

Exploración sobre accesibilidad en experiencias culturales en Argentina



Este documento presenta información sobre la **accesibilidad**¹ en actividades culturales en Argentina.

La accesibilidad permite que todas las personas puedan participar, comprender y disfrutar de una experiencia cultural con los **apoyos**² que necesitan.

The Walt Disney Company Argentina impulsó este estudio.

El estudio fue realizado por Youniversal.

Las actividades culturales pueden incluir:

- Teatro.
- Recitales.
- Museos.
- Eventos.
- Espectáculos.

El estudio escuchó a:

- Personas con discapacidad.
- Personas sordas.
- **Personas neurodivergentes**³.
- Familias.
- Personas acompañantes.

El objetivo fue conocer:

- Qué aspectos facilitan la participación.
- Qué **barreras**⁴ existen.
- Qué medidas son necesarias para mejorar la accesibilidad.

Este documento presenta los principales resultados del estudio.

Los datos permiten comprender cómo mejorar las experiencias culturales.

También permiten pensar cómo lograr que más personas puedan participar y disfrutar.

¹ **Accesibilidad:** Es la posibilidad de que todas las personas puedan participar, comprender y disfrutar con los apoyos que necesitan.

² **Apoyos:** Son recursos, ayudas, ajustes o acompañamientos que facilitan la participación.

³ **Personas Neurodivergentes:** Son personas cuyo cerebro funciona de una forma a distinta a la de la mayoría. Pueden pensar, sentir, aprender, percibir o comunicarse de manera distinta.

⁴ **Barreras:** Son obstáculos que dificultan o impiden la participación.

1. Principales hallazgos

1.1 Las personas quieren participar

98 de cada 100 personas quieren participar en experiencias culturales.

84 de cada 100 personas asistieron a un evento durante el último año.

1.2 Muchas personas encuentran barreras

47 de cada 100 personas se sienten excluidas de la **oferta cultural**⁵ actual.

Esto muestra que existe interés en participar.

Pero todavía hay barreras.

Estas barreras dificultan la participación.

1.3 Falta información clara

Muchas personas no encuentran información suficiente antes de asistir a un evento.

Necesitan saber:

- Si el lugar es accesible.
- Qué apoyos hay disponibles.
- Cómo llegar.
- Cómo comprar la entrada.
- A quién pedir ayuda.

Solo 31 de cada 100 personas encuentran información clara.

1.4 Falta personal capacitado

Las personas valoran el buen trato.

También valoran recibir orientación adecuada.

Sin embargo, solo 16 de cada 100 personas encontraron ayuda adecuada en el último evento al que asistieron.

Esto muestra una barrera importante en la atención al público.

⁵ **Oferta cultural:** Es el conjunto de actividades culturales disponibles, como teatro, recitales, museos, cine, festivales o espectáculos.

1.5 Hay interés en volver

88 de cada 100 personas volverían a participar en experiencias culturales.

Este dato muestra una oportunidad importante.

Mejorar la accesibilidad puede ampliar la participación.

2. Mensaje principal

Las personas quieren participar de la vida cultural.

Sin embargo, las barreras de accesibilidad dificultan esa participación.

La accesibilidad permite:

- Participar.
- Disfrutar.
- Sentirse parte.
- Tener más **autonomía**⁶.
- Vivir la cultura con respeto.

3. Cómo se realizó el estudio

Para realizar el estudio se usaron diferentes herramientas.

- Se revisó información y estudios anteriores.
- Entrevistas.
- Grupos de conversación.
- **Encuesta online**⁷.

El estudio tuvo 2 etapas.

3.1 Primera etapa

La primera etapa fue entre septiembre y noviembre de 2025.

En esta etapa se buscó información sobre accesibilidad cultural.

También se hicieron entrevistas con personas vinculadas al **sector cultural**⁸.

Participaron personas de distintos ámbitos:

⁶ **Autonomía:** Es la posibilidad de decidir y actuar con los apoyos necesarios.

⁷ **Encuesta online:** Es una encuesta que se responde por internet.

⁸ **Sector cultural:** Es el conjunto de personas, espacios, organizaciones e instituciones que trabajan en actividades culturales.

- Venta de entradas.
- Organización de espectáculos.
- Espacios culturales.
- Sector público.
- Organizaciones que trabajan por la accesibilidad.

También participaron:

- Personas con discapacidad.
- Personas sordas.
- Personas neurodivergentes.
- Familias.
- Personas acompañantes.
- Profesionales y especialistas.

3.2 Segunda etapa

La segunda etapa fue entre enero y febrero de 2026.

En esta etapa se realizó una encuesta por internet.

La encuesta tuvo preguntas adaptadas para diferentes grupos de personas.

Hubo una encuesta para personas con discapacidad.

Otra encuesta para familiares y personas de apoyo.

También hubo una para personas sordas señantes.

Esta encuesta tuvo apoyo en **Lengua de Señas Argentina**⁹.

En total participaron 624 personas.

El estudio buscó conocer:

- Qué barreras existen.
- Qué apoyos facilitan la participación.
- Qué aspectos se pueden mejorar.
- Cómo viven las personas las experiencias culturales.
- Cómo se sienten antes de un evento.
- Cómo se sienten durante un evento.
- Cómo se sienten después de un evento.

⁹ **Lengua de Señas:** Es una lengua visual y gestual usada por muchas personas sordas.

3.3 Aclaración sobre los resultados

Los resultados permiten comprender **tendencias generales**¹⁰.

No representan a toda la población argentina.

Sin embargo, ofrecen información útil.

Esta información ayuda a identificar barreras.

También ayuda a identificar oportunidades de mejora.

4. La accesibilidad es importante para toda la sociedad

Muchas personas viven con discapacidad.

En el mundo, 1 de cada 6 personas vive con discapacidad.*

Muchas personas necesitan apoyos para participar en distintas actividades.

También hay muchas personas sordas o con pérdida auditiva.

La cantidad de personas que necesitan accesibilidad está creciendo.

Esto ocurre por distintas razones:

- Las personas viven más años.
- Hay más diagnósticos y registros.
- Algunas enfermedades o accidentes pueden generar discapacidad.

Por eso, la accesibilidad es cada vez más necesaria.

No beneficia solo a un grupo.

La accesibilidad mejora la participación de toda la sociedad.

4.1 Situación en América Latina y Argentina

En América Latina, cerca de 15 de cada 100 personas tienen alguna discapacidad.**

¹⁰ **Tendencias generales:** Son datos o resultados que ayudan a comprender una situación, aunque no representen a todas las personas.

* Global report on health equity for persons with disabilities. Geneva: World Health Organization; 2022. Licence: CC BY-NC-SA 3.0 IGO. Página: 2. [Informe global sobre equidad en salud para personas con discapacidad](#)

** Banco Mundial (2021). Disability Inclusion in Latin America and the Caribbean: A Path To Sustainable Development. Página: 4. <http://hdl.handle.net/10986/36628>

X ✈ + Más es Más

Las discapacidades más frecuentes son:

- Movilidad reducida.
- Discapacidad visual.
- Personas sordas o **hipoacúsicas**¹¹.

Muchas personas tienen más de una discapacidad.

En América Latina, más de la mitad de las personas con discapacidad son mujeres.^{***}

En Argentina se calcula que 4 millones 400 mil personas viven con discapacidad.

Esto significa cerca de 9 de cada 100 personas.^{****}

También significa que 1 de cada 3 hogares convive con la discapacidad.

Por eso, la accesibilidad no es un tema minoritario, es importante para toda la sociedad.

También beneficia a:

- Personas mayores.
- Personas embarazadas.
- Niños y niñas.
- Personas con lesiones temporales.
- Familias.
- Personas acompañantes.

Los espacios culturales deben considerar esta diversidad.

Un teatro accesible permite que más personas participen.

Un museo que elimina barreras, permite que más personas puedan participar.

Un recital pensado para todas las personas invita a participar.

Un evento inclusivo permite que más personas participen.

¹¹ **Hipoacúsicas:** Son personas que tienen pérdida de audición.

^{***} Página WEB. Open Data LAC. Del BID.

<https://www.iadb.org/es/recursos-de-conocimiento/datos>

^{****} Estimación en base a ENDis (2018). Instituto Nacional de Estadística y Censos - I.N.D.E.C. Estudio Nacional sobre el Perfil de las Personas con Discapacidad : resultados definitivos 2018. - 1a ed . - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Instituto Nacional de Estadística y Censos - INDEC, 2018. Libro digital, PDF. Página: 35.

https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/poblacion/estudio_discapacidad_12_18.pdf

4.2 Brechas y desafíos

Todavía existen muchas **brechas**¹² y desafíos.

También existen muchas barreras que dificultan la participación.

Las personas con discapacidad, sordas y neurodivergentes encuentran obstáculos en distintos ámbitos:

- Educación.
- Trabajo.
- Salud.
- Cultura.
- Acceso a la tecnología.
- Comunicación.
- Transporte.

Muchas personas con discapacidad tienen menos oportunidades de participar en **igualdad de condiciones**¹³.

Esto ocurre por diferentes razones:

- Barreras físicas.
- Información poco clara.
- Falta de apoyos para la comunicación.
- Falta de personal capacitado.
- Prejuicios.
- Discriminación.

También faltan datos claros y actualizados.

Cuando faltan datos, es más difícil diseñar **políticas públicas**¹⁴ y acciones efectivas.

Por eso, la accesibilidad no debe pensarse como una medida especial.

Debe formar parte de todos los espacios.

La accesibilidad en cultura permite:

- Ampliar públicos.

¹² **Brechas:** Son diferencias o desigualdades entre grupos de personas.

¹³ **Igualdad de condiciones:** Significa que todas las personas tienen oportunidades reales para participar.

¹⁴ **Políticas públicas:** Son decisiones y acciones que toma el Estado para responder a necesidades de la sociedad.

- Incluir a más personas.
- Mejorar la experiencia de muchas familias.
- Crear espacios más justos.
- Fortalecer la **participación social**¹⁵.

La accesibilidad no es solo inclusión.

También mejora la calidad de las experiencias culturales para todas las personas.

5. El público y sus experiencias culturales

El estudio escuchó la voz de las personas.

Las personas con discapacidad Y neurodivergencias fueron protagonistas.

Sus experiencias permiten comprender qué ocurre antes de los eventos culturales.

También permiten comprender qué ocurre durante y después de los eventos culturales.

La idea principal es:

“Nada de nosotros sin nosotros”.

Esto significa que las personas con discapacidad, sordas y neurodivergentes deben participar en las decisiones sobre accesibilidad.

No se deben tomar decisiones sobre ellas sin escucharlas.

Sus opiniones son necesarias para mejorar los espacios culturales.

5.1 Deseo de participar

El estudio muestra que muchas personas quieren participar.

98 de cada 100 personas dijeron que quieren participar en experiencias culturales.

84 de cada 100 personas asistieron a algún evento durante el último año.

Algunas actividades fueron:

- Cine.
- Teatro.
- Museos.

¹⁵ **Participación social:** Es la posibilidad de formar parte de actividades, decisiones y espacios de la comunidad.

- Festivales.
- Espectáculos.
- Conciertos.
- Recitales.

Sin embargo, muchas personas todavía se sienten excluidas.

47 de cada 100 personas dijeron que se sienten excluidas de la oferta cultural actual.

Esto muestra una tensión importante.

Existe interés en participar.

Pero las barreras limitan esa participación.

Las personas no solicitan privilegios.

Solicitan condiciones de accesibilidad, respeto y autonomía.

5.2 Personas distintas, mismo derecho a participar

Las personas que participaron del estudio son diversas.

Algunas personas tienen discapacidad.

Cada persona puede necesitar apoyos diferentes.

Sin embargo, muchas comparten el mismo deseo.

Quieren participar, salir, disfrutar y sentirse parte.

Muchas personas también buscan mejorar las condiciones de accesibilidad.

Algunas participan en organizaciones, desarrollan proyectos, acompañan a otras personas y comparten información con su comunidad.

Esto muestra que las personas no son solo público.

También son protagonistas del cambio.

La accesibilidad se construye con las personas.

La accesibilidad no se construye sin ellas.

5.3 El valor de sentirse parte

Ir a un evento cultural no es solo asistir a una actividad.

También significa compartir con otras personas.

Significa disfrutar con familiares, amistades o personas cercanas.

Significa vivir una experiencia cultural con respeto.

Para muchas personas, participar en cultura permite:

- Sentirse incluidas.
- Sentirse reconocidas.
- Tener más autonomía.
- Disfrutar de un momento propio.
- Compartir con otras personas.

La cultura no es solo entretenimiento, también es participación social.

5.4 Entre el deseo de participar y la dependencia de apoyos

Muchas personas quieren asistir a eventos culturales.

Pero muchas veces necesitan ayuda para hacerlo.

A veces necesitan apoyo para:

- Comprar la entrada.
- Llegar al lugar.
- Entrar al espacio.
- Comunicarse con el personal.
- Ubicarse en su asiento.
- Usar el baño.
- Salir del evento.

Esta ayuda suele venir de familiares o personas acompañantes.

Sin embargo, muchas personas quieren participar con más autonomía.

La autonomía significa poder decidir.

También significa poder actuar con los apoyos necesarios.

Cuando un evento es accesible, la persona depende menos de otras personas.

Cuando falta accesibilidad, la persona queda más limitada.

La participación no debe depender solo de la buena voluntad de quienes acompañan.

Debe haber apoyos claros, información accesible y personal capacitado.

5.5 Necesidades diversas, soluciones diversas

No todas las personas necesitan los mismos apoyos.

Por eso, es importante preguntar:

¿Qué necesitas para participar mejor?

No hay que asumir.

No hay que decidir por la persona.

Cada persona conoce sus necesidades.

Las personas con **Movilidad reducida**¹⁶ pueden necesitar:

- Rampas.
- Ascensores.
- Baños accesibles.
- Espacios amplios.
- Ubicaciones con buena visibilidad.

Las personas con discapacidad visual pueden necesitar:

- **Audiodescripción**¹⁷.
- **Braille**¹⁸.
- **Señalética táctil**¹⁹.
- Orientación dentro del espacio.

Las personas sordas o hipoacúsicas pueden necesitar:

- Lengua de Señas.
- **Subtítulos**²⁰.
- **Aro magnético**²¹.
- Información clara por escrito.

Las personas neurodivergentes pueden necesitar:

- Menos ruido.
- Luces tenues.
- **Información anticipada**²².
- Lenguaje claro.

¹⁶ **Movilidad reducida:** Es la dificultad para moverse o desplazarse en algunos espacios.

¹⁷ **Audiodescripción:** Es un apoyo que describe con palabras información visual importante.

¹⁸ **Braille:** Es un sistema de lectura y escritura táctil usado por muchas personas ciegas.

¹⁹ **Señalética táctil:** Son señales que se pueden tocar y ayudan a orientarse en un espacio.

²⁰ **Subtítulos:** Son textos escritos que muestran lo que se dice o lo que suena en una actividad audiovisual.

²¹ **Aro magnético:** Es un sistema de sonido que ayuda a algunas personas que usan audífonos o implantes cocleares.

²² **Información anticipada:** Es información que se entrega antes de una actividad para saber qué va a pasar.

- Espacios tranquilos.
- **Apoyos visuales**²³.

Aunque las necesidades sean distintas, algunos apoyos benefician a muchas personas.

Por ejemplo:

- Buen trato.
- Información clara.
- Personal capacitado.
- Comunicación accesible.
- Espacios bien señalizados.

El trato adecuado es fundamental.

Las personas quieren ser tratadas con respeto.

No quieren ser **infantilizadas**²⁴.

No quieren ser **subestimadas**²⁵.

55 de cada 100 personas dijeron que el personal capacitado ayuda a participar.

Sin embargo, solo 16 de cada 100 personas encontraron acompañamiento adecuado en el último evento.

Esto muestra una barrera importante.

Hay interés en participar.

Pero falta preparación en muchos espacios culturales.

6. La accesibilidad en eventos hoy

La accesibilidad en eventos culturales está mejorando.

Pero todavía existen desafíos importantes.

Las personas reconocen algunos avances.

También señalan que muchas barreras continúan presentes.

La accesibilidad no debe ser una excepción.

Debe formar parte de todos los eventos.

Un evento accesible permite participar con menos tensión.

²³ **Apoyos visuales:** Son imágenes, textos, señales o recursos visuales que ayudan a comprender información.

²⁴ **Infantilizadas:** Significa tratar a personas adultas como si fueran niñas o niños.

²⁵ **Subestimadas:** Significa pensar que una persona puede menos de lo que realmente puede.

También permite disfrutar con menos obstáculos.

En Argentina, la accesibilidad en eventos todavía es limitada.

Faltan **criterios comunes**²⁶, más capacitación e información clara.

Como también, escuchar más a las personas con discapacidad, sordas y neurodivergentes.

Al mismo tiempo, existe una oportunidad.

Cada vez más personas del sector cultural muestran interés por aprender y mejorar.

Más productoras y espacios culturales hablan de inclusión y accesibilidad.

Esto es un punto de partida valioso.

La accesibilidad no es solo una responsabilidad **ética**²⁷.

También permite llegar a más público.

Muchas personas hoy no pueden disfrutar de la cultura como desean.

Por eso, mejorar la accesibilidad es una oportunidad.

Es una oportunidad para incluir más, para mejorar las experiencias y transformar la cultura.

7. El recorrido del público en eventos

Ir a un evento cultural no es una sola acción.

Es un recorrido con varios momentos.

Cada momento puede facilitar la participación y a su vez también puede generar barreras.

La experiencia no empieza cuando comienza el espectáculo.

La experiencia empieza antes.

Empieza cuando la persona busca información.

El recorrido incluye:

- Buscar información.
- Comprar la entrada.
- Planificar la salida.
- Llegar al lugar.
- Entrar.

²⁶ **Criterios comunes:** Son acuerdos compartidos para actuar de una manera parecida en distintos lugares o situaciones.

²⁷ **Ética:** Es el compromiso de actuar de manera justa y respetuosa.

- Ubicarse.
- Disfrutar la función.
- Salir del evento.
- Volver a casa.

En cada paso pueden aparecer barreras.

A veces las barreras son grandes.

A veces las barreras son pequeñas.

Pero muchas barreras acumuladas generan cansancio.

También pueden hacer que una persona decida no asistir.

40 de cada 100 personas dijeron que dejan de asistir porque la experiencia implica demasiado esfuerzo.

La accesibilidad no es solo una rampa.

La accesibilidad debe estar presente antes, durante y después del evento.

7.1 Comunicación y compra de entradas

La experiencia empieza cuando la persona busca información.

Muchas personas necesitan conocer datos concretos antes de decidir si asistirán.

Información sobre el lugar

- Las personas pueden necesitar saber:
- Dónde queda el lugar.
- Cómo llegar.
- Si la entrada es accesible.
- Si hay rampas o ascensor.
- Si hay baño accesible.
- Si hay espacios reservados.

Información sobre apoyos

- También pueden necesitar saber:
- Si hay intérprete de **LSA**²⁸
- Si hay subtítulos.
- Si hay audiodescripción.

²⁸ **LSA:** Lengua de Señas Argentina

- Si hay **apoyos sensoriales**²⁹.
- Si hay personal capacitado.
- Si hay espacios tranquilos.

Información sobre la compra

Además, necesitan conocer:

- Cómo comprar la entrada.
- Cómo elegir una ubicación accesible.
- Cómo solicitar apoyos.
- A quién consultar si tienen dudas.

Muchas veces la información no está clara.

A veces está incompleta, es difícil de encontrarla y no está en formato accesible.

44 de cada 100 personas quieren una página web con eventos accesibles.

En la comunidad sorda, este pedido sube a 65 de cada 100 personas.

También hay barreras para comprar entradas.

Algunas **plataformas de venta**³⁰ no son accesibles.

A veces no se puede elegir adecuadamente la ubicación, no se informa qué apoyos están disponibles.

Solo 19 de cada 100 personas consideran accesibles las plataformas de compra.

Por eso, muchas personas deben buscar información en distintos lugares.

Esto genera cansancio, dudas e inseguridad.

También puede hacer que una persona decida no asistir.

La información accesible ayuda a decidir.

La compra accesible ayuda a participar.

7.2 Planificación antes del evento

Antes de asistir a un evento, muchas personas necesitan planificar la experiencia.

²⁹ **Apoyos sensoriales:** Son recursos que ayudan a regular o adaptar estímulos como ruido, luces, olores o cantidad de personas.

³⁰ **Plataformas de venta:** Son páginas web o sistemas donde se compran entradas.

La planificación permite anticipar lo que va a pasar.

Anticipar significa conocer la información antes de que ocurra la situación.

Esto puede reducir la **incertidumbre**³¹.

También puede favorecer una experiencia más segura.

Información sobre el traslado

Las personas pueden necesitar saber:

- Cómo llegar.
- Dónde estacionar.
- Qué transporte público usar.
- Por dónde ingresar.

Información sobre el espacio

También pueden necesitar saber:

- Dónde está la entrada accesible.
- Dónde está el baño accesible.
- Dónde estará su ubicación.
- Si habrá ascensor.
- Si habrá **señalización clara**³².

Información sobre la experiencia

Además, pueden necesitar saber si habrá:

- Ruidos fuertes.
- Luces intensas.
- Momentos de espera.
- Un espacio tranquilo.
- Apoyos disponibles.

Cuando esta información no está, aparece la incertidumbre y puede generar ansiedad.

También puede hacer que una persona decida no asistir.

Por eso, los eventos deben comunicar información clara antes de la actividad.

La información debe ser completa, accesible y debe ser fácil de encontrar.

³¹ **Incetidumbre:** Es no saber qué va a pasar.

³² **Señalización clara:** Son señales fáciles de ver, leer y comprender.

7.3 Ingreso al lugar

El ingreso es uno de los momentos más importantes de la experiencia.

También puede ser uno de los momentos más difíciles.

Al llegar, muchas personas necesitan orientación.

Pueden necesitar saber:

- Por dónde entrar.
- Dónde mostrar la entrada.
- Dónde está el acceso.
- Si hay ascensor.
- Dónde está el baño accesible.
- Cómo llegar a su ubicación.
- A quién pedir ayuda.

Cuando no hay información clara, pueden aparecer dificultades.

La persona puede sentirse perdida, nerviosa e insegura.

También puede depender más de su acompañante.

El personal debe estar capacitado para orientar con respeto.

Debe hablarle directamente a la persona.

No debe hablar solo con la persona acompañante.

Debe preguntar qué apoyo necesita.

No debe asumir.

Un ingreso accesible ayuda a iniciar la experiencia con tranquilidad, con autonomía y respeto.

7.4 Durante la función

Durante la función, la persona quiere disfrutar.

Sin embargo, también pueden aparecer barreras.

Algunas barreras frecuentes son:

- Sonidos muy fuertes.
- Luces intensas.
- Asientos incómodos o mal ubicados.
- Baños lejos o difíciles de usar.
- Falta de Lengua de Señas.

- Falta de subtítulos.
- Falta de audiodescripción.
- Falta de espacios tranquilos.

A veces la persona no puede seguir lo que ocurre.

Se puede sentir incómoda.

Necesita salir un momento o pedir ayuda.

Por eso, los eventos deben contar con apoyos durante la función.

También deben permitir descansos cuando sea necesario.

La accesibilidad durante la función permite:

- Comprender mejor.
- Disfrutar más.
- Sentirse segura.
- Participar con respeto.

Un evento accesible no solo permite entrar.

También permite disfrutar la experiencia completa.

7.5 Salida del evento

La salida también forma parte de la experiencia.

A veces, salir del lugar puede ser difícil.

Puede haber mucha gente, ruido y poca luz.

Falta orientación.

También puede ser difícil encontrar una salida accesible y volver al transporte.

En este momento, muchas personas pueden sentirse cansadas.

También pueden sentirse nerviosas, incómodas o inseguras.

Por eso, la salida debe estar bien organizada.

Debe haber:

- Salidas accesibles.
- Personal que oriente.
- Señalización clara.
- Caminos libres de obstáculos.
- Información sobre transporte o estacionamiento.

La accesibilidad no termina cuando termina el espectáculo.

También debe estar presente en la salida.

Una salida accesible ayuda a cerrar la experiencia con tranquilidad.

8. Ideas importantes del estudio

8.1 La accesibilidad todavía es una excepción

El estudio muestra una idea importante.

La accesibilidad todavía no es lo habitual en muchas experiencias culturales.

Muchas veces aparece solo en algunos eventos.

Por eso, muchas personas ya esperan encontrar barreras.

Esta expectativa muestra un problema que se repite en muchos espacios.

La accesibilidad no debe depender de la suerte.

La accesibilidad no debe depender de la buena voluntad.

La accesibilidad no debe depender de casos aislados.

Debe formar parte de la planificación de todos los eventos.

Ir a un evento puede implicar mucho esfuerzo.

Muchas personas deben planificar con detalle:

- La entrada.
- El traslado.
- El ingreso.
- La ubicación.
- El baño.
- La ayuda disponible.
- La salida.

Cuando hay demasiadas barreras, la persona puede llegar cansada.

Incluso puede decidir no asistir.

Por eso, la accesibilidad debe integrarse como parte normal de la **gestión cultural**³³.

Cada experiencia accesible permite aprender.

Cada mejora ayuda a construir eventos más inclusivos y más sostenibles.

8.2 La accesibilidad es más que infraestructura

Muchas veces se piensa que accesibilidad significa solo una rampa.

Pero la accesibilidad es mucho más que eso.

³³ **Gestión cultural:** Es la planificación y organización de actividades culturales.

La accesibilidad también incluye la **infraestructura**³⁴.

Pero no se reduce a la infraestructura.

También incluye:

- Información clara.
- Compra de entradas accesible.
- Personal capacitado.
- Buen trato.
- Lengua de Señas.
- Subtítulos.
- Audiodescripción.
- Apoyos sensoriales.
- Baños accesibles.
- Señalización clara.

La accesibilidad debe estar presente en toda la experiencia.

Debe estar antes del evento.

Debe estar durante el evento.

Debe estar después del evento.

Un lugar puede tener rampa.

Pero aun así puede no ser plenamente accesible.

Por ejemplo, puede haber barreras si:

- No hay información clara.
- El personal no sabe cómo orientar.
- No hay apoyos de comunicación.
- La persona no puede disfrutar la función.

La accesibilidad no es solo poder entrar.

La accesibilidad es poder participar.

La accesibilidad es poder comprender.

La accesibilidad es poder disfrutar.

³⁴ **Infraestructura:** Son las condiciones físicas de un lugar, como rampas, baños, entradas, salidas o ascensores.

8.3 Comunicación inclusiva y validación real

La **comunicación inclusiva**³⁵ es una parte central de la accesibilidad.

No alcanza con decir que un evento es accesible.

Es necesario explicar qué apoyos tiene.

La información debe ser clara, completa y **verificable**³⁶.

También debe estar disponible antes del evento.

Debe aparecer en canales fáciles de encontrar.

Por ejemplo:

- Página web.
- Redes sociales.
- Plataforma de venta de entradas.
- **Canales de consulta**³⁷.

También es importante **validar**³⁸ la información.

Validar significa confirmar que la información publicada corresponde con la realidad.

Por ejemplo:

- Si se informa que hay baño accesible, debe estar disponible.
- Si se informa que hay Lengua de Señas, debe estar garantizada.
- Si se informa que hay un espacio tranquilo, debe existir.

La información incorrecta genera desconfianza.

La información clara y real genera seguridad.

Comunicar bien también es una forma de cuidar la experiencia del público.

8.4 Diversidad de necesidades, diversidad de soluciones

No todas las personas necesitan lo mismo.

Una persona puede necesitar una rampa.

Otra persona puede necesitar subtítulos.

Otra persona puede necesitar información anticipada.

³⁵ **Comunicación inclusiva:** Es una forma de comunicar que busca llegar a más personas y no dejar a nadie afuera.

³⁶ **Verificable:** Significa que se puede comprobar.

³⁷ **Canales de consulta:** Son medios para hacer preguntas o pedir información.

³⁸ **Validar:** Significa revisar y confirmar que algo es correcto, claro o real.

Otra persona puede necesitar menos ruido.

Otra persona puede necesitar orientación dentro del espacio.

Por eso, no hay una única solución.

La accesibilidad debe incluir distintas respuestas.

Algunos apoyos pueden ser:

- Accesos sin obstáculos.
- Lengua de Señas.
- Subtítulos.
- Audiodescripción.
- Espacios tranquilos.
- Señalización clara.
- Información en **lectura fácil**³⁹.
- Personal capacitado.

Lo más importante es preguntar y escuchar.

No hay que asumir.

Cada persona conoce sus necesidades.

Escuchar a las personas permite elegir mejores apoyos.

8.5 Una audiencia en construcción

Muchas personas con discapacidad, sordas y neurodivergentes quieren participar en la cultura.

Pero muchas veces no asisten a eventos.

Esto puede ocurrir porque:

- Tuvieron malas experiencias previas.
- No encuentran información clara.
- Sienten que el lugar no está preparado.
- La experiencia implica demasiado esfuerzo.
- No encuentran apoyos adecuados.

Esto no significa que no tengan interés.

El estudio muestra lo contrario.

98 de cada 100 personas quieren participar en experiencias culturales.

³⁹ **Lectura fácil:** Es una forma de escribir y presentar información para que sea más fácil de comprender.

Por eso, la **audiencia**⁴⁰ existe.

Pero es necesario construir **confianza**⁴¹.

Construir audiencia implica:

- Informar mejor.
- Escuchar más.
- Mejorar los apoyos.
- Capacitar al personal.
- Sustener la accesibilidad en el tiempo.

Cuando las personas tienen buenas experiencias, pueden volver.

También pueden recomendar el evento a otras personas.

La accesibilidad ayuda a ampliar públicos.

También ayuda a crear una cultura más diversa.

9. Cinco aprendizajes importantes

9.1 Nada de nosotros sin nosotros

Las personas con discapacidad, sordas y neurodivergentes deben participar en las decisiones sobre accesibilidad.

No se debe decidir por ellas.

Se debe decidir con ellas.

Sus experiencias son necesarias para mejorar.

La accesibilidad se construye con participación real.

9.2 Las audiencias se construyen

Muchas personas quieren participar.

Pero necesitan confianza.

La confianza se construye con buenas experiencias.

También se construye con información clara.

También se construye con apoyos reales.

Si un evento es accesible, más personas pueden asistir.

Si las personas se sienten bien tratadas, pueden volver.

⁴⁰ **Audiencia:** Es el grupo de personas que asiste o podría asistir a una actividad.

⁴¹ **Confianza:** Es la seguridad de que una experiencia será respetuosa, clara y accesible.

9.3 El valor va más allá de la **recaudación**⁴²

La accesibilidad no debe pensarse sólo como un costo.

La accesibilidad también genera valor.

Genera participación.

Genera confianza.

Genera **reputación**⁴³.

Genera comunidad.

La accesibilidad también expresa compromiso con los derechos.

Un evento accesible mejora la experiencia de muchas personas.

9.4 Comunicar claro y en los canales correctos

La información debe ser clara.

La información debe estar completa.

La información debe ser fácil de encontrar.

Debe estar disponible antes del evento.

También debe estar en los canales que usa el público.

Por ejemplo:

- Web.
- Redes sociales.
- Plataforma de venta de entradas.
- Canales de consulta.

La comunicación accesible ayuda a decidir.

También reduce dudas, ansiedad, y la incertidumbre.

9.5 Avanzar sin esperar la perfección

La accesibilidad es un camino.

No todo se resuelve de una vez.

Pero es importante empezar.

⁴² **Recaudación:** Es el dinero que se obtiene por la venta de entradas u otros ingresos.

⁴³ **Reputación:** Es la imagen o valoración que otras personas tienen de una organización o evento.

Cada mejora cuenta.

Cada apoyo suma.

Cada experiencia permite aprender.

Lo importante es avanzar con compromiso.

También es importante escuchar y corregir.

La perfección no debe ser una excusa para no hacer nada.

10. Cierre: Más es Más

La accesibilidad permite que más personas participen.

Más información clara.

Más apoyos.

Más capacitación.

Más escucha.

Más autonomía.

Más disfrute.

Más cultura para todas las personas.

El **mensaje principal** del estudio es claro:

las personas quieren participar.

Pero las barreras todavía lo dificultan.

Una cultura accesible abre caminos.

Una cultura accesible no deja a nadie afuera.