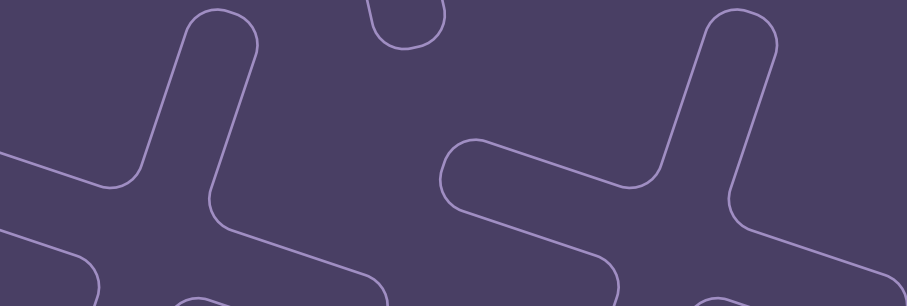
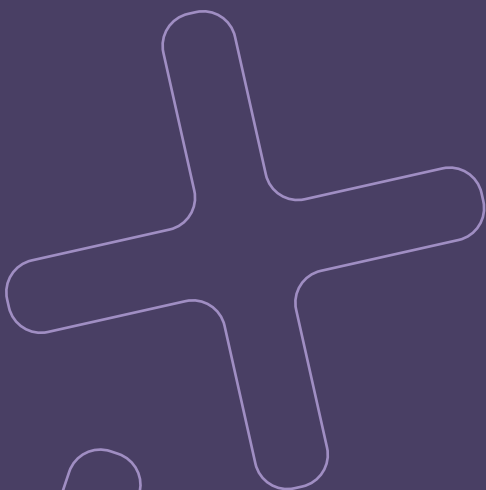
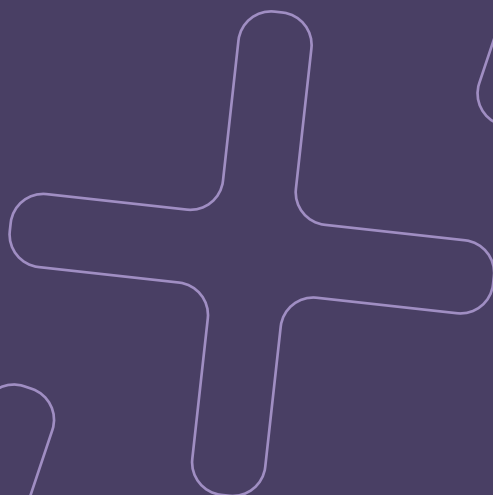
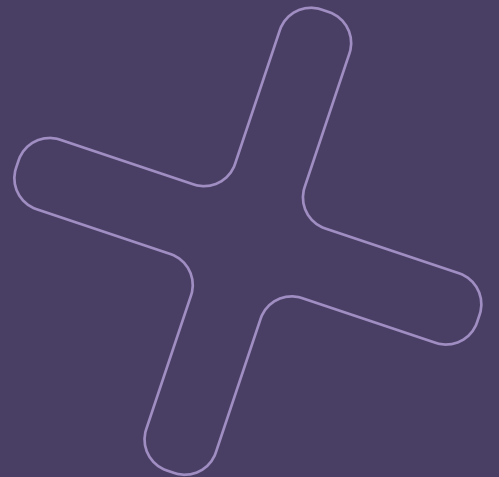


Exploración de tendencias sobre accesibilidad para personas sordas, neurodivergentes y con discapacidad en experiencias culturales en Argentina



Índice

Principales hallazgos del estudio	03
Introducción	04
1. Abordaje y metodología del estudio	04
2. Discapacidad y sus características	05
Un enfoque basado en derechos y accesibilidad	05
Una realidad global y en expansión	06
La situación en América Latina y el Caribe	07
Argentina: un desafío estadístico y social	07
Brechas persistentes y desafíos para la inclusión	09
3. El público objetivo y su vivencia en experiencias en vivo hoy	10
La voz del público con discapacidad	10
Comunidades distintas, pero una misma actitud proactiva	11
El poder de “ser parte”	11
Entre el deseo y la dependencia	11
Necesidades diversas, un mismo reclamo	12
4. La accesibilidad en eventos hoy	14
Un avance que comienza a tomar forma	14
5. El recorrido del público en eventos	14
Un camino lleno de obstáculos y desafíos	14
1. Comunicación y compra de tickets	15
2. La previa: planificación y anticipación	16
3. Ingreso: uno de los momentos más críticos	16
4. Durante la función: entre el disfrute y la incomodidad	17
5. La salida: vulnerabilidad y estrés	18
6. Principales hallazgos e implicancias	18
La excepción y no la norma, pero un camino de oportunidad	18
Accesibilidad: más que infraestructura	19
Comunicación inclusiva y validación real	19
Diversidad de necesidades, diversidad de soluciones	20
Una audiencia en construcción	20
Cinco aprendizajes que marcan la hoja de ruta	21
1. “Nada para nosotros sin nosotros”	21
2. Las audiencias se construyen	21
3. El retorno está más allá de la recaudación	22
4. Comunicar claro, constante y en los canales correctos	22
5. Avanzar sin esperar la perfección	22
En síntesis: ¡Más es Más!	23

Principales hallazgos del estudio

1

Las personas con discapacidad quieren ser parte de la vida cultural

El **98%** de las personas con discapacidad está interesado en participar de experiencias culturales, y el **84%** asistió a algún evento de entretenimiento durante el último año.

2

El deseo se enfrenta a la exclusión

Si bien el interés por participar activamente de la vida cultural es alto, el **47%** de las personas encuestadas se siente excluido de la oferta actual.

3

Información: la experiencia comienza mucho antes que el show

Antes de decidir asistir a un espectáculo, muchas personas con discapacidad, neurodivergentes o sordas necesitan información previa para saber si un evento es accesible. Si bien el **44%** desea una web de eventos accesibles, solo el **31%** de las personas encuestadas afirma encontrar información clara sobre accesibilidad.

4

La inclusión mejora sustancialmente con una experiencia humana diseñada empáticamente

El **55%** de los encuestados considera que el mayor facilitador para asistir a una experiencia cultural es que el lugar cuente con personal capacitado, pero solo el **16%** indicó haber encontrado acompañamiento adecuado.

5

La urgencia de transformar la accesibilidad cultural

La experiencia cultural actual entre personas con discapacidad está hoy muy por debajo de las expectativas: **se evalúa en 3,7 sobre 10**. Aun así, hay ganas de seguir conociendo y disfrutando: el **88%** volvería, aunque la accesibilidad sea baja.

Introducción

Como parte de su compromiso por promover la convivencia en la diversidad bajo todas sus expresiones, *The Walt Disney Company Argentina* impulsó un estudio exploratorio cuali-cuantitativo **sobre el estado de la accesibilidad para personas sordas, neurodivergentes y con discapacidad en experiencias en vivo, como espectáculos, shows, exhibiciones, carreras y otros eventos culturales en Argentina**. Este diagnóstico fue realizado por Youniversal, consultora especializada en investigación de mercado y análisis de tendencias sociales, culturales y de consumo.

En el marco de este estudio concebimos la accesibilidad cultural como el brindar iguales condiciones de participación a todas las personas que forman parte de una sociedad determinada y que, por alguna razón física, sensorial o cognitiva, encuentran obstáculos para el pleno disfrute de sus derechos. Esta definición contempla tanto las actitudes del entorno como el diseño del ambiente que las rodea.

El objetivo de este trabajo exploratorio fue comprender cómo las personas con discapacidad, sordas y neurodivergentes acceden a la cultura y viven la experiencia del entretenimiento en vivo, identificar los principales obstáculos que enfrentan como comunidad, y detectar oportunidades concretas para que la industria eleve sus estándares de accesibilidad, garantizando iguales condiciones de participación social para todos los espectadores.

En un contexto donde el disfrute cultural sigue siendo un derecho desigual, el estudio resalta una mirada profundamente humana y transformadora: pensar la accesibilidad como una cadena de decisiones hechas por personas que impactan en cada parte del recorrido que hace el público consumidor, abriendo caminos donde antes había barreras.

1. Abordaje y metodología del estudio

The Walt Disney Company (TWDC) cuenta con una larga trayectoria en entretenimiento y busca hoy fortalecer su compromiso con la accesibilidad para personas con discapacidad, sordas y neurodivergentes en la Argentina. Para ello, propone un nuevo enfoque inclusivo, basado en el trabajo colaborativo con distintos actores de la industria, con el objetivo de elevar los estándares de lo que se ofrece hoy en materia de accesibilidad en el circuito cultural del país. Con esta meta, el punto de partida fue lograr una línea de base, para lo cual se encomendó a la consultora Youniversal la realización de un estudio exploratorio, orientado a comprender el estado de situación de la accesibilidad en experiencias culturales de entretenimiento en vivo, así como las percepciones y vivencias de las personas con discapacidad, sordas y neurodivergentes con respecto a estas experiencias. El trabajo también buscó identificar barreras, oportunidades y aprendizajes para inspirar buenas prácticas en toda la industria.

El estudio combinó diferentes enfoques y fuentes para construir un primer diagnóstico preliminar sobre la accesibilidad cultural en Argentina. Entre septiembre y noviembre de 2025, Youniversal llevó adelante una exploración cualitativa, y entre enero y febrero de 2026, una segunda fase cuantitativa. El relevamiento cualitativo incluyó tres etapas complementarias: un mapeo de situación y tendencias a partir de fuentes secundarias, regulaciones vigentes y estudios previos del sector cultural; 10 entrevistas en profundidad con actores clave de la industria (entre ellos representantes de ticketeras, productoras, locaciones o espacios culturales, gestores públicos y organizaciones dedicadas a la accesibilidad); y focus groups con terapeutas, especialistas y personas con discapacidad, sordas, neurodivergentes y familiares. Esto permitió reunir una mirada diversa sobre barreras, apoyos y oportunidades de mejora. La fase cuantitativa se realizó a través de una encuesta online, con un cuestionario estructurado, adaptado según el perfil de quien respondía: uno para personas con discapacidad que responden por sí mismas, otro para tutores de menores de edad o personas que no pueden responder directamente, y uno específico para personas Sordas señantes, apoyado por un video en Lengua de Señas. Los casos fueron reclutados por correo electrónico y redes sociales a través de Disney, organizaciones y referentes en inclusión que distribuyeron la encuesta¹, llegando a 624 casos totales, con un universo y margen de error de +/- 3,92% en la muestra total.

La combinación de metodologías buscó capturar no solo los obstáculos físicos o logísticos, sino también las **dimensiones simbólicas y emocionales** del disfrute cultural: cómo se sienten estas personas al participar de un evento, qué experiencias previas tuvieron, cómo viven la atención del personal, qué esperan de una marca o institución que declara ser inclusiva, qué necesitan para poder disfrutar plenamente las experiencias, qué prácticas consideran verdaderamente indispensables para todos los espectáculos y cuáles resultan transformadoras.

2. Discapacidad y sus características

UN ENFOQUE BASADO EN DERECHOS Y ACCESIBILIDAD

*La discapacidad no es una condición individual o el mero resultado de un diagnóstico médico, sino el resultado de la interacción entre **los desafíos que enfrenta una persona** —como ver, oír, moverse, aprender, recordar, concentrarse, comunicarse o autocuidarse— y **las barreras del entorno** —arquitectónicas, tecnológicas, comunicacionales, actitudinales y normativas—.*

¹ Esto implica que los resultados, si bien son válidos y representativos de la muestra obtenida, marcan una tendencia, pero no son estrictamente extrapolables al total de la población argentina.

Este enfoque, denominado social, es el que hoy promueven la **Organización Mundial de la Salud (OMS)**, la **Clasificación Internacional del Funcionamiento, de la Discapacidad y de la Salud (CIF)** y la **Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (CDPD)**. A diferencia de las visiones históricas centradas en la enfermedad o el déficit, esta perspectiva entiende que **dos personas con una misma condición de salud pueden tener vidas completamente distintas**, según los apoyos y barreras que encuentren en su entorno.

Desde esta mirada, **la discapacidad es un asunto de derechos humanos y de accesibilidad**, no de diagnóstico. Lo que define la inclusión o la exclusión no es la condición médica, sino la manera en que la sociedad diseña sus espacios, servicios, comunicaciones y experiencias, y el modo en que las difunde. Las políticas y las industrias que adoptan este enfoque avanzan hacia un modelo de **participación plena, autonomía y disfrute cultural**, ampliando el acceso a cada vez más personas.

UNA REALIDAD GLOBAL Y EN EXPANSIÓN

*Actualmente, se estima que **1.300 millones de personas en el mundo viven con una discapacidad**, lo que equivale al **16% de la población mundial**, es decir, una de cada seis personas²*

De ellas, alrededor de **200 millones** requieren apoyos intensos para poder participar de una vida cotidiana en una sociedad que aún no está adaptada a sus necesidades. A su vez, **1500 millones** de personas presentan algún grado de pérdida de audición³, entre las cuales se estima que 70 millones son Sordas⁴.

Este número está creciendo de manera sostenida debido a varios factores, entre ellos el **envejecimiento global de la población**, mayor visibilidad y registro de condiciones neurodivergentes y de personas con discapacidad, así como enfermedades crónicas, accidentes o exposiciones ambientales que pueden derivar en situaciones de discapacidad.

La **discapacidad tiene asociada, además, una dimensión de inequidad persistente**: las personas con discapacidad enfrentan mayores brechas de acceso a la salud, la educación, el empleo y los ingresos, así como mayores obstáculos para participar plenamente en la vida cultural y social, en comparación con las personas sin discapacidad.

² 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](#)

³ World report on hearing. Geneva: World Health Organization; 2021. Licence: CC

⁴ Página web. United Nations – International Day of Sign Languages <https://www.un.org/en/observances/sign-languages-day> Extracto del texto: "According to the World Federation of the Deaf, there are more than 70 million deaf people worldwide. More than 80% of them live in developing countries. Collectively, they use more than 300 different sign languages"

LA SITUACIÓN EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

En América Latina, cerca del 15% de la población vive con alguna discapacidad⁵, siendo la movilidad reducida y la discapacidad visual, total o parcial, las más frecuentes⁶, aunque es usual la coexistencia de dos o más condiciones.

En términos de género, las mujeres representan el **54% de las personas con discapacidad** en la región⁷, como reflejo de su mayor esperanza de vida y de desigualdades estructurales que impactan en la salud y el acceso a cuidados.

Las cifras sobre discapacidad varían ampliamente tanto en Argentina como en América Latina, porque no existe una forma única y homogénea de medirla. Cada país —e incluso cada censo o encuesta dentro de un mismo país— aplica metodologías distintas, con diferentes preguntas, universos y niveles de análisis. Esto produce resultados dispares que no reflejan necesariamente una mayor o menor cantidad de casos, sino distintos modos de aproximarse a una realidad compleja. La falta de criterios comparables —entre países y a lo largo del tiempo— hace que los números sean parciales. Sin embargo, todos coinciden en señalar un desafío estructural vinculado al envejecimiento poblacional, las enfermedades crónicas y las desigualdades persistentes.

Más allá de estas cifras, el universo real de personas que necesitan un entorno más accesible al que existe actualmente es aún mayor, ya que estos números **no contemplan discapacidades o lesiones temporarias adquiridas como resultado de accidentes o enfermedades**, ni a personas que requieran apoyos específicos, como personas embarazadas o **adultos mayores que acompañan a niños a espectáculos**, entre otros casos. En este contexto, **la accesibilidad cultural emerge como un derecho vulnerado a gran escala** que afecta a millones de personas en Argentina y en el mundo, y que condiciona el grado de participación social y comunitaria en la vida cultural cotidiana.

ARGENTINA: UN DESAFÍO ESTADÍSTICO Y SOCIAL

*En Argentina, se estima que 4,4 millones de personas viven con alguna discapacidad, lo que representa aproximadamente el 9,4% de la población nacional. Dicho de otro modo, uno de cada tres hogares convive con la discapacidad⁸, lo que revela que la inclusión no es solo una cuestión de justicia social, sino una **necesidad estructural para garantizar el acceso equitativo a la cultura y el entretenimiento de todas las personas.***

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

6 Banco Mundial (2021). Disability Inclusion in Latin America and the Caribbean: A Path To Sustainable Development. Página: 245. <http://hdl.handle.net/10986/36628>

7 Página WEB. Open Data LAC. Del BID. <https://www.iadb.org/es/recursos-de-conocimiento/datos>

8 Estimación en base a ENDIS (2018). Instituto Nacional de Estadística y Censos - INDEC. 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

El dato proviene del **Estudio Nacional sobre el Perfil de las Personas con Discapacidad (ENDIS, INDEC 2018)**, que relevó población urbana de seis años y más. Aunque la cifra parece menor al promedio regional y global, los especialistas advierten que las **diferencias metodológicas y el alcance del estudio** —limitado a centros urbanos de más de 5.000 habitantes— podrían explicar parte de esa brecha, por lo que el número real podría ser superior al registrado.

Por otro lado, la llamada **Silver Economy o economía plateada, que englobará a más del 30% de la población argentina en pocos años**⁹, encuentra en el acceso y disfrute de la cultura los mismos obstáculos que hoy enfrentan las personas con discapacidad.

Garantizar entornos accesibles, señalética clara, comunicaciones completas, procesos de venta de entradas simples y adecuaciones según las distintas necesidades no solo mejora la experiencia del público en general, sino que también **amplía audiencias, fideliza consumidores y prepara a la industria cultural para el futuro**. La accesibilidad ofrece una nueva razón para innovar, transformar sectores tradicionales y generar modelos más sostenibles para todas las personas.

De acuerdo con los números registrados en relevamientos previos, las personas con movilidad reducida y con disminución visual total o parcial representan el mayor porcentaje de personas con discapacidad en nuestro país, seguido por personas sordas e hipoacúsicas¹⁰. A su vez, la mayoría de las personas presenta más de una dificultad simultánea, lo que exige **abordajes integrales y apoyos diferenciados** en los entornos, que muchas veces van más allá de lo que sería funcional para un tipo de discapacidad o condición.

Como en el resto de la región, las **mujeres mayores concentran la mayor proporción de casos**, especialmente en zonas urbanas. Esta feminización de la discapacidad plantea desafíos específicos de cuidado, accesibilidad y autonomía. Si bien el país cuenta con un marco legal¹¹ en materia de discapacidad, **aún no existen estándares unificados**

9 Proyecciones demográficas difundidas por los medios argentinos Infobae y TN, en base a datos de la OMS, INDEC y foros especializados en Silver Economy. [Generación plateada: el grupo de adultos que redefinió su rol y empezó a cambiar la economía global | TN y Desafíos y oportunidades de la generación silver: cómo los mayores de 55 años marcan el pulso de la actividad laboral - Infobae](#)

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

11 Algunas de las leyes son: 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).

ni lineamientos claros que orienten su aplicación concreta en espacios culturales o espectáculos en vivo. Además, la falta de continuidad entre gestiones genera avances fragmentados y desiguales, donde las mejoras dependen en gran medida de iniciativas aisladas impulsadas por productoras, salas o gobiernos de turno, más que de una estrategia sostenida a nivel nacional.

BRECHAS PERSISTENTES Y DESAFÍOS PARA LA INCLUSIÓN

En todos los niveles —global, regional y nacional— persisten **brechas estructurales profundas** que limitan la participación plena de las personas con discapacidad, sordas y neurodivergentes en la vida social, cultural y económica. Las **tasas de empleo formal** son significativamente más bajas, especialmente en sectores con mayores requerimientos tecnológicos o físicos, y muchas personas terminan desempeñándose en la economía informal o en trabajos precarizados. En el ámbito educativo, la **baja accesibilidad de las instituciones y de los materiales** sigue siendo un obstáculo, lo que se traduce en una menor presencia en los niveles secundarios y superiores, y en una brecha digital creciente. Estas exclusiones se profundizan con **mayores niveles de pobreza, barreras arquitectónicas, estigmas sociales y falta de apoyos públicos sostenidos**, configurando un círculo vicioso de desigualdad que afecta la autonomía y la participación ciudadana. Sin políticas integrales y datos comparables, las brechas no solo se mantienen, sino que tienden a reproducirse en las nuevas generaciones.

Sin embargo, las cifras también revelan una oportunidad: uno de cada tres hogares convive **con al menos una persona con discapacidad**¹², lo que convierte a la accesibilidad en una cuestión social transversal, no sectorial. No se trata, entonces, de una minoría, sino de una audiencia amplia, diversa y con capacidad de incidencia en los consumos, las decisiones culturales y las dinámicas familiares.

*Desde esta perspectiva, la accesibilidad deja de ser solo una política de inclusión para convertirse también en una **estrategia de desarrollo y reputación**. Desarrollo, porque hacer accesibles los contenidos, productos y espacios permite **ampliar audiencias**, llegar a públicos antes excluidos y conectar con valores sociales que ganan relevancia, como la empatía, la convivencia en la diversidad y la equidad.*

Cuanto antes se comience este camino, más tempranamente se ampliarán audiencias, empezando idealmente por las infancias si queremos construir audiencias que abracen la convivencia en la diversidad como una experiencia cotidiana y no solo como un ideal. En palabras de un referente entrevistado: “*Mi intención muchas veces era accesibilizar*

¹² Datos elaborados a partir de los Censos 2010 y 2022, y de las proyecciones del INDEC para 2025: se estima que en el país viven cerca de 6 millones de personas con alguna dificultad o limitación permanente. Al considerar el tamaño promedio del hogar (2,9 personas) y el hecho de que muchas personas presentan más de una dificultad o necesitan apoyos no captados por el censo, el cálculo resulta que entre el 30% y el 33% de los hogares —aproximadamente uno de cada tres— convive con al menos una persona con discapacidad o con necesidades funcionales relacionadas. Fuentes: Estimación en base a los Censos 2010 y 2022. <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel3-Tema-2-41>

las obras para niños. Para mí eso es un nicho que hay que trabajar porque hay mucho público que lo necesita. Si empezamos con los chicos de chiquitos ya de alguna manera construís espectadores” (referente de opinión en la gestión pública).

Adicionalmente, las organizaciones que entienden que la accesibilidad es también una **palanca de innovación y legitimidad** fortalecen su vínculo con la comunidad, proyectan coherencia entre lo que dicen y lo que hacen, y marcan el rumbo hacia una cultura que reconoce y celebra la diversidad humana como un valor esencial, **fortaleciendo así su reputación**.

3. El público objetivo y su vivencia en experiencias en vivo

LA VOZ DEL PÚBLICO CON DISCAPACIDAD

En este estudio, la voz de las personas con discapacidad, sordas y neurodivergentes ocupa el centro de la escena: no aparece como un testimonio complementario, sino como **fuentes principales de datos, conocimiento y transformación**. Sus relatos trazan un mapa de información emocional y práctico de lo que significa participar de la vida cultural cuando el entorno no acompaña.

El interés por participar en eventos culturales es total: el 98% de las personas encuestadas manifestó interés en este tipo de experiencias y, en el último año las personas entrevistadas realizaron en promedio al menos cinco actividades culturales). Durante el último año, la participación en eventos de entretenimiento fuera del hogar también fue muy elevada: un 84% asistió a algún evento¹³. Entre las actividades destacadas, se encuentran ir al cine en shoppings (58%), ir a un teatro (33%), visitar museos (31%), participar de festivales o shows (27%), asistir a un concierto o recital (26%) y escuchar música en vivo (24%). Sin embargo, el 47% de las personas encuestadas se siente excluida de la propuesta cultural actual.

Cuatro aspectos principales motivan la concurrencia a un evento: que el contenido sea de interés (80%), la accesibilidad del lugar (51%), que las entradas sean gratuitas para personas con CUD (Certificado Único de Discapacidad) (46%) y el precio de las entradas en caso de ser aranceladas (41%). Los testimonios revelan que la accesibilidad no se limita a rampas o subtítulos, sino que también involucra comunicación clara, empatía y un trato adecuado. **Al narrar sus experiencias, estas voces desafían la mirada asistencialista y se posicionan como protagonistas de un cambio estructural: construir una cultura que escuche, dialogue y aprenda con ellas, no sobre ellas.** “Nada de nosotros, sin nosotros”, también en el arte y en el entretenimiento. A continuación, algunas de las experiencias compartidas durante el estudio.

¹³ El 24% de la muestra asistió a un evento cultural en el último mes; sin embargo, lo habitual es ir cada tres meses (alineado con el promedio de concurrencia a espectáculos anual de 4 o 5 veces al año).

COMUNIDADES DISTINTAS, PERO UNA MISMA ACTITUD PROACTIVA

El público entrevistado se caracteriza por su energía transformadora. No se trata de meros consumidores, sino de **gestores del cambio**, personas que con frecuencia convierten su propia experiencia en motor de acción colectiva.

“Soy una persona muy justiciera, muy de buscar herramientas para todo el mundo. Quiero solucionar la vida de todos... es algo que busco siempre”, contó una participante del estudio.

Muchas de estas personas fundaron ONG, impulsaron soluciones tecnológicas o artísticas, son comunicadores, diseñan proyectos de ley sobre accesibilidad o simplemente se convirtieron en referentes o aliados/as dentro de sus comunidades. Comparten que cuando enfrentan obstáculos cotidianos, **se apoyan entre sí, celebran los logros ajenos y estimulan a otros a avanzar**. Es un público resiliente, empático y decidido a transformar su entorno.

EL PODER DE “SER PARTE”

Asistir a un evento no es solo una salida recreativa. Tiene un valor funcional —poder participar de lo que otros disfrutan—, emocional —vivir un buen momento, distenderse, conectar con la familia o amistades— y simbólico —reforzar la inclusión social desde la vivencia misma—. En palabras de una madre:

“Mi hijo de ocho años, usa silla de ruedas. Es importante que sepa que puede estar, que puede disfrutar. Eso lo dignifica”.

La idea de “ser parte” atraviesa el discurso del grupo de personas entrevistadas: no buscan privilegios, sino **participación con respeto y autonomía**.

“Cuando el actor les habla directamente en Lengua de Señas, se sienten más reconocidos. No da lo mismo”, explicó una madre de niños Sordos.

ENTRE EL DESEO Y LA DEPENDENCIA

Las personas con discapacidad, sordas y neurodivergentes desean participar activamente del mundo cultural, **naturalizan la necesidad de depender de otros para hacerlo**.

“Yo ya doy por hecho que en el 90% de los casos voy a necesitar ayuda de un tercero”, relató una participante.

Para este grupo, la accesibilidad no es solo ingresar o desplazarse: **es poder hacerlo con dignidad, sin infantilización, pudiendo contar con toda la información que necesitan a tiempo y de forma accesible. Es poder comprar una entrada y poder comunicarse con el personal sin que la respuesta se dirija al acompañante en lugar de a ellos/as.**



“Estoy hablando con el personal del lugar y en vez de responderme a mí, le contestan a mi amiga, como si yo no existiera”, expresó otra.

NECESIDADES DIVERSAS, UN MISMO RECLAMO

Una frase se repitió, con distintos matices, a lo largo de los grupos:

“Las personas somos todas diferentes, necesitamos diferentes apoyos en accesibilidad. Lo importante es preguntar a la persona qué necesita... no protocolizar ni asumir”.

Cada discapacidad o condición demanda recursos o apoyos específicos, que pueden variar según el tipo de experiencia. Algunos ejemplos son: las personas con movilidad reducida esperan espacios amplios, distancias cortas, rampas con pendiente adecuada, ascensores, baños accesibles y espacios con buena visibilidad del show; las personas con discapacidad visual total o parcial se benefician de recursos y señalética e información táctil o auditiva, como la audiodescripción, el braille, la compatibilidad con tecnologías de asistencia que fomenten su autonomía, y también de la presencia de guías humanas; las personas hipoacúsicas y sordas necesitan, dependiendo su condición, intérpretes en Lengua de Señas, subtítulo, aro magnético y/o tecnologías que permiten a quienes usan audífonos o implantes cocleares regular los sonidos según su necesidad. Y las personas neurodivergentes, por su parte, informan requerir ambientes con menor estimulación sensorial, así como recursos anticipatorios, comunicaciones en lenguaje sencillo, y señalética o pictogramas, entre otros apoyos.

Sin embargo, más allá de las diferencias, lo que se repite es que muchas de las soluciones o recursos de accesibilidad que funcionan para un grupo, también sirven para otros. Entre los recursos más valorados se encuentra.

1.

el trato adecuado y empático, de igual a igual, algo que todos los grupos consultados definen como fundamental: la necesidad de no sentirse infantilizados ni subestimados, sino siendo parte como cualquier otra persona. La inclusión no se logra por decreto, sino con una experiencia humana diseñada empáticamente, que contemple el vínculo y una cercanía genuina con el colectivo de personas con discapacidad, sordas y neurodivergentes. El personal capacitado es el mayor facilitador y la mayor ausencia en las experiencias culturales. Así lo revela la encuesta: el 55% de los participantes lo identifica como el factor que más facilita su asistencia a este tipo de eventos y el 28% afirma haberlo encontrado en sus experiencias culturales en general, pero sólo el 16% lo encontró presente cuando fueron consultados específicamente sobre el último evento al que asistieron.

2.

El segundo facilitador más relevante es contar con experiencias más tranquilas o con apoyos sensoriales. Este aspecto fue mencionado por el 54% de personas de la muestra total, llegando a 59% en el caso de tutores de personas neurodivergentes; sin embargo, solo está presente en el 33% de los casos.

3.

El tercer factor clave es la existencia de comunicación completa, anticipatoria y accesible. Para el 46% de los encuestados es un factor determinante a la hora de elegir asistir a un evento (llegando al 71% en personas sordas), pero solo lo encuentran en el 29% de los casos. Las personas sordas también destacan como facilitador contar con espacios reservados (39%), información clara sobre accesibilidad en el lugar (29%), y subtítulos, autodescripción o Lengua de Señas (58%).

4.

Por último, las entradas gratuitas o con descuento aparecen como un facilitador importante (45% en la muestra total y 54% entre PCD), y, al mismo tiempo, como el recurso más disponible, ya que está presente en el 41% de los casos.

Desde la compra de la entrada hasta la salida del evento, el público entrevistado describe un recorrido lleno de obstáculos y barreras visibles e invisibles. A pesar de su resiliencia, muchas personas reconocen que **estas dificultades terminan condicionando su participación**: un 40% afirma dejar de asistir porque “implica demasiado esfuerzo”. Más allá del interés por asistir a eventos culturales y espectáculos, a la hora de evaluar qué tan cómodos e integrados se sienten, la balanza es negativa: **la accesibilidad en experiencias de entretenimiento tiene una evaluación promedio de 3,7 sobre 10, evidenciando una desconexión entre la oferta cultural y las necesidades reales del segmento**. La falta de personal capacitado y asistencia (24%), la falta de accesibilidad y disponibilidad (23%) y la falta de contemplación de todas las discapacidades (18%) son las principales razones que explican la mala evaluación. Sin embargo, **el deseo de participar es muy fuerte**: el 88% volvería a asistir aun cuando la accesibilidad sea baja (de cada cuatro o cinco lugares visitados, las personas volverían a tres, incluso cuando normalmente solo dos ofrecieron apoyos adecuados).

Como vemos, a pesar de todo, **hay ganas de seguir conociendo y disfrutando**. A continuación, se detallan las principales barreras que atraviesan las personas en este trayecto, que aún dista de ser verdaderamente accesible.



4. La accesibilidad en eventos hoy

UN AVANCE QUE COMIENZA A TOMAR FORMA

Los testimonios de quienes participaron en el estudio muestran una combinación de gratitud, esperanza y realismo. **Reconocen avances, pero insisten en que la accesibilidad sigue siendo un pendiente estructural.**

Para ellos/as, **el entretenimiento accesible no es una concesión, sino un derecho:** una posibilidad concreta de habitar la cultura sin tensión ni obstáculos. En esa búsqueda, valoran especialmente las iniciativas que combinan empatía con profesionalismo. El consenso es claro: **la accesibilidad en experiencias en vivo en Argentina aún es limitada**, pero existe una base sólida para mejorar.

Esa base existe porque, aunque el sistema aún carece de estándares y políticas de accesibilidad unificadas, **crece una conciencia genuina dentro de la industria sobre el valor de la inclusión en espectáculos en vivo.** Los productores y gestores culturales —especialmente las generaciones más jóvenes— reconocen que incluir no solo es una cuestión ética, sino también estratégica.

En palabras de uno de ellos, *“nosotros, la nueva generación de productores estamos queriendo aprender, porque vemos que hay —incluso desde lo estratégico y comercial— un montón de público que no está disfrutando del entretenimiento”.*

Esa disposición **marca el punto de partida de una transformación cultural que ya comenzó.** Surgen así iniciativas concretas impulsadas por la voluntad de aprender y de hacer en colaboración con personas con discapacidad, sordas y neurodivergentes.

5. El recorrido del público en eventos

UN CAMINO LLENO DE OBSTÁCULOS Y DESAFÍOS

Los testimonios recogidos para este estudio reflejan con fuerza la **distancia que aún existe entre el derecho a participar de la cultura y las condiciones reales** para una inclusión plena. Mientras las personas entrevistadas identifican al menos cuatro factores necesarios para vivir una buena experiencia, en la práctica sólo suelen encontrar dos o tres. Como ya se señaló, las principales ausencias son las experiencias amigables y la formación del staff. Esto revela que la accesibilidad no se limita a rampas o señalética, sino que atraviesa cada una de las etapas que recorre una persona que desea ir a un evento: desde enterarse, hasta disfrutar la experiencia y regresar a su casa. El recorrido de una persona con discapacidad, sorda y/o neurodivergente hacia y dentro de un evento —desde la búsqueda de información hasta la salida— está atravesado por una cadena de infinitas microbarreras. Cada paso

requiere tiempo, coordinación y, sobre todo, resiliencia y optimismo. Cada obstáculo presente en cualquiera de esas etapas suma una carga invisible que transforma una salida recreativa en un desafío, que muchos **desisten de siquiera intentar afrontar**.

“Doy por sentado que no voy a tener accesibilidad en el espectáculo, pero si la hay, me dan más ganas de ir”.

El estudio identifica **cinco etapas críticas en el acceso a espectáculos por parte de estos públicos**:

1. Comunicación y compra de tickets.
2. Preparativos previos al evento.
3. Ingreso al espacio.
4. Disfrute durante la función.
5. Salida y desconcentración.

1. COMUNICACIÓN Y COMPRA DE TICKETS

Existe una necesidad crítica vinculada a la comunicación: al 44% “le gustaría una página web que reúna eventos accesibles”, una demanda que escala hasta el 65% en la comunidad sorda. Este punto representa uno de los mayores cuellos de botella y muchas veces marca la diferencia entre enterarse o no de una propuesta y, en consecuencia, entre asistir o no asistir. Uno de los principales problemas es que la comunicación sobre eventos accesibles **no es masiva**, sino que suele circular solo entre redes de nicho o a través de influencers vinculados al ámbito de la discapacidad. Además, la información sobre los recursos de accesibilidad disponibles en cada experiencia (sea o no adaptada), suele ser insuficiente y difícil de encontrar. Las personas tienen que hacer un gran ejercicio de “pesca” de información en distintas páginas, publicaciones y/o redes sociales para poder juntar la información necesaria para decidir si el evento se ajusta o no a sus necesidades. A esto se le suma que la información suele presentarse en formatos no accesibles para personas que requieren apoyos adicionales, como personas sordas o hipoacúsicas o con disminución visual, entre otras.

Por otro lado, **la experiencia de compra de entradas constituye otra barrera importante**: desde plataformas de compra digital en formatos no accesibles, información limitada sobre la accesibilidad del evento o del lugar donde se lleva a cabo, hasta limitaciones a la hora de elegir ubicaciones. Todos estos obstáculos representan una dificultad adicional para quienes quieren —y podrían— acceder a la oferta de entretenimiento en vivo. De hecho, en la encuesta realizada, solo el 19% considera que las plataformas de compra son accesibles.

“Te encontrás con barreras: llegás al séptimo paso y no podés elegir la butaca porque el gráfico no es accesible”, resumió una participante con discapacidad visual.

X ✖ + Más es Más

A estas barreras **se suma la instancia de presentación del CUD, documento necesario para poder acceder a descuentos o cupos gratuitos en eventos.** Una etapa que en muchos casos aún debe realizarse de manera presencial en la boletería, en lugar de poder resolverse digitalmente.

2. LA PREVIA: PLANIFICACIÓN Y ANTICIPACIÓN

En la encuesta, **solo el 31% de las personas entrevistadas afirmó haber encontrado información clara sobre recursos de accesibilidad, y apenas el 12% encontró señalización y pictogramas.** Pese a esta serie de dificultades, el público entrevistado muestra una gran capacidad de autogestión y resiliencia. Cuando los eventos no ofrecen recursos o información anticipatoria, **muchas personas desarrollan sus propias estrategias**, como anticipaciones visuales, pictogramas y recorridos previos para reducir la ansiedad. “Uso pictogramas para explicarle a mi hija qué vamos a ir a ver. Necesito mucho apoyo para que comprenda el contexto”, relató una madre.

También consultan fotos del teatro, mapas de acceso o disponibilidad de baños en distintas plataformas para evaluar si el lugar cuenta con las condiciones mínimas necesarias para acceder. Una entrevistada con movilidad reducida contó: *“Soy muy feliz cuando hay transporte público cerca; sé que puedo volver sin pedir ayuda. Miro el tema de las tarimas y baños antes de decidir”.* Sin embargo, este no es el caso de todos. Hay muchas personas que, ante tantos obstáculos, directamente desisten de intentar asistir.

3. INGRESO: UNO DE LOS MOMENTOS MÁS CRÍTICOS

El acceso al evento aparece como uno de los momentos de mayor tensión. Las filas extensas, la falta de accesos prioritarios, la ausencia de señalización y/o claridad sobre los accesos, baños o procesos de entrega de entradas, presentación de CUD o retiro de dispositivos de asistencia, sumado al gentío, el bullicio auditivo (como obstáculo para las personas con hipersensibilidad y discapacidad visual) y/o la falta de personal capacitado generan incomodidad y estrés.

“Lo que me hace sentir cómodo es que me vean y me digan: ya te vimos, no te preocupes, vas a llegar”, explicó un asistente ciego. Otra persona agregó: “A veces te tratan como a un niño; hablan con el acompañante, no con vos”.

Por otro lado, **el personal —aunque muchas veces bien intencionado— suele carecer de entrenamiento y protocolos claros** para brindar un servicio de calidad para estos públicos que pueden requerir asistencia o recursos de apoyo adicionales. Aunque el 73% de las personas recibió apoyo en algún momento del último año, ninguno de los lugares más frecuentados logra superar el 50% de efectividad en la recepción de apoyos. **Eso evidencia que el acceso a personal idóneo parece depender del azar o de la voluntad**

individual del empleado de turno, más que de un estándar institucional de calidad. De hecho, **sólo el 16% afirma haber encontrado personal capacitado, cuando es indagado específicamente por el último evento al que acudió.** El análisis del recorrido de los usuarios muestra una paradoja interesante: aunque el 68% de las personas recibió apoyo adecuado en al menos uno de los cuatro o cinco venues que visitó —elevando la tasa global de apoyo al 73%—, cuando se analizan los espacios de manera individual, ninguno de los principales lugares supera el 50% de asistencia efectiva. Esto evidencia que la accesibilidad **todavía no está estandarizada y que las experiencias son muy desiguales entre espacios.** Por lo tanto, encontrar personal que brinde apoyo adecuado funciona casi como una lotería, más dependiente del momento o de la persona presente que de un sistema consistente. Aun así, la intención de regreso sigue siendo alta: 88% entre los que asistió a algún venue y, en muchos casos, incluso el 100% entre quienes recibieron apoyo. Esto sugiere que, aunque **la falta de asistencia no necesariamente impide el retorno, sí impacta en la calidad de la experiencia y en la manera en que se vive el recorrido dentro de cada espacio.**

4. DURANTE LA FUNCIÓN: ENTRE EL DISFRUTE Y LA INCOMODIDAD

El momento del espectáculo también presenta desafíos. Si bien los entrevistados destacan positivamente la presencia de rampas, tarimas, audiodescripción, espacios de descanso sensorial, kits sensoriales e intérpretes en Lengua de Señas, entre otros recursos de accesibilidad presentes, en general señalan que estos recursos siguen siendo limitados o insuficientes. En la encuesta encontramos **que el 31% identificó barreras físicas en el espacio donde se desarrollaba el evento (escaleras, falta de rampas, baños inaccesibles, etc.).**

“Sería ideal que haya un reloj visible para saber cuánto falta; ayuda a mi hijo neurodivergente a regular la ansiedad”, relata otra madre.

Otros mencionaron que el público Sordo muchas veces queda disperso, lejos del intérprete, lo que fragmenta la experiencia. En relación con las experiencias adaptadas para personas con distintas condiciones o discapacidades, los entrevistados manifestaron que muchas veces esa convivencia puede resultar incompatible con la experiencia. Por ejemplo, el ruido y movimiento asociado a funciones distendidas dificulta la experiencia de personas ciegas, con baja visión o hipoacúsicas, que necesitan escuchar con atención, y la de personas Sordas, que necesitan poder ver y concentrarse en los intérpretes para comprender las obras.

Otra barrera relacionada al contenido tiene que ver con la **oferta limitada y la falta de diversidad de contenidos** más allá de lo infantil. Uno de los testimonios más reveladores lo resume con sencillez: *“Para mi hija, que ya está entrando en la preadolescencia, no hay tanta oferta”.*

5. LA SALIDA: VULNERABILIDAD Y ESTRÉS

El final del evento puede convertirse en un momento de riesgo físico y emocional. **Las aglomeraciones, el ruido y la falta de organización dificultan la salida segura.**

“Lo peor es el amontonamiento. Te pisan, y no tenés estabilidad fácil. Sería bueno que hicieran salidas por sectores”, pidió una entrevistada.

En personas neurodivergentes, el exceso de estímulo sensorial **posterior al show puede derivar en crisis o ansiedad**. A esto se le suma la dificultad de acceder al transporte público o a un taxi a la salida de un evento masivo. En la encuesta encontramos que el 18% señaló dificultades para llegar o volver del evento, porcentaje que asciende al 31% entre las personas con discapacidad.

6. Principales hallazgos e implicancias

LA EXCEPCIÓN Y NO LA NORMA, PERO UN CAMINO DE OPORTUNIDAD.

El estudio revela que **la accesibilidad sigue siendo una excepción y no la norma, pero que estamos en un momento de gran oportunidad para impulsar de forma colaborativa un cambio hacia una nueva realidad**. Pero aún hay mucho por hacer para que eso suceda. Las personas entrevistadas **asumen que los eventos no serán accesibles** y, aun así, intentan participar. Pero, como vimos, esto no siempre sucede y muchísimas personas aún hoy ni siquiera lo intentan. Esa resignación —“ya tenemos incorporada la falta de accesibilidad”— muestra una normalización del obstáculo y una necesidad urgente de cambio estructural dentro de la industria del espectáculo.

La experiencia cultural, **lejos de ser espontánea, se vuelve una logística compleja**: cada salida implica planificar apoyos, prever contingencias y depender de redes familiares o comunitarias. Quienes se animan, llegan muchas veces agotados a la experiencia. Pero siempre agradecen que existan propuestas que, aunque con oportunidades de mejora, hayan sido pensadas para incluirlos/as. Y piden más.

“Asistir a un evento cultural siendo una persona con discapacidad es un acto de coraje”, expresó una entrevistada. “Implica planificar, anticipar barreras y exponerse a entornos que muchas veces no te contemplan”.

Las experiencias con accesibilidad ya implementadas forman parte de una hoja de ruta que deja en la industria, sus equipos y el público una huella de avances graduales y aprendizajes compartidos constantes, que son clave para usar como base a la hora de construir una oferta cultural más accesible.

ACCESIBILIDAD: MÁS QUE INFRAESTRUCTURA

Uno de los hallazgos más contundentes del relevamiento es que **la accesibilidad no puede reducirse a rampas, ascensores o subtítulos**. Es una práctica cultural que combina empatía, respeto, diálogo y aprendizaje.

La inclusión se juega también en los pequeños gestos: una sonrisa, un trato de igual a igual, un intérprete de Lengua de Señas bien ubicado, un baño accesible bien iluminado, un ingreso sin estrés, una señalética visible o la posibilidad de que cada persona pueda llevar y utilizar sus propios dispositivos o herramientas de regulación, entre muchas otras cuestiones.

COMUNICACIÓN INCLUSIVA Y VALIDACIÓN REAL

Otro hallazgo central es la necesidad de **mejorar la comunicación**. La información sobre accesibilidad debe ser clara, visible, accesible, suficiente, anticipada y difundida por canales masivos, en lugar de circular únicamente a través de canales o influencers dirigidos a personas con discapacidad. Incluir influencers de las comunidades puede ayudar y debe ser un canal complementario, pero lo fundamental es **institucionalizar la comunicación accesible y validarla con personas usuarias**.

Esto puede lograrse siguiendo algunos pasos. Primero, garantizando que las plataformas de difusión de información sean compatibles con tecnologías de asistencia, como los lectores de pantalla utilizados por personas con discapacidad visual, o incorporando QR que dirijan a una comunicación visual con pictogramas, entre otros recursos de accesibilidad. Muchas plataformas ya cuentan con estos recursos; la clave está en comenzar a utilizarlos o, incluso, intentar universalizarlos.

Segundo, asegurando que las comunicaciones y sus formatos sean accesibles, independientemente del punto de contacto con el público consumidor, sean redes sociales, páginas web, formularios de registro, plataformas de venta online, prensa, etc. Esto último incluye, según corresponda, comunicaciones en lenguaje sencillo, subtítulos, Lengua de Señas, descripciones en texto alternativo o audio, entre otras.

Tercero, ofreciendo información completa acerca de la accesibilidad tanto del evento como del lugar en donde ocurrirá, de forma anticipada y consistente, permitiendo que las personas puedan decidir libremente si la experiencia cuenta o no con los recursos que necesitan para acceder y disfrutarla.

También se destaca **la importancia del personal capacitado**: un primer contacto empático y profesional puede transformar la experiencia completa. *“Generar un primer contacto simple, respetuoso y cordial es una buena puerta de entrada”*, sintetiza una entrevistada. Si a esto se le suma capacitación para brindar un servicio de calidad alineado a las necesidades del público con discapacidad, tenemos gran parte del camino allanado.



X ✕ + Más es Más

Estamos hablando de una **CADENA DE ACCESIBILIDAD**: si un eslabón falla, toda la cadena se rompe. La accesibilidad no puede pensarse como un agregado, sino como un diseño integral del ecosistema de experiencias accesibles.

DIVERSIDAD DE NECESIDADES, DIVERSIDAD DE SOLUCIONES

Otro gran aprendizaje que puede inferirse del relevamiento es que **la idea de una “accesibilidad universal” es noble, pero en la práctica —y particularmente en lo que tiene que ver con experiencias de entretenimiento en vivo—, se enfrenta a tensiones concretas**: lo que favorece a unos puede resultar disruptivo para otros.

Por ejemplo, un ambiente distendido, con luces y sonidos reducidos y libertad de movimiento, favorece a personas neurodivergentes, pero puede ser un obstáculo para personas con discapacidad visual, sordas o hipoacúsicas. Del mismo modo, los subtítulos pueden resultar insuficientes para personas Sordas que se comunican en Lengua de Señas, mientras que esta última no siempre es útil para personas hipoacúsicas o con implante coclear que están oralizadas y utilizan la lectoescritura como principal forma de comunicación.

El desafío entonces consiste en encontrar nuevas formas de convivir **en la diversidad, diseñando experiencias modulares, adaptativas y validadas por usuarios reales**, capaces de priorizar el disfrute de distintos públicos sin forzar uniformidad. Y todo esto, sin olvidar a sus acompañantes, que pueden o no ser personas con discapacidad o con alguna condición. **¿Cómo se logra esto?** Involucrando al público al que se desea llegar para comprender sus necesidades, explorar caminos posibles y consensuar decisiones que beneficien a la mayor cantidad de personas. Decisiones que permitan seguir dando pasos hacia adelante en este camino de aprendizaje colectivo que es la accesibilidad en entornos culturales.

UNA AUDIENCIA EN CONSTRUCCIÓN

Frente a la falta de respuestas, muchas personas con discapacidad, sordas y/o neurodivergentes generan sus propias soluciones para informarse, acceder a las entradas, llegar a los espacios, navegar las incertidumbres y los prejuicios, y disfrutar de las experiencias. Cada quien a su manera. Pero es un trabajo arduo que no todos logran hacer, y muchas personas, potenciales espectadores, quedan en el camino.

El análisis permite reconstruir un recorrido claro: hoy la accesibilidad en muchos espacios culturales se vive más como una experiencia de supervivencia que de disfrute. Las personas logran llegar —muchas veces gracias a su propia resiliencia—, pero no necesariamente disfrutan plenamente del evento. La experiencia, de hecho, suele romperse antes de que el evento empiece, en la etapa de información y planificación, donde aparecen los primeros puntos de fricción: falta de comunicación clara, incertidumbre sobre las condiciones reales



de acceso y necesidad de anticipar obstáculos. Cada grupo prioriza distintos aspectos del recorrido, pero todos coinciden en que **la cadena de accesibilidad se quiebra cuando el sistema deja de acompañar de forma consistente**. En ese sentido, el eslabón humano aparece como el más frágil de la cadena: la falta de capacitación, sensibilidad o información en el personal genera brechas que la infraestructura por sí sola no logra resolver. Esto evidencia que invertir únicamente en instalaciones no es suficiente si no se fortalece también la comunicación previa y la preparación de quienes interactúan con el público. El benchmark de locaciones refuerza esta idea: aunque algunos espacios son más visitados o percibidos como relativamente accesibles, ninguno logra superar de forma consistente el 50% de valoración positiva. **El acceso a apoyos adecuados termina funcionando casi como una lotería, donde la experiencia depende demasiado de quién esté presente, del momento o de la situación puntual.**

CINCO APRENDIZAJES QUE MARCAN LA HOJA DE RUTA

Del relevamiento surgen cinco principios que orientan los próximos pasos hacia una industria cultural más accesible, empática y sostenible. Estos aprendizajes no son conclusiones cerradas, sino **guías de acción colectiva** para seguir avanzando en el camino iniciado con “*Más es Más*”.

1. "Nada para nosotros sin nosotros".

Existe una gran heterogeneidad dentro del público con discapacidad y, por lo tanto, no existe una única solución de accesibilidad. Reconocer esta diversidad es un paso esencial para diseñar experiencias verdaderamente accesibles. Involucrar a las personas con discapacidad en cada etapa del proceso —desde el diseño hasta la validación de las experiencias— es la única forma de asegurar que las soluciones respondan a necesidades reales. Debe ser un proceso colaborativo. Quienes trabajan en el diseño de experiencias en vivo de esta manera logran soluciones más precisas, sostenibles y valoradas por todos los públicos. Ambas partes se enriquecen con los saberes y perspectivas ajenas, y el consenso se construye, a menudo, mediante soluciones graduales e intermedias.

2. Las audiencias se construyen.

Cada experiencia accesible genera nuevos públicos, más diversos y comprometidos. La accesibilidad amplía el alcance de la cultura y fortalece la participación social de las personas con discapacidad.

Las audiencias se construyen con cada experiencia accesible que se ofrece, porque cada vez que una persona con discapacidad, sorda o neurodivergente —junto con sus familias o amistades— puede disfrutar de un espectáculo en igualdad de condiciones, se amplía no solo el público de un evento, sino también el alcance simbólico de la cultura. La accesibilidad activa entornos familiares completos, genera nuevas conversaciones y despierta la fidelidad



de comunidades diversas y comprometidas. Cada vez que se diseña, comunica o adapta una experiencia pensando en incluir también a estos públicos en un contexto de convivencia, se genera una transformación en quienes asisten y en quienes trabajan para lograrlo, que perdura en el tiempo. **Incluir no solo mejora la experiencia individual: multiplica el sentido de pertenencia y fortalece el tejido cultural que nos conecta como sociedad.**

3. El retorno está más allá de la recaudación.

Quienes invirtieron en experiencias accesibles dentro de los casos analizados demostraron un retorno en ampliación de públicos, reputación, innovación y la consecuente generación de valor mediático y emocional. Las experiencias accesibles no solo impactan en los números, sino en la forma en que las audiencias perciben y se vinculan con la cultura y con las entidades que las realizan. Quienes apostaron por hacer accesibles sus espectáculos o espacios observaron resultados tangibles: públicos más amplios y diversos, reconocimiento institucional, mayor cobertura mediática y un fortalecimiento de la reputación. En palabras de los entrevistados, “lo que no se mide no crece”, y aunque aún no existen métricas estandarizadas, varios actores del sector comenzaron a generar trazabilidad interna para evaluar estos avances.

El retorno también se expresa en valor emocional: cada gesto de inclusión genera empatía, orgullo y un vínculo positivo con las marcas o instituciones que lo impulsan. Una productora lo sintetizó así: “Sabemos que tenemos mucho que aprender, pero cada año marcamos objetivos y vamos creciendo de a poco”. Otro referente de gestión pública agregó: “Ahora nadie cuestiona si un edificio debe tener rampa; lo mismo tiene que pasar con la accesibilidad en los eventos”.

Estas acciones, aunque todavía incipientes, demuestran además que **invertir en accesibilidad es una apuesta de futuro**, preparando a la industria cultural para un contexto sociodemográfico que requerirá de mayor accesibilidad.

4. Comunicar claro, constante y en los canales correctos.

Si la información no llega, las personas no pueden participar. Es tan simple como eso. La comunicación accesible es parte esencial del derecho a la cultura.

5. Avanzar sin esperar la perfección.

La accesibilidad es un proceso vivo. Aprender, ajustar y continuar es más valioso que esperar la solución perfecta. Cada paso suma. Las comunidades de personas con discapacidad, sordas y neurodivergentes valoran los gestos simbólicos, los cambios concretos, y sobre todo, la coherencia y el compromiso consistente y sostenido a lo largo del tiempo, por aprender y ofrecer experiencias cada vez más accesibles.

X ✂ + Más es Más

EN SÍNTESIS: ¡MÁS ES MÁS!

La accesibilidad no es solo una condición técnica: **es una práctica social que expresa el tipo de sociedad que queremos construir.** Tampoco implica adaptar para incluir a alguien en un sistema ya existente, sino **garantizar la participación plena y en igualdad de condiciones** en todos los ámbitos, incluido el ocio, el tiempo libre y la cultura. Y hacerlo desde el inicio.

La accesibilidad en el circuito cultural avanza con cada barrera que se rompe y se consolida cuando deja de ser un gesto aislado para convertirse en una práctica sostenida y compartida, capaz de abordar todos los eslabones que componen la experiencia del público consumidor.

En la medida en que los sectores involucrados en el desarrollo de la oferta cultural de nuestro país integren esta mirada —no como excepción, sino como estándar que se construye paso a paso—y aún más, que vean a la accesibilidad como una oportunidad para diversificar audiencias, enriquecer la oferta cultural e innovar, se abre la posibilidad de construir una cultura verdaderamente inclusiva, de la que todas las personas podamos disfrutar en convivencia.

