El primer diagnóstico de accesibilidad cultural en Argentina

UNA RADIOGRAFÍA INÉDITA SOBRE CÓMO ACCEDEN LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD A LA CULTURA Y AL ENTRETENIMIENTO EN EL PAÍS.

Realizado por Youniversal —consultora especializada en investigación y tendencias—, este estudio reúne datos, entrevistas a referentes de la industria y voces de las comunidades con discapacidad para comprender, por primera vez, el estado real de la accesibilidad cultural en Argentina.

©Disney

Un diagnóstico integral que combina datos, actores clave y vivencias reales

Se trata de un estudio nacional que reúne análisis de tendencias del sector, entrevistas a gestores públicos y privados clave de la industria y focus groups de personas con discapacidad —visual, auditiva, motriz y con neurodivergencia—, sus familias y organizaciones especializadas y una encuesta online.

ESTA COMBINACIÓN DE ENFOQUES PERMITIÓ CONSTRUIR UNA MIRADA COMPLETA PARA ENTENDER CÓMO LAS PCD VIVEN EL ACCESO A LAS EXPERIENCIAS CULTURALES EN VIVO HOY, OTORGANDO UNA ROBUSTEZ POCO FRECUENTE PARA ABORDAR EL TEMA CON LEGITIMIDAD PÚBLICA Y SECTORIAL.

CÓMO SE REALIZÓ:

1. **Mapeo de situación y tendencias mediante fuentes secundarias,** regulaciones vigentes y estudios previos del sector cultural.[1]

2. **10 entrevistas en profundidad con actores clave de la industria:** ticketeras, productoras, venues, gestores públicos y organizaciones relacionadas con accesibilidad.

3. **2 focus groups con personas con discapacidad y familiares,** que incluyeron:
   - Discapacidad motriz y neurodivergencia (primer grupo).
   - Personas ciegas, Sordas y con hipoacusia (segundo grupo).

4. **Encuesta cuantitativa a grupos específicos**[2] —personas con discapacidad, neurodivergentes y Sordas, y sus tutores— para relevar datos concretos sobre la participación cultural y las barreras que todavía existen.

[1] Fuentes oficiales internacionales (OMS, ONU, Banco Mundial, BID, OPS), estadísticas nacionales del INDEC y ANDIS, y marcos conceptuales globales como la CDPD y el Grupo de Washington. [2] La encuesta online de 624 casos incluyó versiones adaptadas para personas con discapacidad que responden por sí mismas, tutores de menores de edad o personas que no pueden responder directamente y personas Sordas señantes, apoyada por un video en Lengua de Señas Argentina.

©Disney

Argentina cuenta con leyes sobre discapacidad, pero carece de estándares y regulaciones para implementar la accesibilidad cultural.

Aunque existe un marco legal general, no hay criterios unificados que indiquen cómo llevarlo a la práctica en espacios culturales o espectáculos en vivo. La falta de continuidad entre gestiones agrava un escenario donde los avances dependen de iniciativas aisladas de productoras, salas o gobiernos de turno.
En este contexto, “Más es más”, impulsado por The Walt Disney Company Argentina, promueve estándares más altos de accesibilidad mediante un trabajo colaborativo con toda la cadena cultural y las propias comunidades: “nada de nosotros sin nosotros”.

REALIZADO POR YOUNIVERSAL

©Disney

Marco Normativo sobre discapacidad y accesibilidad cultural (Argentina)

- **Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad:** Leyes 26.378 y 27.044.
- **Convención Interamericana para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra las Personas con Discapacidad, suscripta en Guatemala:** Ley 25.280.
- **Sistema de Protección Integral de las Personas con Discapacidad:** Ley 22.431 (con modificaciones introducidas por la Ley N°24.314 sobre accesibilidad de personas con movilidad reducida)
- **Decreto N°914/1997.** Reglamentación de los artículos 20, 21 y 22 de la Ley N°22.431 modificados por Ley N°24.314.
- **Sistema de Prestaciones Básicas en Habilitación y Rehabilitación Integral:** Ley 24.901. Integra el ámbito general de la regulación de la discapacidad, pero debe tenerse en cuenta que alcanza únicamente a las obras sociales comprendidas en la Ley 23.660 y organismos estatales.
- **Certificado Único de Discapacidad:** Ley 22.431 y Ley 24.901.
- **Accesibilidad de la Información en Páginas Web:** Ley 26.653.
- **Reconocimiento de la Lengua de Señas Argentina (LSA) como lengua natural y originaria:** Ley 27.710.
- **Servicios de Comunicación Audiovisual:** Ley 26.522.
- **Derecho al acceso, deambulación y permanencia en espacios públicos y privados de acceso público con perros guía o de asistencia:** Ley 26.858.
- **Ley 25.643 de Turismo accesible** para personas con discapacidad.
- **Resolución N°164/2023.** Crea la Unidad de Deportes, Recreación y Cultura en el ámbito de la Agencia Nacional de Discapacidad otorgándole, entre otras funciones, las de (i) Impulsar nuevas actividades deportivas, recreativas y culturales que acompañen tanto a la población concurrente como a las políticas deportivas vigentes en materia de discapacidad, procurando la actualización y formación permanente y (ii) Promover instancias y espacios de intercambio en materia de actividad física, deportiva, recreativa y cultural para personas con discapacidad, con instituciones educativas, organizaciones de la sociedad civil, organismos públicos, entes gubernamentales, municipios, y sectores claves en la materia.
- **Acceso gratuito a espectáculos públicos para personas con discapacidad:** Ley 3546 (CABA).

©Disney

Accesibilidad cultural:

una problemática que afecta a millones de personas

1 de cada 3 hogares convive con la discapacidad.[1]

El 15% de la población de América Latina y el Caribe presenta discapacidad[2]**,** sin contemplar discapacidades o lesiones temporarias o situaciones como embarazos.

La *silver economy* representará más del 30% de la población en pocos años[3]**.** Muchas de las barreras identificadas para personas con discapacidad también limitan la participación de las personas mayores.

El estudio permite dimensionar una problemática que está lejos de ser marginal: millones de personas enfrentan obstáculos recurrentes para acceder a experiencias artísticas y de entretenimiento, lo que refuerza la urgencia de repensar experiencias culturales más inclusivas.

1 Banco Interamericano de Desarrollo (BID). 2024. Sembrar inclusión: qué sabemos y qué falta por saber sobre políticas de discapacidad.
2 Banco Mundial. 2021. Disability Inclusion in Latin America and the Caribbean: A Path to Sustainable Development.
3 Naciones Unidas (ONU). 2022. World Population Prospects 2022.

©Disney

Qué dicen quienes hacen la cultura:
la accesibilidad avanza, pero “todo está por hacerse”

Las entrevistas a referentes clave —productoras, arenas, teatros, gestores públicos y espacios culturales— muestran un consenso transversal: la accesibilidad cultural en Argentina aún está en una etapa inicial, y depende más de voluntades individuales que de políticas o estándares compartidos. Pero también reconocen una oportunidad concreta: con mayor coordinación y criterios compartidos, el sector podría dar un salto cualitativo y acelerar soluciones que hoy nacen de esfuerzos aislados.

EL RELEVAMIENTO CUANTITATIVO INDICA QUE LA DEMANDA EXISTE: 84% ASISTIÓ A EVENTOS CULTURALES EN 2025; EL PROMEDIO ES DE 4,5 EVENTOS AL AÑO Y SOLO 2% DECLARA NO TENER INTERÉS EN LA CULTURA.

“Tanto en lo público como en lo privado está todo en una etapa de aprendizaje muy primario, donde **no hay ni relevamientos ni números claros”.**

“Todo es ensayo y error; depende de quién se sensibilice en el momento. Cambian autoridades, cambian miradas, cambian políticas, pero **el programa se sostiene solo por voluntad de los equipos”.**

“Es como la sustentabilidad: son **valores de las empresas y una inversión a largo plazo** por algo que creen que va a ser innovador”.

“Los productores estamos queriendo aprender, porque vemos que hay —incluso hasta desde lo estratégico y comercial— un montón de público que n**o está disfrutando del entretenimiento”.**

©Disney

La accesibilidad se vive en primera persona: voces del diagnóstico

Los *focus groups* muestran qué significa, en la práctica, intentar disfrutar de un espectáculo cuando la información, el entorno o la atención no acompañan.

ESTOS TESTIMONIOS DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD REVELAN EMOCIONES, OBSTÁCULOS Y LA CARGA INVISIBLE DETRÁS DE CADA SALIDA.

“Lo que me hace estar cómodo es que alguien me vea y me diga: **ya te vimos, no te preocupes, vas a llegar”.**

“Llegás al séptimo paso y ahí no podés elegir la butaca porque **el gráfico no es accesible”.**

“El problema es la **no comunicación** sobre los eventos, no te enterás”.

“Cuando hablo con el personal del lugar, en vez de responderme a mí, le contestan a mi amiga **como si yo no existiera”.**

“Lo peor es el amontonamiento, que **te pisan y yo no tengo la estabilidad fácil”.**

“Sería bueno que hicieran las salidas por sectores, así es **más cuidado para todos”.**

©Disney

Cinco etapas que definen la posibilidad real de acceder a la cultura

El diagnóstico traza un recorrido completo y revela que la accesibilidad no depende de un único momento.

Para muchas personas, las principales dificultades aparecen antes de llegar al evento y durante la llegada al espacio.

Antes del evento, solo 31% de las personas encuestadas indican que encontró información clara sobre accesibilidad y apenas 19% considera accesibles las plataformas de compra de entradas. Además, solo 12% identificó señalización accesible, lo que confirma que las barreras atraviesan la cadena completa.

Comunicación	Compra de ticket	Ingreso al lugar	Experiencia	Salida del lugar
Comunicación en formatos no accesibles y falta de información anticipatoria sobre la accesibilidad que ofrecen los eventos o los espacios.	Plataformas de compra sin accesibilidad.	Filas largas, poca claridad en accesos, falta de prioridad y amontonamiento.	Ubicaciones con visibilidad limitada.	Filas largas, poca claridad en puertas de salida.
Comunicación por canales no masivos (dependiente de influencers u ONG intermediarias).	Falta de información anticipatoria en el proceso de compra sobre los recursos de accesibilidad necesarios para acceder a cada ubicación.	Falta de recursos para la orientación autónoma (mapas hápticos, QR con orientación espacial, señalética cognitiva o en braille, pictogramas, personal sin capacitación).	Recursos de accesibilidad limitados o insuficientes.	Falta de prioridad y amontonamiento.

©Disney

¿Qué se necesita para que toda la experiencia sea accesible?

Comunicación	Compra de ticket	Ingreso al lugar	Experiencia	Salida del lugar
Comunicación accesible, completa, anticipada y por los canales correctos sobre lugar y evento.	Procesos de compra, selección de asiento, presentación de CUD y canales de consulta accesibles y con información suficiente.	Ingreso prioritario y recursos para orientación autónoma en el lugar. Equipos capacitados para brindar un servicio de calidad a personas con discapacidad.	Condiciones de disfrute: apoyos, visibilidad, confort y adecuaciones de accesibilidad de obras y experiencias según cada necesidad.	Tiempos, orden, seguridad, claridad para volver a casa sin tensiones.

©Disney

Tres barreras que se repiten en todos los eventos: información, compra y trato.

El estudio revela un patrón recurrente en experiencias en vivo: la información no llega de forma clara, los procesos de ticketing son poco accesibles y la atención del personal no siempre cuenta con herramientas para acompañar distintas necesidades.

Según nuestra encuesta, el 47% se sintió excluido en alguna experiencia cultural y la accesibilidad actual recibe una valoración de apenas 3,7 sobre 10. Y, si bien 69% considera accesible el espacio visitado, la baja valoración integral muestra una brecha entre poder ingresar y vivir la experiencia con autonomía y disfrute.

Comunicación

La comunicación aparece como la barrera más crítica: la información sobre accesibilidad en experiencias suele ser incompleta, difícil de encontrar o no estar en formatos accesibles.
Más del 80% considera fundamental conocer de antemano las condiciones de accesibilidad: la información funciona como infraestructura para decidir y planificar la asistencia.

Compra de entradas

En la experiencia de ticketing se registran plataformas complejas, mapas de sala poco claros y políticas de CUD que varían entre locaciones, lo que dificulta una compra autónoma y democratizada.
Tan solo 19% logra una compra accesible en las plataformas de tickets.

Trato y acompañamiento

El elemento humano es decisivo: hay predisposición, pero la falta de capacitación genera experiencias irregulares y situaciones que resultan excluyentes.
Solo 16% encontró personal capacitado, aunque 73% recibió ayuda en algún evento: hay voluntad, pero el salto de calidad también depende de protocolos claros, hospitalidad y sensibilidad y formación continua. Porque la accesibilidad también es cultura organizacional.

©Disney

Accesibilidad cultural: una deuda estructural y una oportunidad social.

El diagnóstico revela barreras persistentes que afectan a personas a gran escala, pero también señala prácticas concretas que las propias comunidades valoran y que podrían escalarse. Esta evidencia permite entender qué falta y qué funciona, y ofrece una base sólida para orientar políticas públicas, decisiones institucionales y prácticas culturales más equitativas.

Los hallazgos señalan un punto clave: la accesibilidad requiere que la industria trabaje de manera coordinada. Crear espacios de encuentro entre productoras, salas, ticketeras, organismos públicos y organizaciones de personas con discapacidad es el paso necesario para transformar esfuerzos aislados en estándares compartidos, que aseguren que la inclusión se consolide como un valor sostenido del ecosistema cultural.

El margen de acción es concreto: 7 de cada 10 personas creen que la accesibilidad puede mejorar rápidamente con pequeños cambios. El aspecto fundamental radica en abordar toda la cadena (información, compra, ingreso, experiencia y salida) con participación directa y coordinada de las comunidades.

©Disney