de servicios disminuyó un 4% en comparación con el año anterior.

También cayeron, y más pronunciadamente, los ingresos por estos servicios considerados a valores constantes: una disminución del 35% en el último año y un 60% menos en el período 2019-2023.

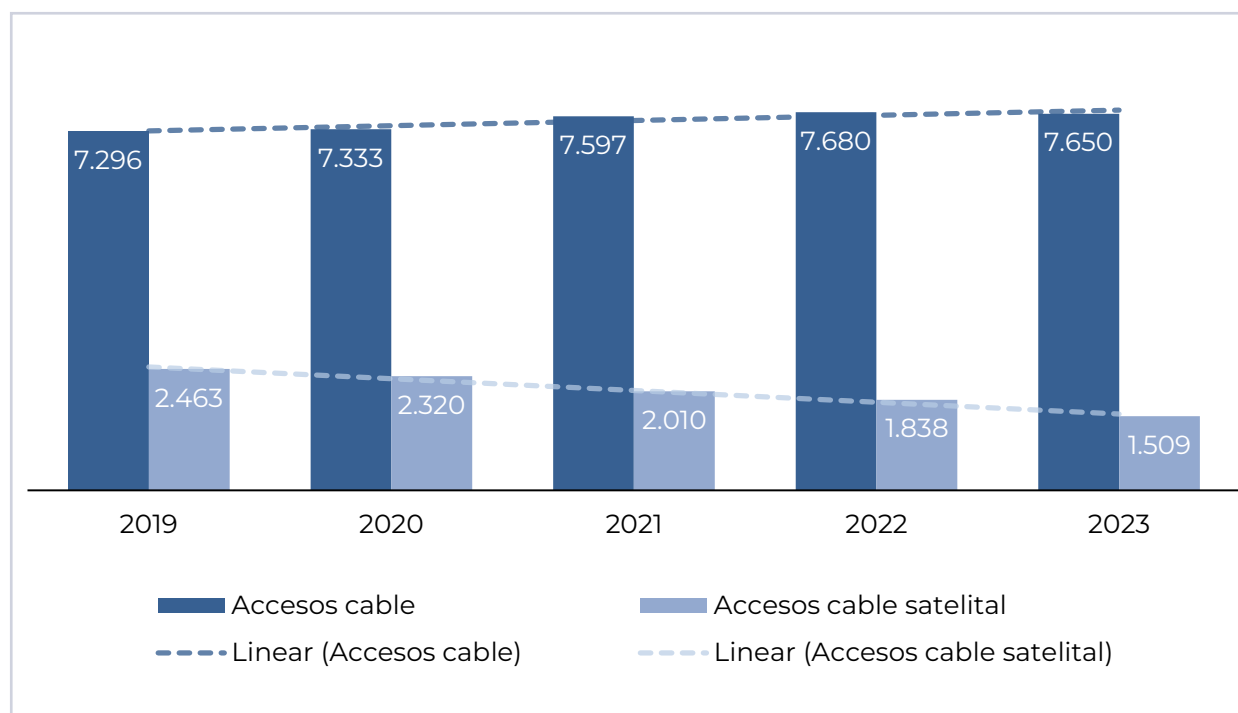
El mercado de la TV por suscripción está dominado por el servicio de TV por cable, con una participación del 79% en los accesos y del 68% en los ingresos.

En cuanto a la evolución de cada segmento, los accesos a TV por cable disminuyeron un 0,4% con respecto a 2022. Aunque se trata de una retracción de 30 mil accesos, constituye el primer registro de caída en los últimos diez años.

Por su parte, los accesos de la TV satelital también muestran una merma en el último año: cayeron un 18% con respecto a 2022 y la tendencia a la baja se manifiesta desde 2016.

¹² 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.

Gráfico 33. Televisión. Accesos a servicios de TV por suscripción. En miles de accesos y tendencia. Argentina, 2019-2023

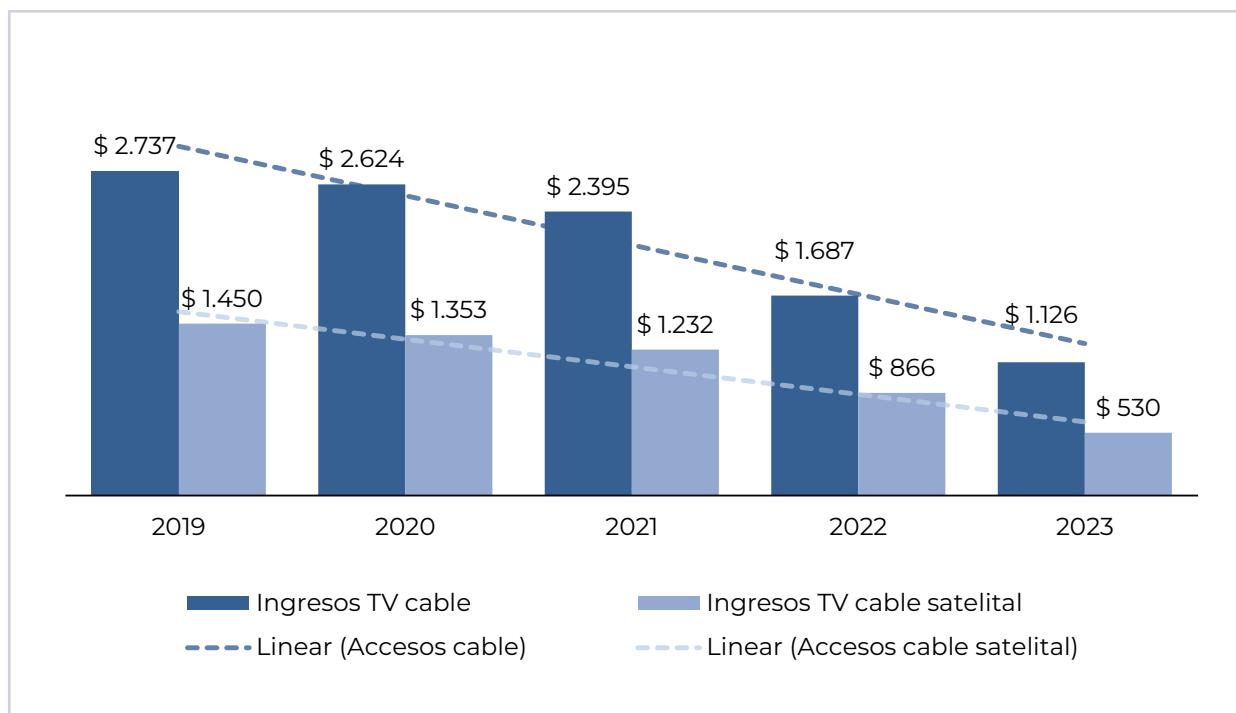


Fuente: SInCA en base al Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM).

Nota: información al último trimestre de cada año.

Con respecto a la evolución de los ingresos por segmento, en 2023 tanto la TV satelital como la TV por cable cayeron un 35% con relación al año anterior.

Gráfico 34. Televisión. Ingresos de servicios de TV por suscripción. En millones de pesos constantes. Argentina, 2019-2023



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

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

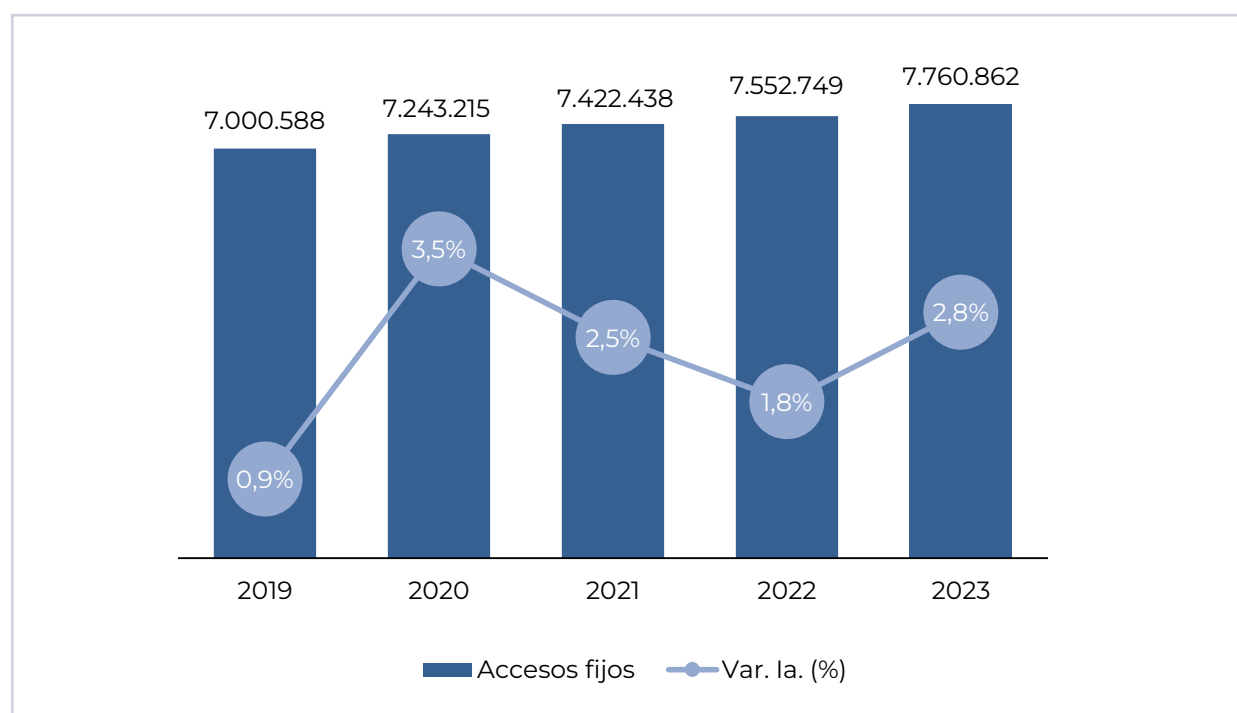
(**) Para el cuarto trimestre de 2022 se tomó el mismo valor del tercer trimestre 2022, último dato disponible.

INTERNET

El acceso a servicios de internet es un indicador muy útil 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 2023 se registraron 7,76 millones de accesos fijos a internet, lo que implica un aumento interanual del 2,8%.

Gráfico 35. Internet. Accesos residenciales fijos a internet y su variación interanual. En accesos y porcentajes. Argentina, 2019-2023



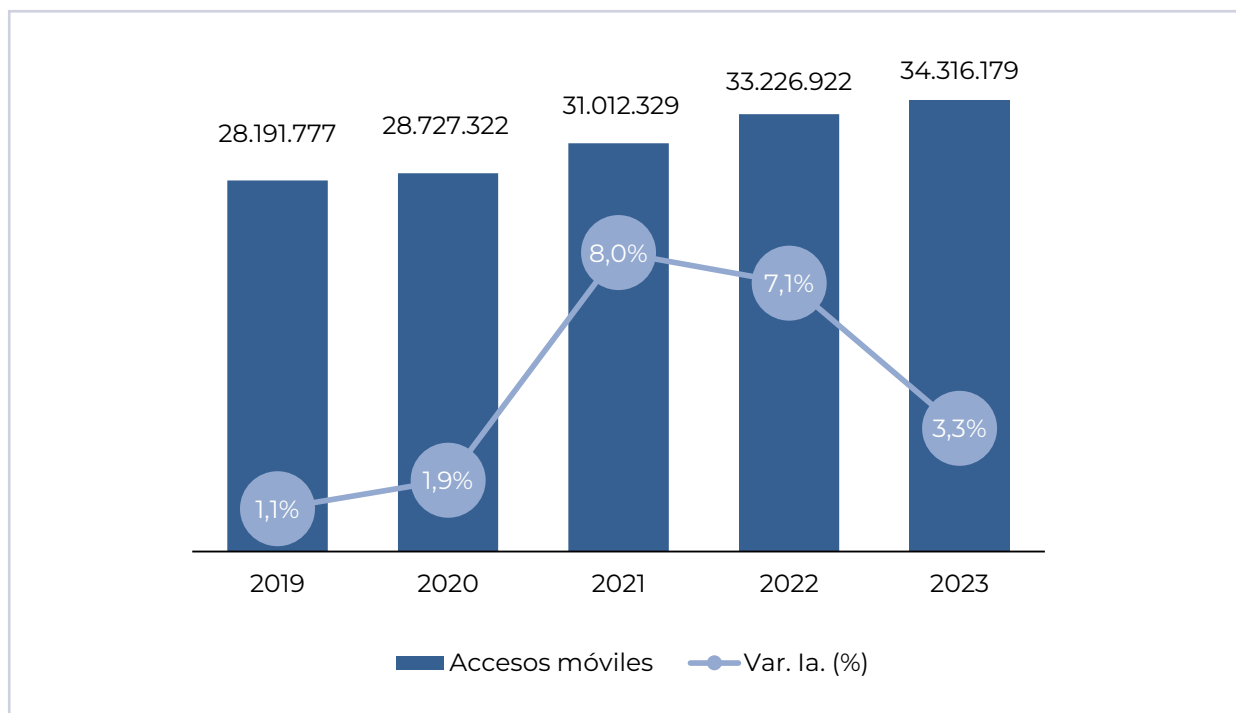
Fuente: SInCA en base a datos de INDEC.

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

En 2023 los accesos móviles a internet superaron los 34 millones, lo que implica un aumento interanual del 3%. Este incremento se observa sostenidamente desde 2010, y la tendencia indicaría que el crecimiento se mantendrá durante los próximos años

A su vez, a nivel poblacional, el 89% de las personas y el 94% de los hogares cuentan con acceso a internet (fijo y/o móvil, según la Encuesta Permanente de Hogares (INDEC)

Gráfico 36. Internet. Accesos residenciales móviles a internet y su variación interanual. En accesos y en porcentajes. Argentina, 2019-2023



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/as Teatrales y Musicales (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)



Sistema de Información
Cultural de la Argentina

DIRECCIÓN NACIONAL DE INNOVACIÓN
Y COORDINACIÓN DE GESTIÓN

COYUNTURA CULTURAL DATOS SECTORIALES

2023

AÑO 15
NÚMERO 50
OCTUBRE 2024

www.sinca.gob.ar



Secretaría de Cultura
Presidencia de la Nación