DIAGNÓSTICO FEDERAL DE INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

EFICC
Encuentro Federal de Industrias Culturales y Creativas

CFI
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

DIAGNÓSTICO FEDERAL DE INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Agradecimiento. Prólogo. Industrias Culturales y Creativas: una estrategia de desarrollo federal. Presentación del diagnóstico 04

DIAGNÓSTICO FEDERAL

- Artes Escénicas – Danza 21
- Artes Escénicas – Teatro 42
- Artes Visuales 74
- Artesanías 92
- Audiovisual 115
- Diseño 135
- Editorial 159
- Gastronomía 189
- Música 207
- Videojuegos 222

CADENAS DE VALOR POR SECTOR 246

TALLERES PROSPECTIVOS 257

Créditos y Anexos 297

La realización de este **Diagnóstico Federal de las Industrias Culturales y Creativas en Argentina** fue posible gracias a la colaboración de las y los veintitrés titulares de las secretarías de Cultura provinciales, quienes desde el inicio se comprometieron con este proyecto, destinando tiempo, información y el conocimiento de sus equipos técnicos para garantizar un diagnóstico riguroso y representativo de cada realidad territorial. A ellas y ellos, nuestra profunda gratitud.

Prólogo

DIAGNÓSTICO FEDERAL DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

Las industrias culturales y creativas son un sector productivo estratégico para la economía del país, por su capacidad de generar empleo, exportar y proyectar a la Argentina en el mundo. Además, son parte de nuestra identidad y nos permiten contar quiénes somos. Por eso, forman parte de la Hoja de Ruta hacia un futuro federal que construimos desde el CFI junto a las provincias argentinas.

Este trabajo parte del reconocimiento de ese potencial. La Argentina tiene talento, recursos creativos y capacidad instalada en todas sus regiones, pero muchas veces el conocimiento sobre el sector está disperso. Este diagnóstico busca reunir ese saber, ordenarlo y ponerlo al servicio de la planificación, el diseño y la gestión de políticas públicas.

La publicación es fruto de un recorrido compartido. Desde hace cinco años, la Escuela Federal de Desarrollo del CFI lleva adelante programas de formación para fortalecer a los equipos de gestión provinciales. En ese marco funciona la Diplomatura en Gestión Cultural, que ya formó a más de doscientos funcionarios, funcionarias y equipos técnicos de todo el país. A su vez, durante el último año, cerca de doscientos profesionales de las provincias participaron directamente en la elaboración de estos diagnósticos. En junio de 2026, en el Encuentro Federal de Industrias Culturales y Creativas (EFICC) organizado junto a la provincia de Mendoza, se pusieron en común sus resultados y se trabajó sobre ellos como base para formular políticas públicas basadas en evidencia.

Uno de los consensos de este proceso es que las industrias creativas necesitan herramientas -jurídicas, financieras, regulatorias, tributarias- adaptadas a su forma de producir. Desde el sector público tenemos el desafío de diseñar instrumentos de estímulo, esquemas de garantías y mecanismos de apalancamiento que contemplen estas particularidades.

Este diagnóstico es un paso importante para seguir avanzando en la Hoja de Ruta de las industrias culturales y creativas, que ya define algunas prioridades para los próximos años: desarrollar instrumentos de financiamiento, estímulo y evaluación de impacto, y crear instancias de coordinación que permitan optimizar recursos y potenciar cadenas de valor compartidas.

Gracias a todas las personas que participaron en este debate estratégico para la Argentina, y a los equipos técnicos de las provincias y las instituciones que, con su compromiso y su trabajo, hicieron posible este relevamiento. Ponemos este material a disposición como una herramienta de diagnóstico, consulta y acción para la toma de decisiones y el desarrollo productivo del sector en todo el país.

Ignacio Lamothe
Secretario General
Consejo Federal de Inversiones

INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS: UNA ESTRATEGIA DE DESARROLLO FEDERAL

Por **Marcela Cardillo**, jefa del Área de Promoción y Desarrollo de las Industrias Culturales y Turismo del Consejo Federal de Inversiones y **Nicolás Pfeifer**, coordinador de Industrias Culturales del Consejo Federal de Inversiones.

Las Industrias Culturales y Creativas para el CFI

El **Consejo Federal de Inversiones** y las provincias argentinas vienen articulando desde hace varios años una agenda en torno al desarrollo de las **Industrias Culturales y Creativas (ICC)**. Esos esfuerzos consolidaron un conjunto de iniciativas que se retroalimentan y que posicionan al sector como un eje estratégico de desarrollo federal.

El **Programa de Formación en Industrias Culturales e Innovación** de la Escuela Federal de Desarrollo del CFI es una de sus principales líneas de trabajo. En 2026 llegó a su quinta edición con formato de **Diplomatura Superior** y una carga de 182 horas. En sus cuatro primeras cohortes, desde su lanzamiento en 2022, participaron funcionarios/as y equipos técnicos de las áreas provinciales de cultura de 23 jurisdicciones argentinas, con alrededor de 160 egresados y egresadas que presentaron más de 90 proyectos de política pública cultural para el desarrollo de las ICC a nivel local. Diseñados y presentados por equipos provinciales, estos trabajos abarcan una gran variedad de subsectores y territorios. Esos proyectos generados durante cada cursada, así como los debates, la información y la red federal de gestores culturales del sector público, constituyen insumos valiosos para que el área impulse nuevas iniciativas.

La Diplomatura dio paso, además, a la creación del **Laboratorio de Proyectos**, una iniciativa surgida desde el área a partir de la identificación de oportunidades, potencialidades y desafíos. Desde este espacio se promueven iniciativas de políticas públicas formuladas en torno a los diez sectores de las industrias culturales y creativas: **Artes escénicas - Danza, Artes escénicas - Teatro, Artes visuales, Artesanías, Audiovisual, Diseño, Editorial, Gastronomía, Música y Videojuegos**. Para cada uno de ellos, el Laboratorio trabaja sobre seis ejes de análisis: circulación y exhibición, datos e indicadores, normativa y gobernanza, financiamiento, internacionalización y formación.

El Laboratorio de Proyectos complementa un eje central del trabajo que lleva adelante el área de Industrias Culturales del CFI: las **asistencias técnicas** a solicitud de las jurisdicciones, una instancia de trabajo articulado que permite la detección de necesidades e intereses de las administraciones provinciales.

Los avances del Laboratorio y la profundización de las asistencias técnicas aceleraron la acumulación de conocimiento, debates informados y experiencia de gestión. Todo eso derivó en un paso institucional significativo: la incorporación de las ICC como una de las industrias priorizadas en la **Hoja de Ruta hacia un Futuro Federal que el** CFI lleva adelante junto a las provincias argentinas. La Hoja de Ruta es una herramienta de planificación estratégica para ordenar prioridades, coordinar políticas públicas e impulsar el desarrollo territorial y productivo del país.

Esta metodología busca impulsar sectores estratégicos, alinear las necesidades y capacidades provinciales, generar acuerdos interjurisdiccionales para abordar desafíos estructurales y económicos, y promover la competitividad económica con base en la sostenibilidad ambiental y social.

En este camino, en octubre de 2025, se acordó con las autoridades provinciales de Cultura la elaboración de un **Diagnóstico Federal** sectorial de las Industrias Culturales y Creativas, con el objetivo de articular y consensuar un proceso orientado al desarrollo integral del sector en las provincias argentinas.

Meses más tarde, ese proceso encontró su instancia de mayor visibilidad en el **Encuentro Federal de Industrias Culturales y Creativas (EFICC)**. Del 4 al 6 de junio de 2026, la ciudad de Mendoza fue sede del evento organizado por el CFI y el Gobierno de la provincia de Mendoza, con la participación de las 23 provincias argentinas. El EFICC fue una instancia clave que marcó el momento en que el trabajo de diagnóstico acumulado fue presentado ante las máximas autoridades

de cultura de cada jurisdicción y debatido colectivamente para definir nudos críticos y lineamientos de política pública por sector.

El encuentro se estructuró en tres líneas de trabajo. La de **Diseño de políticas públicas** incluyó la presentación de los diagnósticos sectoriales y la realización de talleres prospectivos por sector. La referida a **Buenas prácticas** reunió experiencias nacionales e internacionales de políticas e iniciativas destacadas en distintos sectores de las ICC. Por su parte, la línea de **Diálogos** convocó a referentes de organismos, programas y proyectos vinculados a las políticas públicas culturales para intercambiar perspectivas sobre los desafíos del sector. En total, el EFICC convocó a más de 500 participantes, entre autoridades provinciales de cultura, especialistas nacionales e internacionales y representantes del sector privado y de organismos vinculados a las industrias culturales y creativas.

Además de sus resultados concretos, el proceso tuvo un sentido claro: construir diagnósticos sectoriales a través del trabajo articulado entre el CFI y los funcionarios y funcionarias, y equipos técnicos provinciales, con el fin de avanzar hacia la definición de políticas públicas para sus territorios. En ese sentido, el rol del CFI fue el de articular federalmente el trabajo de las 23 provincias, poniendo a su disposición las herramientas, la metodología y el acompañamiento técnico.

Desde la formación de equipos técnicos provinciales hasta la validación colectiva de un diagnóstico federal en un encuentro presencial, y desde las asistencias técnicas hasta los talleres prospectivos de recomendaciones de políticas públicas, el camino recorrido confirma que las ICC dejaron de ser una agenda pendiente para convertirse en una prioridad efectiva de la planificación federal.

Así, el CFI y las provincias apuestan a las ICC como motor de desarrollo territorial: forma capacidades estatales, genera evidencia y acompaña a cada provincia en el diseño de políticas adecuadas a sus particularidades. Es un proceso en marcha que ya puede ofrecer resultados concretos y una Hoja de Ruta que se va construyendo junto a las 23 provincias.

Las provincias como protagonistas en el contexto actual

El presente diagnóstico se inscribe en un contexto en el que las Industrias Culturales y Creativas son reconocidas, tanto a nivel nacional como internacional, como un sector con potencial estratégico para el desarrollo económico y social. A nivel global, representan el 3,39 % del PIB mundial y el 3,55 % del empleo (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2025). En América Latina y el Caribe, generan ingresos por 124.000 millones de dólares, equivalentes al 2,2 % del Producto Interno Bruto regional (Banco Interamericano de Desarrollo, 2022).

En la Argentina, en cambio, el sector atraviesa un momento de estancamiento: en 2025 representó el 1,8 % de la economía nacional, sigue sin recuperar los niveles previos a la pandemia y perdió cerca de 12.000 puestos de trabajo (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2026).

Esta brecha entre el desempeño local y el reconocimiento del potencial a nivel internacional refuerza la relevancia de contar con políticas públicas específicas para el sector. La evidencia comparada muestra que la contribución de las ICC al crecimiento económico está relacionada con el nivel de atención y los recursos que los Estados les destinan: cuanto más se prioriza el sector mediante planes, estrategias y políticas específicas, mayor es su aporte al desarrollo económico y social de un territorio. En esa línea, el Reino Unido lo declaró sector prioritario hacia 2030; Francia destinó 1.000 millones de euros a estructurar, reforzar y transformar el sector a través del plan Francia 2030; Corea del Sur convirtió su producción cultural en una economía de alcance global; Brasil concentra 6,9 millones de empleos en el área, un 8 % del total nacional; y Noruega combina alta inversión pública con programas enfocados en la primera infancia y juventud para construir demanda cultural a largo plazo.

En un país federal como Argentina, el desarrollo de las ICC involucra necesariamente a las provincias como actores clave: son las jurisdicciones que gestionan gran parte de la infraestructura cultural, que implementan políticas sectoriales en sus territorios y que tienen la mayor proximidad con los actores del sector. La heterogeneidad del país en términos de tradiciones culturales, capacidades institucionales y niveles de desarrollo sectorial hace necesarias las miradas situadas y las estrategias adecuadas a cada contexto.

En este marco, la construcción de un diagnóstico federal de las ICC responde a la necesidad de contar con información sistematizada, actualizada y con enfoque territorial sobre el estado del sector en cada provincia, como condición necesaria para el diseño de políticas públicas adecuadas a las particularidades locales.

La Hoja de Ruta para las ICC, que impulsa el organismo junto con las provincias, se inscribe en este preciso contexto: ante un sector con potencial demostrado, pero insuficientemente relevado, el diagnóstico federal constituye el primer paso hacia una estrategia de desarrollo integral, federal y sostenida en el tiempo.

Bases para una estrategia de desarrollo federal

La Argentina cuenta con una tradición de industrias culturales dinámicas, con capacidad de generar valor económico, empleo calificado, identidad simbólica y circulación territorial. Más allá de los desafíos estructurales en cuanto a concentración, volatilidad macroeconómica y desigualdad regional, durante décadas estos sectores funcionaron como parte activa de la economía nacional, articulando producción, consumo, formación y políticas públicas.

En la coyuntura actual, las transformaciones tecnológicas aceleradas, los cambios de paradigma en el modelo de negocios del sector a nivel global, la crisis macroeconómica y la volatilidad en la orientación de las políticas culturales públicas pusieron en jaque buena parte de esos circuitos y debilitaron las relaciones económicas, los modelos de sostenibilidad y las formas de organización productiva.

Sin embargo, el primer resultado general de este diagnóstico es que no se comienza desde cero. El país conserva una capacidad instalada significativa: infraestructura, talento, saberes acumulados, trayectorias institucionales, un sólido entramado de instituciones formativas y redes –formales e informales– de producción cultural.

Esto se verifica en el territorio, donde los datos confirman que todas las provincias cuentan con circuitos de exhibición, experiencias productivas, agentes económicos y prácticas sostenidas en el tiempo. Existen desde ecosistemas en su etapa inicial hasta entramados consolidados y con proyección federal o

internacional. No hay territorios vacíos, y esta constatación resulta especialmente relevante en un contexto de crisis, porque demuestra que la producción cultural no desaparece, sino que se transforma, se retrae, se precariza o se desplaza hacia formas autogestivas e informales.

Precisamente, el objetivo de este trabajo es identificar cuál es la base real desde la que se puede reconstruir, redefinir o reencauzar el rumbo de las industrias culturales y creativas, reconociendo tanto las pérdidas como las persistencias, las rupturas y las continuidades. Esa base, además, habilita un margen de acción concreto: hay infraestructura, capacidades y experiencia sobre las cuales construir política pública.

Investigar, diseñar e implementar políticas públicas para las industrias culturales y creativas es una tarea estratégica para la Argentina. Este diagnóstico federal busca ser el punto de partida y una base común de información para construir, junto con las provincias, políticas públicas de desarrollo federal, pero no solo para el sector en sí, sino para todo el país, en el marco de una economía global donde la cultura y la creatividad también son motores de crecimiento.

PRESENTACIÓN DEL DIAGNÓSTICO

Por **Gerardo Sánchez**, coordinador metodológico del Diagnóstico Federal de las Industrias Culturales y Creativas, y **Romina Solano**, coordinadora académica de la Diplomatura en Industrias Culturales y Creativas (CFI).

Origen y propósito

Este **Diagnóstico Federal de las Industrias Culturales y Creativas** surge en el marco de la Hoja de Ruta hacia un Futuro Federal para el sector, que el CFI lleva adelante junto a las provincias argentinas, con el objetivo de articular y consensuar un proceso orientado al desarrollo integral del sector en todo el país.

Como se verá a lo largo de esta publicación, las ICC constituyen un sector con peso económico y social relevante en la Argentina. Aun así, la información sobre el sector está dispersa y responde a metodologías heterogéneas, una vacancia que dificulta el diseño de políticas públicas. Este diagnóstico federal se propone construir esa base común de información, con los siguientes objetivos específicos:

- Relevar desde el ámbito público provincial el estado de situación de las ICC.
- Identificar las principales problemáticas y potencialidades en cada sector de las ICC.
- Construir una base común para diseñar políticas públicas que favorezcan el desarrollo de cada uno de los sectores de las ICC.
- Establecer un punto de partida para la conversación con diferentes actores del ámbito público y privado.

Metodología

Para recabar, procesar y analizar la información, se decidió abordar sectorialmente a las industrias culturales y creativas desde una óptica económico-productiva. A partir de la experiencia acumulada en trabajos y proyectos previos del **Área de Promoción y Desarrollo de las Industrias Culturales y Turismo del CFI**, en conjunto con las autoridades provinciales de Cultura, se diseñó una forma de abordar el análisis de las ICC.

Por un lado, se definió realizar un diagnóstico específico para los diez sectores priorizados, entendiendo que poseen cadenas de valor distintas. La elección de estos diez sectores es una consecuencia del análisis de la historia, las características y la potencialidad de las ICC en la Argentina. Los sectores priorizados son: **Artes Escénicas - Danza, Artes Escénicas - Teatro, Artes Visuales, Artesanías, Audiovisual, Diseño, Editorial, Gastronomía, Música y Videojuegos**.

En paralelo, se construyó un conjunto de ejes prioritarios para el análisis: dimensiones estructurales que se aplican de manera transversal a cualquier sector y que, en conjunto, permiten obtener una caracterización comparable del estado de situación de cada uno.

Eje 1: Circulación y exhibición

En este eje se analizan la infraestructura, las modalidades y los espacios mediante los cuales los bienes y servicios culturales llegan al público y se comercializan. En dos sectores, el abordaje requirió un tratamiento diferenciado: en Artesanías estas dimensiones se analizaron por separado, dada su complejidad específica; y en Diseño se incorporó además la actividad de promoción. En ambos sectores, la creación está intrínsecamente ligada a procesos económicos y materiales que exceden la lógica de la exhibición artística tradicional. Incluye:

- **Infraestructura física y digital**: museos, galerías, cines, teatros, librerías, rutas gastronómicas, plataformas digitales y más.

- **Circuitos de gestión**: los modos en que interactúan los espacios y actores públicos, independientes/comunitarios y comerciales en la circulación de bienes y servicios culturales, y el peso relativo de cada uno en el territorio.
- **Eventos dinamizadores**: ferias, festivales, salones y fiestas populares y demás eventos que funcionan como las principales fuentes de visibilidad para el mercado.
- **Distribución territorial**: el grado de concentración de la oferta en las capitales provinciales, frente a las localidades del interior.

Eje 2: Datos e indicadores

Alude a la capacidad de las administraciones culturales para producir información sistemática y actualizada sobre el sector: su volumen de producción, sus actores relevantes y su impacto económico y social. La disponibilidad de datos es una condición para el diseño de políticas públicas basadas en evidencia y para la evaluación de las intervenciones que se realicen. Incluye:

- **Registros de agentes**: padrones de artistas, artesanas y artesanos, productores, estudios de diseño y empresas, y afines.
- **Indicadores de actividad e impacto**: cifras de facturación, exportación, empleo y aporte al Producto Bruto Geográfico (equivalente al PBI provincial).
- **Datos de audiencias**: relevamiento de asistentes a museos, teatros y festivales, hábitos de consumo cultural y otros.

Eje 3: Normativa y gobernanza

Este eje describe el marco legal y las estructuras institucionales que regulan y gestionan el sector en cada jurisdicción. Analiza cómo se organiza el Estado para intervenir, qué reglas existen y cómo se articulan los distintos niveles y actores. Incluye:

- **Marco normativo**: leyes provinciales específicas (del libro, del teatro, de artesanías), normativas de mecenazgo y regulaciones laborales para trabajadoras/es de la cultura.
- **Institucionalidad**: el rango de las áreas de gestión (ministerios, secretarías, institutos autárquicos) y la existencia de presupuestos específicos.
- **Articulación**: espacios de diálogo con el sector privado (consejos, cámaras) y el trabajo interministerial entre áreas como Cultura, Turismo, Producción y Educación.

Eje 4: Financiamiento

Analiza el flujo de recursos económicos, tanto públicos como privados, destinados al sostenimiento de la cadena de valor del sector y las condiciones de acceso a fuentes de financiamiento. Incluye:

- **Apoyo público**: subsidios, fondos concursables, becas, premios adquisición y créditos blandos.
- **Apoyo no monetario**: cesión de espacios, soporte técnico (iluminación, sonido), logística y difusión oficial.
- **Inversión privada**: aplicación de leyes de mecenazgo, patrocinio empresarial y modelos de autogestión de los propios artistas.
- **Barreras de acceso**: informalidad, falta de conocimiento del sector, dificultad de mostrar su impacto económico, entre otros.

Eje 5: Internacionalización

Se define como la estrategia para proyectar la producción local hacia mercados, redes y circuitos globales. Analiza qué herramientas, vínculos y estrategias existen para insertar internacionalmente las producciones culturales. Incluye:

- **Promoción exterior**: participación en ferias internacionales, mercados de industrias culturales y misiones comerciales.

- **Herramientas técnicas**: programas de traducción de obras, catálogos bilingües y asesoramiento sobre normativas de exportación.
- **Cooperación**: convenios bilingües en provincias fronterizas, residencias artísticas e intercambios con organismos internacionales.

Eje 6: Formación

Evalúa los sistemas de transmisión de saberes y la profesionalización de los recursos humanos del sector. Analiza qué oferta formativa existe para quienes trabajan o quieren trabajar en las industrias culturales, en qué niveles, con qué distribución territorial y qué vínculo con el mundo profesional. Incluye:

- **Formación formal**: oferta educativa oficial en niveles secundarios técnicos, tecnicaturas superiores, profesorados y carreras universitarias.
- **Formación no formal**: talleres municipales, clínicas de obra, residencias, escuelas de oficios y transmisión de saberes tradicionales o ancestrales.
- **Vínculo con el mercado**: articulación entre las currículas educativas y las demandas reales de la industria (gestión, comercialización, técnica, derechos de autor).

Organización y dinámica

Este trabajo se desarrolló entre noviembre de 2025 y junio de 2026, con la entrega de los diagnósticos sectoriales. La dinámica de trabajo se estructuró de la siguiente forma:

Equipos sectoriales: se armaron con un/a coordinador/a general para el sector y un enlace por provincia designado por las autoridades de esa jurisdicción. Trabajaron 187 enlaces provinciales, de los cuales el 35 % fueron ex cursantes de la Diplomatura en Industrias Culturales y Creativas de la Escuela Federal de Desarrollo del CFI, un programa de formación que lleva cinco ediciones, más de

160 egresados y egresadas y más de 90 proyectos de política pública cultural para el desarrollo federal de las ICC.

Instrumento de trabajo: se diseñó un formulario guía por sector, dividido en los seis ejes mencionados, para estandarizar el análisis e incorporar todas las particularidades sectoriales.

Dinámica: se mantuvo comunicación permanente con cada coordinador/a y se acordó un cronograma de entregas del formulario, con reuniones grupales e individuales durante todo el proceso. Este intercambio permitió despejar dudas, validar la información y articular datos provenientes de distintas reparticiones públicas.

Validación: concluido el procesamiento inicial de la información, se produjo un documento de trabajo preliminar con los principales análisis y hallazgos. El texto fue puesto a consideración de los enlaces provinciales mediante un proceso participativo de validación que asegura que el diagnóstico final incorpora el consenso territorial.

Productos: tras la incorporación de las últimas correcciones y observaciones, se finalizó la elaboración de los apartados sectoriales del Diagnóstico y se entregaron a las máximas autoridades provinciales para su revisión. Además de estos informes, todas las provincias cuentan con la información recabada en los formularios para sus propios territorios.

Organización del EFICC: del 4 al 6 de junio de 2026, la ciudad de Mendoza fue sede del Encuentro Federal de Industrias Culturales y Creativas (EFICC), organizado por el CFI junto al Gobierno de la provincia de Mendoza. El encuentro articuló el trabajo de 23 provincias, convocó a más de 500 participantes, entre autoridades provinciales, especialistas nacionales e internacionales y representantes del sector privado, y se estructuró en tres componentes de trabajo: Diseño de políticas públicas, Buenas prácticas y Diálogos.

Presentación y validación: los diagnósticos sectoriales tuvieron presentación y debate en el EFICC. Ante las delegaciones de las 23 jurisdicciones, se expusieron los diagnósticos de los diez sectores relevados y, a partir de ellos, las autoridades provinciales de Cultura votaron los ejes a priorizar en cada sector. Esta instancia constituyó un hito fundamental del proceso, al someter el análisis realizado a la validación de las máximas autoridades y promover consensos estratégicos.

Talleres prospectivos: dentro del componente de Diseño de políticas públicas del EFICC, a la presentación y votación de ejes le siguió el trabajo colaborativo en talleres prospectivos, tomando como punto de partida los ejes priorizados en la votación. El objetivo fue avanzar en la definición de lineamientos estratégicos que orienten el desarrollo de políticas públicas para cada sector, en el marco de la Hoja de Ruta. Los resultados de estos talleres prospectivos también se presentan en esta publicación.

Alcance y limitaciones

Para garantizar una lectura rigurosa de los resultados obtenidos en este proceso, a continuación se presentan los alcances y las limitaciones técnicas de este Diagnóstico Federal de las Industrias Culturales y Creativas.

Escala de análisis: sectorial y no jurisdiccional

Si bien la información fue recabada a nivel provincial, el objetivo es brindar una síntesis nacional por sector de las industrias culturales y no un perfil individualizado por provincia.

- Las conclusiones ofrecen tendencias predominantes a nivel federal.
- Los casos puntuales se incluyen a modo de ejemplo y no agotan la realidad de cada territorio ni de cada sector.
- No se realizaron estudios de medición de impacto específicos sobre las políticas públicas locales mencionadas por las provincias.

Perspectiva de la gestión pública provincial

La base empírica de estos documentos se sustenta principalmente en la perspectiva de las administraciones públicas provinciales. Los datos y percepciones relevados provienen de los enlaces designados por las autoridades provinciales de Cultura, por lo que el diagnóstico refleja el estado de la gestión

pública del sector desde la perspectiva de los actores institucionales consultados y no releva de manera directa la mirada del sector privado productivo ni la de los públicos y consumidores culturales.

Asimismo, si bien el insumo principal fue el formulario completado por las/os enlaces provinciales, las/os coordinadores sectoriales complementaron esa información con fuentes secundarias, como datos existentes de organismos autárquicos nacionales y cámaras sectoriales, entre otros ejemplos.

Por último, cabe señalar que el propio proceso de relevamiento permitió identificar dimensiones que no habían sido contempladas inicialmente en el diseño metodológico. Algunas pudieron incorporarse al análisis a partir de los testimonios de los enlaces provinciales, mientras que otras quedan pendientes de profundización en las próximas etapas del trabajo.

.

Informe sectorial

DANZA

ARTES ESCÉNICAS

Coordinador
Hernán Nocioni

Informe sectorial

ARTES ESCÉNICAS

DANZA

22

PROVINCIAS RELEVADAS

Catamarca, Chaco, Chubut, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Jujuy, La Pampa, La Rioja, Mendoza, Misiones, Neuquén, Río Negro, Salta, San Juan, San Luis, Santa Cruz, Santa Fe, Santiago del Estero, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur y Tucumán.

Para este diagnóstico se utilizaron formularios de preguntas, reuniones grupales, entrevistas personales y variadas fuentes secundarias. La participación de las provincias en cada instancia fue heterogénea, y también se dieron casos en los que quienes contestaron el formulario no pertenecen al gobierno provincial. Esto provoca que el enfoque provenga de actores del propio sector y no de funcionarios, lo que también limita el alcance a los datos y la magnitud de las acciones de los Estados provinciales en relación con la danza.

Introducción

La danza es una de las formas de expresión más antiguas. El Proyecto de Ley Nacional de Danza, desarrollado desde 2010 y presentado en 2012, la define como una actividad corporal relativa al área del movimiento, que se manifiesta de manera artística y social, mediante diversos géneros, estilos y formatos interpretativos.

Forma parte de las artes escénicas, pero su inclusión dentro de ese conjunto tiende a diluir su especificidad. Existen, además, fundamentos suficientes para realizar un análisis específico de la danza, entre ellos, el recorrido histórico del sector en la búsqueda de reconocimiento social e institucional; su valor simbólico, identitario y patrimonial; o su capacidad de generar empleo, dinamizar economías regionales y fortalecer el desarrollo territorial. Del mismo modo, sus dinámicas de formación, creación, producción, circulación y consumo también requieren un abordaje diferenciado que permita visibilizar sus condiciones propias y diseñar políticas acordes a su desarrollo.

La decisión de elaborar un diagnóstico específico también se sustenta en la magnitud del sector: hay más de 1.000 espacios de formación; el promedio anual de personas inscriptas en todas las carreras de danza del país es de 12.500; existen más de 50 elencos estables públicos y más de 500 compañías independientes; más de 50 asociaciones civiles, agrupaciones, fundaciones y organizaciones; y al menos seis archivos o centros de documentación en todo el país (Movimiento por la Ley Nacional de Danza, 2023).

El Registro Federal de Cultura (RFC), creado en 2021 por el Ministerio de Cultura nacional, ofrece otro dato relevante: del total de trabajadoras y trabajadores del sector cultural allí registrados, el 14 % se encuadra dentro de las artes escénicas y, entre estos, el 45 % se inscribe en el sector de la danza.

Es una actividad arraigada en todo el territorio argentino, con distintos niveles de desarrollo, pero con el rasgo común de tener a la formación –sobre todo en el ámbito no oficial– como uno de sus pilares fundamentales. Esto garantiza la continuidad y expansión de la disciplina mediante la transmisión de experiencias, lenguajes y técnicas. Al mismo tiempo, muestra que la docencia es la principal fuente de ingreso de quienes se dedican profesionalmente a la actividad.

En cuanto a la producción, el sector se estructura en torno a dos grandes ámbitos. Por un lado, el oficial, conformado por elencos estables e instituciones públicas que concentran los proyectos con mayor continuidad y financiamiento, cumpliendo un rol central no solo en la producción artística y su circulación, sino también como referencia laboral para todo el sector. Por otro lado, el vasto campo independiente, que se desarrolla a través de proyectos autogestionados –generalmente de duración limitada– donde quienes trabajan en ellos asumen múltiples roles para sostener los procesos.

Una de las debilidades estructurales del sector es la falta de continuidad de las políticas y los programas destinados a la danza. Esto deriva en financiamiento discontinuo, ausencia de marcos normativos y regulatorios, falta de datos e indicadores, y dificultades para consolidar estrategias de desarrollo sectorial.

La precariedad de las condiciones laborales es uno de los grandes déficits del sector. La mayoría de las trabajadoras y los trabajadores se desempeñan en condiciones de informalidad, sin estabilidad ni protección social. Datos provisorios de la Encuesta de Relevamiento Salarial que organiza la Asociación Argentina de Trabajadores de la Danza, línea federal (2026), indican que el 70 % de quienes trabajan en la danza lo hace total o parcialmente en condiciones informales, el 90 % tiene dificultades para cubrir sus gastos mensuales, más de la mitad no cuenta con obra social ni prepaga y el 75 % realiza ensayos o proyectos sin remuneración.

En este contexto, la danza resulta una actividad laboral que convive con otras frecuentemente declaradas como principales, por ser las que generan ingresos más estables, lo que restringe la visibilidad del trabajo en el sector en los registros disponibles.

En relación con el financiamiento, hay grandes limitaciones. En la Argentina, el sostenimiento de proyectos de danza depende en gran medida del Estado, dado que prácticamente no existen mecanismos de inversión privada que permitan desarrollar iniciativas a largo plazo. Pese a la ausencia y al desconocimiento generalizado de líneas de financiamiento, las herramientas públicas disponibles resultan fundamentales, incluso aunque su alcance es acotado: en su mayoría no son específicas de la danza, lo que obliga a competir por recursos escasos y a enfrentar exigencias administrativas complejas. A esa limitación se suma el desconocimiento extendido sobre las líneas existentes, que restringe aún más su aprovechamiento.

Desde el punto de vista normativo, el sector presenta un vacío significativo. Aunque se han presentado diversos proyectos desde 2012, no existe una Ley Nacional de Danza promulgada que promocione, fomente, proteja, preserve y desarrolle el sector, y que reconozca a la danza como bien público y a quienes la ejercen como trabajadoras y trabajadores del sector. Tampoco existe a nivel nacional una regulación que contemple las particularidades de la actividad, especialmente en lo que respecta a la duración limitada de la carrera de las/os intérpretes, lo que genera una situación crítica

en términos previsionales. Del mismo modo, no se cuenta con leyes nacionales de mecenazgo ni de promoción cultural.

A nivel provincial, el panorama es similar. La mayoría de las jurisdicciones carece de leyes específicas de danza, marcos regulatorios laborales específicos y herramientas de fomento como leyes de mecenazgo. Esto se suma a las dificultades económicas y a las limitadas ofertas de formación y de producciones artísticas, e impulsa en muchos casos la migración de artistas hacia otras ciudades –principalmente la Ciudad Autónoma de Buenos Aires– o bien la migración de artistas al exterior.

La ausencia de estadísticas es otra complejidad del sector. Contar con información sistematizada y públicamente accesible es un requisito clave para la elaboración de diagnósticos, la evaluación de políticas y la toma de decisiones en el ámbito de la danza. Existen datos sobre consumos y sobre empleo en el sector cultural en general, pero no específicamente sobre la danza. Si bien los relevamientos específicos son fragmentarios y de representatividad acotada, coinciden en una caracterización sociodemográfica de quienes trabajan profesionalmente en danza como una población joven, mayoritariamente femenina y con alto nivel educativo. ("El baile de los números: reflexiones en torno a los indicadores sobre los trabajadores de la danza en Argentina", de Coloma, Del Mármol y Sáez, en *Dança e políticas públicas: formação, criação, fomento e trabalho na dança em contextos ibero-americanos*, 2025).

En síntesis, en la Argentina la danza constituye un sector de gran diversidad, potencia y vitalidad, aunque su identificación como industria cultural resulta aún incipiente. Las problemáticas estructurales que limitan su desarrollo señalan la necesidad de implementar políticas públicas que no solo contemplen mayores recursos, sino también un cambio de enfoque que reconozca su especificidad, amplíe su visibilidad social y garantice condiciones más equitativas en todo el territorio. En este sentido, se vuelve fundamental complementar su dimensión simbólica e identitaria con estrategias que promuevan la inversión privada, amplíen el mercado y favorezcan su expansión internacional.

Eje 1 Circulación y exhibición

Los eventos o actividades exclusivas de danza más frecuentes son las presentaciones artísticas, seguidas por los certámenes, las capacitaciones y los festivales. La gestión y promoción de los

estados provinciales se concentra en estos dos últimos formatos. Aquellos que cuentan con elencos estables públicos tienen las funciones o capacitaciones de esas compañías como principal iniciativa en el sector. También hay jurisdicciones que cuentan con espacios de formación en danza, donde predominan las actividades relacionadas con la enseñanza.

Este análisis muestra que el 27,3 % de las jurisdicciones no organiza actividades o eventos exclusivos de danza, aunque en todos los casos la disciplina participa, en mayor o menor medida, de propuestas culturales más amplias. Con respecto a la distribución territorial, el 72,7 % de las jurisdicciones concentra sus espacios escénicos estatales en las capitales provinciales, lo que evidencia una oferta centralizada. Un porcentaje similar (73,7 %) tampoco realiza actividades o eventos exclusivos de danza de carácter internacional, aunque el 50 % organiza actividades culturales internacionales que incluyen a la disciplina.

La mayoría de las provincias no releva datos de manera sistemática sobre cantidad de eventos, actividades y público asistente. Si bien los datos disponibles son parciales o están desactualizados, coinciden en señalar que el tipo de público asistente es de carácter local, con fuerte presencia de la comunidad de la danza (bailarines, coreógrafos, docentes y sus entornos cercanos).

Los canales más utilizados para difundir y exhibir contenido de danza son las redes sociales o aplicaciones de mensajería instantánea. La mayoría de los estados provinciales no dispone de medios o canales exclusivos para la promoción del sector, sino que utiliza una misma plataforma para todas las disciplinas. En estos casos, lo más utilizado son las páginas web, redes sociales, mensajería y correo electrónico.

Por otro lado, en 15 de las 22 provincias relevadas, las producciones o los contenidos de danza se exhiben o circulan en espacios oficiales (teatros, salas, auditorios, centros culturales, escuelas, polideportivos, parques, pertenecientes o gestionados por el estado provincial). Además, la mayoría de los municipios cuenta con espacios escénicos propios donde se programan actividades o eventos de danza.

Los estilos o manifestaciones más programados en los espacios pertenecientes a los estados provinciales son folklore (en todos los casos), contemporáneo, clásico-neoclásico, urbano y tango.

En cuanto a las ediciones o publicaciones de libros, documentos o investigaciones que aborden exclusivamente la temática de la danza y el movimiento, a través de medios físicos o virtuales, 7 de los 22 estados provinciales relevados participan en su financiamiento, gestión o difusión. No obstante, en la mayoría de los casos, estas publicaciones provienen de iniciativas de carácter privado.

En relación con los eventos más relevantes del sector se destaca, en casi todo el país, la realización de los certámenes Pre Laborde y Pre Cosquín, mientras que los festivales exclusivos de danzas –en las provincias donde se realizan– suelen ser el evento más importante del año. También

adquieren relevancia los eventos realizados en fechas alusivas a la danza, como el Día del Bailarín/a Argentino (28 de febrero, en homenaje a Jorge Donn), el Día Internacional de la Danza (29 de abril, en homenaje a Jean Georges Noverre) o el Día de los Bailarines Folklóricos (13 de septiembre, en homenaje a Santiago Ayala "El Chúcaro"), entre otros.

En 12 de las provincias existen actividades en el sector comercial, entendido como aquel donde las producciones cuentan con mayores recursos económicos y se organizan bajo dinámicas verticales y jerárquicas, donde cada persona cumple un rol unívoco. En estos casos, predominan los espectáculos folklóricos y el teatro musical.

En cuanto a las condiciones de producción, en la mayoría de las provincias prevalece el trabajo informal y no registrado. Además, las ofertas de producciones artísticas generan procesos de movilidad –en muchos casos definitivos– desde el interior de la provincia hacia su capital y hacia otros centros de mayor concentración de actividad. Los principales destinos son la provincia de Buenos Aires, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la ciudad de Córdoba, y Brasil en el caso de la migración al exterior.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Tipos de gestión de los espacios por donde circula y exhibe el sector de la danza	*Espacios Oficiales.*	*Entre Ríos (81 espacios); La Rioja y Mendoza (45 espacios); Chaco (40 espacios); Salta (38 espacios); Chubut (30 espacios).*
Distribución territorial de espacios escénicos	*Concentración en las capitales de las provincias.*	*Tierra del Fuego, Salta, Formosa y Chaco, son las provincias que presentan mayor distribución territorial de espacios escénicos pertenecientes a los estados provinciales.*
Presencia de producción local en la programación	*La mayoría de la programación del sector está conformada por producción local.*	*Las provincias que limitan con otros países y las que cuentan con festivales de carácter internacional (Córdoba, Jujuy, Mendoza, Salta y Santa Fe) son las que cuentan en su programación con producción extranjera.*
Eventos y actividades relevantes	*Certámenes de carácter federal como lo son Pre Cosquín y Pre*	*Formosa siempre danza; Tucumán danza; Festival de danzas del*

	Laborde.	*Mercosur (Misiones);Festival Internacional de Folclore Ashpa Sumaj (Santiago del Estero); Semana de la danza (Salta); Feria de la danza y Abril Danza (La Rioja); Fiesta Nacional del Chamamé (Corrientes); Fiesta Nacional e Internacional del Poncho (Catamarca); Fiesta Nacional del Sol (San Juan); Carnavales provinciales (Entre Ríos); Fiesta Provincial de Danza y Fiesta Nacional de la Vendimia (Mendoza); Festival Pulso Urbano (Córdoba).*

Brechas y desigualdades identificadas

Diecisiete jurisdicciones manifiestan generar actividades o eventos exclusivos de danza. Siete de ellas participan en el financiamiento, la gestión o la difusión de libros, documentos o investigaciones impresas o digitales que abordan exclusivamente la temática de la danza y el movimiento.

En cuanto a la circulación, los eventos se concentran mayoritariamente en las capitales provinciales, a excepción de Tierra del Fuego, Salta, Formosa y Chaco, donde existe una mayor distribución territorial de espacios escénicos pertenecientes a los estados provinciales.

Eje 2 Datos e indicadores

La situación de la producción de datos sobre el sector es compleja, debido a que la mayoría de los estados provinciales no realiza un relevamiento estadístico exclusivo, completo y actualizado que contemple dimensiones clave como trabajadoras/es, espacios de formación, de exhibición, medios especializados, tipos de públicos, asociaciones, entre otros. La complejidad aumenta al no contar

con organizaciones a nivel nacional (y tener pocas a nivel provincial) que permitan hacer interconsultas.

El 54,5 % de los estados provinciales cuenta con datos actualizados aunque, en general, no abarcan a todo el sector. Solo el 28,6 % ofrece datos de acceso público.

El análisis desagregado permite observar que son mayoría los estados provinciales que no elaboran registros de trabajadoras/es de la danza (14 de los 22), espacios no oficiales de formación (14), espacios no oficiales de exhibición y circulación (13), cantidad de asistentes a los eventos y actividades realizados por el propio Estado provincial (11), medios especializados en danza (20) o asociaciones, sindicatos y colectivos del sector (16).

Los datos más consistentes y actualizados provienen de jurisdicciones que cuentan con áreas específicas consolidadas en el tiempo y cuentan con la cantidad de personal y los equipos técnicos adecuados.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Existencia de área que releva datos	*La mayoría de los estados provinciales no tiene un área que releve datos del sector. Los datos existentes son escasos y parciales.*	*Los estados provinciales de La Rioja; Mendoza; Tierra del Fuego; manifiestan tener relevamientos completos del sector.*
Actualización de registros de trabajadores de la danza	*La mayoría de los estados provinciales no tiene un registro de trabajadores de la danza.*	*Los estados provinciales de Formosa; La Pampa; La Rioja; Misiones; Mendoza; Salta; Santiago del Estero; Tierra del Fuego cuentan con registro de trabajadores de la danza.*
Indicadores de actividad disponibles	*La mayoría de las provincias no cuenta con estos indicadores. En la mayoría de los casos son escasos y parciales.*	*Los estados provinciales de La Rioja y Tierra del Fuego presentan indicadores de actividad completos del sector.*
Datos de audiencias	*La mitad de los estados provinciales releva este tipo de datos. En la mayoría son escasos y parciales.*	*Los estados provinciales de La Rioja; Tierra del Fuego; Formosa; Jujuy; Chaco; Catamarca; presentan datos de audiencias a los eventos que realiza el estado provincial en los últimos 5 años.*

Accesibilidad y publicación de datos	*En la mayoría de los estados provinciales que relevan datos, estos no son accesibles. En algunos casos publican datos parciales.*	*Los estados provinciales de La Rioja y Tierra del Fuego, son los únicos que publican los datos relevados. En ambos casos presentan un relevamiento completo del sector.*

Brechas y desigualdades identificadas

Existen provincias con sistemas de datos más desarrollados, son los casos de La Rioja, Misiones, Tierra del Fuego y Mendoza.

Es importante destacar que la provincia de Misiones tiene por Ley provincial la creación del Registro Provincial de los Trabajadores de la Danza, dentro de las atribuciones del Instituto Provincial de Danza de Misiones (LEY VI– N.° 200 de octubre de 2017, Capítulo II, Artículo 5, inciso 4).

Eje 3 Normativa y gobernanza

En el marco institucional, el 59,1 % de los estados provinciales no cuenta en sus estructuras con un área dedicada exclusivamente a las políticas y actividades del sector. Donde esas áreas existen, en la mayoría de los casos están integradas por entre una y cinco personas.

Según los datos, el 47,6 % de los estados provinciales cuenta con al menos un elenco estable de danza. La mayoría de estos cuerpos artísticos se localizan en las capitales provinciales y presentan similitud en sus dotaciones, compuestas generalmente por un director/a, un maestro/a y bailarines. Las modalidades de contratación son diversas: desde planta permanente –generalmente para los directores– hasta plantas transitorias, becas y contratos de locación de servicios.

En cuanto a las articulaciones intergubernamentales, se observa una débil vinculación entre los estados provinciales y el Estado nacional para la implementación de políticas y programas o la realización de eventos y actividades. En contraste, se evidencia que las articulaciones entre los estados provinciales y los municipios son más consolidadas, con la existencia de diálogo fluido y el mantenimiento activo de diferentes aportes, programas y actividades.

Casi ninguna jurisdicción cuenta con una ley provincial de danza. La excepción es la provincia de Misiones, cuya Ley Provincial VI N° 200 (2017) declara a la danza de interés público y establece la creación de un registro de trabajadores/as del sector y de un instituto provincial con la función de ejercer una política integral de fomento a la actividad.

También son escasas las jurisdicciones que disponen de regímenes previsionales específicos para trabajadoras/es de la danza o mecanismos de reconversión laboral. Se destaca el caso de Córdoba, donde los bailarines y las bailarinas integrantes del Ballet Oficial cuentan con un régimen diferenciado de jubilación contemplado en la Ley N° 8024 (diciembre de 1990), que reconoce la exigencia física de la profesión y establece requisitos de 20 años de aportes y 40 años de edad.

Entre las condiciones laborales, prevalece el trabajo informal y no registrado en la mayoría de las jurisdicciones. Se observa que las dinámicas del mercado laboral generan procesos de movilidad –en muchos casos de forma definitiva– desde el interior de la provincia hacia su capital o hacia otros centros de mayor concentración de la actividad. Los principales destinos nacionales son la provincia de Buenos Aires, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la ciudad de Córdoba. Dentro de la región se destaca Brasil y, a nivel internacional, Europa.

En este aspecto, el 77,3 % de los estados provinciales no cuenta con convenios colectivos, ordenanzas, reglamentos u otras normas que regulen específicamente los derechos, deberes y obligaciones de trabajadoras y trabajadores del sector. Por su parte, el 66,7 % de las jurisdicciones cuenta con una ley de mecenazgo que incluye a la disciplina.

Con respecto a la representación de trabajadoras y trabajadores, existen diferentes asociaciones, cámaras, sindicatos o colectivos en casi todas las provincias, aunque la mayoría carece de personería jurídica. Si bien los estados provinciales mantienen reuniones con estas organizaciones, no suelen ser mecanismos sistematizados ni periódicos orientados al abordaje de las problemáticas, necesidades y desafíos del sector. En algunas jurisdicciones se destaca el trabajo bajo la modalidad de consejo, que reúne a las autoridades gubernamentales con representantes, asesores y especialistas de las distintas disciplinas artísticas para definir la asignación de los fondos de mecenazgo.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Existencia de área estatal específica	*En la mayoría de los estados provinciales no existe un área específica que gestione las políticas y programas del sector.*	*Los estados provinciales de Chaco; Chubut; Córdoba; Formosa; La Rioja; Misiones; Salta; Tucumán, tienen en sus estructuras áreas específicas que gestionan las políticas y programas del sector.*
Rango institucional	*En los estados provinciales que existen áreas específicas que gestionan las políticas y programas del sector, los rangos institucionales predominantes son: área, departamento; jefatura; o dirección.*	*La provincia de Misiones le otorga al sector el mayor rango institucional con la creación por Ley del Instituto Provincial de Danza, que tiene la función de ejercer una política integral de fomento de la misma.*
Normativa vigente específica del sector	*Casi ninguna provincia tiene una ley específica de danza. La mayoría tampoco tiene normativa que regule deberes, derechos y obligaciones de los trabajadores del sector.*	*La provincia de Misiones es la única que tiene una Ley provincial de danza (Ley VI - Nro. 200 de Octubre de 2017). Asimismo, los estados provinciales de Córdoba; La Rioja, Mendoza; Salta y Tucumán; cuentan con normativas (reglamentos, convenios, ordenanzas) que regulan deberes, derechos y obligaciones de los trabajadores del sector.*
Espacios de diálogo / consejos sectoriales	*La mayoría de los estados provinciales reconoce la existencia de cámaras, asociaciones o sindicatos, pero no tienen la práctica de generar espacios de diálogos, o mesas de consejos.*	*Los estados provinciales de Chaco; Río Negro; San Juan y Santa Cruz mantienen mesas de consejo donde participan representantes, especialistas o referentes de la danza, cuando son requeridas según sus leyes de mecenazgo o promoción cultural.* *El estado provincial de Santa Fe es el único que manifiesta tener este tipo de mecanismo de forma habitual y sin mediar ninguna normativa que lo obligue.*

Articulación con el Estado nacional y los estados municipales	*La mayoría de los estados provinciales no mantiene, actualmente, articulaciones con el estado nacional en lo referente a la implementación de programas o actividades del sector. Por el contrario, la mayoría mantienen articulaciones con los estados municipales.*	*El estado provincial de Salta es el único que manifiesta tener, actualmente, articulaciones con el Estado nacional. Asimismo, los estados provinciales de Corrientes; Neuquén; San Juan; Santiago del Estero; Tierra del Fuego, manifiestan no tener, actualmente, articulaciones con los estados municipales de su provincia.*
Trabajo interministerial	*Todas las áreas de los estados provinciales que gestionan las actividades del sector mantienen trabajos y articulaciones interministeriales.*	*Los trabajos o articulaciones más presentadas son con los ministerios de educación, turismo y deportes.*

Brechas y desigualdades identificadas

En lo institucional, hay marcadas desigualdades entre las jurisdicciones que cuentan con áreas específicas sostenidas en el tiempo para gestionar las políticas y programas del sector, y aquellas que no las tienen. Donde esas estructuras existen, la decisión supone reconocer a la danza un estatus equivalente al de las demás disciplinas culturales y asumir que sus particularidades justifican políticas, programas y actividades propios. Esa institucionalidad se traduce en un compromiso concreto con la promoción y el resguardo de la disciplina, y con su acceso efectivo por parte de la ciudadanía.

La institucionalidad sostenida en el tiempo también evita la interrupción de políticas y programas destinados al sector, además de crear vínculos, lazos, redes y articulaciones tanto con representantes y especialistas como con áreas similares en otros niveles de gobierno (municipal, nacional, internacional), ONG, instituciones educativas e interministeriales y más.

Las desigualdades también se expresan en el plano normativo. Solo Misiones dispone de una ley provincial que reconoce a la danza como bien público y a sus trabajadoras/es, y solo Córdoba cuenta con un régimen jubilatorio diferenciado para bailarines.

Eje 4 Financiamiento

En la mayoría de las jurisdicciones el financiamiento destinado a la danza es escaso y no responde a una planificación específica. En ese marco, el autofinanciamiento, entendido como el aporte directo de quienes integran el sector, funciona como principal mecanismo de sostenimiento.

Expresado en datos, el 86,4 % de las provincias no provee financiamiento exclusivo a la danza. No obstante, en el 63,6 % existen mecanismos generales a los que el sector puede aplicar. Esto evidencia, como contrapartida, que el 36,4 % de las jurisdicciones no dispone de ningún tipo de financiamiento aplicable a la actividad.

En cuanto a la inversión privada, el principal instrumento es la ley de mecenazgo, una herramienta con la que cuenta el 33,3 % de las jurisdicciones.

El relevamiento manifiesta también la baja participación en las convocatorias existentes a nivel provincial, nacional e internacional. Uno de los principales motivos es la falta de información: no se conocen las diferentes líneas de financiamiento. Asimismo, las exigencias administrativas, los requisitos burocráticos, la necesidad de rendiciones de cuentas aprobadas de proyectos anteriores y las modificaciones legales se presentan como obstáculos, sumados a la falta de formación y capacitación en la formulación de proyectos.

En todas las provincias existe apoyo de carácter no monetario a la danza y se expresa a través de soluciones en movilidad y traslados, hospedaje, alimentos, cesión de salas o espacios, préstamo de equipamiento y cobertura del personal escenotécnico, difusión y regalos protocolares.

Los recursos monetarios se orientan principalmente a la creación y producción artística, seguidas por la exhibición y circulación y, en menor medida, la formación, profesionalización y el perfeccionamiento profesional. Los mecanismos de asignación más habituales son los subsidios, premios y concursos.

El 90,9 % de las jurisdicciones no aporta datos sobre los montos destinados a financiar el sector, ni mediante líneas generales ni exclusivas. Además, solo el 36,4 % registra datos parciales sobre la cantidad de postulaciones presentadas y aprobadas.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Líneas de financiamiento público específicas	*La mayoría de los estados provinciales no cuenta con líneas de financiamiento específicas para la danza.*	*Los únicos estados provinciales que presentan líneas de financiamiento exclusivo para el sector son Córdoba, Santa Fe y La Rioja.*
Apoyo no monetario (cesión de espacios, técnica, etc.)	*Todos los estados provinciales brindan apoyo no monetario.*	*Los apoyos no monetarios más brindados por los estados provinciales son: el aporte de salas o espacios escénicos oficiales y la cobertura de la movilidad.*
Instrumentos de financiamiento utilizados	*La mayoría de los estados provinciales utiliza el subsidio como instrumento de financiamiento.*	*El principal destino de las líneas de financiamiento es a la creación y desarrollo artístico.*
Mecanismos de inversión privada / mecenazgo	*La mayoría de las provincias no cuenta con una Ley de mecenazgo o promoción cultural. Y en casi ningún caso existe otro tipo de mecanismo de inversión privada.*	*Las provincias de Chaco; Corrientes; Jujuy; Río Negro; San Juan; Santa Cruz y Santiago del Estero son las que cuentan con Ley de mecenazgo. Y los estados provinciales de Chaco y Jujuy expresan tener otro mecanismo de inversión privada.*
Información sobre montos de financiamiento	*Por diferentes razones, la mayoría de los estados provinciales no aportan datos sobre los montos destinados a financiar el sector.*	*La Rioja y Misiones presentan datos sobre los montos destinados al financiamiento del sector.*

Brechas y desigualdades identificadas

No se puede establecer con certeza cuán robustos y eficientes son o qué impacto tienen los financiamientos existentes en el sector. Esto se debe principalmente a la ausencia de datos como la cantidad de destinatarios (artistas, elencos, escuelas de formación, investigadores), los costos y las condiciones de producción (alquiler de salas y equipamientos, vestuario y utilería, musicalización, investigación, salarios) o los montos asignados al financiamiento.

La existencia de líneas exclusivas de financiamiento, como en Córdoba, La Rioja y Santa Fe, subraya el reconocimiento de que el sector necesita un espacio propio. Por su parte, Misiones, con la puesta

en marcha del Instituto Provincial de Danza, además de sumar la actividad en las diferentes líneas de financiamiento provinciales, mantiene el control de los montos destinados.

Corrientes, Jujuy y San Juan cuentan con ley de mecenazgo como único mecanismo monetario.

El diagnóstico muestra el predominio del autofinanciamiento en el sector, mientras que el apoyo del sector público provincial se canaliza principalmente a través de aportes no monetarios.

Eje 5 Internacionalización

De acuerdo con la evidencia relevada, la internacionalización del sector de la danza está poco desarrollada. Se trata de un proceso clave, que facilita el reconocimiento, la difusión, la generación de lazos, la formación y la presentación de artistas, obras y publicaciones más allá de las fronteras, para extender su alcance e impacto a través de diferentes formatos. Las experiencias registradas resultan en su mayoría aisladas y se concentran en presentaciones puntuales, inserción laboral en cruceros y dictado de clases, sin estrategias sostenidas que las articulen, lo que mantiene al sector vinculado casi exclusivamente al mercado interno y restringe su acceso a circuitos y mercados internacionales.

Entre los principales obstáculos están la ausencia de planes de internacionalización, la falta de financiamiento, la complejidad en la obtención de visas, la carencia de ofertas de capacitación orientada a la comercialización y las dificultades para conseguir licencias laborales.

En lo referido a los apoyos existentes, el 54,5 % de las jurisdicciones brinda algún tipo de acompañamiento, principalmente con pasajes aéreos, acciones de difusión y la entrega de regalos protocolares. Para aquellos artistas que son empleados del estado provincial, se contemplan las licencias artísticas.

No obstante, el 72,7 % de jurisdicciones carece de espacios de vinculación entre el sector y productores, programadores, ferias, mercados o instituciones extranjeras. En la misma línea, el 86,4 % no cuenta con programas o mecanismos de intercambio, residencias o cooperación internacional, mientras que el 90,9 % no ha suscrito a convenios internacionales.

Por último, se registran experiencias de internacionalización en provincias fronterizas, principalmente vinculadas a instancias formativas o a la participación en festivales. Esas iniciativas responden, sin embargo, a cuestiones de cercanía geográfica, más que a políticas o programas.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Programas provinciales de promoción internacional exclusivos del sector	*La mayoría de los estados provinciales no gestiona actividades o eventos de carácter internacional exclusivos del sector. La mayoría de los existentes son generados desde el sector no oficial o de los estados municipales.*	*Los estados provinciales de Córdoba, Jujuy, Mendoza, Salta y Santa Fe, son los que presentan actividades o eventos internacionales exclusivos del sector.*
Espacios de vinculación internacional	*La mayoría de los estados provinciales no gestionan espacios de vinculación con empresarios, productores, programadores o ferias internacionales.*	*Los estados provinciales que generan espacios de vinculación internacional son Córdoba, Jujuy, Mendoza, Salta, San Juan y Santa Fe.*
Convenios con organismos nacionales e internacionales	*La mayoría de los estados provinciales no tiene convenios con organismos nacionales e internacionales.*	*Los estados provinciales que cuentan con convenios nacionales o internacionales son Córdoba y Formosa.*
Colaboración en la internacionalización	*La mayoría de los estados provinciales colabora de alguna manera con la internacionalización del sector.*	*Pago de pasajes, difusión, regalos protocolares, declaración de interés cultural y la otorgación de licencias son las formas de colaboración más utilizadas por los estados provinciales.*
Intercambios / residencias / cooperación	*La mayoría de los estados provinciales no tiene programas de intercambios, residencias o cooperación internacional.*	*Los estados provinciales que presentan programas de intercambio, residencias o cooperación internacional son Catamarca, Córdoba y Mendoza.*

Brechas y desigualdades identificadas

El desarrollo de la internacionalización resulta dispar entre jurisdicciones. Córdoba presenta la mayor capacidad instalada, con espacios de vinculación con productores y programadores,

articulación con el Mercado de Industrias Culturales de Argentina (MICA), convenios de cooperación con instituciones del exterior, programas de residencias e intercambios, y un volumen significativo de artistas, docentes, coreógrafos/as e investigadores/as con proyección internacional.

En otras jurisdicciones el relevamiento no identificó programas, actividades ni colaboraciones orientadas a la internacionalización.

Eje 6 Formación

La oferta formativa en el sector es amplia y diversa, desarrollándose principalmente en el ámbito no oficial. Con respecto a la formación oficial, la mayoría de las jurisdicciones presenta una oferta que abarca todos los niveles y se destaca que el 61,9 % ofrece instancias de nivel universitario. Sin embargo, en cuanto a cantidad de alumnos, la información disponible es limitada.

Los principales destinatarios de estas ofertas son bailarinas/es, con mayor presencia de folklore, clásico-neoclásico, contemporáneo y urbano. La mayoría de las propuestas se centran en la formación del intérprete, con poco desarrollo en otras áreas como la composición coreográfica, la dirección escénica, los aspectos escenotécnicos (iluminación, vestuario, maquillaje, entre otros) o herramientas de gestión y producción. El enfoque de las gestiones públicas en danza apunta principalmente al rol del bailarín, con menor desarrollo de la diversidad de perfiles que integran el sector. En segundo lugar, se identifican ofertas de capacitación y perfeccionamiento para docentes, generalmente en técnicas de danza o pedagogía.

Siguiendo en el ámbito oficial, en el 60 % de los estados provinciales los espacios de formación se concentran territorialmente en las capitales provinciales. Esto suele generar una movilidad desde el interior hacia los principales centros urbanos. Paralelamente, se registra la existencia de espacios de formación oficial a nivel municipal.

Los formatos de formación son variados e incluyen clases sueltas o regulares, talleres, seminarios, planes tipo diplomaturas, y programas vinculados a las escuelas primarias y secundarias con orientación en danza.

La mayoría de las jurisdicciones no ofrece formación específica en gestión o producción en danza. Donde esa oferta existe, adopta la forma de cursos o diplomaturas dirigidos a las artes escénicas en general. Esto indica que, a excepción del nivel universitario, la formación de bailarinas/es no

incorpora de manera sistemática herramientas vinculadas a la gestión y producción desde las etapas iniciales.

En cuanto a la investigación y divulgación académica, en el 57,1 % de las jurisdicciones no dispone de espacios ni de personal dedicado a estas actividades. Donde sí se desarrollan, la participación de las universidades resulta determinante y su sostenimiento depende en buena medida de becas o subsidios.

La formación de espectadores en danza presenta un desarrollo muy acotado: el 85,7 % de las jurisdicciones no cuenta con programas específicos en este campo. Las excepciones son Jujuy, Salta y Tucumán, que ofrecen conversatorios de danza para todas las edades, clases y ensayos abiertos al público y funciones didácticas para escuelas de nivel primario y secundario.

La desigual distribución de la oferta formativa genera procesos de movilidad –a menudo con cambio de residencia– desde el interior hacia las capitales provinciales y hacia otros centros de formación del país, donde los principales destinos son la provincia de Buenos Aires, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la ciudad de Córdoba. El principal destino para formarse fuera del país es Brasil, aunque, por cuestiones de cercanía geográfica, existen traslados hacia otros países limítrofes, en particular desde provincias fronterizas como Misiones o Corrientes que optan por formarse en Asunción de Paraguay.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Formación oficial/no oficial	*Para casi todos los estados provinciales el principal ámbito de formación del sector es el no oficial.*	*En Chubut, Formosa, La Rioja y Santa Fe el principal ámbito de formación del sector es el oficial.*
Oferta de formación oficial (niveles)	*La mayoría de los estados provinciales presenta ofertas que abarcan todos los niveles, destacando que más del 60% brinda formación de nivel universitario.*	-
Distribución territorial de los espacios de formación oficial	*Concentración en las capitales provinciales.*	*Los estados provinciales de Chubut y Río Negro son los que presentan mayor distribución territorial de sus espacios oficiales de formación.*

Destinatarios de los programas de formación oficial	*Los principales destinatarios son los bailarines, enfocando los programas a la formación del intérprete. En segundo orden, los programas de formación oficial se enfocan en la formación docente.*	*Los estados provinciales que tiene programas de formación en gestión y producción en danza, son: Córdoba, Santa Fe, La Rioja, Salta, Río Negro, Misiones, Jujuy, San Juan y Catamarca.*
Formación de espectadores	*La mayoría de los estados provinciales no cuenta con programas de formación de espectadores.*	*Los estados provinciales que cuentan con formación de espectadores son Tucumán, Jujuy y Salta.*

Brechas y desigualdades identificadas

En el sector de la danza, la formación es uno de los aspectos más desarrollados, principalmente por las ofertas del ámbito no oficial. Escuelas, estudios y compañías cumplen un rol fundamental, ya que están territorialmente presentes por todo el país, desde las grandes capitales hasta los barrios populares.

En general, también hay un buen desarrollo en el ámbito oficial, con ofertas de formación en todas las provincias y cada vez más en todos los niveles, del inicial al universitario, salvo en una jurisdicción donde no se presentan ofertas de formación oficial en ningún tipo de nivel y bajo ningún formato. Las ofertas de formación en gestión y producción de la danza, por su parte, se presentan casi en la mitad de las jurisdicciones.

Síntesis federal del sector

Fortalezas

- La danza es un sector potente y vital. Está arraigado en todo el territorio argentino. Su presencia alcanza tanto a las grandes capitales como a los barrios populares, con una fuerte participación comunitaria.
- Posee un gran valor simbólico, identitario y patrimonial.
- Es un sector que genera empleo, dinamiza economías regionales y fortalece el desarrollo territorial.

- La formación es fundamental para el sostenimiento del sector, no solo porque garantiza la continuidad y la expansión de la disciplina, sino también como fuente de ingresos para las/os profesionales de la actividad.
- Aunque en distintos niveles de desarrollo, la producción escénica del sector es vasta y diversa.
- Los trabajadores y las trabajadoras de la danza demuestran una gran capacidad de autogestión para llevar adelante sus proyectos.

Principales desafíos y brechas

- La falta de continuidad en el tiempo de las políticas y programas destinados a la danza dificulta la consolidación de estrategias sostenidas y de largo plazo.
- La falta de información sistematizada limita el conocimiento sobre el sector y condiciona el diseño de políticas.
- El financiamiento constituye una restricción central. Los proyectos dependen mayormente del apoyo estatal, canalizado a través de líneas generales que no contemplan las particularidades de la disciplina.
- Quienes trabajan en la danza se desempeñan, en su mayoría, en condiciones de informalidad o bajo modalidades precarias, sin estabilidad ni protección social.
- El sector carece de un marco normativo nacional que ordene su promoción, fomento y protección, y que reconozca a la danza como bien público y a quienes la ejercen como trabajadoras/es. Tampoco existe un régimen jubilatorio específico para intérpretes. En el plano provincial, la gran mayoría de las jurisdicciones no cuenta con leyes de danza, marcos regulatorios laborales propios ni herramientas de fomento como el mecenazgo.
- La internacionalización no está incorporada a la planificación del desarrollo sectorial.

Informe sectorial

TEATRO

ARTES ESCÉNICAS

Coordinadora
Romina Sánchez Salinas

Informe sectorial

ARTES ESCÉNICAS
TEATRO

23
PROVINCIAS RELEVADAS

Buenos Aires, Catamarca, Chaco, Chubut, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Jujuy, La Pampa, La Rioja, Mendoza, Misiones, Neuquén, Río Negro, Salta, San Juan, San Luis, Santa Cruz, Santa Fe, Santiago del Estero, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur y Tucumán.

Este diagnóstico implicó una delimitación conceptual: se incluyen en las Artes Escénicas - Teatro a todas las prácticas y actividades de creación, producción y presentación en vivo de teatro, circo, performance, teatro musical, títeres, marionetas, teatro de objetos, ópera y otras que realizan un acontecimiento artístico frente a un público. No obstante, las prácticas escénicas de danza fueron relevadas como un sector aparte, aunque algunos datos aquí presentados la incluyen, dado que la mayor parte de investigaciones, relevamientos estadísticos y estudios las indagan de forma conjunta.
En cuanto a este diagnóstico, se utilizaron datos mixtos y participativos, obtenidos a partir de los formularios federales que completaron los enlaces provinciales. Esa información primaria fue complementada y profundizada en diversas instancias de intercambio directo, como las reuniones grupales e individuales o consultas con referentes del sector, además de la indagación en fuentes secundarias (normativas, antecedentes teóricos). En paralelo, durante todo el relevamiento se mantuvo comunicación y retroalimentación permanente con los enlaces designados. Este intercambio constante fue clave para validar la información recabada y articular los datos de las distintas áreas públicas intervinientes.

INTRODUCCIÓN

Las artes escénicas en la Argentina conforman un sector amplio y dinámico que se desarrolla en distintos niveles, disciplinas y modelos de gestión en todo el territorio nacional. Se trata de un sector con más de dos siglos de historia, una robusta institucionalidad y una extensa red de infraestructura, producción y formación de alcance federal. Su historia se remonta a fines del siglo XVIII, siendo sus hitos más importantes la inauguración del Teatro de La Ranchería en 1783, el Juan Moreira, de los hermanos Podestá, a fines del siglo XIX y la fundación del Teatro del Pueblo en 1930 por Leónidas Barletta, que dio lugar al movimiento de teatro independiente en la ciudad de Buenos Aires.

La enorme producción escénica actual ubica a nuestro país entre las plazas teatrales más reconocidas del mundo. Esto se debe principalmente a que la ciudad de Buenos Aires es una de las capitales con mayor densidad de teatros (más de 300 salas) y un alto número de espectáculos (en 2025 se estrenaron casi 1.500 obras y se presentaron alrededor de 500 por fin de semana). Esta vitalidad se sustenta en la coexistencia e intercambio de tres circuitos: el oficial (estatal), el comercial (empresarial) y el independiente/comunitario (autogestivo), que es el de mayor volumen de producción y salas.

Las provincias completan esta vasta infraestructura cultural con casi 2.000 espacios culturales que programan artes escénicas. Según los datos relevados, el 49 % de esos espacios son de gestión independiente/comunitaria, el 28 % de gestión comercial y el 23 % de gestión pública. Si bien existen espacios culturales que programan teatro y artes escénicas en todo el país, son considerables la heterogeneidad y la asimetría entre las provincias. Mientras que centros urbanos como Córdoba, Rosario y Mar del Plata poseen circuitos comerciales e independientes consolidados, otras regiones dependen casi exclusivamente del fomento estatal.

En cuanto al aporte económico, la participación de las "Artes escénicas y espectáculos artísticos" es menor en comparación con otros sectores. Desde 2020, es el sector con menor participación en el VAB (Valor Agregado Bruto) cultural, que en total representó el 1,84 % de la economía argentina en 2024. Esto se atribuye a un rezago en los precios relativos del sector, que están aproximadamente un 60 % por debajo del promedio de la canasta cultural. No obstante, las artes escénicas mostraron una notable capacidad de recuperación económica después del impacto de la pandemia y durante 2023 registraron el mayor crecimiento interanual dentro de los sectores culturales, con un incremento del 16 % en valores constantes. Este dinamismo contrasta con la caída general del sector cultural (-0,8 %) y de la economía total (-1,5 %) en el mismo período, según datos disponibles en el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) que se desprenden del informe *Coyuntura Cultural N.° 51: El valor económico de la cultura* (2024, Secretaría de Cultura, Ministerio de Capital Humano).

La estructura productiva de las artes escénicas se sustenta en una alta generación de empleo directo e indirecto. El sector demanda servicios de diseño escenográfico, vestuario, escenotecnia, producción y gestión cultural, lo que multiplica su impacto en la economía. Sin embargo, la brecha de ingresos y la informalidad en el circuito independiente/comunitario complejizan el cálculo del aporte económico real. Además, los indicadores disponibles refieren principalmente a actividades registradas (economía formal) y de los grandes conglomerados urbanos.

En cuanto a públicos y audiencias, según la última Encuesta Nacional de Consumos Culturales, el 11 % de la población asistió al menos a una función teatral en 2022 (Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 2023). Si bien marcó una disminución respecto al 18 % registrado en 2013, el sector se mantiene como una actividad presencial valorada, especialmente por los segmentos de mayor edad y nivel educativo. La mayoría de los estudios de públicos teatrales coinciden en que el perfil promedio del asistente al teatro pertenece a la clase media, posee formación universitaria y se identifica principalmente con el género femenino. Además, el 89 % de quienes asisten al teatro también va al cine y un 77 % a museos. Estos hábitos conjuntos señalan que el público teatral forma parte de un segmento de consumo frecuente, lo que subraya la importancia de integrar el teatro en circuitos turísticos y culturales más amplios para potenciar su alcance.

La oferta de formación tanto pública como privada es vasta. Es frecuente encontrar estudiantes de otros países en las carreras de formación teatral de universidades nacionales, escuelas teatrales y también en cursos de formación no formal. Esta circulación genera un intercambio cultural rico y amplía las oportunidades para la internacionalización del sector, aunque también refuerza la centralidad estructural de la escena porteña.

Las artes escénicas teatrales constituyen uno de los sectores culturales más institucionalizados. La Ley N° 14.800, de 1959, declaró de interés nacional a la actividad teatral y establece beneficios fiscales que permanecen vigentes: las entradas a espectáculos teatrales están exentas del

Impuesto al Valor Agregado (IVA). La normativa también protege el patrimonio cultural físico, al dictaminar que si una sala de teatro es demolida, el nuevo edificio debe constituir obligatoriamente un espacio teatral de características similares. Además, el sector goza de beneficios en los regímenes de retención, dado que se garantiza un esquema específico para los actores y actrices considerando la intermitencia de sus ingresos (Resolución General AFIP 2442/08).

Otro aspecto que fortaleció su institucionalidad es la creación y el sostenimiento de asociaciones de gestión de derechos que protegen a sus artistas: por un lado, la Sociedad General de Autores de la Argentina (Argentores) y la Sociedad Argentina de Gestión de Actores e Intérpretes (SAGAI) administran el cobro de derechos de propiedad intelectual y de intérprete; y por otro, la Asociación Argentina de Actores y Actrices (AAA) es el sindicato que regula, controla y administra la actividad laboral y garantiza aportes jubilatorios y obra social a sus asociados. La Ley del Actor (N° 27.203, sancionada en 2015) es un hito fundamental que reconoce el carácter laboral de la actividad artística –antes referida como "locación de servicios"–, garantizando que actores y actrices sean considerados trabajadores en relación de dependencia, con sus beneficios previsionales. Sin embargo, el alcance de estos beneficios es limitado en las jurisdicciones con poco desarrollo audiovisual o publicitario, que son los ámbitos donde estas regulaciones tienen mayor impacto.

El hito más importante en el proceso de institucionalización del sector y de su alcance federal fue la sanción en 1997 de la Ley Nacional del Teatro (N° 24.800), que creó el Instituto Nacional del Teatro (INT) y reconoce a la actividad teatral independiente como un bien cultural objeto de promoción estatal. Además de este ente nacional, existen institutos provinciales y carteras específicas para el fomento de las artes escénicas en más de la mitad de las provincias. También es un sector frecuentemente incluido en apoyos de otros organismos, como el Fondo Nacional de las Artes (FNA). De hecho, desde su creación en 1958, el Fondo fue prácticamente la única fuente de financiación estatal para el sector teatral hasta la década del 90, según destaca Clarisa Fernández en *Políticas teatrales públicas en Argentina: un recorrido por los últimos 40 años* (en *Tramas de la política cultural en Argentina: historia, gobernanza y federalismo*, de RGC Libros, editado por Mariano Zamorano).

El INT ha sido el principal organismo nacional encargado de ejecutar políticas de fomento y garantizar el acceso federal a la producción escénica en todo el territorio nacional a través de subsidios a salas, elencos y festivales. El organismo se financia mayormente con un porcentaje del impuesto a los servicios de comunicación audiovisual y la ley le otorga un carácter fuertemente federal, tanto por el mecanismo de distribución del presupuesto –que se debe distribuir y ejecutar de forma equitativa en las seis regiones culturales de la Argentina– como por la conformación del Consejo de Dirección. Su accionar en las últimas décadas ha sido clave para descentralizar el desarrollo de la actividad y la infraestructura teatral en la Argentina. Según el último informe de gestión del organismo (2023), el 43 % de la inversión pública en subsidios y planes de fomento se destinó a localidades que no son capitales de provincia. Esta política apunta a fortalecer el sector

escénico en regiones como el NEA, NOA, Centro, Nuevo Cuyo y Patagonia, con el apoyo directo a la realización de 260 festivales anuales en todo el país. No obstante, en la última gestión se buscó modificar la estructura del INT y se reformularon sus líneas de fomento, lo que impactó en la dinámica del sector.

En términos generales, este diagnóstico revela que en circulación y exhibición, el sector presenta una amplia red de espacios en todo el país, con predominio de la gestión independiente/ comunitaria, una distribución territorial desigual y dinámicas de circulación sostenidas por redes, festivales y circuitos de proximidad, en un contexto reciente de retracción de instancias de fomento y visibilidad.

En materia de datos e indicadores, se registra una producción de información incipiente, con relevamientos parciales, escasa sistematización y baja comparabilidad, lo que limita la planificación del sector. En gobernanza, se observa alto grado de institucionalización con modelos heterogéneos entre provincias y una fuerte articulación histórica con el INT.

En financiamiento, predominan los subsidios y especialmente los mecanismos de apoyo no monetario, en un esquema de baja escalabilidad, con desarrollo desigual del mecenazgo y fuerte presencia de la autogestión. En internacionalización, se identifican acciones puntuales concentradas en festivales e intercambios, con limitada participación en mercados y una marcada concentración de oportunidades en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA). En formación, se destaca una amplia oferta en distintos niveles y de alcance federal, que convive con brechas en la formación de públicos y en el acceso a instancias de especialización, en un escenario donde persisten desigualdades territoriales.

Finalmente, el diagnóstico identifica una serie de fortalezas estructurales y desafíos persistentes a nivel federal. Entre las fortalezas, se destaca una institucionalidad robusta (con normativas de protección y fomento y la presencia de institutos o áreas específicas en más de la mitad de las provincias), una vasta infraestructura cultural de alrededor de 2.500 espacios que garantizan sostenibilidad y diversidad de modelos de gestión, y una oferta de formación de alcance nacional, integrada a la currícula obligatoria y con amplia presencia terciaria y universitaria, que configura una infraestructura educativa descentralizada.

El reconocimiento internacional del teatro argentino y el predominio de un modelo de producción autogestivo también contribuyen a la vitalidad, autonomía y circulación del sector, aún en contextos adversos. No obstante, persisten brechas significativas como el debilitamiento de los organismos nacionales de fomento y la dependencia del INT, la centralidad de CABA en la distribución de recursos, formación y exhibición, y las limitaciones estructurales del modelo de gestión independiente, caracterizado por una baja escalabilidad, dificultades de acumulación de capital y altos niveles de informalidad. Las debilidades en la producción, sistematización y accesibilidad de datos e indicadores sectoriales también son evidentes y limitan la planificación y evaluación de

políticas públicas, así como la inserción internacional de las producciones provinciales en circuitos y mercados globales. En este contexto, la dificultad para ampliar y diversificar públicos, junto con la discontinuidad de políticas de formación de espectadores, refuerza los desafíos para la sostenibilidad y expansión del sector.

Eje 1 Circulación y Exhibición

En la Argentina, las artes escénicas transitan por variados circuitos que mantienen múltiples intercambios entre sí y pueden distinguirse por el tipo de gestión.

- **Gestión pública**: administrados por organismos que dependen del Estado, en cualquiera de sus niveles de gobierno.
- **Gestión independiente/comunitaria**: administrados por organizaciones no formales, fundaciones, cooperativas y asociaciones sin fines de lucro.
- **Gestión comercial/empresarial**: administrados por agentes privados con fines de lucro.
- **Cogestión**: administrados de forma conjunta por el sector público y otro tipo de gestión (comercial-empresarial o independiente-comunitaria).

El 60 % de las jurisdicciones presenta una infraestructura cultural estatal fuertemente concentrada, con la mayor parte de los espacios de gestión pública que programan artes escénicas radicados en la capital provincial. En más del 30 %, en cambio, la distribución es más equilibrada, con menos del 40 % de los espacios públicos ubicados en las capitales. Esto incluye salas teatrales, museos, centros culturales y otros espacios públicos que programan artes escénicas, como las Casas de la Historia y la Cultura (también conocidas como Casas del Bicentenario).

La distribución territorial es desigual no solo por volumen, sino también por tipo de gestión, diversidad de programación y autonomía relativa de la actividad. En las provincias de mayor densidad poblacional, más diversa es la gestión de los espacios y hay mayor proporción de independientes y de comerciales. En cambio, a menor densidad poblacional, predominan los espacios públicos y/o independientes/comunitarios, con escasa o nula presencia de los comerciales.

Estos espacios de gestión independiente/comunitaria son claves para la circulación, por su prevalencia en el país y su gran alcance: en todas las provincias hay al menos uno. En contraste, en algunos territorios provinciales no hay ningún espacio ni sala de gestión empresarial.

Además, las salas de teatro independientes conforman redes y asociaciones profesionales que garantizan la circulación de obras y el sostenimiento de festivales y dinamizan las rutas culturales, lo que da lugar a corredores escénicos entre ciudades intermedias o capitales próximas entre sí, que en muchas ocasiones trascienden los límites provinciales. La cercanía territorial favorece una economía de proximidad cultural, que permite optimizar recursos logísticos, ampliar audiencias y fortalecer la cooperación entre artistas, gestores y espacios culturales. En algunos casos, estos intercambios configuran "nodos poético-regionales", entendidos como campos que conectan territorialidades y genealogías heterogéneas que surgen de localizaciones fronterizas y dinámicas (concepto de Mauricio Tossi en *Poéticas con voluntad de otredad: Un estudio interregional de la dramaturgia argentina contemporánea*, Editorial Biblos, 2023).

Es frecuente que estos corredores surjan por el accionar de las redes del sector independiente-comunitario, aunque también hay nodos que han sido objeto de política pública. Por ejemplo, en la Patagonia se trabajó históricamente en la consolidación de corredores de teatro para fortalecer estrategias comerciales entre ciudades. Actualmente están en funcionamiento, bajo un modelo de cogestión pública-independiente.

Uno de los eventos de gestión pública más significativos a nivel federal es la Fiesta Provincial de Teatro, organizada entre el INT y los organismos provinciales o municipales de Cultura. Durante este encuentro se presentan obras teatrales con elencos locales y un jurado designado por la organización de cada Fiesta Provincial selecciona las que representan a la provincia en instancias regionales y nacionales de eventos gestionados por el INT. Aunque estos eventos fueron discontinuados en los últimos años, durante mucho tiempo las instancias selectivas provinciales, las regionales y la nacional garantizaron la circulación de producciones locales por el país y ampliaron la visibilidad y el reconocimiento de expresiones teatrales diversas.

En la mayoría de las provincias se registra una amplia agenda de festivales de diferentes escalas y alcances. Es una agenda de eventos vasta y dinámica, aunque sin coordinación entre jurisdicciones.

También el teatro en comunidad, de gran trayectoria en el país y referente en la región, está presente en la mayoría de las provincias (7 de cada 10) con al menos un grupo de teatro comunitario. En varias existe más de uno y en el caso de Misiones, se identifica un circuito propio de teatro comunitario.

Respecto a la programación en espacios de gestión pública, la mitad de las provincias incluye obras de producción local, en algunos casos cubriendo más del 81 % de la agenda. Los medios más utilizados para difundir eventos de artes escénicas son las redes sociales, la prensa escrita (diarios) y el sitio web del organismo de Cultura provincial.

Además, existen tendencias notorias sobre qué actividades y géneros se programan según el tipo de gestión:

- En los espacios públicos predominan las muestras, los ciclos escénicos, los encuentros y los eventos de formación o capacitaciones. Por género, prevalecen las obras infantiles/juveniles (14 provincias), las de títeres, marionetas y teatro de objetos (14) y las de circo (8), lo que sugiere una política de programación familiar que apoya la preservación de estas técnicas.

- En los espacios independientes/comunitarios, las actividades más comunes son las capacitaciones, las muestras, ciclos escénicos y los encuentros y fiestas (en general en cogestión). Géneros experimentales como el biodrama o el teatro antropológico encuentran lugar en la escena independiente, que es el circuito con mayor variedad de estéticas no comerciales. Tienen relevancia el teatro de texto (18 provincias), los títeres y el teatro de objetos (9), el clown (8) y el circo (6).

- En los espacios comerciales/empresariales que programan artes escénicas –que son un porcentaje menor en la mayoría de las provincias e incluso en algunas no existen–, por su parte, aparecen pocas actividades más allá de la programación de espectáculos, generalmente capacitaciones. En este circuito, los géneros más programados son el teatro musical (14 provincias), el humor (stand up, improvisación, varieté) y el teatro infantil/juvenil.

Por último, el 60 % de las provincias ejecutó recientemente algún proyecto de edición y publicación impresa o digital de libros, documentos o investigaciones dedicadas exclusivamente a las artes escénicas. De esto se desprende que existe una prolífica y actualizada producción literaria sobre el teatro de las provincias, mayormente de autoría local. Algunas jurisdicciones dan apoyo a esas publicaciones independientes, además de entregar premios de dramaturgia al sector. También es clave la participación de algunas universidades nacionales que tienen sus propios proyectos editoriales y del INT, que tuvo la Editorial INTeatro y sus líneas de aporte para Publicaciones Periódicas y Ocasionales vigentes hasta 2023.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Distribución territorial según tipo de gestión	*A mayor densidad poblacional, mayor diversificación de espacios, con mayor cantidad de espacios de gestión independiente y comercial.* *En zonas con menor densidad poblacional existe un bajo número de espacios, con alta presencia de los de gestión pública y/o independiente/comunitaria, y escasa o nula presencia de espacios comerciales.*	*Catamarca: trabajo de elencos y espacios independientes con una fuerte concentración de la programación en la capital y un circuito más acotado en el interior.*
Corredores Escénicos	*Principalmente entre ciudades intermedias o capitales próximas. Se ven dinamizados por redes de salas o asociaciones del sector independiente. En algunos casos han sido objeto de política pública.*	*Neuquén y Río Negro: corredor comercial e independiente del Alto Valle, que conecta Neuquén capital, Cipolletti, General Roca y Villa Regina, con rotación de obras en 6 salas interconectadas, optimizando costos de traslado y técnica para giras nacionales e independientes. Obras con éxito de taquilla pueden realizar hasta cuatro funciones en tres ciudades en un solo fin de semana.* *Misiones: circuito muy activo de teatro comunitario con cuatro grupos de distintas localidades.* *Chaco y Corrientes: sus capitales configuran un circuito regional que amplía la exhibición del teatro independiente y las programaciones impulsadas por organismos culturales y redes de gestión local.*
Concentración capital / interior	*Espacios de gestión pública con programación de artes escénicas concentrados en las capitales provinciales.*	*Jujuy, Chaco, Chubut, Buenos Aires, Santa Fe, Entre Ríos y Río Negro: ejemplos de descentralización, con menos del 20 % en las capitales.*

Presencia de producción local en la programación	*La mitad de las provincias incluye en su programación mayoritariamente obras locales.*	*Santa Fe: la Ley N° 14.302 de Fiestas, Ferias y Festivales exige al menos un 50 % de artistas regionales.*
Eventos y ferias relevantes	*En la mayoría de las provincias se realizan múltiples eventos de artes escénicas de distinto alcance. La agenda de festivales es vasta y dinámica, aunque no se trabaja coordinadamente entre las provincias.*	*Entre Ríos: 39 festivales del circuito independiente, según registros del Consejo Provincial de Teatro Independiente de Entre Ríos (ConTIER). El Encuentro Entrerriano de Teatro lleva 41 ediciones.* *Córdoba: Festival Internacional de Teatro Córdoba Mercosur, con un espacio de agenda común con otros actores del sector y una programación especial basada en mecanismos de cogestión y coproducción.*
Publicaciones	*La mayoría de las provincias realizó al menos una publicación reciente específica sobre alguna disciplina del sector.*	*Córdoba: Agencia Córdoba Cultura organiza el Premio Provincial de Dramaturgia y apoya publicaciones y ensayos sobre las artes escénicas independientes. Premio Siripo a las artes escénicas (Teatro Real).*

Brechas y desigualdades identificadas

Entre los casos de mayor fragilidad se encuentran las jurisdicciones donde el fomento del sector depende principalmente de las políticas del INT, ya sea por no contar con un instituto o cartera propios o por disponer de escasa institucionalidad en materia de formación en artes escénicas. A ello se suman las provincias con pocas salas teatrales independientes, o que cerraron en los últimos años, lo que derivó en una marcada caída de la producción escénica.

La infraestructura cultural pública con programación escénica se concentra en las capitales provinciales. La ausencia de información sobre la programación municipal impide dimensionar con precisión la brecha de acceso entre las localidades próximas a las capitales y las más alejadas.

Eje 2 Datos e Indicadores

Tal como señalan estudios previos, la generación de datos e indicadores culturales es incipiente en todos los niveles de la administración pública. En las provincias y municipios, las áreas de Cultura suelen contar con equipos de gestión reducidos y presupuestos acotados para ocuparse de múltiples tareas, por lo que el tiempo y los recursos para producir datos son escasos (Fernández y Sánchez Salinas, 2026). Sin embargo, el relevamiento presenta algunas iniciativas tendientes a revertir esta situación.

La mayoría de las provincias tiene en desarrollo o ya implementó algún tipo de relevamiento en los últimos años: el 65 % cuenta con registros de trabajadores y trabajadoras del sector y el 56 % con mapeos de espacios (en general no publicados, desactualizados o muy incipientes). Algunas jurisdicciones tienen bases de datos de espacios de gestión pública, pero de uso exclusivo para la gestión. La mitad de ellas realiza estudios de impacto y evaluaciones de forma eventual, y un tercio manifestó que no llevan a cabo ese tipo de relevamientos.

Casi el 70 % de las provincias lleva registro de la programación de artes escénicas en teatros y espacios de gestión pública. Además, hay notables avances en el registro de público asistente (56 %), actualmente facilitado por la venta de entradas en plataformas online. Algunas estadísticas sobre programación y asistencia a teatros oficiales suelen aparecer como indicadores de gestión. No obstante, en general la información recabada no está sistematizada, resulta inconsistente o los datos no son comparables.

Son muy pocas las jurisdicciones que cuentan con información sobre inversión pública en el sector. Y, salvo excepciones, tampoco poseen información sistematizada sobre convocatorias de financiamiento (monto total invertido, cantidad de proyectos presentados/aprobados), entre otros motivos porque en las convocatorias generales no se discrimina los proyectos de artes escénicas de otras disciplinas. Algunas provincias con institutos o áreas propias sí registran la inversión realizada, incluso de los proyectos y montos ejecutados vía mecenazgo.

Menos del 40 % de las provincias posee un registro de asociaciones, cámaras o sindicatos que nuclean al sector; y solo la misma proporción releva la oferta de formación. A su vez, los repositorios de investigaciones, tesis y demás publicaciones sobre artes escénicas provinciales son poco frecuentes, a pesar de su importancia. Tampoco se mide el aporte productivo del sector en los Productos Brutos Internos provinciales.

Solo una provincia es la excepción, ya que dispone de distintos repositorios (del organismo de Cultura provincial y de las universidades locales) y está realizando evaluaciones de actividades, eventos de artes escénicas y estudios del impacto de este sector en el empleo y las economías locales. Poco más de un tercio de las provincias lleva registro de trabajadores/as de las artes escénicas que participaron en producciones audiovisuales locales, nacionales o internacionales. La iniciativa resulta relevante para pensar políticas que fortalezcan la articulación y profesionalización de ambos sectores.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Existencia de área que releva datos	*No existen áreas que releven datos exclusivos del sector.*	*Buenos Aires: BASIC, un Sistema de Información Cultural propio con algunos datos específicos del sector.*
Actualización de registros de agentes	*La mayoría de las provincias posee un registro de trabajadores/as de las artes escénicas para uso de la gestión, pero no se publica.*	*Tierra del Fuego: registro y datos de trabajadores de las artes escénicas, producciones y grupos teatrales en el servidor web de Entramado Cultural.* *Tucumán: el registro de trabajadoras/es del sector audiovisual incluye actores y actrices (aunque no discrimina a los de artes escénicas) y es de consulta pública.*
Mapeos de espacios	*Más de la mitad de las provincias cuenta con iniciativas de mapeo.*	*Córdoba: el último relevamiento de espacios escénicos (Agencia Córdoba Cultura, 2015) comprende 151 espacios o teatros públicos municipales, independientes y privados.*
Indicadores de actividad disponibles	*No existen estudios o indicadores que dimensionen la actividad a nivel provincial, solo algunos estudios de impacto aislados. A nivel nacional, el INT publica la inversión anual.*	*Río Negro: elenco provincial de teatro (2023-2025) con más de 120 funciones en todas las regiones, con prioridad a comunidades con escaso a nulo acceso a las artes escénicas (48 localidades, +15.000 espectadores, +60 escuelas). La convocatoria 2025 generó 13 proyectos de producción.*

Datos de audiencias	*Registro de públicos a través de plataformas de venta de entradas.*	*San Luis: el Cine Teatro San Luis tiene registros sistematizados de su actividad (venta de entradas, satisfacción del público, preferencias en artes escénicas y alcance comunicacional) y datos específicos sobre eventos puntuales como el Foro de Desarrollo Económico de las Artes Escénicas o el Festival de Artes Escénicas de Invierno "Vacas con Todo".* *La Pampa: la página oficial de APN publica periódicamente la cantidad de espectadores.* *Córdoba: la plataforma de ventas Autoentrada Córdoba registra ventas digitales, por boletería y sistemas de gestión de público (incluyendo entradas sin cargo en espacios provinciales) que se publican al cierre de temporadas, en eventos o en los informes de la Agencia Córdoba Cultura.*
Accesibilidad y publicación de datos	*La mayoría de los datos son de uso interno de la gestión. Algunas excepciones publican informes de gestión de las agencias de Cultura provinciales o de los principales teatros de gestión pública.*	*Mendoza: datos 2025 de audiencias y programación del Teatro Independencia (+75.000 espectadores) y el Espacio Julio Le Parc (+260.000 espectadores), ambos de gestión pública. Relevamiento 2024 de las características y condiciones de los emprendedores/as de las Industrias Creativas.* *Entre Ríos: Consejo Provincial de Teatro Independiente de Entre Ríos (ConTIER) con registro público de obras, salas, capacitaciones y eventos de gestión independiente.*
Repositorios de publicaciones	*Las iniciativas de este tipo son escasas.*	*Córdoba: repositorios y registros disponibles en la Universidad Provincial de Córdoba (UPC, a través de la Escuela de Teatro Roberto Arlt), en la Universidad Nacional de Córdoba (UNC, mediante la Facultad de Artes), en el Archivo Histórico de la Provincia y en proyectos de la Agencia Córdoba Cultura (Biblioteca Córdoba, Seminario Jolie Libois).*

Brechas y desigualdades identificadas

Las jurisdicciones pueden agruparse en tres categorías según su capacidad de producción de datos sobre artes escénicas:

- **Producción media a alta**: cuentan con registros detallados e indicadores de gestión y monitoreo que garantizan la evaluación de sus programas.
- **Producción intermedia**: con información sistematizada principalmente en torno a eventos/espacios puntuales o fondos específicos.
- **Producción insuficiente**: los relevamientos son fragmentarios y las evaluaciones son muy poco frecuentes o nulas.

Entre los casos destacados, Buenos Aires (mediante BASIC, el Sistema de Información Cultural provincial) tiene un relevamiento sobre la situación de los espacios y centros culturales comunitarios y salas de teatro bonaerenses, mientras que Tucumán cuenta con el Sistema Censal Permanente del Teatro, creado por la Ley N° 7854/2006 (Ley Provincial del Teatro) y administrado por la Dirección Artística de Teatro dependiente del Ente Cultural de Tucumán, con subsidios del Fondo de Fomento a la actividad teatral.

Eje 3 Normativa y Gobernanza

El sector de las artes escénicas está fuertemente institucionalizado, con modelos mixtos dentro de cada provincia y entre las distintas administraciones. En este eje, el dato más significativo es que 12 provincias (52 %) poseen algún instituto propio o cuentan con leyes específicas y entes autárquicos; o bien tienen áreas o carteras específicas que promueven las artes escénicas, como direcciones o coordinaciones dentro de ministerios/secretarías de Cultura o Turismo.

Las 11 provincias restantes no cuentan con institutos o áreas específicas y sostienen modelos mixtos donde el fomento y el desarrollo del sector se apoya en el INT, principalmente, y en leyes de mecenazgo (reglamentadas o implementadas plenamente solo en tres de las nueve provincias que cuentan con ellas).

Todas las gestiones provinciales manifestaron trabajar de forma conjunta con el INT, excepto una. En esos casos, donde las salas, los elencos independientes y los festivales se sostenían principalmente con las líneas del INT, el impacto de la interrupción de políticas del organismo ha sido muy notable. El relevamiento también pone en evidencia la escasez de políticas provinciales en este conjunto de jurisdicciones, ante la ausencia de un marco normativo específico y de instituciones sectoriales dedicadas exclusivamente al teatro y las artes escénicas. En algunos casos, los apoyos se limitan a convocatorias generales (no exclusivas para el sector) y en otros apenas se brindan apoyos no monetarios (traslados, locaciones para ensayos o servicio de luminotecnia).

La mayoría de las jurisdicciones (14) no tienen legislaciones que reconozcan a las artes escénicas como de interés público. En las restantes existen distintas normativas de reconocimiento a la actividad: algunas tienen legislaciones que crean institutos o consejos provinciales de teatro, otras declaran Patrimonio Cultural Inmaterial a la actividad teatral, reconocen a personas de trayectoria en el medio, determinan exenciones impositivas, establecen el Día de las Artes Escénicas o disponen la creación de cuerpos artísticos o elencos estables. El diagnóstico muestra actualmente 33 elencos estables, distribuidos en 12 de las 23 provincias (dos de ellas sostienen cinco elencos). Las formas de contratación son variadas: contratos de locación de servicios, planta transitoria y planta permanente, entre otras.

Poco más de la mitad de las provincias (12) organizan certámenes o premiaciones que generan contrataciones temporarias de trabajadores/as de las artes escénicas, pero solo cuatro jurisdicciones cuentan con normativas (convenios colectivos, reglamentos) que regulen derechos y deberes de quienes trabajan en el sector a nivel provincial. Asimismo, 2 de cada 3 provincias manifiestan organizar encuentros con asociaciones, cámaras, sindicatos o personas del sector para conocer sus problemáticas y desafíos, y para fomentar el reconocimiento y vinculación entre pares.

En más del 70 % de las provincias se implementaron en los últimos tres años programas o políticas de promoción de las artes escénicas. En términos de fomento y profesionalización, se incorporaron leyes de mecenazgo y fondos de estímulo destinados a la producción de obras, dramaturgia para las infancias y concursos de proyectos escénicos. También ciclos de formación técnica y artística, residencias y laboratorios de capacitación en dirección, iluminación, actuación y gestión cultural.

En términos de circulación, existe apoyo a festivales locales, regionales e internacionales a partir del financiamiento de traslados, estadías y contrataciones artísticas para garantizar la itinerancia de las obras; y se consolidaron circuitos culturales y programas de teatro itinerante que buscan descentralizar la oferta y facilitan el acceso a la producción independiente en áreas alejadas de los centros urbanos.

En relación con el desarrollo de audiencias y la vinculación social, se diseñaron políticas y programas orientados a la formación de espectadores y la gestión de nuevos públicos, integrando las artes escénicas en ferias del libro, eventos de vacaciones de invierno y fechas patrias. La vinculación con el sistema educativo es recurrente a través de festivales intercolegiales y programas de teatro en las escuelas que utilizan la disciplina como herramienta de memoria e identidad. En tanto, los premios a la trayectoria y certámenes de reconocimiento incentivan la producción local y destacan la labor de artistas escénicos.

Finalmente, en términos de fortalecimiento a la infraestructura y sostenibilidad, algunas administraciones provinciales implementaron subsidios permanentes y aportes extraordinarios para el mantenimiento y equipamiento de salas de gestión independiente. Estas políticas se complementan con programas de fortalecimiento de la cultura comunitaria y planes federales que proveen asistencia técnica y financiera para el sostenimiento de espacios escénicos. La articulación con organismos nacionales (como el INT) suma provisión de recursos para las infraestructuras y el funcionamiento operativo de los teatros.

Este vínculo entre las provincias y el INT se materializó en los últimos años en fiestas provinciales (principal herramienta de articulación federal en este periodo), programas de alcance federal (Argentina Florece, Plan Podestá), formaciones y capacitaciones, festivales nacionales e internacionales, apoyos a giras y a la circulación, premiaciones, aportes a salas y ciclos. En algunos casos se mencionó la articulación con el Teatro Nacional Cervantes (TNC), en referencia a las sostenidas coproducciones con las provincias y las capacitaciones que promueve este organismo. En relación con el Mercado de Industrias Culturales Argentinas (MICA), la gran mayoría de las provincias (20) señaló haber mantenido vinculación en los últimos años.

Otro actor relevante son las universidades, un aliado estratégico para dinamizar el sector en los territorios provinciales. La mayoría de las provincias mantiene convenios de cooperación con las universidades locales que ofrecen carreras de formación, sumando talleres, capacitaciones, participación en festivales y uso de infraestructura pública (teatros oficiales) para prácticas formativas. También aparece una posible vacancia: son escasas las referencias a coproducciones entre las provincias y las universidades, pese a que muchas cuentan con auditorios propios. En las provincias donde no existe oferta de carreras universitarias vinculadas a las artes escénicas, por otro lado, la formación se ofrece en institutos de educación superior y la relación con las universidades se traduce en acciones culturales abiertas que pueden enmarcarse en la extensión universitaria. La discontinuidad de las políticas afecta la institucionalidad del sector, en particular por el debilitamiento de la articulación entre la Nación y las provincias. El fenómeno de mayor impacto ha sido la reestructuración del Instituto Nacional del Teatro, que vio reducidas o interrumpidas sus líneas permanentes de subsidios destinadas a la producción de obras, la realización de giras, la investigación y la publicación editorial. Además, la falta de presupuesto ha afectado el mantenimiento, funcionamiento y equipamiento de las salas de teatro independientes.

En la misma línea, la Fiesta Provincial del Teatro aparece como una de las pérdidas más recurrentes, junto con la suspensión de festivales internacionales y encuentros de teatro joven que habían logrado consolidarse en años anteriores. La tendencia también se extiende a programas específicos de formación de audiencias (ciclos de escuela de espectadores, certámenes intercolegiales) que cumplían una función pedagógica y de creación de nuevos públicos en el ámbito escolar, que actualmente se encuentra vacante.

Finalmente, se observa la discontinuidad de concursos provinciales de dramaturgia, leyes de mecenazgo y fondos concursables de las secretarías de Cultura, que en muchos casos han pasado de ser políticas estables a acciones aisladas sujetas a la disponibilidad presupuestaria anual.

No obstante este panorama, algunas provincias no identificaron bajas formales en las políticas de fomento al sector. Algunas jurisdicciones sostuvieron programas o implementaron nuevas políticas de fomento con resultados favorables en la profesionalización y el alcance territorial. En algunos casos, la creación o el sostenimiento de elencos oficiales y el desarrollo de producciones destinadas a audiencias específicas permitieron incrementar las funciones y los espectadores, logrando una presencia efectiva en comunidades con acceso limitado a las manifestaciones artísticas. La disponibilidad de subsidios provinciales para la adquisición de equipamiento y producción, por otro lado, permitió que diversos grupos independientes sostengan su actividad pese al retroceso de las políticas nacionales.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Existencia de área estatal específica	*Más de la mitad de las provincias (12) posee un instituto, área o cartera específica que promueve las artes escénicas.*	*Buenos Aires: Consejo Provincial de Teatro Independiente (CPTI).* *Entre Ríos: Consejo Provincial de Teatro Independiente de Entre Ríos (ConTIER).* *Misiones: Instituto Provincial del Teatro Independiente (IPTI).* *Tucumán: Dirección Artística de Teatro y Comisión Provincial de Teatro independiente (Ente Cultural de Tucumán).* *Santa Fe: la Escuela Provincial de Teatro, perteneciente al Ministerio de Cultura, promueve fiestas, certámenes y producciones.*

Rango institucional	*Alto: normativas variadas de fomento y protección a la actividad*	
Normativa vigente específica del sector	*La Ley Nacional del Teatro tiene alcance en todo el territorio, pero normativas como la Ley del Actor tienen impacto relativo, según el desarrollo del sector audiovisual y publicitario.*	*Ley Nacional del Teatro Nº 24.800, Ley del Actor y numerosas leyes provinciales.*
Espacios de diálogo / consejos sectoriales	*La mayoría de las provincias organiza instancias de intercambio con las áreas de gobierno y redes o referentes del sector.*	*Río Negro: la Asamblea de Teatristas Rionegrinos (ATR) surgió en pandemia y sostiene la organización del sector con reuniones con funcionarios, relevamientos y organización interna para el mejor aprovechamiento de los recursos.* *Neuquén: Red de Salas Independientes, un núcleo de programación permanente con 5 a 7 espacios activos por fin de semana (El Arrimadero, Ámbito Histrión, Deriva, Conrado Cultural y Te.Ne.As. y otras).*
Articulación con Nación y municipios	*La mayoría tiene vinculación con el MICA, con el INT y algunas mencionan al TNC.*	*Río Negro: elenco provincial de teatro (acción conjunta con el INT) y fomento de dramaturgias destinadas a público infantil.* *Córdoba: Programa de Teatro Itinerante, Festival Internacional del Teatro y Festival Pulso Urbano, además de la formación de agentes en la Agencia Córdoba Cultura.*
Trabajo interministerial	*Bajo.*	*San Luis: Laboratorio de Innovación iLAB +CULTURA, destinado a proyectos de investigación, formación, extensión universitaria e innovación, articulando capacidades académicas con políticas culturales y turísticas provinciales, y promoviendo la profesionalización.* *Tierra del Fuego: Programa Memoria Viva, articulado con el Ministerio de Educación, en conmemoración de la recuperación democrática.*

Brechas y desigualdades identificadas

La principal brecha se da entre provincias que tienen institutos o áreas propias y logran garantizar cierta continuidad en las políticas de fomento –a partir de una agenda de financiamiento, programas de formación y eventos sostenidos–; y las que han sufrido más el impacto de la retracción de políticas nacionales de fomento al sector.

Respecto al primer grupo, especialmente los casos con institutos (Buenos Aires, Entre Ríos y Misiones) o áreas propias con mucho desarrollo, ameritan un estudio específico sobre los procesos locales de institucionalización de la actividad. Especialmente los primeros, donde los institutos fueron resultado de una demanda sostenida y organizada de la comunidad teatral y han logrado motorizar y sostener eventos históricos en un contexto adverso.

Eje 4 Financiamiento

El instrumento de financiamiento más utilizado en las provincias es el subsidio, especialmente en líneas de apoyo a infraestructura (salas, equipamiento) o a formación/profesionalización. Los premios, concursos y becas son frecuentemente destinados a la investigación teórica, técnica o estética, las publicaciones y la exhibición y circulación (giras). Solo dos provincias mencionaron el uso de créditos, lo que señala que es un tipo de financiamiento muy marginal en el sector. También son excepcionales los casos de jurisdicciones que declaran que el apoyo monetario se realiza a partir de contrataciones artísticas directas desde el gobierno provincial.

Es significativo que el aporte más extendido desde las gestiones provinciales sea el apoyo no monetario. Casi todas las provincias describieron mecanismos de este tipo: cesión y préstamo de salas, asignación de personal técnico y operativo para espectáculos, movilidad en giras locales, nacionales e internacionales, articulación institucional para funciones y ciclos, asesoramiento legal y protocolar para las actividades, y difusión a través de los medios y canales oficiales de comunicación.

Muchas provincias también brindan apoyo organizando certámenes y premiaciones que dinamizan el sector en términos de reconocimiento y circulación. Esto guarda relación con el fuerte carácter autogestivo de la actividad: el intercambio no monetario es una dinámica frecuente no solo entre los agentes y espacios del circuito independiente/comunitario, sino que es parte constitutiva del vínculo con los entes estatales.

En el panorama del financiamiento público son claves los apoyos de organismos nacionales de fomento, que han sido muy importantes en el desarrollo de las artes escénicas en las provincias. Principalmente el INT y el Fondo Nacional de las Artes (FNA) y, secundariamente otros programas como Desarrollar (de apoyo a espacios culturales) o Puntos de Cultura (actualmente sin continuidad). Asimismo, una provincia mencionó como relevante el desarrollo de proyectos con el Consejo Federal de Inversiones.

En cuanto al financiamiento privado, existen aportes de patrocinadores privados menores bajo figuras de mecenazgo. El financiamiento internacional, en tanto, tiene un alcance limitado en las provincias. En algunos casos se menciona Iberescena (de la Secretaría General Iberoamericana - SEGIB), con líneas de apoyo a coproducciones (de al menos dos países miembros), programación de festivales, investigación y residencias.

Por último, dentro del sector independiente/comunitario lo más frecuente es que los proyectos sean financiados por sus propios integrantes, teniendo como objetivo principal su concreción y no un retorno económico o una ganancia posterior. El carácter de los proyectos es muchas veces autogestivo y vocacional, bajo la figura de sociedades de hecho o de cooperativas (sociedades accidentales de trabajo según lo establece la normativa de la Asociación Argentina de Actores). En el caso de las cooperativas, los integrantes no suelen cobrar salario durante los ensayos, sino que "invierten" su tiempo y las ganancias de la boletería se reparten mediante un sistema de puntos o porcentajes. Cabe aclarar que la conformación de las cooperativas de manera formal no es tan frecuente en las provincias, a pesar de la regulación de la AAA, aunque sí su lógica de funcionamiento y financiamiento.

Hallazgos clave

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Líneas de financiamiento público específicas	*12 provincias implementan líneas de financiamiento exclusivas para las artes escénicas y otras 5 cuentan con líneas de financiamiento para el sector cultural en general, incluyendo a las artes escénicas.*	*Córdoba: Convocatorias a las Artes Escénicas como Nuevas Miradas, Incentivo a la Trayectoria de la Escena Cordobesa, Apoyo a la Creación de Espectáculos de Calle, Apoyo a la Infraestructura de Salas de Teatro Independientes y Concurso Provincial de Dramaturgia.*

Concursos / becas / premios	*El tipo de financiamiento más frecuente son los subsidios (menciones en casi el 40 % de las provincias), seguidos de premios, concursos, becas y "otros" (13-16 %).*	*Tucumán: Premios ARTEA, máximo galardón a la labor teatral en la provincia, organizados anualmente por la delegación local de la AAA. Reconoce la excelencia artística y técnica de las producciones locales, promoviendo el desarrollo y la visibilización de la comunidad escénica regional.*
Apoyo no monetario (cesión de espacios, técnica y otros)	*Casi todas las provincias describen mecanismos de apoyo no monetario.*	*Salta: acuerdos de gratuidad de sala o a porcentajes (90/10 u 80/20) en funciones con entradas pagas.* *Misiones: gestión de descuentos en traslados para trabajadoras/es culturales + vinculación institucional para giras.*
Créditos o instrumentos financieros	*Solo 2 provincias mencionan el uso de créditos, lo que señala que es un tipo de financiamiento muy marginal.*	*Santa Fe: créditos para infraestructura (salas, equipamiento).*
Mecanismos de inversión privada / mecenazgo	*En algunas provincias, existe el aporte de patrocinadores privados menores bajo figuras de mecenazgo: 9 provincias tienen Ley de Mecenazgo, pero solo 3 la tienen reglamentada.* *En el sector independiente / comunitario es muy frecuente que los propios integrantes financien sus proyectos, sin tener como objetivo principal un retorno económico.*	*Chaco: Ley Provincial de Mecenazgo N° 1353-E.* *Jujuy: Ley de Mecenazgo.*
Transparencia e información sobre inversión pública	*Pocas jurisdicciones tienen información sobre inversión pública en el sector.* *Solo algunas provincias con institutos o áreas propias poseen registro de convocatorias de financiamiento, inversión total realizada y proyectos presentados/aprobados.*	*Chaco: Mecenazgo con 42 proyectos con mecenas y más de $585 millones destinados a financiar proyectos culturales. Fondo Solidario con al menos 65 proyectos aprobados (sobre los más de 150 presentados) en la convocatoria 2025 y más de 90 millones de pesos destinados.* *Tierra del Fuego: apoyos o inversión en proyectos culturales por Responsabilidad Social Empresaria (YPF, TOTAL).*

Brechas y desigualdades identificadas

Se observa en primer lugar una notable heterogeneidad entre las modalidades de financiamiento que implementan los gobiernos provinciales. El grupo mayoritario (12) es el de aquellas provincias que implementan líneas de financiamiento exclusivas para las artes escénicas, impulsadas principalmente desde las áreas de gestión específicas de artes escénicas o de los institutos o entes de fomento a la actividad. De la mitad restante, 4 provincias cuentan con líneas de financiamiento destinadas a proyectos del sector cultural en general que incluye a las artes escénicas. Por último, existe un grupo de 6 provincias que no implementa líneas de financiamiento en la actualidad.

Eje 5 Internacionalización

En la promoción internacional de las artes escénicas locales se distinguen tres grupos según el modo de gestión. El primero reúne a las jurisdicciones que participan en mercados o ferias y que en algunos casos articulan con consulados, una modalidad frecuente en las provincias que limitan con países vecinos. El segundo lo integran aquellas que mantienen vínculo con el MICA, organizan festivales de carácter internacional como sede de eventos con elencos extranjeros y brindan apoyo puntual a compañías locales que participan en encuentros fuera del país. El tercero corresponde a las jurisdicciones que no cuentan con política de promoción internacional.

El tipo de evento más frecuente son los festivales de carácter internacional. Las provincias suelen organizar festivales locales con participación de elencos extranjeros o brindar apoyo para la circulación de propuestas provinciales en otros países. Son pocas las jurisdicciones que organizan eventos específicos con esta finalidad. No obstante, 12 provincias informan contar con intercambios, residencias y otras estrategias de cooperación internacional mediante convenios, proyectos para obtener financiamiento, festivales y eventos.

Otros actores relevantes mencionados para la proyección internacional son las productoras privadas (teatro y audiovisual) y los polos audiovisuales.

En relación a los mercados internacionales, únicamente se mencionó al GIRART (Mercado de las Artes Escénicas y la Música de Argentina). Respecto al Festival Internacional de Buenos Aires (FIBA), si bien puso en agenda internacional una veintena de obras argentinas en cada edición hasta 2024, el catálogo tenía una bajísima participación de obras de las provincias, ya que su catálogo estuvo

integrado casi exclusivamente por producciones de la Ciudad de Buenos Aires. La accesibilidad de las provincias a la programación internacional, tanto para festivales locales de relevancia o de países limítrofes, ha sido y continúa siendo muy limitada.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Programas provinciales de promoción internacional	*No se informa la existencia de programas de promoción internacional.*	*Programas provinciales de promoción internacional.*
Participación en ferias / mercados con apoyo estatal	*El tipo de evento más frecuente para la promoción son los festivales de carácter internacional. Las provincias suelen organizar festivales locales con participación de elencos extranjeros y brindar apoyo para la circulación de propuestas locales en otros países.*	*Formosa: Festival Internacional del Teatro, la Integración y el Reconocimiento + Semana del Teatro Paraguay.* *Córdoba: Festival Internacional de Teatro Córdoba Mercosur y Festival Internacional de Teatro de Córdoba para la Infancia y Juventud, ambos bianuales.*
Articulación con organismos nacionales	*Algunas provincias mantienen relación con el MICA, gestionan algún festival de carácter internacional (son sede de eventos que incluyen elencos de otros países) y dan apoyo eventual a compañías locales para eventos en el extranjero.*	*Córdoba: Agencia Córdoba Cultura desarrolla acciones con organismos nacionales e internacionales, principalmente vinculadas a festivales internacionales de Teatro (MICA, GIRART, Iberescena, Instituto Italiano de Cultura, Instituto Francés de Argentina, Cultura de Río de Janeiro y los festivales chilenos Teatro a Mil y Santiago Off, entre otros).*
Materiales e instrumentos para mercados internacionales	*Solo se menciona el GIRART (Mercado de las Artes Escénicas y la Música de Argentina, organizado en la ciudad de Córdoba por la Asociación Civil Teatro La Cochera).*	*Córdoba: importante apoyo del estado provincial (a través de Agencia Córdoba Cultura y otros organismos) al GIRART, que promueve producciones escénicas de las provincias en el plano internacional mediante un evento bianual.*

Intercambios / residencias / cooperación	*La mitad de las provincias informan contar con intercambios, residencias y otras estrategias de cooperación internacionales.*	*Formosa: difusión, rondas de negocios y participación en eventos a los que son invitados artistas locales.* *San Luis: capacitaciones entre el Cine Teatro San Luis y el Teatro de La Zarzuela de Madrid (España), y acuerdos de colaboración institucional con el Ballet Metropolitano de Medellín (Colombia).*

Brechas y desigualdades identificadas

La capacidad de inserción internacional de las artes escénicas en la Argentina es marcadamente dispar. La Ciudad Autónoma de Buenos Aires concentra la mayor densidad de recursos, redes de gestión y visibilidad global, mientras que las provincias presentan un panorama heterogéneo donde predomina un apoyo estatal aislado, no sistematizado. La mayoría de las jurisdicciones, entre ellas Salta, Neuquén, La Pampa y Corrientes, concentran su estrategia de internacionalización en la articulación con el MICA.

En contraste, un grupo reducido de provincias logró desarrollar una infraestructura de cooperación más robusta. Córdoba se destaca por una política sostenida que incluye festivales internacionales propios (como FIT Mercosur), convenios bilaterales con instituciones de Europa y Latinoamérica, y programas de apoyo económico para giras y coproducciones. Buenos Aires y Santa Fe también muestran actividad en ferias como FINDE o subsidios para el traslado de elencos y escenografías a festivales iberoamericanos.

Por su parte, provincias fronterizas como Formosa, Chaco, Mendoza y Santa Cruz aprovechan su ubicación estratégica para fomentar intercambios con países limítrofes, integrándose en circuitos como el Mercosur Cultural y en festivales con elencos internacionales.

En términos generales, la inserción internacional en las provincias depende fuertemente de la gestión mixta de programas nacionales o internacionales como Iberescena. Existen avances significativos como el reciente acuerdo de San Luis con el Teatro de la Zarzuela de Madrid, pero persiste el desafío de transformar estas acciones aisladas en políticas públicas permanentes que permitan a los artistas locales acceder de forma equitativa a los mercados globales.

Existen también iniciativas modelo como la de Panorama Sur, plataforma internacional de formación, creación e intercambio para las artes escénicas, creada bajo gestión mixta (público-privada y con financiamiento internacional). Con base en CABA, funcionó como nodo crítico de

internacionalización a través de sus becas y redes, que les permitieron a artistas de las provincias y de países de la región acceder a circuitos globales, facilitando procesos de coproducción y circulación.

Eje 6 Formación

La oferta formativa oficial y no formal en artes escénicas es vasta en todo el país: la mayoría de las provincias disponen de una oferta de formación terciaria o universitaria en territorio provincial. En la mayoría existe diversidad de propuestas, siendo frecuente encontrar ofertas a nivel municipal y provincial en disciplinas tradicionales como actuación, dramaturgia y escenotecnia.

Todas las provincias dijeron contar con ofertas de formación en artes escénicas en al menos un nivel educativo. Un dato muy significativo es que el 74 % de las provincias incluyen la enseñanza de las artes escénicas en su currícula obligatoria de nivel inicial, primario o secundario.

Prevalece la formación terciaria o universitaria, con 18 provincias con ofertas en artes escénicas para ese nivel, 13 en las que existe formación para nivel secundario, 11 para nivel primario y 8 para nivel inicial. Solo en 5 existe oferta de posgrado. La participación municipal es mayor en los niveles inicial y primario, mientras que la formación secundaria es exclusivamente provincial.

En relación con las disciplinas de formación, la de "Actuación/Teatro" es la que presenta la distribución más frecuente (18 provincias) y más equilibrada, dado que está presente en todos los niveles y jurisdicciones. Las disciplinas más frecuentes de jurisdicción provincial son en dirección, dramaturgia, escenotecnia, gestión e investigación. Mientras que en el nivel municipal priman las formaciones en circo, clown, improvisación y teatro musical. La disciplina que presenta mayor equilibrio en términos de jurisdicción es la de títeres y marionetas.

De las 20 jurisdicciones con instancias formativas gestionadas por el estado provincial, solo 6 concentran más del 80 % de su oferta en la capital. En el resto, la distribución territorial resulta más equilibrada.

En muchas provincias existe una extensa oferta de formación no formal en el sector, pero no hay información sistematizada. En algunos casos se conforma una importante red de talleres, seminarios y espacios de capacitación artística impulsados por actores, directores, docentes y gestores culturales locales. Gran parte de esa formación se lleva a cabo en salas independientes,

centros culturales e incluso en espacios de gestión pública, y en ciertas provincias constituye la oferta más relevante en términos de formación.

Existe también una brecha entre las actividades de formación e investigación y una posible vacancia en términos de gestión, ya que solo 6 provincias manifestaron contar con actividades de formación de nuevos públicos específicos y casi el 70 % declaró que no existen espacios de promoción para la investigación y divulgación académica del sector.

Por último, la búsqueda de especialización ha traccionado históricamente el desplazamiento de artistas desde las provincias hacia la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Esto sucede principalmente en los rubros de actuación, dramaturgia y dirección. Ante eso, tanto el INT como el TNC han implementado en su historia diversas políticas tendientes a evitar el desplazamiento de profesionales de las artes escénicas y también existen iniciativas del sector independiente –residencias, laboratorios, capacitaciones– que buscan revertir esta tendencia.

Hallazgos clave

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Oferta de formación oficial	*Presencia extendida de enseñanza de las artes escénicas en la currícula obligatoria de nivel inicial, primario o secundario. El 71 % de las provincias informa la existencia de artes escénicas en la formación oficial.* *Hay 18 provincias que cuentan con ofertas de artes escénicas para nivel superior o universitario.* *Mayor participación municipal en inicial y primario, mientras que la formación secundaria es provincial y la superior es de dependencia provincial o de universidades nacionales.*	*Mendoza: Instituto de Educación Superior (Instituto Profesorado de Arte-IPA) con formaciones tanto a nivel de profesorados como de actualizaciones académicas. Tucumán: 7 bachilleratos artísticos con orientación Teatro (nivel secundario, Ministerio de Educación de la Provincia). Entre Ríos: 2 profesorados de Teatro que dependen de la UADER (Universidad Autónoma de Entre Ríos) y una escuela municipal de circo con más de 20 años. La Rioja: Centro Polivalente de Arte, que incluye teatro. Profesorado de teatro en el Instituto Superior de Formación Docente Prof. Alberto Mario Crulcich. Licenciatura en Arte Escénico en la UNLAR (Universidad Nacional de La Rioja).*

Distribución territorial de la oferta formal	*La formación provincial tiende a estar equilibrada territorialmente, mientras que la universitaria está más concentrada en los centros urbanos.*	*Tucumán: oferta de formación de gestión provincial descentralizada. Algunas instituciones de gestión privada de todos los niveles implementan el teatro.*
Programas estatales de capacitación	*Pocas jurisdicciones cuentan con programas de capacitación estructurados e integrales. En general, la oferta está muy fragmentada y predominan los formatos cortos de capacitación.*	*Chaco: Escuela de Espectadores + El teatro hace Escuela + Curso sobre desarrollo de públicos para las artes escénicas.* *La Rioja: asistencia técnica y capacitación para emprendedores.* *Córdoba: Seminario Jolie Libois del Teatro Real y el Colectivo Desafiarte y su Festival. Desafiarte es un movimiento que acerca el arte a personas con discapacidad, con estrategias para la inclusión e integración.* *Catamarca: talleres, desmontajes (como los de cada obra del Instituto Superior de Arte y Comunicación) y conversatorios vinculados a obras en cartel.*
Formación no formal / comunitaria	*Existe una importante red de espacios de capacitación no formal. Gran parte de los procesos formativos se dan en salas independientes, centros culturales o incluso en espacios de gestión pública, y constituyen la oferta más relevante de muchas provincias en términos de formación.*	*Santiago del Estero: formación en artes escénicas caracterizada por una articulación entre iniciativas institucionales, proyectos independientes y experiencias comunitarias.* *Catamarca: formación en artes escénicas sostenida principalmente en el sistema educativo público y los Institutos de Enseñanza Superior con profesorados de Teatro, complementada por una oferta no formal de talleres y capacitaciones.*
Vínculo con universidades e investigación	*18 jurisdicciones cuentan con oferta de formación universitaria o terciaria en artes escénicas, aunque esa disponibilidad no se traduce en producción de conocimiento. Más del 70 % señaló que no dispone de espacios de*	*Santa Cruz: taller de teatro comunitario de la UNPA (Universidad Nacional de la Patagonia).* *San Juan: programa de Desarrollo de la Investigación y Creación Dramática*

	promoción para la investigación y divulgación académica. Tampoco se registran proyectos de investigación en conjunto con universidades nacionales.	*(DICDRA), radicado en la Facultad de Filosofía, Humanidades y Artes UNSJ.*
Formación de públicos	*6 jurisdicciones cuentan con ese tipo de formación.*	*San Luis: proyecto de ampliación de públicos y capacitación de personal, articulado con el Área de Gestión de Públicos del TNC y la Dirección Nacional de Promoción Cultural (Secretaría de Cultura de la Nación).* *Chubut: subsidios a asociaciones para la ayuda en el programa de formación de públicos.*

Brechas y desigualdades identificadas

La oferta formativa en artes escénicas está consolidada en la disciplina de actuación, con una distribución federal equilibrada y presencia en casi todos los niveles educativos. Provincias como Córdoba, Buenos Aires, Santa Fe y Formosa ofrecen un abanico diverso que integra áreas de escenotecnia, dramaturgia y gestión. Por otro lado, la formación no formal y autogestiva, dictada en salas independientes y centros culturales, funciona como un pilar fundamental para la profesionalización en provincias como Santiago del Estero y Chaco.

Pese a la existencia de oferta de formación en casi todas las provincias, existen dos vacancias relevantes: la escasez de ofertas de posgrado (presentes en solo cinco provincias) y la falta de espacios destinados a la investigación y divulgación académica, lo que genera una brecha entre la formación técnica y la producción de conocimiento teórico sobre el sector. La formación en disciplinas específicas como dirección escénica es limitada en varias jurisdicciones, lo que profundiza la dependencia histórica hacia la Ciudad Autónoma de Buenos Aires para estas especializaciones.

Finalmente, la formación de públicos aparece como una de las principales áreas de vacancia, con pocas iniciativas sistemáticas –salvo excepciones como los programas de Mendoza, San Luis o Chaco– que garanticen la sostenibilidad y ampliación de las audiencias a largo plazo.

Síntesis federal del sector

Fortalezas

- **Cuenta con una institucionalidad robusta**: existen diversas normativas que protegen y fomentan la actividad a nivel nacional y provincial, además de históricas asociaciones y sindicatos que regulan y protegen derechos de sus artistas. En más de la mitad de las provincias existe un instituto o área exclusiva de fomento.

- **La infraestructura cultural es vasta**: existen alrededor de 2.500 espacios culturales que programan artes escénicas en todo el país. Si bien se concentran principalmente en las ciudades capitales, presentan diversidad en cuanto a modelos de gestión (público, independiente-comunitario, comercial-empresarial), lo que garantiza su sostenibilidad y dinamiza las estrategias de desarrollo.

- **La oferta de formación tiene alcance nacional**: la enseñanza de las artes escénicas está incluida en la currícula obligatoria de nivel inicial, primario o secundario, lo que garantiza una cercanía con el lenguaje escénico desde temprana edad. Más del 70 % de las jurisdicciones cuenta con oferta de formación terciaria o universitaria en artes escénicas y en una minoría existen ofertas de posgrado. Esto conforma una infraestructura educativa sólida y descentralizada a nivel nacional, que se complementa con un entramado de formaciones no formales y que puede capitalizarse para la implementación de diversas políticas.

- **El teatro argentino es reconocido a nivel mundial**: la histórica participación de artistas y producciones locales en el extranjero, la tradición del teatro independiente y su prolífica red, la amplia circulación del teatro comercial y la recepción de estudiantes internacionales principalmente en CABA resultan una oportunidad para mejorar el nivel de internacionalización y ampliar la accesibilidad de las provincias en dichos mercados.

- **Prevalece el modelo de producción autogestivo**: en todas las provincias existen espacios de gestión independiente/comunitaria. Este circuito no tiene como finalidad principal el lucro sino motivaciones estéticas, ideológicas, vocacionales, lo que facilita la creación, producción y circulación de obras más allá de su sustentabilidad. Esta condición, a pesar de reforzar la informalidad y precarización, dota de autonomía al sector y garantiza su vitalidad aún en contextos de crisis económica y de debilitamiento institucional.

Principales desafíos y brechas

- **Debilitamiento de los organismos nacionales de fomento y dependencia del INT**: la discontinuidad de diversas líneas de apoyo erosionó significativamente la estructura y sostenibilidad del sector escénico, que venía debilitado y en un lento proceso de recuperación después de la pandemia. La reducción del financiamiento para el mantenimiento de salas y la suspensión de iniciativas de circulación nacional e internacional derivaron en el cierre de espacios físicos y una caída de la producción en diversas regiones. El debilitamiento del INT y la discontinuidad de fiestas y festivales provinciales y nacionales limitó además las instancias de legitimación y visibilidad de los elencos, afectando su proyección federal.

- **Centralidad de CABA en la escena nacional**: persiste la tensión histórica en la distribución de recursos a pesar de los esfuerzos de federalización del INT y los gobiernos provinciales. Formación, recursos y exhibición (nacional e internacional) se concentran en la capital del país, lo que genera una brecha en la capacidad de producción y circulación de las producciones provinciales. Esta tensión se refleja también en términos estéticos e identitarios: se instala un modelo de teatro nacional que refleja principalmente el teatro porteño e invisibiliza las historias, estilos y modos de producción de otros territorios. Por último, esta centralidad favorece el éxodo de profesionales desde las provincias hacia la capital, en busca de formaciones actualizadas y de oportunidades laborales en el sector audiovisual.

- **El modelo de gestión del sector**: el predominio del modelo de gestión independiente y autogestivo determina algunas desventajas estructurales que condicionan la expansión del sector. Primero, porque es una dinámica económica que no moviliza grandes volúmenes transaccionales y tiene reducida participación relativa dentro del VAB cultural, lo que lo vuelve un sector poco atractivo para las inversiones por su limitada escalabilidad. Luego, la dificultad para acumular capital y el bajo precio de las entradas complejizan el mantenimiento de salas, especialmente en términos de equipamiento y alcance tecnológico pero también debido a los problemas globales de acceso a inmuebles en las grandes ciudades. Además, el alto nivel de informalidad en las producciones dificulta su proyección en el tiempo, volviendo poco sostenibles los proyectos y deteriorando las condiciones laborales de sus artistas-gestores/as.

- **Dificultad para ampliar y diversificar los públicos**: a pesar de las iniciativas para alcanzar nuevas audiencias, antecedentes en la materia señalan que el perfil promedio del público que asiste al teatro se mantiene en los sectores medios-altos, de formación universitaria y centrado en la franja etaria adulta.
  Ante el desafío de ampliar la escalabilidad, es fundamental trabajar en el público, más aún en un escenario de convergencia digital donde el consumo de este tipo de propuestas sufrió una notable retracción. Esto se agrava por la disminución o la ausencia de programas de formación de espectadores en la mayoría de las jurisdicciones.

Informe sectorial

ARTES VISUALES

Coordinador
Leopol Mones Cazón

Informe sectorial

ARTES VISUALES

23
PROVINCIAS RELEVADAS

Buenos Aires, Catamarca, Chaco, Chubut, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Jujuy, La Pampa, La Rioja, Mendoza, Misiones, Neuquén, Río Negro, Salta, San Juan, San Luis, Santa Cruz, Santa Fe, Santiago del Estero, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur y Tucumán.

Para este diagnóstico se utilizaron datos mixtos y participativos, obtenidos a partir de los formularios federales que completaron los enlaces provinciales. Esa información primaria fue complementada y profundizada en diversas instancias de intercambio directo, como las reuniones grupales e individuales, así como entrevistas con los agentes involucrados en la gestión del sector. Durante el relevamiento se mantuvo un intercambio constante con los enlaces designados, lo cual fue clave para validar la información recabada y articular los datos de las distintas áreas públicas intervinientes.

INTRODUCCIÓN

El sector de las artes visuales en la Argentina constituye un ecosistema de gran relevancia cultural y simbólica, funcionando como un motor de identidad y un ámbito crítico para la profesionalización de los creadores en todo el territorio. Este sector no solo abarca la producción estética, sino que actúa como una herramienta de transformación social y memoria colectiva, integrando diversos lenguajes que van desde la pintura y escultura tradicional hasta el arte digital y las intervenciones contemporáneas.

En este sentido, la definición de obra de arte que establece la vigente Ley N° 24.633 de Circulación de Obras de Arte requiere una actualización, ya que aún no contempla a la fotografía, al video ni a otras disciplinas.

En general, el sector exhibe una marcada dualidad estructural: existe un alto nivel de calidad técnica y solidez conceptual en la producción, que contrasta con una persistente precarización laboral. Prevalece la pluriactividad, ya que la mayoría de los artistas no logra sustento económico suficiente con la venta de obras. La docencia, la investigación y otros empleos ajenos al arte son las principales fuentes de ingresos para trabajadoras y trabajadores del sector.

También subsisten el fuerte centralismo y la brecha territorial, con una concentración de la infraestructura y los mercados en las ciudades capitales. Esta asimetría geográfica obliga a trasladar las producciones hacia los principales centros urbanos para acceder a visibilidad técnica, crítica y comercial.

Ante la debilidad de los circuitos comerciales privados en muchas jurisdicciones, los museos estatales y los salones oficiales funcionan como las principales instancias de validación de las trayectorias. La obtención de premios y la participación en muestras institucionales otorgan el reconocimiento necesario para proyectar carreras a nivel nacional. Esto se combina con el auge de la autogestión y las redes informales, así como la creación y gestión de espacios independientes y colectivos. Estas redes funcionan como comunidades de práctica donde circula el conocimiento técnico y se sostiene la identidad de las escenas locales frente a los centros culturales más hegemónicos.

Pocas jurisdicciones cuentan con áreas dedicadas al relevamiento de datos cuantitativos y también persiste la ausencia de marcos normativos que reconozcan formalmente al artista visual como un trabajador/a sujeto de derechos específicos, lo que dificulta la implementación de políticas públicas de fomento estables.

La misma vacancia se verifica en el plano de la formalización. La falta de estadísticas de mercado y la informalidad extendida en las transacciones y los vínculos comerciales impiden dimensionar el aporte económico del sector, que queda así fuera del alcance de las políticas nacionales.

Eje 1 Circulación y Exhibición

El análisis integral del sector de las artes visuales en la Argentina revela una disparidad estructural: la circulación de obras y la visibilidad de las/os artistas están fuertemente condicionadas por la ubicación geográfica y por el acceso a los circuitos públicos. La infraestructura de exhibición conforma una red jerárquica que va desde museos de relevancia nacional y galerías profesionalizadas en los grandes centros urbanos, hasta salas municipales multifuncionales y bibliotecas en las localidades del interior, cuya actividad suele ser intermitente y no contar con soporte técnico especializado.

En la mayor parte del territorio nacional, el Estado continúa siendo el agente principal –y a veces exclusivo– de validación profesional. La trayectoria de un artista visual se construye, en gran medida, a través de la participación en Salones Provinciales y Nacionales, que no solo son instancias de premiación, sino también los mecanismos primordiales para incorporar obra contemporánea a los acervos públicos. Santa Fe, con su Salón de Mayo en el Museo Rosa Galisteo, y Entre Ríos, con su Salón Provincial de 63 ediciones ininterrumpidas, demuestran la vigencia de este modelo institucional como eje del fomento. El relevamiento identificó en algunas jurisdicciones la ausencia de lineamientos curatoriales definidos, junto con una programación que privilegia trayectorias consolidadas, lo que restringe la renovación de la escena local.

Una tendencia transversal es la concentración en las capitales. En Buenos Aires, por ejemplo, existen 30 galerías constituidas, de las cuales 11 están en La Plata; mientras que el interior provincial depende de los museos presentes en 80 de los 135 municipios. En Jujuy, la actividad se nuclea en una "triangulación" del microcentro capitalino, aunque destaca la Quebrada de Humahuaca (Tilcara) como segundo polo traccionado por el Museo Nacional Terry. Esta brecha territorial obliga a trasladar obras y gestiones hacia las capitales provinciales y los grandes centros culturales para acceder a reconocimiento crítico y a circuitos especializados, lo que deja a muchas trayectorias acotadas al circuito comunitario.

Un fenómeno clave de los últimos años es la transición de eventos puntuales hacia ferias de arte con perfil de mercado. Iniciativas como ArteCo en Corrientes, FAS en Salta y Plateada en Buenos Aires lograron dinamizar el coleccionismo y profesionalizar la cadena de valor. Corrientes es un caso paradigmático: pasó de una escena donde las exhibiciones ocurrían en las casas de las/os artistas a una feria que generó ventas por $253 millones en su última edición, atrayendo a nuevos públicos que consumen arte local por primera vez. Ante el déficit de mercado y la limitación presupuestaria estatal, la autogestión de artistas resulta el motor orgánico del sector.

Redes colaborativas como Senderos en Jujuy (11 espacios independientes), el Mercadito de Arte virtual en Misiones o la red Cuero en la Patagonia permiten la circulación de obras y el intercambio de saberes técnicos por fuera de los circuitos oficiales. Estas instancias funcionan como comunidades de práctica donde la relación entre artistas deja de ser de "expositor-institución" para volverse horizontal, asumiendo roles de curaduría y gestión propios.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Distribución territorial de espacios	*Concentración en las ciudades capitales (más del 80 % de la oferta profesionalizada). El interior depende de salas multifuncionales o centros municipales.*	*Jujuy: eje bi-nodal entre su capital y Tilcara (Museo Terry).* *Río Negro: distribución multipolar en ciudades como Cipolletti, Bariloche y General Roca.*
Tipos de gestión (pública / independiente / comercial)	*Predominio de la gestión pública. En más de la mitad de las jurisdicciones las galerías comerciales son escasas o inexistentes.*	*Santa Fe: la red de galerías Giro garantiza formalización y ventas internacionales.* *Córdoba: fuerte ecosistema de gestión mixta y espacios académicos.*
Salones oficiales como agente legitimador	*La participación y la premiación en salones oficiales funcionan como incentivo económico y como principal vía de reconocimiento crítico.*	*Jujuy: obtener un premio en el Salón Provincial es un requisito fundamental para acceder a becas nacionales.* *La Pampa: el fomento económico se apoya en los premios que establece la Ley de Salones.*
Eventos y ferias relevantes	*Transición de eventos aislados hacia ferias de mercado con impacto económico medible.*	*Corrientes: ArteCo reportó ventas por $253 millones en 2024.* *Salta: FAS vendió 347 obras, involucrando a 33 galerías de 7 provincias.*

Brechas y desigualdades identificadas

- **Déficit de intermediarios comerciales**: la ausencia de galerías privadas o la existencia en instancias incipientes o no formales impide la estabilización de precios y la gestión profesional de ventas, obligando a las/os artistas a la autogestión total de su carrera.
- **Desigualdad en condiciones técnicas**: mientras las capitales cuentan con museos equipados y personal técnico especializado, en el resto del territorio los espacios suelen carecer de iluminación adecuada, seguros de obra y criterios curatoriales definidos, lo que desprofesionaliza la exhibición.
- **Acceso al mercado**: la disparidad es marcada entre jurisdicciones con ferias consolidadas (Córdoba, Santa Fe, Corrientes, Salta) y otras donde persiste una percepción social del arte como bien prescindible, lo que restringe el desarrollo del coleccionismo.
- **La barrera administrativa**: la falta de inscripción y especificidad fiscal de las/os artistas en muchas jurisdicciones complejiza su contratación formal y dificulta dimensionar su aporte económico.

Eje 2 Datos e Indicadores

La producción de datos e indicadores sobre las artes visuales en la Argentina presenta una marcada vacancia. La mayoría de las administraciones provinciales no cuenta con un área técnica dedicada exclusivamente al relevamiento sistemático de información sobre esta disciplina. Esto dificulta el diseño de políticas públicas basadas en evidencia.

La información recolectada por los organismos de cultura es mayormente administrativa y se limita a la órbita de la gestión pública. Los datos más comunes son los registros de visitantes a museos provinciales, la cantidad de muestras anuales en salas oficiales y los listados de inscriptos en salones y concursos. Sin embargo, los datos disponibles no alcanzan al sector privado e independiente. No existen registros actualizados sobre transacciones en galerías comerciales, cantidad de talleres particulares activos ni volumen de ventas directas de los artistas.

La producción de datos no presenta una periodicidad establecida. En muchas jurisdicciones, los relevamientos responden a demandas puntuales o cambios de gestión. Los socios estratégicos mencionados suelen ser el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA) a nivel nacional y, en casos de mayor desarrollo, observatorios de políticas públicas o universidades locales. No obstante, su articulación con las direcciones de cultura es a menudo intermitente, lo que genera bases de datos fragmentadas y desactualizadas.

Las dificultades administrativas y la baja inscripción de las y los artistas en los registros fiscales de la Agencia de Recaudación y Control Aduanero (ARCA) constituyen la principal barrera para sistematizar información sobre facturación. Al no existir códigos específicos para la producción de artes visuales, el impacto económico del sector se diluye en las cuentas públicas y se vuelve incalculable su aporte al PBI regional.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Área que releva datos	*Falta de áreas específicas. La tarea suele recaer de forma secundaria en observatorios generales o direcciones de patrimonio.*	*San Juan: Secretaría de Cultura centraliza datos mediante el Registro Único Cultural (RUC).* *Buenos Aires: relevamiento interno en el Instituto Cultural.*
Registros de agentes	*Uso de plataformas digitales (Google Forms, QR) para empadronar artistas, pero con baja actualización.*	*Santa Cruz: Registro Provincial de Artistas Santacruceños (REPROAS) con 97 artistas registrados.* *Neuquén: Registro de Industrias Culturales (2019).*
Indicadores de actividad	*Datos limitados a informes de gestión pública: cantidad de salones y premios otorgados.*	*Corrientes: mide ventas económicas en la feria ArteCo ($253 millones).* *Salta: registra promedios de venta en la feria FAS.*
Datos de audiencias	*Es el indicador más desarrollado. Se mide mediante planillas de ingreso mensuales en museos.*	*Mendoza: carga mensual de datos en Drive por origen (local/nacional/internacional).*
Cadena de valor	*Baja medición de impacto en rubros conexos (logística, enmarcado, insumos).*	*Formosa: estimación de experto que desglosa el Valor Bruto de Producción en mercado, servicios conexos y formación.*

Publicación de datos	*Son de uso interno para balances de gestión.*	*La Rioja: publicación de datos del Registro Único en el catálogo del Salón Regional 2025.*

Brechas y desigualdades identificadas

- **Asimetría en herramientas tecnológicas**: algunas jurisdicciones desarrollaron plataformas propias de registro único, como San Juan con el RUC y Neuquén con su sistema de industrias culturales, mientras que en otras el conocimiento del sector se apoya en vínculos informales y consultas esporádicas.
- **Capacidad de estimación económica**: algunas jurisdicciones, como Salta, Corrientes y Buenos Aires, logran establecer rangos de facturación a partir de sus ferias y sistemas de adquisición. En la mayoría no resulta posible aportar cifras, y los enlaces consultados describen el mercado como reducido e informal.
- **Sostenibilidad de los registros**: la continuidad constituye una de las principales debilidades. La intermitencia impide construir series comparables que permitan analizar la evolución del sector.

Eje 3 Normativa y Gobernanza

El marco institucional y normativo para las artes visuales en la Argentina es heterogéneo y se caracteriza por la coexistencia de modelos de gestión consolidados con estructuras administrativas que aún operan con baja especificidad sectorial. La gobernanza del sector se diluye frecuentemente dentro de carteras de cultura generales, donde las artes visuales carecen de una autonomía presupuestaria o funcional plena. A nivel federal, predomina el rango de Secretaría o Subsecretaría, aunque existen casos de máxima jerarquía ministerial o modelos autárquicos que permiten una mayor agilidad en la ejecución de políticas de fomento.

En términos normativos, el diagnóstico revela una marcada vacancia en lo referente a la actividad laboral específica. La mayoría de las jurisdicciones no cuentan con leyes que reconozcan al artista visual como un trabajador/a sujeto de derechos previsionales o regímenes impositivos diferenciados. Esto fuerza una inserción administrativa precaria y el sector queda enmarcado en nomenclaturas de servicios generales que no contemplan la intermitencia ni la naturaleza de la producción artística. No obstante, se identifican avances significativos en provincias que legislan sobre el "trabajador calificado" o institucionalizaron sistemas de pensiones al mérito artístico.

Un eje central de la gobernanza estatal es el sostenimiento de los Salones Provinciales, consolidados como la política pública más estable y sistemática en todo el territorio nacional. Estos certámenes resultan herramientas de fomento económico a través de sus premios adquisición y funcionan, además, como el principal mecanismo institucional de legitimación profesional. A la vez, permiten incrementar el patrimonio de los museos públicos. Sin embargo, la articulación de estas políticas con el sector privado mediante leyes de mecenazgo es todavía limitada, con normativas que en muchos casos existen pero aún no han sido reglamentadas.

Finalmente, los espacios de diálogo y participación sectorial presentan un carácter mayoritariamente esporádico o reactivo. Aunque existen registros de artistas y consejos provinciales, la vinculación formal entre el Estado y los colectivos de trabajadores/as visuales suele activarse ante convocatorias puntuales, careciendo de una estructura de consulta permanente que incida en el diseño de las agendas de gobierno.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Existencia de área estatal específica	*Integración en áreas generales de Cultura o Patrimonio, sin oficina exclusiva en la mayoría de los casos.*	*Chaco: Departamento de Artes Visuales diferenciado.* *Tucumán: Dirección de Artes Visuales específica.*
Rango institucional	*Predominio de Subsecretarías dependientes de Ministerios de Educación o Turismo.*	*Santa Fe: rango de Ministerio de Cultura.* *Córdoba: Agencia Córdoba Cultura (Sociedad del Estado).*
Normativa vigente específica	*Ausencia de leyes laborales sectoriales. La regulación se limita a las normativas de salones o museos.*	*Santa Fe: la Ley N° 10.637 reconoce al artista como "trabajador calificado".* *Neuquén: declaración de interés del tarifario de artes visuales.*
Espacios de diálogo / consejos	*Reuniones técnicas esporádicas y asambleas ante convocatorias de salones.*	*San Juan: encuentros para el desarrollo de contenidos de cartera cultural.* *La Rioja: conversatorios y charlas no sistemáticas.*

Articulación con Nación y municipios	*Vinculación centrada en programas federales (Mercado de Industrias Culturales Argentinas - MICA, Palacio Libertad) y salones con alcance nacional.*	*Jujuy: Consejo Provincial de Cultura con directores municipales.* *Santa Cruz: reuniones provinciales para el relevamiento de datos.*
Trabajo interministerial	*Cooperación frecuente con áreas de Turismo para ferias y con Educación para la formación artística.*	*San Juan: Secretaría de Cultura integrada en el Ministerio de Turismo, Cultura y Deporte.* *Formosa: consolidación bajo el Ministerio de Cultura y Educación.*

Brechas y desigualdades identificadas

- **Ausencia de normativa laboral**: Santa Fe cuenta con leyes y ordenanzas que registran y acompañan la producción de artistas visuales. En la mayoría de las jurisdicciones no existe normativa que habilite la formalización de la actividad.
- **Aplicación dispar de la Ley de Mecenazgo**: es desigual la situación entre provincias como San Juan o Chaco, con leyes de mecenazgo activas y vinculadas al PBI, frente a jurisdicciones donde las leyes de fomento han sido sancionadas pero no se encuentran reglamentadas ni operativas.
- **Sistemas de reconocimiento**: hay disparidad en el tratamiento de la trayectoria artística; mientras Córdoba y Salta poseen leyes de Reconocimiento al Mérito Artístico (que otorgan beneficios económicos vitalicios), en otras jurisdicciones las normativas similares han quedado obsoletas o han sido derogadas.

Eje 4 Financiamiento

En el financiamiento de las artes visuales en la Argentina se manifiesta una marcada disparidad presupuestaria entre jurisdicciones, así como la dependencia estructural de los mecanismos de fomento estatal. La inversión pública se canaliza primordialmente a través de Salones Provinciales, el principal sistema de inyección monetaria directa mediante premios adquisición. Sin embargo, la mayor parte de las jurisdicciones carece de presupuesto anual autónomo y específico para el sector. Los fondos provienen de partidas generales de cultura o se ejecutan por proyectos.

En términos de financiamiento privado, la herramienta más relevante es la Ley de Mecenazgo o Participación Cultural, aunque su vigencia y operatividad son limitadas. Solo un grupo de provincias (Catamarca, Chaco, Jujuy, Río Negro y San Juan) cuenta con leyes activas y reglamentadas que incentivan la inversión empresarial con beneficios fiscales. En otras jurisdicciones, los marcos legales existen pero no están reglamentados o rigen en órdenes municipales. En este contexto, la autogestión de artistas y el apoyo de fundaciones bancarias o inmobiliarias emergen como alternativas de sostenibilidad, especialmente en las provincias de mayor desarrollo relativo.

Un hallazgo recurrente es el predominio del financiamiento indirecto o apoyo no monetario. Los museos y centros culturales públicos suelen asumir los costos de logística, montaje, curaduría, seguros y difusión, lo que representa un ahorro significativo para el artista pero no se traduce en un ingreso. En las jurisdicciones con menor desarrollo institucional, las instituciones recurren a solicitar donaciones de obra en lugar de implementar políticas de adquisición programadas.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Líneas de financiamiento público	*Asignación proyectual y transversal en presupuestos generales de cultura.*	*Santa Fe: presupuesto de $27.200 millones para el Ministerio de Cultura.* *Salta: Fondo Ciudadano de Desarrollo Cultural con financiamiento continuo desde 2012.*
Concursos / becas / premios	*El Salón Provincial es el instrumento de fomento más estable a nivel nacional.*	*Entre Ríos: Salón Provincial con 63 ediciones ininterrumpidas.* *Santa Fe: Programa Espacio Santafesino para fomento multisectorial.*

Apoyo no monetario	*Cobertura de gastos de montaje, iluminación, curaduría y logística de sala por parte del Estado.*	*Jujuy: los centros estatales financian la parte más costosa (prensa, seguros, montaje).* *Santiago del Estero: sostenimiento de infraestructura como principal apoyo.*
Créditos o instrumentos financieros	*Escasos o inexistentes para el sector visual en la mayoría de las jurisdicciones.*	*Neuquén: línea de crédito "Invertimos en Cultura" para equipamiento e insumos.* *Jujuy: articulación con créditos UVA al 0 % vía Fondo Nacional de las Artes (FNA).*
Inversión privada / mecenazgo	*Leyes activas vinculadas a incentivos fiscales en un 20 % de las jurisdicciones.*	*Chaco: Ley N° 1353-E de fomento privado.* *San Juan: Ley de Mecenazgo vinculada a un porcentaje del PBI provincial.* *Jujuy: Ley N° 6.253 de Participación Cultural.*
Transparencia e información	*Datos publicados en balances de gestión anuales. En general, no se desagregan por disciplina visual.*	*Tierra del Fuego: Proyectos financiados (ej. TANGIBLE) con rendición por convocatoria.* *La Rioja: presupuesto estimado de $20 millones anuales para el área.*

Brechas y desigualdades identificadas

- **Asimetría presupuestaria**: disparidad entre jurisdicciones que cuentan con carteras ministeriales y presupuestos de gran escala frente a jurisdicciones con presupuestos operativos mínimos.
- **Desigual implementación de marcos normativos**: diferencias significativas entre las jurisdicciones que cuentan con leyes de mecenazgo en funcionamiento (Jujuy, Chaco, San Juan), aquellas en las que la ley fue sancionada pero aún no ha sido reglamentada, y las que no disponen de este tipo de normativa. En los dos últimos casos, el sector carece de instrumentos para canalizar inversión privada.

- **Alcance del fomento**: en los principales centros urbanos, el apoyo al sector comprende becas de producción y formación, mientras que en las jurisdicciones con menor desarrollo institucional en general se limita a la cesión de espacios y al soporte logístico para muestras temporales.

Eje 5 Internacionalización

La proyección internacional de las artes visuales presenta un desarrollo desigual entre jurisdicciones: mientras algunas cuentan con agencias de exportación profesionalizadas, otras tienen escasa vinculación con los circuitos globales. Los datos indican que la proyección exterior no responde a una política federal homogénea, sino a la capacidad de gestión de cada provincia y a su posición estratégica en espacios de integración regional, como el corredor andino o el Mercosur.

En jurisdicciones de alto dinamismo, como Córdoba, el Estado actúa como un socio comercial a través de agencias especializadas como ProCórdoba, financiando misiones comerciales a eventos como la Feria Internacional de Arte Contemporáneo de Madrid (ARCO) y programas de residencia con becas en divisas. En provincias con mercados emergentes, el Estado cumple un rol de facilitador logístico y de legitimación institucional, a través de programas nacionales como el MICA, la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional, o vinculaciones institucionales con embajadas para posibilitar la circulación de obras.

En ese contexto, las ferias y bienales se consolidan como los principales hitos de vinculación. Mientras Salta, Corrientes o Chaco han logrado insertar sus ferias locales (FAS, ArteCo, A362) en el calendario regional, atrayendo curadores y coleccionistas de Paraguay, Brasil, Uruguay y Chile, otras regiones operan como sedes de redes globales como la Bienal Internacional de Arte Contemporáneo del Sur (BIENALSUR). Este programa aparece de manera recurrente en San Juan, Jujuy, Mendoza, Río Negro y La Rioja, y resulta un motor de intercambio fundamental que permite a artistas locales vincularse con especialistas de Francia, España y Marruecos en sus propios territorios.

Otro hallazgo relevante es la falta de asesoramiento técnico sobre la Ley de Circulación Internacional de Obras de Arte. La mayoría de las jurisdicciones no ofrece servicios de orientación específicos, a excepción de La Pampa, a través de su Agencia de Inversiones y Comercio Exterior (ICOMEX), y Santa Fe, que brindan asesoría en casos específicos.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Promoción internacional	*Predominio de vínculos esporádicos con embajadas y organismos extranjeros.*	*Córdoba: Agencia ProCórdoba financia misiones y misiones inversas.* *Salta: Relaciones Internacionales del Gobierno gestiona la vinculación.*
Ferias y mercados	*Transición de ferias locales a mercados regionales con compradores extranjeros.*	*Corrientes: ArteCo atrae galerías de Paraguay, Brasil y Uruguay.* *Salta: Feria FAS vendió 347 obras con compradores internacionales.*
Articulación nacional	*El MICA es la plataforma principal para jurisdicciones con mercados de menor escala.*	*Santiago del Estero y Formosa: participación en MICA como eje central de proyección.*
Materiales e instrumentos	*Colaboración para la traducción de catálogos y folletería técnica.*	*Buenos Aires, Córdoba, Jujuy, San Juan y Corrientes: apoyo en traducción de catálogos para internacionalización.*
Intercambios y residencias	*Auge de residencias "situadas" como espacios de vinculación con pares extranjeros.*	*Jujuy: Programa Cruce de Artistas y Residencia de Artes Performativas con Chile y Bolivia.* *Chaco: visita de Sara Buraya (Museo Reina Sofía).*

Brechas y desigualdades identificadas

- **Capacidad desarrollada**: jurisdicciones como Córdoba, Salta, Santa Fe y San Juan poseen una estructura institucional que permite a sus galerías asistir a ARCO Madrid o Artissima (Italia), y a sus museos establecer convenios directos con la Pinacoteca de Sao Paulo o el Museo V&A de Londres. En otras, no se relevaron registros sistemáticos de actividad internacional en los últimos tres años.

- **Articulación con programas nacionales**: en varias jurisdicciones, la internacionalización se canaliza principalmente a través de las convocatorias del MICA, la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional, o la Secretaría de Cultura de la Nación.
- **Posicionamiento geopolítico**: las provincias fronterizas tienen una ventaja comparativa; Jujuy y Formosa aprovechan su cercanía con Paraguay, Chile y Bolivia para generar mercados binacionales.

Eje 6 Formación

En la Argentina, el sistema de formación en artes visuales es robusto, está diversificado y se sostiene principalmente por la educación pública, aunque con desequilibrios en su distribución territorial y una creciente importancia de los circuitos de formación no formal. La oferta oficial abarca desde el nivel inicial hasta el posgrado. Los institutos terciarios de formación docente (profesorados) y las tecnicaturas superiores son los principales motores de profesionalización en las provincias.

En aquellas con una estructura sectorial más sólida, como Buenos Aires, Córdoba, Tucumán y Santa Fe, la oferta universitaria de alcance nacional y provincial garantiza una formación de alto nivel técnico e investigativo. Instituciones como la Universidad Nacional de las Artes (UNA) o las universidades de La Plata (UNLP), Córdoba (UNC) y Tucumán (UNT) no solo forman productores, sino también investigadoras/es y gestoras/es que alimentan el ecosistema institucional. En jurisdicciones con estructuras más acotadas, la formación profesional se estructura a través de institutos superiores no universitarios (terciarios).

Una característica recurrente es la concentración de la oferta oficial en las capitales provinciales. Si bien existen escuelas orientadas y profesorados en localidades del interior (como Recreo en Catamarca, General Pico en La Pampa o Tilcara en Jujuy), la mayoría de los artistas del interior deben desplazarse a los centros urbanos para acceder a especializaciones, posgrados o clínicas de obra de carácter contemporáneo. Esta situación es más notoria en provincias de gran extensión territorial.

En este contexto, el sector desarrolló un ecosistema paralelo de formación no formal. Las redes de artistas, los talleres autogestionados y las galerías funcionan como comunidades de práctica donde el conocimiento circula horizontalmente. En Jujuy, Neuquén y Santiago del Estero, las residencias y las clínicas de obra ofrecen formación especializada, complementando la oferta académica formal.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Oferta de formación oficial	*Predominio de profesorados terciarios y licenciaturas universitarias en capitales.*	*Córdoba: dos universidades públicas (la provincial y la nacional) con carreras de artes visuales.* *Formosa: El Instituto Superior de Artes Oscar Alberto Albertazzi centraliza la formación profesional.*
Distribución territorial	*Marcada centralización en capitales.*	*Buenos Aires: 20.000 escuelas y 25 regiones con formación en todos los niveles.* *Catamarca: única con sede terciaria relevante en el interior (IES Recreo).*
Programas estatales de capacitación	*Talleres municipales y ciclos de extensión en museos públicos.*	*La Pampa: talleres municipales en casi toda la provincia.* *Chaco: Escuela Municipal de Arte de Resistencia.*
Formación no formal / comunitaria	*Residencias situadas, clínicas de obra en galerías y talleres de artistas.*	*Neuquén: residencias como Manta, Xerófila y El Galpón.* *La Rioja: proyecto La Ruta del Fuego (cerámica artesanal).*
Becas y profesionalización	*Dependencia de becas nacionales (FNA) o fundaciones privadas (Williams, OSDE).*	*Neuquén: Becas Gregorio Álvarez para estudiantes de arte.* *Jujuy: Programa MOVINTER para movilidad internacional vía Universidad Nacional de Jujuy.*
Vínculo con universidades e investigación	*Sólido en las provincias con universidades.*	*Tucumán: investigación de grado y doctorados en la UNT.* *Santa Fe: vinculación directa con universidades y museos.*

Brechas y desigualdades identificadas

- **Asimetrías en la oferta de formación superior**: existe una brecha entre jurisdicciones con ofertas de posgrado e investigación (Córdoba, Tucumán, Buenos Aires) frente a otras con poca actualización en criterios contemporáneos.
- **Escasa formación en gestión y curaduría**: gran parte de los relevamientos señalan la falta de programas específicos para la formación de curadores, galeristas y gestores. Como consecuencia, son frecuentemente los propios artistas quienes asumen estas funciones, sin una preparación técnica específica.
- **Bajo registro del sector no oficial**: en varias jurisdicciones no se dispone de un registro de talleres y academias privadas, lo que limita la posibilidad de integrar la formación no formal en las políticas públicas de fomento.

Síntesis federal del sector

El ecosistema de las artes visuales en la Argentina presenta marcadas asimetrías, donde la vitalidad creativa y el alto nivel de formación conviven con una fuerte dependencia del sector público y condiciones laborales precarias. A su vez, el sector muestra una alta concentración geográfica, donde las ciudades capitales acumulan la mayoría de la infraestructura profesionalizada, los mercados de galerías y los espacios de validación crítica.

A nivel nacional, el Estado es el principal agente de legitimación de las trayectorias artísticas a través de un sistema histórico de salones y museos provinciales. Dado el menor desarrollo del mercado privado en la mayoría de las regiones, estas instituciones constituyen la vía más estable para la consagración artística y el crecimiento de los patrimonios públicos. No obstante, se observa una incipiente transición hacia modelos de gestión mixta y ferias de arte que buscan dinamizar la comercialización y profesionalizar las cadenas de valor regionales.

Fortalezas

- **Institucionalidad histórica de los salones**: hay certámenes públicos provinciales y nacionales con décadas de vigencia (como las 63 ediciones del Salón de Entre Ríos o las 45 del de Salta) que garantizan una política de fomento estable y el incremento sistemático del patrimonio público con obra contemporánea.

- **Robustez del sistema de formación pública**: existe una red diversificada de facultades de artes y escuelas superiores de bellas artes que garantizan un caudal constante de profesionales con alta capacitación técnica y conceptual.
- **Resiliencia y capacidad de autogestión**: ante la escasez de circuitos comerciales, el sector desarrolló redes de artistas y espacios independientes (Faro, Red Junta, Senderos o Red Cuero) que funcionan como comunidades de práctica, facilitando la circulación de obra y el intercambio de saberes de forma horizontal.
- **Consolidación de ferias regionales de mercado**: eventos como ArteCo, FAS y Plateada demostraron que es posible generar mercados locales de arte contemporáneo con volúmenes de venta significativos y participación federal, atrayendo nuevos públicos y coleccionistas.

Principales desafíos y brechas

- **Precarización laboral y pluriactividad**: en todo el país, son muy pocos los artistas que subsisten exclusivamente de su obra. La mayoría complementa sus ingresos con la docencia o empleos ajenos al sector, lo que reduce el tiempo dedicado a la producción.
- **Necesidad de información y marco normativo**: se identifica la ausencia de áreas técnicas dedicadas al relevamiento de datos sectoriales, así como la necesidad de una normativa que reconozca al artista como trabajador/a, con derechos específicos y categorías fiscales propias**.**
- **Diferencias territoriales entre capitales e interior**: la escasez de infraestructura técnica y de presupuestos específicos fuera de las capitales limita el desarrollo de las escenas locales y lleva a muchos artistas a trasladarse para obtener visibilidad y legitimación crítica.
- **Informalidad fiscal y de mercado**: el alto porcentaje de artistas no registrados y la escasa presencia de galerías comerciales en gran parte del país dificultan la estabilización de precios y la sistematización económica del sector.

Informe sectorial

ARTESANÍAS

Coordinadora
Roxana Amarilla

Informe sectorial

ARTESANÍAS

23
PROVINCIAS RELEVADAS

Buenos Aires, Catamarca, Chaco, Chubut, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Jujuy, La Pampa, La Rioja, Mendoza, Misiones, Neuquén, Río Negro, Salta, San Juan, San Luis, Santa Cruz, Santa Fe, Santiago del Estero, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur y Tucumán.

Para este diagnóstico se utilizaron datos mixtos y participativos, obtenidos a partir de los formularios federales que completaron los enlaces provinciales. Esa información primaria fue complementada y profundizada en diversas instancias de intercambio directo, como las reuniones grupales e individuales o consultas con referentes del sector, además de la indagación en fuentes secundarias (normativas, antecedentes teóricos). Durante todo el relevamiento se mantuvo comunicación y retroalimentación permanente con los enlaces designados. Este intercambio constante fue clave para validar la información recabada y articular los datos de las distintas áreas públicas intervinientes.

(**) La sección de Datos e indicadores fue elaborada y redactada junto con Irene Grinberg, economista especializada en Políticas Públicas y Economía de la Cultura.

INTRODUCCIÓN

Desde la etapa precolonial, la producción artesanal en el actual territorio argentino constituye un sector económico dinámico que involucra a comunidades en todas sus regiones. Diversos estudios documentan la intensa circulación de textiles en el mercado de Buenos Aires, desde antes de la Revolución de Mayo, así como las tempranas preocupaciones de Manuel Belgrano, quien desde la prensa porteña promovió el fortalecimiento de las industrias manufactureras artesanales del cuero y la lana. Como bienes de mercado, las artesanías poseen una vasta tradición en nuestro territorio, que se caracteriza por su extensión y diversidad.

En las primeras décadas del siglo XX, las economías artesanales se proyectaron e integraron a una industria nacional de identidad propia. Hacia los años 40 y 50, los Congresos Indigenistas Intercontinentales llevaron al ámbito internacional la agenda del sector, abordando la organización de ferias, la circulación transnacional y otras problemáticas. Este debate influyó en las redes culturales y las agendas gubernamentales argentinas, que centraron las actividades en la promoción de ferias, la edición de cuadernos sobre arte popular y la creación de instituciones emblemáticas como el Museo de Motivos Populares "José Hernández".

A fines de los 50, ante los profundos cambios impulsados por la industrialización, surgieron las primeras mesas de política pública sectorial. Dentro de su Comisión Nacional Argentina, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) conformó la Comisión Permanente de Artesanías Populares para la protección y el fomento, mientras que el Fondo Nacional de las Artes creó el Régimen de Estímulo de las Artesanías. En 1968 surgió el Mercado Artesanal de Salta, el primero del país, que inauguró una serie de iniciativas similares en otras provincias. También ocurrió un hito fundamental: la primera reunión federal para discutir políticas públicas, protagonizada por el Consejo de Artesanías del NOA Cultural (Catamarca, Jujuy, La Rioja, Salta, Santiago del Estero y Tucumán) junto a universidades públicas y privadas.

Pese a que la federalización del debate institucional sobre el sector acumula casi seis décadas, el país aún carece de un diagnóstico integral. Los relevamientos provinciales y regionales –varios

realizados con el acompañamiento del Consejo Federal de Inversiones– se multiplicaron desde 1970, pero la información sigue fragmentada. En 2006, la Secretaría de Agricultura de la Nación y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) publicaron un diagnóstico sobre el NOA y el NEA con el fin de combatir la pobreza rural, aunque también resultó incompleto al no abarcar todas las jurisdicciones. En 2011, la Red Iberoamericana de Innovación y Transferencia de Tecnología para el Fortalecimiento Artesanal (RITFA) señaló la falta de armonización en las clasificaciones y tipificaciones en la Argentina. No obstante, al no profundizar en las políticas públicas provinciales, este tema permanece como una vacancia que el presente diagnóstico intenta abordar.

Asentado en un territorio de materialidades ricas y diversas, el sector enfrenta los desafíos de una agenda global que plantea nuevas encrucijadas. Por un lado, emerge la artesanía contemporánea, estimulada por premios y el acceso al coleccionismo; por otro, el movimiento *slow made* promueve la exclusividad y el mercado del lujo a través de la apreciación del tiempo de producción. La artesanía moderna revitaliza también la figura del "artista-artesano-diseñador", mientras que nuevas miradas teóricas facilitan la irrupción del arte indígena en mercados nacionales e internacionales. En este complejo escenario digital y cultural, las comunidades artesanas continúan fortaleciendo su identidad.

El presente diagnóstico representa un esfuerzo federal orientado a robustecer la planificación cultural desde las provincias, consolidar la gestión pública del sector y potenciar las capacidades de inserción en el marco de las industrias culturales y creativas. Las artesanías no solo son el sustento vital de una parte de nuestra población, sino también un producto cultural estratégico para el desarrollo productivo, la generación de empleo formal y la proyección internacional de nuestra identidad. La elaboración de esta hoja de ruta constituye una oportunidad única para diseñar políticas públicas y herramientas de promoción con alcance nacional y una profunda perspectiva territorial.

En la Argentina, la definición de *artesanía* cuenta con una larga tradición vinculada a las tipologías del folklore, tales como "artesanías tradicionales folklóricas", "auténticas" o "etnográficas". Estas categorías constituyeron el andamiaje de las políticas públicas del sector a partir de la segunda mitad del siglo XX. Sin embargo, durante la década de los '90, el proceso de globalización intensificó el flujo de bienes y la creación de mercados internacionales. Ante este escenario, tanto la UNESCO como la Organización Mundial del Comercio (OMC) propusieron definiciones orientadas a la circulación internacional.

Un hito fue el Simposio de Manila (1997), donde se definió que productos artesanales son aquellos producidos por artesanos totalmente a mano o con ayuda de herramientas manuales o mecánicas, siempre que la contribución manual directa sea preponderante en el objeto acabado. Esta definición destaca que, aunque se producen sin limitación de cantidad y utilizan materias primas sostenibles,

su naturaleza especial reside en sus características distintivas: utilitarias, estéticas, culturales, simbólicas o sociales. El encuentro de Manila buscó diferenciar las artesanías de las manufacturas industriales para facilitar su codificación aduanera y comercialización. Si bien la definición se centró en la modalidad de producción, funcionó como un antecedente temprano para la inclusión de las artesanías en el campo de las Industrias Culturales y la Economía de la Cultura.

No obstante, este proceso ha sido desigual. La Convención de la UNESCO de 2005 no menciona explícitamente a las artesanías, pero quedan comprendidas en su visión económica de la cultura; y su programa de Ciudades Creativas incluyó la categoría "Folk Art and Crafts". El mismo año, el Convenio Andrés Bello (2005) las omitió como sector específico en su estrategia regional para Cuentas Satélite de Cultura (CSC). Años más tarde, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) posicionó a las artesanías como bienes creativos a la par de las artes visuales y el diseño, en su publicación sobre "Economía Naranja" de 2013.

Después de la pandemia, la tendencia hacia la institucionalización se aceleró. México incluyó formalmente los "talleres artesanales" en sus sondeos de impacto económico de 2021, el MERCOSUR Cultural constituyó un grupo de trabajo específico en 2022 y el Mercado de Industrias Culturales del Sur (MICSUR) incorporó la artesanía como sector pleno en 2024.

En el ámbito federal argentino, existe un consenso mayoritario. Según el relevamiento, 19 provincias (86,3 %) utilizan la definición de producto destinado a la circulación como eje rector de su gestión pública. Solo Jujuy, La Rioja y Salta mantienen definiciones propias en sus leyes provinciales. Aunque estas normativas poseen matices particulares –priorizando la destreza empírica y el objeto no industrial–, guardan una estrecha relación con el concepto de la UNESCO al definir un modo de producción diferenciado del resto de los bienes culturales.

Además, algunas legislaciones proponen explícitamente una definición y caracterización de la actividad.

Jujuy: Ley Provincial N° 5122, artículo 2

DEFINICIÓN: A los fines de la presente ley, se entiende por artesanías a las modalidades de producción consistentes en actividades, destrezas o técnicas empíricas, con permanente dinamismo resolutivo y estético, mediante las cuales se obtienen objetos no industriales, elaborados manualmente o con recursos instrumentales sencillos donde la actividad manual es preponderante y que expresen las características individuales o colectivas de sus productores.

Salta: Ley Provincial N° 7237 de Protección de las manifestaciones artesanales y artesanías

A los fines de la presente ley, se entiende por 'artesanía' a las modalidades de producción consistentes en actividades, destrezas o técnicas empíricas con dinamismo resolutivo y estético, mediante las cuales se obtienen objetos no industriales a partir de materias primas en su estado natural y/o procesadas industrialmente, elaboradas manualmente y/o con recursos instrumentales en los que la actividad manual sea preponderante, y que expresan las características culturales, individuales o colectivas de sus productores. Se entiende por 'artesano', a todo aquel trabajador que, de acuerdo a su oficio, sentimiento o ingenio, crea fundamentalmente su obra por medio de la habilidad manual.

La Rioja: Ley Provincial Nº 6894, capítulo 1 "Aportes conceptuales", artículo 2

La Artesanía: Es una expresión socio-cultural del ser humano, una modalidad económico productiva cuya expresión material es el objeto artesanal, único en su diversidad. Un bien cultural con función utilitaria u ornamental que, revalorizando permanentemente los recursos existentes o potenciales de su entorno, tanto humanos como materiales y cuyas cualidades de creatividad y diferenciación, lo convierten en algo distintivo y definitorio de su demanda.

Eje 1 Producción, circulación y exhibición

En la Argentina, la producción de artesanías está intrínsecamente condicionada por el acceso y la disponibilidad de materias primas naturales y sintéticas. La organización temática de estas producciones ha seguido criterios heterogéneos según la jurisdicción. En la terminología del sector, estas categorías se denominan "rubros" y no responden a un criterio único, sino a combinaciones de materia prima, técnica, función o, en ciertos casos, al oficio específico. La Primera Reunión del Consejo Federal de Promotores Artesanales (2008) y la Reunión Técnica sobre Terminología del Campo Artesanal del Mercado de Artesanías Tradicionales de la República Argentina (MATRA, 2011) abordaron esta complejidad taxonómica, ratificada también por el diagnóstico de la RITFA (2011).

El concepto de "ramas artesanales" armoniza estos criterios y está en consonancia con las categorías de la UNESCO surgidas en Manila. La clasificación establecida incluye: Textiles, Fibras vegetales, Cueros y Pieles, Metales, Maderas, Cerámica y Vidrios, Astas y Huesos, y Piedras. Otros materiales emergentes están agregados en las categorías Reciclados y Otros materiales.

Con respecto a la distribución federal y las prioridades productivas, el análisis de la presencia de estas ramas en el país revela que Textiles es la única rama presente en el 100 % de las provincias y

es la prioridad productiva en el sector para el 77 % de ellas. Metales y Maderas aparecen en 21 provincias (95,8 %); Cueros, Pieles y Cerámica en 20 (91,7 %) y Fibras vegetales en 18 (83,3 %). Ramas como la Piedra (75 %) tienen estrecha relación con la ubicación de yacimientos nacionales, mientras que Asta y Hueso (54,2 %) es un tipo de producción que no solo tiene peso histórico, sino también facilidad de obtención. Los Materiales reciclados (33 %) y Nuevos materiales (29 %), aunque minoritarios, ya cuentan con reconocimiento oficial en varias jurisdicciones. El diagnóstico identifica una serie de nudos críticos de carácter transversal, presentes en la mayoría de las provincias.

- **Barreras de acceso**: inaccesibilidad a yacimientos y bosques en tierras privadas, avance de la frontera agrícola sobre fibras vegetales y estacionalidad de los recursos.
- **Desafíos regulatorios y económicos**: costos elevados de metales y cueros, dificultades en la trazabilidad y certificación de maderas, disparidad de costos productivos entre las regiones, prohibiciones sobre fibras de especies protegidas y dificultades en la tramitación de permisos.
- **Logística e infraestructura**: falta de plantas para el cardado y lavado de fibras, dificultades en el transporte de insumos y para la importación (especialmente en la rama del vidrio).
- **Cambio climático**: inundaciones, incendios y sequías que afectan la disponibilidad y la calidad de las materias primas.

En cuanto a la relación entre materias primas y salud, el registro es incipiente. Algunas jurisdicciones reportaron síntomas de enfermedades por el uso de químicos en curtiembres, afecciones respiratorias por tintes artificiales y ácidos, y contaminación del aire por la quema de cerámica con leña. El abordaje de riesgos sanitarios y ambientales en la producción artesanal involucra la articulación con instancias gubernamentales por fuera de la cartera de Cultura.

Un dato relevante es la integración de la artesanía en las cadenas operativas de otras industrias culturales y creativas (ICC). El 82 % de las provincias confirma que los artesanos trabajan para otros sectores, con Diseño y Artes visuales mostrando alta intersectorialidad:

- **Diseño** es la principal alianza, impulsada por las políticas públicas de principios de siglo y el "giro sustentable" de las nuevas generaciones de diseñadores/as que valoran los materiales locales.
- **Artes visuales** presenta un vínculo novedoso que plantea desafíos pendientes en términos de autoría y modificaciones morfológicas de la obra.

- **Gastronomía y música** tienen alto potencial en la tendencia *slow made*/*slow food* y un crecimiento notable en la luthería artesanal, que destaca por su expansión y calidad técnica.

Por otra parte, la circulación de los productos artesanales se da en dos ejes, exhibición y comercialización, con modalidades como salones, muestras, ferias, festivales y/o mercados. En términos de infraestructura de comercialización propia, 19 provincias cuentan con ferias y mercados (86,3 %). Esto incluye tanto la comercialización permanente como la eventual y refleja una marcada tendencia federal hacia el desarrollo de espacios públicos dedicados tanto a la venta como a la puesta en valor de las artesanías.

Respecto a las actividades específicas de circulación (ferias, salones, muestras y mercados), 10 provincias (41,7 %) producen y gestionan esas instancias de forma integral. Las ferias se consolidan como la modalidad tradicional predominante, con 15 provincias (68 %) que las realizan de forma regular. Las muestras y exhibiciones se concentran mayoritariamente en las provincias con gestiones de circulación más dinámicas.

Los escasos salones de arte funcionan como instancias críticas de legitimación, otorgando premios y reconocimientos, pero su número es reducido: hay tres de Artesanía en todo el país, más una cuarta provincia que integra la actividad en el de Artes visuales. La inclusión de artesanos y artesanas en ese tipo de salones o en espacios de arte contemporáneo se ha vuelto una práctica de validación relevante e indica también el desvanecimiento de las fronteras entre ambas disciplinas.

El diagnóstico ratifica la tendencia a incluir al sector artesanal dentro de los ecosistemas de la Economía de la Cultura. Los principales indicadores de esta integración son la dependencia directa y/o articulación frecuente con áreas de Industrias Culturales o Creativas o de Economía de la Cultura, la inclusión en programas de financiamiento y normativa específica (Ley de Mecenazgo) y la participación como sector en mercados de ICC. Tres provincias informaron no poseer esta vinculación. Como contrapartida, en Jujuy el órgano de aplicación de la Ley Nº 5122 es la Dirección de Patrimonio, manteniendo un enfoque vinculado a la preservación.

En concordancia con los datos productivos, la interacción institucional más sólida del sector artesanal se da con el sector Diseño (61,9 %), seguido de un crecimiento sostenido en la relación con las Artes visuales (28,6 %) y, en menor medida, con los sectores de Gastronomía (4,8 %) y de Música (4,8 %).

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Ramas artesanales	*Todas las provincias cuentan con al menos cuatro ramas artesanales en su mapa productivo.*	*La prioridad en todas las jurisdicciones son los textiles, pero la cerámica también aparece entre los tres primeros lugares en todas las provincias. Las artesanías en maderas son otra rama transversal, seguida por metales y cueros.*
Disponibilidad de materias primas	*Afectada por la falta de infraestructura y de estudios sistemáticos sobre disponibilidad.*	*Ejemplo de déficit: infraestructura para cardados y lavados de lanas.*
Aspecto sanitario	*Si bien no existen estudios específicos y gran porcentaje de jurisdicciones no abordó el tema, existe el reconocimiento de formas de producción nocivas para artesanos/as o consumidores.*	*Tres provincias reportaron síntomas en artesanos por el uso de químicos en el curtido de cueros.*
Intersectorialidad	*Producción para sectores como Diseño y Artes Visuales*	*Conexión con Gastronomía y Música por las tendencias de slow made y slow food.*
Espacios propios de exhibición y circulación	*Salones, muestras, ferias, festivales y/o mercados para las artesanías presentes en casi todas las provincias.*	*Una sola jurisdicción no cuenta con ninguna de esas opciones como espacio de exhibición.*

Brechas y desigualdades identificadas

Se observa una creciente inclusión de las artesanías en los programas de las ICC, con la excepción de una provincia cuya área de artesanías mantiene una orientación centrada en el patrimonio. Por otra parte, Santiago del Estero señaló con preocupación el crecimiento de marcas de emprendimientos que tienen como proveedoras estratégicas a un número importante de artesanas, en circuitos de comercialización que no están medidos, con precios devaluados y sin reconocimiento del trabajo del artesanado, a veces expuesto a condiciones abusivas. El caso más evidente es el de la producción de alfombras en telar criollo.

Eje 2 Datos e Indicadores

La producción de datos es un insumo estratégico para el diseño, la implementación y la evaluación de políticas públicas en el sector de las artesanías. Además, la disponibilidad de información sistemática contribuye a visibilizar al sector dentro de las ICC y fortalece su integración en circuitos productivos y comerciales.

Distintos niveles componen los datos del ámbito artesanal: registros administrativos (padrones de artesanos, cooperativas y asociaciones), relevamientos territoriales (mapeos de ferias, mercados, talleres y circuitos), y datos específicos sobre poblaciones y condiciones del sector (pertenencia de artesanos a pueblos originarios o presencia de mujeres artesanas). La articulación entre estas dimensiones permite avanzar hacia una comprensión más integral.

Las respuestas relevadas muestran un desarrollo heterogéneo entre las provincias. Si bien la mayoría cuenta con diversas herramientas de registro administrativo, hay una limitada consolidación de sistemas integrales de información que permitan caracterizar de manera multidimensional al sector.

El instrumento predominante es el registro, censo o padrón de artesanos y artesanas: está presente en el 60 % de las provincias y constituye el principal insumo para la gestión, en tanto permite identificar y caracterizar actores, otorgar certificaciones y canalizar políticas públicas. Es menor el desarrollo de otras herramientas de generación de datos, como el mapeo de espacios de circulación (19 % de los casos), el relevamiento de organizaciones (6 %), los canales de comercialización (6 %), la circulación de públicos (6 %) y las rutas o circuitos (3 %). Estas iniciativas suelen desarrollarse de manera fragmentaria, asociadas a programas específicos o experiencias puntuales, y no como parte de una política sostenida de producción de información.

El relevamiento también muestra una significativa disponibilidad de datos específicos sobre poblaciones clave del sector, como las comunidades indígenas y las mujeres artesanas. El 82 % de las provincias relevadas cuenta con registros sobre el sector artesanal indígena (cantidad de pueblos originarios o artesanos pertenecientes a ellos, cantidad de comunidades que realizan artesanías) y un 73 % posee estimaciones sobre mujeres artesanas. Estos datos se construyen a partir de distintos registros (de artesanos, de programas específicos, de ferias y mercados, de cooperativas de trabajo) y estimaciones en base a la actividad artesanal (por ejemplo, en localidades con fuerte artesanía textil).

Entre los dispositivos de relevamiento territorial aparecen 17 rutas, caminos o circuitos artesanales, presentes en el 50 % de las jurisdicciones relevadas. Son recorridos que articulan localidades, talleres y espacios de producción artesanal, en algunos casos vinculados a circuitos

turísticos, patrimoniales o culturales más amplios. Estas experiencias evidencian un potencial significativo para la valorización territorial y su integración en dinámicas de circulación y turismo cultural.

En su conjunto, el diagnóstico permite afirmar que el sector artesanal cuenta con una base inicial de información administrativa relativamente sólida, con potencialidad de ampliar los sistemas de información artesanal, integrando esos registros a otras fuentes de datos y desarrollando herramientas para el relevamiento de información específica que permita diseñar indicadores y mediciones más efectivas.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Tipos de información relevada	*Predominio de registros, censos y padrones de artesanos.*	*Algunas provincias incorporan datos sobre ferias, festivales, talleres, circuitos y públicos.*
Nivel de sistematización	*Sistemas de información con base en registros administrativos existentes.*	*Experiencias parciales de mapeos territoriales que abren posibilidades de integración.*
Datos sobre sector indígena	*Disponibilidad amplia y heterogénea de información.*	*Datos en jurisdicciones con fuerte presencia de comunidades indígenas.*
Datos sobre mujeres artesanas	*Presencia significativa de información, con oportunidad de mayor sistematización.*	*Registros que identifican la predominancia de mujeres en sectores como el textil.*
Rutas, caminos o circuitos artesanales	*Existencia de experiencias territoriales que vinculan producción, cultura y turismo.*	*Córdoba, Chaco, Santa Cruz y Catamarca: experiencias con articulación a circuitos turísticos y culturales.*

Brechas y desigualdades identificadas

Uno de los principales aspectos identificados es la concentración de la información en registros administrativos básicos (58 % de los casos), sin expansión hacia otros tipos de indicadores que permitan comprender la compleja dinámica del sector. En relación con esto, es significativa la brecha en la capacidad de producción de información entre jurisdicciones. Solo algunas provincias

desarrollaron herramientas complementarias, como el mapeo de ferias, mercados o circuitos artesanales.

En el caso de los pueblos originarios, varias provincias identifican su participación en la producción artesanal, aunque no siempre disponen de datos precisos sobre la cantidad de comunidades o artesanos y artesanas que pertenecen a ellas. No obstante, de las siete provincias con mayor proporción de población indígena según el censo poblacional 2022 (Jujuy, Salta, Formosa, Chaco, Neuquén, Chubut y Río Negro), seis de ellas (86 %) tienen registros sobre el sector artesanal indígena.

Los datos sobre la participación de mujeres también presentan alta variabilidad. En algunos casos hay información a partir de registros o programas específicos; en otros, la identificación es indirecta o se basa en apreciaciones generales como el reconocimiento de que el sector tiene una presencia mayoritaria de mujeres en rubros como el textil.

Eje 3 Normativa y Gobernanza

La Argentina no cuenta con una ley nacional de artesanías ni con una norma específica de alcance nacional que regule el sector. El sustento legal vigente a nivel nacional se limita a las ratificaciones de convenciones internacionales sobre Patrimonio Inmaterial (centradas en técnicas y procedimientos) y Diversidad Cultural (orientadas a la creación, producción y distribución), así como resoluciones, disposiciones y decisiones administrativas. En consecuencia, las normativas federales que ordenan la interacción con el sector tienen una relevancia estratégica.

El relevamiento de la normativa provincial –que indaga en la existencia, el ámbito y la jerarquía de las normas en cada jurisdicción– arroja los siguientes resultados:

- **Regulación del sector**: 16 provincias cuentan con una ley y tres con decretos que definen y regulan la actividad. La Rioja cuenta con una ley y un decreto.

- **Patrimonio y técnicas y procedimientos de la artesanía tradicional**: 11 provincias poseen leyes específicas, tres cuentan con decretos y cuatro se rigen por resoluciones u otro tipo de reglamentación.
- **Comercialización**: nueve provincias tienen leyes de comercialización de las artesanías, tres poseen decretos y cinco utilizan resoluciones o reglas alternativas. En cuatro jurisdicciones no se registra normativa específica sobre el tema.
- **Materias primas**: solo cinco provincias cuentan con leyes que abordan este ámbito y otras cuatro poseen normas de menor rango, mientras que 11 no cuentan con regulación sobre este punto.
- **Salones, certámenes y concursos**: cuatro provincias poseen leyes para salones provinciales y seis cuentan con resoluciones o normas diversas. No existe reglamentación para certámenes en cinco provincias.
- **Estímulos, pensiones y becas**: siete provincias incluyen estos beneficios en sus leyes, mientras que seis lo hacen vía decreto o resolución. En otras cuatro no se registran instrumentos de fomento económico.

En términos generales, el panorama es positivo: 18 provincias (más del 80 % del universo analizado) cuentan con una normativa jerarquizada de leyes o decretos para el sector. No obstante, la existencia de la norma no garantiza su aplicación: según el diagnóstico, la normativa está vigente y se aplica efectivamente en 14 provincias.

Las condiciones para establecer una plataforma de reflexión federal están dadas y existe una base normativa sólida. Sin embargo, puede encontrarse sin respuestas efectivas frente a nuevos desafíos –sobre todo a partir de 2020– como la integración definitiva en el ecosistema de las ICC, el reconocimiento de los nuevos derechos de artesanos y artesanas como trabajadores culturales, la atribución de la Propiedad Intelectual Comunitaria e Individual de la producción artesanal o la adaptación a las nuevas modalidades de circulación, el comercio digital y las plataformas globales.

En otro orden, el diagnóstico de la estructura e institucionalidad de la gestión pública de artesanías confirmó la existencia de áreas específicas destinadas al sector artesanal en 20 de las provincias analizadas. La jerarquía de estos espacios varía según la jurisdicción: en 11 tienen rango de Dirección, en dos son departamentos o áreas específicas, en dos hay programas específicos y en dos son áreas conjuntas compartidas con otros sectores artísticos. Hay casos con estructuras singulares, como Salta, que cuenta simultáneamente con un Programa de Desarrollo y una

Dirección de Mercado; o Neuquén, cuya gestión operativa está a cargo de una Empresa del Estado (Artesanías Neuquinas).

Por dependencia jerárquica, la inserción administrativa del sector en la política pública revela una correspondencia a Industrias Culturales y Creativas en seis provincias; a Patrimonio Cultural en otras seis; a Producción en cuatro y a otras áreas como Turismo, Territorio, Artes o Gestión Cultural en los demás casos. Un dato alentador es que el 68,1 % de las provincias (15) cuenta con organigrama, misiones y funciones definidas, lo que favorece una gestión con tareas delimitadas y condiciones claras para la incorporación de personal. Asimismo, en 19 provincias existe personal asignado con experiencia previa en el sector, lo que representa un activo positivo dada la complejidad técnica de la actividad y el tiempo requerido para la formación de recursos humanos especializados.

En cuanto al presupuesto y al modelo de administración, el financiamiento presenta una debilidad estructural: solo el 36,3 % de las provincias manifiesta contar con presupuesto para la gestión y apenas un 13 % posee una partida presupuestaria asignada de forma previa y específica. En cuanto al modelo administrativo, predomina la centralización (95,4 %), siendo Artesanías Neuquinas Sociedad del Estado la excepción principal.

Respecto a vocería y participación, más de la mitad de las jurisdicciones (54,5 %) no cuentan con mecanismos institucionales de comunicación, escucha y demanda para el sector artesanal y los grupos de interés. No obstante, en las provincias que sí los poseen se observan modalidades territoriales diversas, como consultas pautadas con comunidades mapuches en Neuquén, una Vocalía de Pueblos Originarios en el Instituto de Cultura del Chaco o mesas de opinión en encuentros provinciales y avance hacia la creación de un Consejo Provincial en La Rioja.

Los mecanismos de consultas a comunidades y pueblos originarios que manifiestan Neuquén y Chaco abren un escenario para la futura creación de dispositivos similares en otras provincias. Esta perspectiva se apoya en razones legales –cumple con tratados internacionales como el artículo 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)–, éticas –ante la apropiación cultural– y ambientales –validación del uso sustentable de recursos naturales locales–.

Finalmente, en lo referido a la articulación con políticas nacionales de artesanías o de ICC, y especialmente a la vinculación con la Secretaría de Cultura de la Nación y sus programas bandera, se observa una fragmentación en la participación. Entre las consultadas, ocho provincias manifiestan no tener articulación vigente, solo cinco participan o realizan seguimiento activo del Mercado de Industrias Culturales Argentinas (MICA) y cuatro jurisdicciones reportan vínculos institucionales con la Secretaría nacional.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Regulación	*La actividad está contemplada, regulada y definida.*	*Aparato normativo en la mayoría de las jurisdicciones. Catamarca: resoluciones que complementan la ley. La Rioja: decreto que complementa la ley. Entre Ríos: nueva ley. Solo dos provincias no cuentan con normas para el sector artesanal.*
Aplicación	*Efectiva en la mayoría de las provincias.*	*Córdoba y Jujuy: hay aparato normativo pero aún no se avanzó en la aplicación.*
Existencia de área estatal específica	*Existen áreas dedicadas al sector artesanal, en algunos casos creadas por ley y con rango de Dirección.*	*Neuquén: Empresa del Estado Provincial (Artesanías Neuquinas). Salta: Dirección del Mercado Artesanal y Programa de Desarrollo Artesanal.*
Personal y funciones	*Se cuenta con personal asignado con experiencia previa en el sector. En algunas provincias hay organigramas, misiones y funciones definidas.*	*Menor proporción de jurisdicciones con esquemas definidos, aunque con avances.*
Presupuesto y dependencia política	*Ausencia de presupuesto específico. Pertenencia compartida entre ICC y Patrimonio.*	*Artesanías Neuquinas Sociedad del Estado Provincial como ejemplo de descentralización. El mayor grado de vinculación es mediante el MICA.*
Espacios de diálogo / consejos sectoriales	*Escasez de mecanismos institucionales de comunicación, escucha y canalización de demandas del sector artesanal y grupos de interés.*	*Neuquén y Chaco: mecanismos provinciales de consulta a pueblos originarios.*

Brechas y desigualdades identificadas

La mayoría de las jurisdicciones cuentan con leyes y marcos regulatorios generales sobre el sector artesanal. Sin embargo, son escasos los dispositivos legales que abordan dimensiones específicas de la producción (como la obtención, disponibilidad o sostenibilidad de materias primas) y las dinámicas de comercialización. Pese a esto, es sólida la base en términos de cultura institucional.

Existe una cultura institucional que contempla un área específica para el sector, recursos humanos y organigrama de misiones y funciones, con mayor o menor grado de desarrollo. Sin embargo, la ausencia de presupuesto específico asignado a esas áreas puede traducirse en déficit operativo y dificultad en el desarrollo de políticas activas.

Un caso paradigmático es el de Tierra del Fuego, que carece de una ley provincial, pero citó una normativa municipal como un recurso clave para la contención del sector. Dado que gran parte de los conflictos y demandas surgen en el ámbito local, esta referencia invita a las provincias a reflexionar sobre la importancia de pensar las modalidades locales en sus propias agendas de gestión.

En la misma línea, los mecanismos de consulta a pueblos originarios son minoritarios, aunque dos provincias cuentan con ellos y pueden considerarse casos testigo o modelos de referencia.

Eje 4 Financiamiento

En este punto existe una brecha considerable entre la institucionalidad lograda y la asignación de recursos directos hacia el sector. Esta sección analiza ambos aspectos en relación con los apoyos a la producción de bienes artesanales y a la circulación de las obras.

Los mecanismos de incentivo directo resultan limitados: el 50 % de las provincias (11 jurisdicciones) no cuenta con programas de apoyo a la creación y producción, procesos estratégicos para el sector. Entre las once restantes, ocho ofrecen estímulos a partir de convocatorias más amplias (disciplinas artísticas generales, programas de emprendedurismo), mientras que solo La Rioja, Río Negro y Neuquén disponen de líneas de apoyo diseñadas específicamente para la creación y la producción artesanal.

En cuanto a la asistencia financiera para la participación de artesanos y artesanas en mercados locales, regionales, nacionales o internacionales, seis jurisdicciones no cuentan con herramientas de este tipo. Once provincias ofrecen apoyos en diversos grados para la asistencia de artesanos y artesanas a ferias dentro del país; solo una de ellas cuenta con convenios o partidas de distintos organismos para facilitar la presencia artesanal en ferias internacionales. Además, tres provincias integran sus apoyos dentro de fondos para artistas o emprendedores en general.

La concentración de los apoyos en la circulación (ferias y mercados) por sobre la producción sugiere que las políticas públicas actuales se orientan más a la comercialización que al fortalecimiento de los procesos productivos. A su vez, el predominio de líneas destinadas a artes o emprendimientos en general expone la necesidad de convocatorias específicas para la creación y la producción artesanal.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Producción	*Apoyo limitado a la creación y producción de las artesanías.*	*La Rioja, Río Negro y Neuquén: líneas de apoyo para la creación y producción.*
Circulación	*Apoyo financiero para la participación en mercados locales, regionales, nacionales o internacionales.*	*La Rioja: apoyos con respaldo normativo.*

Brechas y desigualdades identificadas

La principal diferencia se da entre el apoyo a la producción y el destinado a la circulación. Entre estos últimos, se destaca por su sostenibilidad el caso de La Rioja, que cuenta con ayudas para artesanos/as registrados, previstos en la ley provincial, para canon de stand, traslados o alojamientos.

Eje 5 Internacionalización

La internacionalización de las artesanías enfrenta dificultades estructurales históricas. Esta agenda pendiente es objeto de revisión recurrente por organismos como la UNESCO, la OMC y la Organización Mundial de Aduanas (OMA). Los principales obstáculos pueden agruparse en tres órdenes:

- **Codificación arancelaria**: falta de armonía entre las posiciones arancelarias y ausencia de una diferenciación aduanera clara entre el producto artesanal y otras manufacturas.
- **Propiedad Intelectual (PI)**: vulnerabilidad persistente en la protección de las creaciones, ya que la internacionalización no garantiza por sí misma el respeto de los derechos de los colectivos artesanales.
- **Barreras comerciales y logísticas**: la complejidad en la conversión de precios, las transferencias de divisas y las regulaciones sobre materialidades orgánicas exige asesoramiento profesional al que el sector no siempre tiene acceso.

Si durante el siglo XX la artesanía funcionó principalmente como un "sello de identidad" en exposiciones, el siglo XXI la posiciona dentro de los Mercados Globales de Valor. Conceptos como el diseño de raíz, la sustentabilidad, el mercado del lujo y el arte de comunidades han dinamizado el sector. Sin embargo, esto no se traduce necesariamente en una mayor demanda en los mercados artesanales tradicionales. Este escenario ha dado lugar a nuevos modelos de negocio, como las Empresas de Triple Impacto, las Empresas con Propósito, los modelos híbridos y Empresas de Nueva Economía, que demandan un flujo de productos artesanales elaborados con materias primas naturales.

Este escenario dinámico exige actualizar las líneas de gestión estatal para impulsar un comercio internacional responsable. El diagnóstico identifica el principal límite del sector en el paso de la artesanía como objeto de identidad nacional y recurso de la diplomacia cultural a su inserción en los mercados de la nueva economía.

Los resultados reflejan por otra parte una brecha significativa entre el potencial del sector y las herramientas de gestión disponibles:

- **Participación y agenda comercial internacional**: la internacionalización de las artesanías es baja: el 59 % de las provincias no participa en acciones de este tipo y el 63,6 % no cuenta con misiones comerciales específicas. Neuquén cuenta con una agenda promocional y diplomática con alcance comercial limitado. La Rioja tiene proyectos de participación en ferias de Chile y España. Y Salta participa en una feria internacional, además de articular acciones fronterizas con Bolivia.
- **Eventos como vitrina global**: solo cuatro provincias (18 %) cuentan con ferias o mercados con capacidad de transformarse en una vitrina global para las Artesanías y las ICC. Catamarca cuenta con una feria de gestión estatal provincial; Entre Ríos, con una municipal; y Córdoba y San Juan, con ferias de gestión privada con apoyos estatales.

- **Herramientas de gestión y fomento**: el 63,6 % de las provincias no dispone de espacios gubernamentales para conectar a los/as artesanos/as con clientes externos. San Juan cuenta con un espacio institucional y un evento ferial con potencial internacional. Solo tres provincias ofrecen apoyo específico para la exportación, como la asistencia directa.
- **Catálogo como documento estratégico**: el 68,1 % de las jurisdicciones no cuenta con catálogos.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Misiones comerciales	*Ausencia de misiones comerciales específicas para la comercialización de las artesanías en el exterior.*	*Neuquén: promoción de los productos-artesanías en misiones comerciales.*
Agenda internacional	*Desarrollo limitado de agenda internacional específica para las artesanías.*	*La Rioja y Salta: agenda internacional para la participación en ferias en el exterior.*
Eventos como vitrina global	*Escasos eventos específicos de artesanía como vitrina global.*	*Catamarca, Córdoba, Entre Ríos y San Juan: ferias o mercados con capacidad de transformarse en una vitrina global para las artesanías.*
Facilidades y vinculación para la exportación	*Falta de dispositivos específicos para la vinculación directa y de apoyos para la exportación.*	-
Catálogos	*Poco desarrollo de catálogos internacionales específicos de artesanías.*	*Neuquén cuenta con un catálogo para promoción internacional.*

Brechas y desigualdades identificadas

Actualmente no se identifican políticas públicas federales que impulsen de manera sostenida la internacionalización de las artesanías. Avanzar en este campo es clave, porque exportar requiere contar con diagnósticos precisos sobre comercio exterior y con herramientas para proteger los derechos culturales asociados a las piezas. El conocimiento técnico sobre los procesos de exportación todavía es limitado en el sector. No obstante, el potencial es alto: el país cuenta con cuatro ferias de gran relevancia que podrían funcionar como plataformas de proyección internacional.

Eje 6 Formación

La formación de artesanos y artesanas en el país se despliega en un ecosistema de transferencia de saberes que va del legado ancestral a la validación académica. Se sustenta en tres pilares que coexisten y se retroalimentan: la transmisión tradicional, los espacios no formales (escuelas taller) y el sistema educativo institucionalizado.

La transmisión generacional entre familias y comunidades, iniciada generalmente en la infancia, constituye el núcleo del aprendizaje de la artesanía tradicional. Debido a su carácter de legado y respuesta al entorno, son procesos que requieren acompañamiento estatal específico. El diagnóstico arroja resultados altamente positivos en el área: 20 provincias (90,9 %) realizan acciones regulares de apoyo a las formas de aprendizaje tradicional. Entre ellas se destacan el pago de honorarios para capacitadores/as y maestros/as, la cesión de espacios, la elaboración de materiales pedagógicos y manuales técnicos, las demostraciones en contextos públicos para la visibilización del oficio y las jornadas de asistencia técnica y capacitación profesional.

Las escuelas taller tienen una presencia extendida en el territorio, fruto de la sistematización de técnicas y de modelos históricos de desarrollo de "arte e industria". El 86,3 % de las provincias (19 jurisdicciones) declara la existencia de estos espacios, ya sean de gestión pública o privada, en órbitas municipales o provinciales. Estas instituciones han sido determinantes para formar a múltiples generaciones de artesanos/as urbanos y regionales. No se dispone de registros o datos precisos sobre las escuelas taller del ámbito privado, también fundamentales para sostener la formación del artesanado en oficios específicos.

Por último, la inserción del saber artesanal en el sistema educativo institucionalizado presenta distintos niveles de consolidación: 14 provincias (63,6 %) cuentan con enseñanza de oficios artesanales dentro de su estructura educativa oficial media y superior; y el relevamiento indica que la disciplina se inserta mayoritariamente en carreras de Arte (en seis provincias) y de Diseño (en tres).

En cuanto a la acreditación profesional, entendida como la certificación oficial que reconoce los saberes de un artesano/a para insertarlo en la estructura formal, es una práctica incipiente debido a la complejidad de la articulación institucional: solo seis provincias (27,2 %) cuentan con estos mecanismos. En cinco jurisdicciones (22,7 %) existen registros o carnets de artesanos, aunque no necesariamente funcionan como acreditación de competencias profesionales. El 40,9 % de las jurisdicciones no dispone de herramientas de validación técnica de saberes.

La existencia de departamentos o centros de investigación vinculados al artesanado también es estratégica para el desarrollo de las provincias y las regiones. El diagnóstico revela que solo la mitad de las provincias (11 jurisdicciones) cuenta con centros de investigación. En otras tres, la investigación se encuentra fragmentada y se concentra sobre todo en la antropología y la arqueología, o en programas de extensión universitaria.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Apoyo para la educación no formal de los artesanos	*Honorarios para capacitadores/as*	-
Existencia de escuelas taller	*No se dispone de datos del sector privado.*	-
Educación formal para las artesanías	*14 provincias cuentan con enseñanza de oficios artesanales dentro de su estructura educativa oficial.*	-
Formación universitaria para las artesanías	*Mayormente vinculadas a Artes o Diseño.*	*Catamarca: Diplomatura en Tejido en Telar (UNCA) para artesanas y artesanos.*

Acreditaciones profesionales o de oficios	*Acreditaciones profesionales aún incipientes.*	*Tucumán: acreditación por cumplimentar Trayectos Formativos (joyería, cerámica, tejido, cuero, randa) como educación no formal vía el Ministerio de Educación Provincial.*
Investigación académica	*Existen áreas de investigación vinculadas a las artesanías.*	-

Brechas y desigualdades identificadas

La información disponible es escasa, probablemente porque los registros locales y los ministerios de educación provinciales todavía no trabajan de forma articulada. Sin embargo, la educación formal en artesanías crece de manera sostenida, lo que permite prever una mejora para el sector en los próximos años.

Síntesis federal del sector

Fortalezas

- Definición conceptual del sector artesanal en todas las provincias
- Diversidad de ramas artesanales en el país
- Espacios de exhibición y circulación de las artesanías en la mayoría de las provincias
- Presencia de datos con posibilidades de una mayor sistematización
- Sólido aparato normativo e institucional en gran parte de las jurisdicciones
- Apoyos a la circulación en la mayoría de las provincias
- Cuatro eventos con potencial como vidrieras globales
- Apoyos diversos en la transmisión del conocimiento

Principales desafíos y brechas

- Falta de armonización de ramas artesanales o tipificación de las artesanías
- Agenda de la producción artesanal pendiente de actualización
- Necesidad de mayor inclusión del sector en los dispositivos de las ICC
- Mayor sistematización y armonización de registros y datos
- Brechas normativas entre provincias, tanto en la existencia de legislación como en su aplicación
- Presupuesto limitado para políticas activas y dispositivos institucionales de diálogo con el sector
- Formalización, profundización y armonización de las acreditaciones profesionales
- Desarrollo de herramientas de internacionalización

Informe sectorial

AUDIOVISUAL

Coordinadora
Paula Astiz

Informe sectorial

AUDIOVISUAL

22
PROVINCIAS RELEVADAS

Buenos Aires, Catamarca, Chaco, Chubut, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Jujuy, La Pampa, La Rioja, Mendoza, Misiones, Neuquén, Río Negro, Salta, San Luis, Santa Cruz, Santa Fe, Santiago del Estero, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur y Tucumán.

Para este diagnóstico se utilizaron datos mixtos, cualitativos y descriptivos, obtenidos a partir de los formularios federales que completaron los enlaces provinciales. El objetivo fue relevar, sistematizar y analizar la situación del sector audiovisual en las provincias, e identificar capacidades existentes, problemáticas estructurales y líneas de intervención posibles. El proceso permitió estandarizar información sobre los ejes del desarrollo audiovisual, asegurando criterios comunes de registro. Además, se realizaron encuentros grupales con referentes del sector privado en las provincias, así como reuniones y charlas individuales con los enlaces. El diagnóstico retoma los aprendizajes y resultados de la prueba piloto de 2025, realizada con nueve provincias, y se complementa con el análisis de fuentes secundarias (informes sectoriales, estadísticas oficiales, estudios académicos y documentos institucionales). Esta metodología garantiza un abordaje integral y federal que reconoce tanto las heterogeneidades territoriales como los elementos estructurales compartidos por el sector.

INTRODUCCIÓN

El sector audiovisual argentino comprende la producción cinematográfica, televisiva, publicitaria y de otros contenidos y formatos para distintas pantallas, y ha sido estratégico históricamente por su doble anclaje cultural y económico. Se caracteriza por el uso intensivo de trabajo calificado, una estructura productiva compuesta mayoritariamente por pequeñas y medianas productoras, y una elevada articulación con otros sectores de la economía (servicios técnicos, transporte, hotelería, equipamiento, industrias creativas). Este entramado se apoya en una amplia red de instituciones educativas, festivales, sindicatos y asociaciones profesionales.

Hasta 2024, este sector fue uno de los más relevantes en la economía cultural del país. Según datos de la Cuenta Satélite de Cultura del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA), en 2022 el sector concentraba el mayor peso intersectorial en términos de empleo dentro de la cultura (28,2 % del total) y presentaba un nivel de formalización superior al conjunto de los sectores culturales. En cuanto a su contribución económica, en 2022 representaba el 17 % del Valor Agregado Bruto cultural, que fue de 1,27 billones de pesos. Con los efectos multiplicadores, el impacto es aún mayor: la cadena de valor de la industria audiovisual incluye gran variedad de otras industrias, al punto de que más de dos tercios de la erogación es hacia otros sectores.

Según el estudio *Impacto económico, tributario y social del sector audiovisual argentino*, elaborado por el Observatorio Audiovisual del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) en 2022 el sector contribuyó a la economía total con el equivalente al 5,2 % del Producto Bruto Interno, considerando efectos directos, indirectos e inducidos, y su contribución total al empleo fue del 3,1%.

Uno de los rasgos más salientes del sector es su marcada concentración territorial. Según un informe del Observatorio del INCAA (*Federalización del audiovisual en Argentina*, 2023), entre 2013 y 2022 el 77 % de las producciones cinematográficas correspondió a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) y el 13 % a la provincia de Buenos Aires (PBA). No obstante, los datos de locaciones de rodaje del Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina, Animación, Publicidad y Medios Audiovisuales (SICA-APMA) de 2024 matizan este panorama: cuando se mide dónde se filma y no dónde factura la productora, la participación de CABA representa el 44 % y la de PBA el 37 %, por encima de Córdoba, Mendoza, Jujuy y Misiones.

Desde 2024, el sistema audiovisual argentino atraviesa una crisis profunda, impulsada por una combinación de factores locales e internacionales que alteraron de forma radical el ecosistema de producción, distribución y fomento cultural. Los cambios normativos incluyeron la Ley Bases, el Decreto 662/2024 y la Ley de Reforma Laboral. El recorte del Fondo de Fomento Cinematográfico y la paralización de líneas de apoyo del INCAA derivaron en una drástica disminución en la cantidad de proyectos. La alteración en los mecanismos de financiamiento y los esquemas de inversión del sector implicó una transición respecto del modelo histórico, donde el circuito productivo se iniciaba con el respaldo del INCAA.

A esto se suma una marcada caída en la cantidad de espectadores en las salas: según datos de Ultracine, en el primer trimestre de 2024 la caída interanual en el número de espectadores fue del 68 %, lo que compromete seriamente el recupero comercial de las producciones nacionales. Mientras tanto, la aceleración de la convergencia tecnológica, la expansión del *streaming* y la fragmentación de audiencias favorecieron la consolidación de las plataformas globales en el mercado, sin marcos regulatorios locales que garanticen cuotas de pantalla ni mecanismos de reinversión en la industria.

Diversos relevamientos coinciden en que durante 2024 la producción audiovisual argentina alcanzó niveles mínimos históricos registrados (74 producciones), especialmente en el segmento de largometrajes (con solo 42 de ficción). Según los datos provistos por el 34° relevamiento del Departamento de Estadísticas del SICA-APMA (DEISICA), en 2024 se realizaron rodajes en 14 provincias. El 54 % de las producciones utilizó al menos una locación ubicada dentro del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), mientras que el 42 % filmó en otra provincia y cerca del 30 % utilizó exclusivamente locaciones fuera del AMBA.

Otros datos del DEISICA 34 señalan que:

- La cantidad de largometrajes producidos con trabajo registrado se redujo más de un 55 % respecto de 2023.
- Los puestos de trabajo disminuyeron cerca del 59 %.
- Las producciones nacionales de ficción descendieron alrededor de un 47 %, mientras que el total de producciones audiovisuales cayó más del 56 % interanual.
- Los rodajes se redujeron no solo en cantidad, sino también en duración, con menos semanas de trabajo por proyecto.

En recaudación, el cine nacional registra una caída sostenida desde 2024 y las producciones locales apenas llegan al 3 % de la taquilla (entre 2015 y 2018, la cuota de mercado llegó a ser de entre el 13 % y el 14,7 %). Además, los números de estrenos del arranque de 2026 (26 films hasta el 20 de

marzo) anticipan una caída significativa, que probablemente ubique los estrenos por debajo de los 100 por primera vez desde 2009.

Algunas provincias vienen trabajando con el Consejo Federal de Inversiones (CFI) en comisiones de filmación o políticas activas orientadas al desarrollo y fortalecimiento del sector, a través de la asistencia técnica y financiera, con el fin de potenciar las capacidades locales y promover el crecimiento sostenible de la actividad.

A mediados de 2025 se puso en marcha una prueba piloto del diagnóstico federal con la participación de nueve provincias (Córdoba, Entre Ríos, Jujuy, Mendoza, Misiones, Neuquén, Río Negro, Salta y Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur). Se elaboró una guía metodológica destinada a orientar y sistematizar el relevamiento y se llevaron a cabo encuentros virtuales quincenales con los equipos provinciales. Los resultados de ese diagnóstico preliminar fueron presentados en diciembre de 2025, en el marco de Ventana Sur, durante un desayuno del sector audiovisual realizado en la sede del CFI. Aunque en aquella instancia la metodología fue diferente –no se instrumentaron formularios digitales–, los resultados presentan numerosos puntos de contacto.

Uno de los principales resultados es que, pese a la coexistencia de diferentes estadios de desarrollo audiovisual en las provincias, en todos los casos se registran niveles de actividad. Es posible identificar un conjunto de capacidades, de legislación, de experiencias y trayectorias ya instaladas, que constituyen una base concreta sobre la cual diseñar políticas de fortalecimiento sectorial.

Es sostenido el impulso a la formación profesional a nivel provincial, aunque sufre desarticulaciones. La primera refiere a la brecha entre la oferta formativa y el mercado laboral local: en muchas provincias, quienes egresan no encuentran una escala productiva que permita su inserción profesional, lo que deriva en procesos de migración hacia los principales centros urbanos. La segunda es la escasa vinculación entre los espacios de formación y el sector productivo, lo que limita las posibilidades de adecuación a las demandas reales de la actividad.

El diagnóstico preliminar también evidencia una conciencia creciente sobre la relevancia estratégica de contar con datos sistemáticos y comparables para la toma de decisiones. En materia de exhibición, predomina un modelo apoyado en festivales y herramientas territoriales, con dificultades para acceder a circuitos comerciales estables. A esto se suma una baja articulación interprovincial y con organismos nacionales e internacionales, y una marcada brecha entre la producción local y su circulación comercial. El financiamiento limitado y discontinuo, junto con una baja capacidad exportadora del sector audiovisual en la mayoría de las jurisdicciones, restringe la sostenibilidad y proyección a mediano y largo plazo.

La producción, el empleo y la distribución territorial de la actividad muestran una contracción significativa, que hasta el momento no ha sido compensada por la inversión privada ni por la

dinámica del mercado. Dado que el audiovisual es un sector intensivo en capital humano, conocimiento y redes productivas, la destrucción de capacidades tiene consecuencias de largo plazo y difíciles de revertir. En este marco, el diagnóstico del sector resulta fundamental para formular políticas públicas orientadas a la recuperación productiva federal adecuadas a los cambios de los esquemas de producción y consumo, la preservación del empleo calificado y la garantía de diversidad cultural y territorial.

Eje 1 Circulación y exhibición

Las 22 provincias relevadas registran algún tipo de producción audiovisual con presencia de productoras locales, realizadores/as independientes, técnicos/as residentes y experiencias comunitarias. Sin embargo, esta presencia extendida convive con una escala productiva reducida en la mayoría de las jurisdicciones, donde predominan las estructuras pequeñas y medianas, con bajo grado de formalidad y con alta polivalencia en roles técnicos básicos.

El documental y el cortometraje son los formatos universales del sistema audiovisual federal: aparecen en todas las provincias. La publicidad y el contenido institucional completan la base productiva de 18 jurisdicciones. El largometraje de ficción y las series se concentran en las provincias con mayor desarrollo, en su mayoría con institutos autárquicos o fondos propios.

La producción tiende a concentrarse en capitales provinciales o polos urbanos, donde se localizan los principales recursos humanos, técnicos y logísticos. Las provincias cuentan con servicios conexos básicos (catering, hospedaje, transporte), pero no con la capacidad necesaria para producciones de mediana o gran escala, que demandan mayor continuidad en las producciones. Si bien varias provincias mencionan dificultades para escalar proyectos, todas identifican sus recursos naturales y culturales como una fortaleza productiva diferencial.

En la exhibición y circulación se confirma la concentración en las capitales provinciales y en las principales ciudades de cada provincia. Cuatro jurisdicciones reportan una distribución territorial parcial. Hay una red extendida de cines comerciales, espacios INCAA, salas alternativas, muestras, cine móvil y canales provinciales. En numerosos casos, la provincia y los municipios sostienen la infraestructura, operación o programación de los espacios de índole más alternativa. Los centros culturales, universidades y espacios INCAA aparecen en casi todas las provincias como los principales circuitos de exhibición de cine local, junto a los festivales: 19 de las 22 provincias

relevadas tienen algún festival activo y algunas cuentan con varios por año. La programación local en estos espacios es significativa, aunque la circulación interprovincial todavía es limitada y poco sistematizada.

Algunas provincias tienen festivales con alcance internacional que incorporaron espacios de mercado y que coexisten con festivales pequeños, con presupuestos acotados y sin una estrategia que garantice continuidad. Los festivales más consolidados no suelen contar con un mecanismo de distribución del cine local hacia el interior de su propio territorio. En ocasiones, los canales de TV provinciales funcionan como espacio de exhibición, aunque aún sin una política sostenida de contenidos locales.

Hallazgos clave

Dimensión	Tendencia predominante
Distribución territorial de la producción	*En casi todas las provincias hay pequeñas y medianas productoras con profesionales residentes.*
Tipos de producción	*Documental y cortometrajes universales. Largometraje y series solo en provincias con fomento.*
Concentración capital / interior	*La exhibición presenta un patrón de concentración en las capitales provinciales y en las principales ciudades de las provincias.*
Presencia de producción local en la programación	*Es débil fuera de los circuitos alternativos.*
Eventos y ferias relevantes	*En 19 de las 22 provincias hay activo algún festival o muestra.*

Brechas y desigualdades identificadas

- Solo diez provincias tienen estudios de filmación propios. Tres no disponen de infraestructura técnica específica para rodajes.
- Los roles técnicos especializados son escasos.

- La articulación entre la producción audiovisual provincial y los canales públicos de televisión de cada jurisdicción todavía es muy incipiente, lo que la convierte en una de las vías de circulación con mayor potencial por desarrollar.
- La producción local circula mayormente en espacios públicos, salas alternativas y festivales, con presencia limitada en circuitos comerciales.

Eje 2 Datos e Indicadores

El sistema de datos e indicadores del sector audiovisual es el área con mayor necesidad de desarrollo. En 14 provincias el relevamiento es parcial, lo que limita la disponibilidad de información. En la mayoría de los casos, se mantiene abierto un formulario digital de registro de productoras, pero sus resultados no se analizan ni publican con regularidad.

La información más extendida es el registro de empresas o productoras (en 15 de las 22 provincias) y el de empleo y recursos humanos (13 de 22), mientras que solo 9 provincias relevan información sobre inversiones y financiamiento, y la misma cantidad recaba datos sobre exhibición y circulación. Las audiencias son la dimensión menos relevada.

Cada provincia utiliza sus propias métricas, lo que dificulta comparar datos entre jurisdicciones, construir un panorama federal o contrastar niveles de desarrollo. Además, todavía es incipiente la articulación entre las provincias y con las universidades para generar datos comparables.

Las jurisdicciones con mayor desarrollo relativo en este eje son las que cuentan con institutos audiovisuales o áreas específicas. Aun así, la sistematización a largo plazo y la producción de indicadores estratégicos todavía son limitadas.

Las 22 provincias coinciden en que necesitan criterios metodológicos comunes, un sistema federal de información compartido y personal técnico capacitado. El diagnóstico revela que el interés por contar con datos es generalizado, pero que las capacidades técnicas y financieras para producirlos todavía no son suficientes.

Hallazgos clave

Dimensión	Tendencia predominante
Existencia de área que releva datos	*Mayoría sin equipo técnico específico (18 de 22). Relevamiento a cargo de responsables generales de cultura.*
Actualización de registros de agentes	*Formularios de inscripción abiertos sin periodicidad.*
Indicadores de actividad disponibles	*Producción y empleo son los más relevados.*
Datos de audiencias	*Baja presencia. Solo tres provincias relevan audiencias de forma sistemática.*
Accesibilidad y publicación de datos	*La mayoría no publica datos de forma sistemática.*

Brechas y desigualdades identificadas

- En el plano estratégico, el principal desafío es medir el impacto económico del sector en el empleo, el consumo y actividades conexas como hotelería, transporte o servicios de locaciones. Esa información es clave para que las áreas responsables puedan respaldar sus pedidos presupuestarios.
- Algunas provincias comienzan a desarrollar observatorios, aunque todavía de forma incipiente.
- La categoría de relevamiento "parcial" abarca situaciones muy distintas: desde sistemas con registro activo y análisis periódico hasta formularios desactualizados que no se consultan con regularidad.
- La comparabilidad de las respuestas es limitada.

Eje 3 Normativa y Gobernanza

El marco institucional y normativo para el sector audiovisual federal está en proceso de consolidación, pero con avances desiguales entre jurisdicciones. La normativa específica para el sector existe en 13 de las 22 provincias relevadas (55 % del total), con fechas de sanción que van desde 2004 hasta 2025, con una concentración de nuevas regulaciones entre 2020 y 2025. Sin embargo, la sanción de una ley es solo el primer paso para su aplicación: al menos dos provincias tienen pendiente la reglamentación de la normativa aprobada.

Coexisten varios modelos de gobernanza. Por un lado hay institutos específicos autárquicos, polos audiovisuales y direcciones de área dentro de las secretarías de cultura u otras reparticiones. La autarquía garantiza continuidad más allá de los ciclos políticos, administración de fondos propios y mandato institucional explícito para el sector. Por otro lado, cinco jurisdicciones no cuentan con autoridad de aplicación designada, quedando la gestión a cargo de áreas de cultura general.

Las *Film Commission* son la figura institucional que más se expandió en los últimos años: 15 de 22 provincias ya cuentan con una o la están desarrollando. En menos de cinco años pasó de ser una excepción para convertirse en el estándar. Sin embargo, la mayoría de estas oficinas aún no dispone de presupuesto propio y varias funcionan con equipos muy reducidos.

En muchos casos, la articulación interministerial e interjurisdiccional no está sistematizada. Incluso en provincias con gobernanza consolidada, las áreas de Cultura, Turismo y Producción suelen trabajar en paralelo, con escasa planificación conjunta, y solo unas pocas informan acciones compartidas entre organismos. Por su parte, la coordinación con los municipios todavía es acotada en la mayoría de las jurisdicciones, lo que favorece que la actividad se concentre en las capitales.

Hallazgos clave

Dimensión	Tendencia predominante
Existencia de área estatal específica	*Creciente. La mayoría tiene áreas de gestión dentro de Cultura, Producción o Turismo. Solo tres cuentan con institutos autárquicos.*

Rango institucional	*Predominan las direcciones de área o subsecretarías. El rango de las áreas audiovisuales varía entre provincias.*
Normativa vigente específica del sector	*Expansión de leyes audiovisuales provinciales. Algunas aún no fueron reglamentadas.*
Espacios de diálogo / consejos sectoriales	*Escasos.*
Articulación con Nación y municipios	*Articulación débil. Hay articulación con el INCAA a través de la Asamblea Federal.*
Trabajo interministerial	*Predomina la articulación informal, y la planificación conjunta todavía es poco frecuente.*

Brechas y desigualdades identificadas

- Conviven situaciones institucionales diversas. Entre los casos más consolidados se encuentran Jujuy, Entre Ríos y Misiones, que cuentan con institutos autárquicos, y Córdoba, cuyo Polo Audiovisual depende directamente de la Agencia Córdoba Cultura. Cuatro provincias aún no cuentan con autoridad de aplicación específica para el sector.
- Santiago del Estero es un caso particular: cuenta con una *film commission* activa y convenios internacionales, aunque todavía no tiene una ley audiovisual.
- La gobernanza puede avanzar por canales informales, pero su continuidad depende de una base legal: el sector audiovisual se consolida en las provincias que combinan una ley, un fondo y una autoridad de aplicación claramente definida.

Eje 4 Financiamiento

El financiamiento es la necesidad que más se repite a nivel federal: 19 de las 22 provincias relevadas lo mencionan como una limitación, y aparece en casi todos los ejes analizados. Esto indica que el financiamiento del sector todavía necesita consolidarse y que presenta situaciones muy diversas entre jurisdicciones. Quince provincias cuentan con alguna línea de apoyo, mientras que el 20 % aún no ha implementado políticas en este campo.

Los instrumentos más extendidos son los que tienen menor estabilidad. Los concursos (presentes en 15 de las 22 jurisdicciones) y el apoyo a festivales (en 14) dependen del presupuesto anual, por lo que su continuidad y su alcance varían de un año a otro. Once provincias cuentan con un fondo de fomento específico y nueve ofrecen exenciones en el impuesto sobre los Ingresos Brutos. Seis tienen leyes de mecenazgo, aunque en la mayoría de los casos se aplican a la cultura en general y no específicamente al sector audiovisual.

Además, seis provincias tienen un *cash rebate* en funcionamiento: Córdoba, Mendoza, Salta, Jujuy, Misiones y Neuquén. Río Negro diseñó y anunció el suyo en 2025. Córdoba, Mendoza, Jujuy y Misiones son de forma consistente las provincias de mayor desarrollo de internacionalización.

Tres provincias informan que otorgan créditos blandos para capital de trabajo, con montos reducidos.

Con excepción de Jujuy (anuarios del IAAJ), Neuquén (publicación web de los proyectos ganadores) y Salta (rendiciones de proyectos), la información sobre la inversión en el sector todavía no se recopila ni se publica de manera sistemática.

Hallazgos clave

Dimensión	Tendencia predominante
Líneas de financiamiento público específicas	*Limitadas. Fondo de fomento en 11 de 22 provincias.*
Concursos / becas / premios	*El concurso es el instrumento más difundido (15 de 22), aunque suele ser discontinuo.*

Créditos o instrumentos financieros	*El acceso al crédito es muy limitado. El sector cuenta con pocas herramientas de financiamiento específicas.*
Mecanismos de inversión privada / mecenazgo	*Uso muy acotado como herramienta específica para el sector audiovisual.*
Cash rebate	*Es incipiente y los montos son muy variables.*
Transparencia e información sobre inversión pública	*La publicación de información aún es limitada.*

Brechas y desigualdades identificadas

- Marcadas diferencias entre jurisdicciones en el monto y la continuidad de las políticas de fomento.
- Escasa oferta de créditos adaptables a la lógica productiva del sector.
- Córdoba cuenta con el sistema más completo, con fondo de fomento, *cash rebate*, exención impositiva, concursos, apoyo a festivales y becas de formación.

Eje 5 Internacionalización

La internacionalización del sector audiovisual es la dimensión menos desarrollada. Las herramientas públicas para proyectar las producciones locales en mercados internacionales todavía son muy escasas. Córdoba, Buenos Aires, Tucumán y Jujuy tienen una política activa de proyección global y otras seis provincias están en proceso de desarrollo.

En la mayoría de las jurisdicciones, las acciones de internacionalización se centran en la participación en festivales y mercados internacionales. En ese aspecto, se están comenzando a dar vinculaciones y alianzas, principalmente con el circuito de habla hispana (Festival Internacional de San Sebastián, Festival de Málaga).

La exportación de servicios audiovisuales tiene una presencia amplia: 14 de las 22 provincias ya la realizan o están en proceso de hacerlo. Por ahora, se concentra sobre todo en los servicios de producción para productoras extranjeras que eligen locaciones argentinas por sus paisajes, pero existe la oportunidad de avanzar hacia servicios de mayor valor agregado.

El dominio del inglés aparece en varias respuestas como una limitación concreta para la internacionalización. En ese sentido, Jujuy incorporó el inglés técnico audiovisual como componente explícito de su programa de formación continua. Sin embargo, son pocas las provincias que cuentan con materiales en inglés adaptados a los mercados internacionales.

Varias mencionan la articulación con organismos nacionales (INCAA, Cancillería, CFI) como el principal canal de internacionalización disponible. Los programas de residencias o intercambios con el exterior todavía son excepcionales, como los casos de Santa Fe y Jujuy en el marco de festivales.

Todas las provincias coinciden en la necesidad de contar con instrumentos que favorezcan la internacionalización de las productoras locales, como programas federales, fondos específicos para participación en mercados, capacitación orientada a la inserción transnacional y articulación interprovincial. Como ejemplo, a mediados de 2025, del trabajo colaborativo entre el CFI y referentes del sector audiovisual de las provincias surgió el espacio federal Puente Audiovisual - Provincias Argentinas, como marca común para impulsar iniciativas de internacionalización.

Hallazgos clave

Dimensión	Tendencia predominante
Programas provinciales de promoción internacional	*Cuatro jurisdicciones mantienen una política activa y seis las están desarrollando.*
Participación en ferias / mercados con apoyo estatal	*Aún limitada.*
Articulación con organismos nacionales (Mercado de Industrias Culturales Argentinas - MICA, otros)	*Principalmente con INCAA, Cancillería y CFI.*
Materiales e instrumentos para mercados internacionales	*Poco desarrollados.*
Intercambios / residencias / cooperación	*Todavía excepcionales.*

Brechas y desigualdades identificadas

- La internacionalización del sector audiovisual en las provincias todavía es incipiente y muestra desarrollos desiguales. Córdoba es el caso más consolidado, con presencia en múltiples mercados internacionales y un programa de coproducción.
- Por el momento, la internacionalización responde más a oportunidades puntuales que a una planificación estratégica.

Eje 6 Formación

La formación audiovisual es el eje con mayor cobertura territorial del diagnóstico: 20 de las 22 jurisdicciones tienen alguna instancia de formación formal activa, 16 cuentan con carreras universitarias específicas y 18 con tecnicaturas o especializaciones.

Las cantidades de egresados/as de los últimos dos años son estimaciones. La oferta de formación privada podría ser mayor, dado que varias provincias informaron principalmente la oferta pública.

La oferta de formación tiene una amplia cobertura territorial, aunque todavía enfrenta dos desafíos. El primero es su vinculación con el mercado laboral local: muchas personas que egresan no encuentran en sus provincias una escala productiva que les permita desarrollarse, por lo que suelen trasladarse a los grandes centros urbanos, principalmente al AMBA. El segundo desafío es la articulación entre las instituciones educativas y el sector productivo: solo en dos provincias se relevaron instancias formales de pasantías o prácticas en productoras.

La formación no formal (talleres, clínicas, capacitaciones intensivas) existe en casi todas las provincias, impulsada por gestión pública, universidades o el sector privado autogestivo. En general, los programas públicos de capacitación son puntuales, de corta duración y baja continuidad.

En las provincias que cuentan con un instituto autárquico, la formación continua está más sistematizada y diversificada, y responde mejor a las necesidades del sector. Jujuy, por ejemplo, ofrece más de quince talleres específicos por año, que incluyen inglés técnico, coproducción

internacional y producción sustentable. En las provincias sin una estructura institucional específica, la formación no formal depende en mayor medida de iniciativas individuales, lo que dificulta su sostenibilidad.

La demanda de formación técnica especializada y de idioma inglés, apunta a la participación en ferias internacionales y a que los equipos técnicos puedan ofrecer servicios con estándares internacionales.

La formación privada especializada, los posgrados y las especializaciones técnicas avanzadas son la oferta formativa más diversificada, aunque se concentra en pocas provincias. En las demás existen tecnicaturas generales de comunicación o periodismo que no forman en los roles técnicos específicos más demandados por el mercado audiovisual.

Hallazgos clave

Dimensión	Tendencia predominante
Oferta de formación oficial (niveles y disciplinas)	*Extendida (20 de 22). La mayoría combina universidad con tecnicaturas. En pocas hay especialización en roles técnicos específicos.*
Distribución territorial de la oferta formal	*Generalmente se concentra en capitales provinciales.*
Programas estatales de capacitación	*Existente en la mayoría, pero puntuales y sin continuidad.*
Formación no formal / comunitaria	*Presente en casi todas las provincias. Heterogénea en continuidad y contenidos.*
Becas / certificaciones / profesionalización	*Limitada. Algunos institutos ofrecen clínicas con becas para proyectos específicos.*

Brechas y desigualdades identificadas

- El principal desafío de la formación no es la cobertura, sino su vinculación con el mercado laboral.

- Muchas de las personas que se forman en las provincias se trasladan a otros centros urbanos, porque la producción local todavía no tiene la escala necesaria para incorporarlas. Sin fomento a la producción, la formación no construye sector, sino que produce trabajadores calificados para otros mercados.

Síntesis federal del sector

Fortalezas

Capital humano técnico distribuido en todo el territorio

En 19 provincias residen técnicos/as y profesionales audiovisuales capaces de cubrir los roles centrales de una producción. Esta presencia geográfica extendida es el activo más valioso del sistema federal porque no puede replicarse en el corto plazo mediante políticas públicas. Existe talento.

Diversidad paisajística y cultural como diferencial productivo

Las 22 provincias identifican la fortaleza diferencial de sus recursos naturales y culturales. La Argentina ofrece desiertos, glaciares, humedales, selva subtropical, montaña andina, puna, esteros y patrimonio cultural de pueblos originarios, todo en un solo país. Este activo ya atrae rodajes nacionales e internacionales en múltiples jurisdicciones. Para aprovechar plenamente esta ventaja comparativa, es necesario sumar coordinación logística, incentivos económicos y herramientas que faciliten el desarrollo de las producciones.

Ecosistema formativo de amplia cobertura territorial

En 20 de las 22 provincias hay alguna instancia de formación formal activa. Esto convierte al sistema educativo en el activo más distribuido geográficamente del sector y en una base sobre la cual construir política industrial.

Dinámica institucional reciente: Film Commissions y nueva normativa

En los últimos cinco años se produjo una expansión significativa de la institucionalidad sectorial: 15 de 22 provincias tienen una Film Commission activa o en desarrollo, y varias sancionaron nuevas

normativas entre 2020 y 2025. Esto indica una voluntad política sostenida para construir marcos institucionales para el sector, incluso en contextos de restricción presupuestaria.

Consenso técnico unánime sobre el diagnóstico y las demandas

Las provincias coinciden en señalar los mismos desafíos: el financiamiento, la continuidad de las políticas, los datos y la formación específica. También coinciden en los instrumentos que consideran necesarios: sistema federal de información, *cash rebate*, crédito sectorial y capacitación en internacionalización. Este nivel de convergencia diagnóstica es, en sí mismo, una fortaleza y ofrece una base firme para avanzar hacia una respuesta institucional coordinada.

Principales desafíos y brechas

Fragilidad institucional: políticas que no sobreviven los cambios de gestión

Uno de los desafíos más mencionados es sostener políticas públicas en el tiempo. Los fondos de fomento se descontinúan, los registros se desactualizan, los equipos técnicos se dispersan y los convenios quedan sin efecto ante cambios de gestión. Esta fragilidad es directamente proporcional a la debilidad del marco institucional.

Datos: una base todavía insuficiente para diseñar y evaluar políticas

Solo 4 de 22 provincias relevan información de forma completa y sistemática. La mayoría cuenta con un formulario de registro de productoras, pero los resultados no se analizan ni se publican con regularidad. El impacto económico del sector aún no se mide de manera completa en ninguna de las jurisdicciones. Fortalecer este aspecto es clave para diseñar políticas federales, evaluar instrumentos y demostrar el retorno de la inversión pública.

Formación e inserción laboral: talento en migración

Muchas de las personas que egresan de carreras audiovisuales en las provincias se trasladan a los grandes centros urbanos, porque la escala productiva local todavía no genera suficientes oportunidades de trabajo. Además, solo 2 de las 22 provincias cuentan con mecanismos formales de articulación entre las instituciones educativas y el sector productivo.

Internacionalización: un desafío estructural

La internacionalización es el eje con menor desarrollo relativo: 14 de las 22 provincias se ubican en el nivel inicial de la escala. Los programas de residencias e intercambios internacionales son excepcionales, y el dominio del inglés aparece en varias respuestas como una limitación concreta.

Doble concentración territorial: AMBA-provincias y capitales provinciales-localidades internas

La actividad audiovisual se concentró históricamente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y esa misma dinámica se reproduce dentro de cada provincia: en 18 de las 22 jurisdicciones, la producción, la exhibición y la circulación se dan principalmente en la capital provincial o en una o dos ciudades grandes.

Financiamiento: el mayor desafío

En el nuevo escenario del sector, con una menor participación del INCAA en el fomento a la producción, las provincias tienen una oportunidad para establecer instrumentos de financiamiento parcial o incentivos conjuntos que potencien la coproducción interprovincial.

Experiencias provinciales destacadas

Jujuy: el instituto autárquico como arquitectura sostenible

El Instituto de Artes Audiovisuales de Jujuy (IAAJ) es la referencia más completa del diagnóstico. Combina en un único organismo autárquico una ley audiovisual propia (Ley N° 6250/2021), un fondo de fomento con base tributaria estable (IIBB de telecomunicaciones), *cash rebate* operativo, Film Commission miembro de la Asociación de Film Commissioners International, programa de crédito blando sectorial (Impulsar Audiovisual) con el Consejo de la Microempresa, publicación de anuarios con datos de inversión y más de quince talleres de formación continua anuales, incluyendo inglés técnico audiovisual y coproducciones internacionales.

El logro descansa en dos decisiones de política pública que otras jurisdicciones pueden replicar: crear un organismo con autarquía funcional y mandato específico, y vincular el fondo de fomento a una fuente tributaria estable en lugar de depender de la partida presupuestaria anual.

Misiones: crecimiento institucional acelerado y datos en construcción

El Instituto de Artes Audiovisuales de Misiones (IAAVIM) es el caso de mayor crecimiento institucional reciente. Desarrolló un sistema de registro de productoras (REPA) con diagnóstico situacional externo a cargo de una consultora especializada, cuenta con una Film Commission con catálogo digital de locaciones y convenio con el Festival de San Sebastián, y realiza foros bianuales con el sector productivo.

Su experiencia muestra que es posible un crecimiento institucional acelerado cuando hay voluntad política sostenida y un organismo con mandato propio. El IAAVIM es la prueba de que se puede construir en pocos años un ecosistema con fomento, datos, Film Commission y proyección internacional. Su modelo de foros sectoriales bianuales es una práctica de gobernanza participativa replicable con bajo costo.

Córdoba: una estrategia integral y sostenida

Por último, también Córdoba tiene una experiencia de referencia a nivel federal. La provincia consolidó un marco institucional específico, acompañado por la implementación de instrumentos de fomento que incluyen líneas de financiamiento, incentivos a la producción y políticas activas para la atracción de rodajes. Este enfoque está respaldado por la asignación de un presupuesto significativo, lo que permite garantizar continuidad en las políticas y previsibilidad para los actores del sector.

Informe sectorial

DISEÑO

Coordinador
Sebastián Feinsilber

Informe sectorial

DISEÑO

21
PROVINCIAS RELEVADAS

Buenos Aires, Catamarca, Chaco, Chubut, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Jujuy, La Pampa, La Rioja, Mendoza, Misiones, Río Negro, Salta, San Juan, San Luis, Santa Cruz, Santa Fe, Santiago del Estero, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur y Tucumán.

Este análisis fue complementado con fuentes externas como el Plan Nacional de Diseño del Ministerio de Economía, el Observatorio de Diseño Argentino de la Universidad Nacional de Rafaela, registros de Marca País, registros de marcas, patentes y modelos en el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial y series históricas del Instituto Nacional de Estadística y Censos, aunque la información no es exhaustiva debido a la heterogeneidad del sector. En el proceso se articuló con instituciones nacionales especializadas y se generó vínculo con las áreas provinciales para complementar la información de cada territorio. Para el relevamiento de actividades, se estableció además un campo compartido para articular una agenda federal de diseño.

INTRODUCCIÓN

El diseño constituye una de las industrias culturales y creativas más transversales de la economía argentina. A diferencia de otras industrias del sector, no produce bienes culturales de consumo autónomo, sino que opera como insumo estratégico para el resto de la economía. De este modo, genera competitividad e identidad: agrega valor a territorios, sectores, empresas y personas, y articula los mundos de la cultura, la producción y la tecnología.

Según la Cuenta Satélite de Cultura elaborada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) en conjunto con el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) en 2024, el diseño representó el 11,8 % del valor agregado bruto (VAB) cultural total del país –equivalente a más de 975 mil millones de pesos– y concentró el 15 % del empleo cultural, con aproximadamente 55.269 puestos de trabajo. Estos datos lo posicionan como uno de los sectores de mayor peso dentro de la economía cultural argentina, superado únicamente por publicidad y editorial en términos de VAB, y por audiovisual y contenido digital en términos de empleo.

El diagnóstico federal permite identificar nudos críticos para abordar la gestión del diseño en las provincias, un paso necesario para trazar un camino de desarrollo con impacto económico y cultural. En la mayoría de las provincias, la gestión del diseño todavía no cuenta con áreas estatales específicas, con programas propios e identidad institucional. Además, la agenda de políticas de diseño está concentrada en emprendimientos unipersonales, con escasa llegada a pymes y proveedores de servicios. Se observa también una baja densidad asociativa y de articulación entre el sector privado y el académico, y una agenda sectorial parcializada que en muchos casos se centra en manufacturas textiles, con menor atención a otros sectores con peso en cadenas de valor locales, como la producción de alimentos manufacturados o los productos digitales.

A esto se suma una oferta acotada de instrumentos de financiamiento específicos y una limitada coordinación entre las áreas de Cultura y otras dependencias provinciales, nacionales y privadas con incidencia en la promoción, producción e internacionalización del diseño. En términos generales, la gestión desde Cultura tiende a priorizar programas de promoción del diseño, sin extenderse hacia el apoyo a su producción como industria cultural. La información relevada en este informe constituye, en ese sentido, una base para orientar la acción pública y el desarrollo de políticas sectoriales con perspectiva federal.

Para caracterizar el diseño como sector cultural, se lo segmenta en tres campos:

- Proveedores de servicios de diseño (estudios, agencias y profesionales independientes).
- Equipos de diseño y desarrollo interdisciplinario que integran las empresas.

- Diseñadores/as que se constituyen como productores/as, desarrollando sus propias marcas comerciales, generalmente en la órbita del emprendedurismo.

Esta caracterización permite abordar la disciplina de modo estratégico. Un aspecto a destacar de este análisis es que la gran mayoría de las áreas provinciales que llevan la agenda de diseño dentro de Cultura se enfocan principalmente en el tercer segmento, mientras que la articulación con los otros todavía es incipiente. Ampliar ese trabajo es una oportunidad significativa, ya que los dos primeros segmentos son los de mayor impacto económico y cultural.

En Argentina, el sector del diseño comprende una amplia gama de disciplinas –gráfico, industrial, de indumentaria, digital, arquitectónico, de interiores y más– con presencia en prácticamente todas las provincias. No obstante, su desarrollo es muy diverso: algunas jurisdicciones cuentan con ecosistemas relativamente consolidados, con masa crítica de profesionales, instituciones educativas, organismos intermedios y políticas públicas activas, mientras que en otras el sector y su gobernanza todavía están en una etapa inicial. Esta asimetría es una de las características principales que releva este diagnóstico, lo que muestra una oportunidad para potenciar planes de desarrollo con objetivos concretos. Más allá de la concentración en la zona centro, en la diversidad de las producciones, con alcance a todo el país, puede verse que la Argentina tiene una amplia trayectoria en materia de diseño desde la década de 1940.

El diseño constituye un recurso estratégico con impacto en la dimensión cultural y en la productiva. Esta relevancia se inscribe en un contexto de cambio de paradigma global, en el que transformaciones como la producción internacional y el avance de la inteligencia artificial reconfiguran el lugar de la cultura y los modos de producción. Desde esa perspectiva, el modo en que una sociedad aborda el diseño desde las políticas públicas no es menor: define un posicionamiento estratégico y genera una identidad que proyecta al país hacia el futuro.

El diagnóstico contó con la participación de referentes de Cultura de 21 provincias, con información específica y ahora sistematizada sobre cada territorio. Cabe destacar que el 40 % de las provincias ya tienen áreas específicas dedicadas a la gestión del diseño como eje de política pública, mientras que otro 20 % las está conformando. Entre Ríos, Formosa, Santa Cruz y La Rioja ya comenzaron la constitución del área en el marco del diseño de una Hoja de Ruta para el desarrollo del sector que el Consejo Federal de Inversiones (CFI) lleva adelante junto a las provincias argentinas.

Eje 1 Producción, circulación y exhibición

La información aportada por cada territorio refleja contextos muy diversos en cuanto a ecosistemas productivos, institucionalidad y masa crítica del sector. En términos productivos, la indumentaria y los accesorios constituyen el área de mayor relevancia: 19 de las 21 provincias los identifican como el principal

ámbito de innovación local. Luego aparecen los alimentos y bebidas manufacturados (mencionados por 13 provincias); los productos digitales como sistemas, apps, sitios web y videojuegos (11 menciones); y el mobiliario y los artículos para el hogar (8 provincias). Esta distribución refleja también las estructuras productivas de cada territorio: mientras las provincias del norte priorizan indumentaria y artesanía de autor, las del centro y el litoral incorporan en mayor medida diseño industrial y digital. Tucumán se posiciona como uno de los polos creativos más dinámicos, combinando indumentaria, productos digitales y artículos de consumo con un ecosistema que integra tanto el diseño de moda como los videojuegos y la creatividad audiovisual. Al cruzar estos indicadores con la actividad económica de cada provincia, se advierte una oportunidad para potenciar nuevos sectores desde las áreas de Cultura.

En cuanto a los servicios de diseño con actividad, el de indumentaria y el gráfico son los más extendidos, presentes en 20 y 18 provincias respectivamente. El diseño digital (sitios web, apps, software) aparece en 17 jurisdicciones, mientras que el industrial y el arquitectónico tienen una presencia más acotada. Mendoza, Buenos Aires, Santa Fe, Entre Ríos y Santiago del Estero reportan la totalidad de disciplinas con algún grado de actividad, lo que indica ecosistemas más completos y diversificados. En provincias como Jujuy, Río Negro y Tierra del Fuego, la oferta se concentra en pocas disciplinas, en general diseño de indumentaria y gráfico.

La circulación y exhibición del diseño se desarrolla de manera fragmentada y con fuerte dependencia de la iniciativa privada y autogestionada. La actividad se concentra principalmente en las capitales provinciales, donde reside la mayor parte de diseñadores/as formados y donde se localizan las principales instituciones educativas. Ciudades como Buenos Aires, Mendoza, Rosario, Córdoba, Posadas, Paraná, Tucumán, Mar del Plata y Resistencia concentran la oferta de servicios y los principales espacios de encuentro y exhibición.

En términos de servicios disponibles, el diseño gráfico –que incluye branding, publicidad y tipografía– es la disciplina con mayor presencia en las jurisdicciones relevadas. Le siguen el diseño digital, el industrial y el de indumentaria, y en menor medida el arquitectónico y el interiorismo. Esta distribución refleja tanto una estructura de demanda local fuertemente orientada a la comunicación empresarial, como las trayectorias formativas disponibles en cada territorio. La indumentaria y los textiles, el mobiliario, los alimentos y bebidas manufacturados, y los productos digitales son los sectores productivos donde el diseño tiene mayor relevancia.

La circulación se da más frecuentemente en festivales, muestras, premiaciones y capacitaciones, generalmente de carácter esporádico o anual. Un tercio de las provincias reporta algún evento regular, como una "Semana del Diseño". En otros casos, estas iniciativas se encuentran en formación (Jujuy, Santa Cruz, Tierra del Fuego) o han tenido ediciones discontinuas. La articulación gubernamental con estos eventos es variable: algunos estados provinciales acompañan con declaraciones de interés, cesión de espacios o financiamiento parcial, mientras que en otros la gestión es íntegramente privada o autogestionada.

Los casos más consolidados son Buenos Aires (Festival FINDE, Trimarchi DG, Design LAW), Mendoza (Comecoco, Colección Identidad, Mercado Cultural, DISUR 2025), Santa Fe (Diseña Santa Fe, Zarpar Rosario, Feria del Centro), Misiones (Misiones Diseña) y La Pampa (Expo PyMEs La Pampa y Semana del Diseño con ADIPA).

Tucumán cuenta con el Mercado Cultural del Ente de Cultura –realizado hasta 2023–, el FePI 2025 con convocatoria internacional, el festival PLUM! de animación, desfiles de moda en localidades veraniegas con

apoyo municipal y EXPOCON, impulsada por el Instituto de Desarrollo Productivo (IDEP), lo que conforma un ecosistema de eventos diverso aunque con discontinuidad en el financiamiento público.

Catamarca sostiene el Pabellón Poncho Diseño dentro de la Fiesta Nacional e Internacional del Poncho, con múltiples ferias complementarias como Tienda C, Feria del Patio y Feria Artesanía y Diseño.

Entre Ríos combina la Feria del Centro con Diseña Paraná y ferias de carreras rotativas. Santiago del Estero suma la Feria Artesanal provincial, el desfile Raíces en Movimiento y curadurías para Puro Diseño. Formosa realiza festivales bianuales y una premiación anual a referentes de la moda. Chubut concentra su actividad en ferias independientes de Madryn y Comodoro Rivadavia. Río Negro articula encuentros de tejedoras en la Línea Sur con el Mercado Artesanal Rionegrino. Corrientes integra el diseño en festivales multisectoriales como la Fiesta del Surubí y el Chamamé. San Luis realiza Intercolegiales Culturales anuales impulsados desde Educación y Turismo. Salta no cuenta con eventos oficiales exclusivos del sector pero cede espacios a diseñadores/as en ferias de emprendedores. Chaco suma la Bienal de las Esculturas y participa en la Feria Puro Diseño Raíces 2025.

A nivel federal existen diversas articulaciones con el Sello de Buen Diseño Argentino (SBD) del Plan Nacional de Diseño, el Mercado de Industrias Culturales Argentinas (MICA), la Feria Puro Diseño, el Archivo de Diseño de Fundación IDA y espacios como Diseño Argentino Exponencial (DAE) y la Academia Nacional de Bellas Artes, donde se está incorporando el eje diseño desde una perspectiva federal.

La concentración de la actividad en las capitales provinciales es una tendencia dominante. Provincias extensas con múltiples centros urbanos como Buenos Aires, Entre Ríos, Santa Fe o Río Negro presentan una distribución más descentralizada, aunque incluso allí la infraestructura de exhibición y los servicios profesionales tienden a radicarse en las ciudades principales. Las localidades del interior de cada provincia muestran acceso limitado a servicios de diseño y escasa circulación sectorial.

En la gran mayoría de las provincias, menos del 25 % de las actividades vinculadas al diseño son gestionadas por el sector privado con financiamiento propio. En Buenos Aires, Jujuy y Tucumán, más del 75 % de esas actividades tiene origen privado. Los canales de difusión disponibles son generales –redes sociales, sobre todo–, mientras que las revistas especializadas, los programas de *streaming* o las publicaciones institucionales dedicadas al sector son todavía minoritarios.

En cuanto a las asociaciones profesionales, su desarrollo es desigual. Buenos Aires cuenta con el Colegio de Diseñadores Industriales de la Provincia (CDIBA) con legislación específica (Ley N° 12.803) de ejercicio profesional y la Unión de Diseñadores Gráficos (UDGBA) como asociación civil. Mendoza tiene la Asociación de Diseñadores de Mendoza (ADIMZA) y la Asociación de Profesionales del Diseño de Mendoza (APDM). La Pampa cuenta con la Asociación de Diseñadores Pampeanos (ADIPA, desde 2010, y con personería jurídica desde 2020) y la Asociación de Industrias Creativas (ICREA, desde 2022). Formosa registra una plataforma cultural y creativa como el Encuentro de Diseño de Autor. Tucumán tiene el Colegio de Diseñadores Gráficos, el Espacio DAR (Diseño Argentino en Red), la Comunidad de Desarrolladores de Videojuegos (CDVT), la Cámara de la Industria Audiovisual (CIAT), el Consejo de Artes Audiovisuales (CAAT) y el Clúster Tecnológico Tucumán, configurando uno de los ecosistemas asociativos más diversificados del país. Chaco cuenta con la Cámara de Diseñadores Gráficos del Chaco (CDGCH) y el Colegio de Arquitectos. Jujuy tiene el Colegio de Profesionales

de la Arquitectura y el de Diseñadores Gráficos y Comunicadores Visuales. Entre Ríos suma el Consejo de Profesionales de Ciencias Informáticas de Entre Ríos (COPROCIER), el Colegio de Arquitectura y Urbanismo de la Provincia (CAUPER), el Polo Tecnológico de Paraná, la Asociación de Diseñadores Gráficos (ADG), el Consejo Publicitario Argentino y otras. Salta, la Asociación Civil Punto de Diseño. Santa Fe tiene la Asociación de Diseño de Santa Fe. Nueve provincias, por su parte, no cuentan con asociaciones formales del sector con estructura consolidada.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Sectores productivos de mayor relevancia	*Indumentaria, textil y accesorios (en 19 de 21 provincias), alimentos (13) y productos digitales (11).*	*Mendoza y Buenos Aires: mayor diversidad sectorial. Jujuy y Catamarca: fuerte presencia de indumentaria con identidad territorial.*
Servicios de diseño disponibles	*Diseño de indumentaria (20 provincias) y gráfico (18) son las disciplinas más extendidas. Diseño industrial y arquitectónico tienen presencia más concentrada.*	*Buenos Aires, Mendoza, Santa Fe, Entre Ríos y Santiago del Estero: oferta completa de disciplinas.*
Eventos y espacios de promoción	*Formatos esporádicos y multisectoriales en la mayoría de las provincias. Los eventos exclusivos de diseño son minoría.*	*Santa Fe, Córdoba y Entre Ríos: Feria del Centro. Buenos Aires: FINDE, Trimarchi. Mendoza: Comecoco. Misiones: Misiones Diseña (MiDi). La Pampa: Semana del Diseño.*
Relación público-privada en la organización de eventos	*Predominio de gestión pública o autogestionada. En 9 de 21 provincias, menos del 25 % de eventos son de iniciativa privada.*	*Buenos Aires, Jujuy y Tucumán: más del 75 % de los eventos son de origen privado.*
Organismos intermedios	*Desarrollo desigual. Muchas provincias no cuentan con asociaciones formales.*	*Red Federal de Diseño y Comunicación Visual de la República Argentina. Buenos Aires: Colegio con ley. Mendoza: ADIMZA, APDM. La Pampa: ADIPA, ICREA. Tucumán: Colegio DG. Chaco: CDGCH.*
Relación público-privada en la organización de eventos	*Predominio de gestión pública o autogestionada. En 9 de 21 provincias, menos del 25 % de eventos son de iniciativa privada.*	*Buenos Aires, Jujuy y Tucumán: más del 75 % de los eventos son de origen privado.*

Brechas y desigualdades identificadas

Las políticas culturales vigentes se orientan principalmente al diseño de indumentaria, aunque diversos indicadores muestran que el diseño tiene una participación y un impacto mayores en otros sectores productivos. Por otro lado, no todas las jurisdicciones contemplan a los productores de servicios de diseño como motor cultural en términos productivos e identitarios, con impacto en otros sectores.

Otra brecha significativa se puede ver en la distribución desigual de espacios de circulación y exhibición entre jurisdicciones. Buenos Aires, Mendoza, Santa Fe, Entre Ríos y Misiones cuentan con eventos periódicos y con articulación público-privada, mientras otras provincias no disponen de eventos dedicados exclusivamente al diseño. Una segunda brecha corresponde a la falta de canales de difusión específicos en la mayoría de las jurisdicciones. La comunicación se canaliza a través de redes sociales de uso general, sin medios especializados. Buenos Aires cuenta con una plataforma propia (Catálogo FINDE); y Misiones, con revistas especializadas asociadas al programa Misiones Diseña (MiDi).

El desarrollo reducido de organismos intermedios –asociaciones profesionales, colegios, cámaras– limita la capacidad del sector para articular con el Estado, negociar condiciones de trabajo y generar acciones colectivas de circulación y exhibición. En el ámbito privado, se destaca la Red Federal de Diseño y Comunicación Visual de la República Argentina, que a modo de federación nuclea a 20 asociaciones de distintos territorios del país, aunque con escasa vinculación con las áreas de gobierno.

Eje 2 Datos e indicadores

La producción estadística sobre el sector del diseño en las provincias argentinas es incipiente. La gran mayoría de las jurisdicciones todavía no cuenta con sistemas propios de recolección de datos sobre el sector. En general, no se releva la cantidad de estudios activos, no se registra la inversión pública en diseño ni se contabilizan los fondos que reciben los profesionales del sector, y la facturación solo se mide en Buenos Aires y Entre Ríos. Formosa es la única provincia que registra los fondos destinados a los profesionales. Fortalecer estos sistemas es clave para planificar y evaluar las políticas públicas.

En ocho de las jurisdicciones relevadas se reporta la existencia de un área estatal que recaba información estadística sobre la actividad: Buenos Aires, Catamarca, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, La Pampa, Santa Fe y Tierra del Fuego. Se trata mayormente de relevamientos parciales o de iniciativas recientes que aún no producen datos sistemáticos. Buenos Aires, Corrientes y Formosa, por su parte, reportan simultáneamente un área de datos y un registro de inversión pública.

La Pampa contaba en 2019 con un registro de 275 profesionales creativos que fue relanzado en 2025 en el marco del área de Industrias Culturales. Misiones se destaca en términos de visibilización de su producción: el programa MiDi genera un registro continuo de emprendedores/as y diseñadores/as, con participación documentada en instancias internacionales como la Madrid Fashion Week y la Milán Fashion Week 2025, lo que le permite hacer un seguimiento del sector.

Mendoza se destaca por el Programa Colección Identidad, de la Dirección de Industrias Creativas, que anualiza la producción de diseño provincial mediante un catálogo impreso y digital, con espacio de creación, muestra y documentación. Es un caso donde el estado provincial construye un registro curatorial propio del diseño local, articulando identidad territorial con visibilización productiva. En Buenos Aires, el Catálogo FINDE constituye la plataforma digital de mayor alcance provincial, con registro abierto de diseñadores/as, marcas y productos con identificación territorial, sirviendo tanto como instrumento de difusión como de política pública.

Ante la baja producción de datos en la mayoría de las jurisdicciones, se relevaron fuentes externas como el Sello de Buen Diseño Argentino, Marca País, el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INPI) y el Observatorio de Diseño Argentino (ODA), elaborado por el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) y la Universidad Nacional de Rafaela, Santa Fe (UNRaf).

Según el Sello de Buen Diseño Argentino, en sus 13 ediciones han otorgado 3.153 distinciones a nivel nacional. Se observa una concentración en la zona centro, con el mayor volumen en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (1.582, casi la mitad), seguida por la provincia de Buenos Aires (784) y Santa Fe (283). Con más de 10 distinciones figuran Tucumán (51), Mendoza (48), Río Negro (26), Misiones (23), San Juan (22), Chaco (20), Salta (16), Jujuy (15), Entre Ríos (15) y La Pampa (10), en tanto que La Rioja, Catamarca, San Luis, Formosa y Santiago del Estero cuentan con menos de 5 y Santa Cruz no tiene productos distinguidos.

Respecto de la Marca País, todas las jurisdicciones cuentan con empresas licenciatarias, aunque la brecha es significativa. CABA concentra 61 empresas, seguida por la provincia de Buenos Aires con 28, Santa Fe con 14 y Mendoza con 9. Entre Ríos estima entre 15 y 25 firmas con licencia activa o en proceso de auditoría. Corrientes tiene 6, La Pampa y Salta tienen 5 y el resto tiene 3 o menos. Esta distribución da cuenta de la heterogeneidad productiva e identitaria del territorio argentino y también de la oportunidad de ampliar el alcance del instrumento en todas las regiones del país.

Los indicadores del INPI muestran una brecha aún más marcada. Según los registros correspondientes a 2025, la provincia de Buenos Aires concentra la mayor cantidad de modelos y diseños industriales (1.316 sobre un total nacional de 3115), seguida por CABA (930), Santa Fe (235), Córdoba (202) y Corrientes (163). En materia de marcas, la provincia de Buenos Aires registra 58.615 solicitudes, solo por detrás de CABA (61.962). Córdoba (15.827) y Santa Fe (11.424) superan la decena de miles, con cantidades moderadas en Tucumán (2.237), Corrientes (898) y Chaco (988). El resto tiene volúmenes de registros bajos, mientras que en Chubut, San Luis, Santa Cruz y Río Negro no hay datos sistematizados.

La Encuesta Nacional para Diseñadores/as del Observatorio de Diseño Argentino (INTI/UNRaf 2026) acumuló 1206 respuestas provenientes de 22 provincias, que permiten actualizar y ampliar el perfil sociolaboral del sector. El 83 % de los encuestados cuenta con título universitario completo, frente al 59,8 % registrado en 2018, lo que refleja una profesionalización creciente. Además, el 8 % tiene estudios universitarios

incompletos, el 4 % el terciario completo y el 3 % un título universitario intermedio. La franja etaria se concentra entre los 31 a 45 años (531 respuestas). Comparado con 2018, cuando la mayor concentración se dio en los 26 a 34 años, esto sugiere un envejecimiento relativo de la base encuestada que podría indicar tanto una menor incorporación de jóvenes al sector como una mayor consolidación de los diseñadores/as de trayectoria media.

En cuanto a la titulación, el 66 % de quienes respondieron la Encuesta del Observatorio se graduó en diseño industrial, el 12 % en diseño gráfico o comunicación visual y el 6 % en diseño de indumentaria/textil. Este dato debe leerse con cautela: el peso del diseño industrial en la muestra podría responder a sesgos propios del instrumento de relevamiento y los canales de difusión utilizados, antes que a la composición real del universo en Argentina, donde el diseño gráfico y la comunicación visual tienen históricamente mayor volumen de egresados/as y profesionales activos. De hecho, más allá de su titulación de origen, el campo predominante de desempeño es el diseño gráfico y la comunicación (380 respuestas), seguidos por servicios digitales/UX/Web (210), servicios estratégicos (145) e indumentaria/textil (110). Esto revela que parte importante de quienes se formaron en diseño industrial ejercen en campos vinculados a la comunicación y lo digital, lo que refleja la versatilidad de la formación así como la demanda diferencial del mercado laboral. En 2018, el sector textil era el principal empleador (27,7 %), seguido por alimentos y bebidas (18,4 %) y educación/investigación (18 %); el corrimiento hacia lo digital y la comunicación que muestra la edición 2026 es uno de los cambios más significativos entre ambas mediciones.

El 80 % de las personas encuestadas trabaja actualmente en diseño, aunque el 43 % se declara desempleado, dato que sugiere que una porción relevante del sector alterna períodos de trabajo con períodos de inactividad, en un contexto de alta informalidad y trabajo por proyecto. El 47 % trabajó en actividades de diseño en el último año. En términos de distribución territorial, la concentración en la zona centro del país se mantiene como tendencia estructural, con las provincias del norte y la Patagonia con una participación inferior al 4 % en cada caso.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Existencia de área que releva datos	*Solo en 8 de 21 jurisdicciones. En algunos casos hubo relevamientos sin continuidad.*	*Buenos Aires, Chaco: mayor sistematicidad.*
Actualización de registros de agentes	*No se relevaron registros actualizados de estudios de diseño activos.*	*A nivel federal, el Observatorio de Diseño Argentino del INTI y UNRaf sirven de referencia.*
Indicadores de actividad disponibles	*Sin registros sistematizados por provincia. El SBD, Marca País y registros del INPI dan cuenta de que hay actividad en todo el país, con la mayor concentración en la zona centro.*	*Los registros muestran una marcada concentración en Buenos Aires y Santa Fe. Se destacan Misiones en el NEA, Tucumán en el NOA, Mendoza en Cuyo y La Pampa en la zona sur.*

Brechas y desigualdades identificadas

El principal desafío en este eje es el desarrollo de sistemas provinciales de información sobre el sector del diseño. Por ahora, solo dos provincias relevan la facturación de los servicios de diseño y solo una registra la cantidad de profesionales que reciben fondos públicos. Fortalecer estos sistemas permitiría conocer con mayor precisión el peso económico del sector en cada territorio.

Los indicadores nacionales disponibles –Sello de Buen Diseño Argentino, Marca País e INPI– permiten establecer comparaciones entre jurisdicciones y dan cuenta de que hay actividad en todo el territorio nacional. La mayor masa crítica se concentra en Buenos Aires, seguida por Santa Fe, Córdoba, Mendoza, Misiones y Tucumán. Provincias como Santa Cruz, La Rioja y San Luis registran baja participación, lo que puede reflejar tanto un sector más débil como una menor articulación institucional federal.

Otra brecha identificada a partir de los relevamientos del INPI y el SBD es que la masa crítica de inscripciones en categorías vinculadas a manufacturas industriales es superior a los registros en alimentos procesados y en indumentaria, que son los sectores donde mayor actividad registraron los/as referentes de Cultura de las provincias.

Eje 3 Normativa y gobernanza

El marco institucional del diseño es heterogéneo. Aproximadamente la mitad de las jurisdicciones relevadas cuenta con algún área estatal que atiende la actividad del diseño. En la mayoría de los casos, se trata de áreas compartidas con otros sectores creativos o productivos, sin una dedicación específica al diseño. Otras provincias no cuentan actualmente con área estatal específica, aunque en casos como Tucumán o Santiago del Estero el diseño es atendido de manera transversal desde múltiples organismos. Las provincias con mayor nivel de institucionalización son Misiones, Mendoza, Buenos Aires, Chaco y Santa Fe, que aceleró el proceso en el último tiempo.

Misiones es la provincia con el marco institucional más sólido: Misiones Diseña (MiDi) funciona como institución provincial autónoma con respaldo en dos leyes provinciales específicas: la Ley VIII-N° 89, que crea el Polo de Diseño, y la Ley VI-N° 283, sobre Industrias Creativas Misioneras. MiDi ofrece de manera permanente pasantías con universidades de diseño, transferencia con alumnado de diseño gráfico, industrial e indumentaria, y cuenta con asesoría legal especializada en patentes disponible en forma gratuita y continua. A ello se suma la articulación con el sistema educativo, la participación en ferias internacionales de moda y una agenda permanente de capacitaciones y muestras.

Buenos Aires cuenta con la Dirección Provincial de Industrias Creativas y Economía de la Cultura, bajo la órbita del Instituto Cultural, con respaldo en la Ley Provincial de Cultura (N° 14.912) y la Ley de Promoción de Industrias Creativas, que reconoce al diseño como sector estratégico de la Economía del Conocimiento. Desde 2024, la Dirección impulsa mesas de diálogo con universidades, empresarios/as y emprendedores/as, contexto en el que también organizó una mesa de trabajo interministerial con Producción, Trabajo, Educación y el Banco Provincia.

Mendoza dispone de una Dirección de Industrias Creativas que articula eventos, programas de capacitación y el Programa Colección Identidad de manera sostenida.

Chaco combina programas consolidados y una hoja de ruta de desarrollo sectorial en construcción. Los programas Chacú y VetaNoble, bajo la Subsecretaría de Emprendedurismo del Ministerio de Producción, integran asistencia técnica, financiera y comercial a sectores productivos clave como el textil y la madera. Ambos programas incorporan pasantías con universidades y talleres de transferencia. La provincia también viene desarrollando un plan de fortalecimiento sectorial que contempla la creación de una Mesa Provincial de Diseño interministerial, un Programa Provincial de Diseño con fondo anual, un Sello "Diseño Chaqueño" y un Observatorio Provincial de Diseño, con la elaboración de una Ley Provincial de Promoción del Diseño como objetivo de mediano plazo.

En Santa Fe, la ciudad de Rosario sancionó y promulgó en 2025 la Ordenanza Municipal N.° 10.844, que crea el Programa de Fomento al Diseño Local con ocho líneas de acción concretas: el Mapa de Diseño Local (catálogo digital georreferenciado de diseñadores, marcas y espacios); el Mes del Diseño Local con ferias, showrooms y capacitaciones anuales; campañas de fomento al consumo; rondas de negocios; espacios públicos de coworking y talleres; convenios con el Banco Municipal para crédito a tasas subsidiadas; Concurso Anual de Diseño; e internacionalización. La autoridad de aplicación es conjunta entre la Secretaría de Cultura y Educación y la Secretaría de Desarrollo Económico y Empleo, reflejo de una concepción transversal del diseño.

Muchas jurisdicciones todavía no cuentan con un área específica. En estos casos, el diseño se gestiona desde Cultura, Producción o Comunicación, sin presupuesto propio. Salta está en proceso de formación de un polo de diseño en el Museo Casa Arias Rengel. Jujuy tiene una estructura incipiente que depende de la Agencia de Comercialización y la Coordinación de Industrias Culturales, sin área formal consolidada. Entre Ríos y La Rioja comenzaron a formar una Dirección específica, mientras que Formosa amplió su atención al diseño con capacitación y promoción. La Pampa cuenta con amplia experiencia, con tres espacios físicos disponibles. Corrientes opera a través del Programa Provincial Sello Hecho en Corrientes del Ministerio de Industria. Chubut tiene una Dirección General de Industrias Culturales con un departamento compartido. Santiago del Estero distribuye la gestión del diseño entre la Secretaría de Ciencia y Tecnología, la Subsecretaría de Cultura y el Ministerio de Economía. Tucumán articula desde el IDEP, el Ente de Cultura y el Ente de Turismo para acciones puntuales.

Desde el punto de vista normativo, la situación es dispar. Misiones es, por ahora, la única provincia con legislación específica. En las demás jurisdicciones, la producción de diseño todavía no tiene reconocimiento legal como bien público. Buenos Aires, Catamarca y Tucumán articulan el diseño dentro de marcos más amplios de industrias culturales o innovación, mientras que La Rioja contempla el desarrollo del diseño en

articulación con concursos y convocatorias desde la Secretaría de Culturas (Diseño Chaya, MIC) que dan visibilidad al sector.

La vinculación con los organismos nacionales es variable. Hay alta vinculación con el Mercado de Industrias Culturales Argentinas (MICA) en 13 jurisdicciones y con el Plan Nacional de Diseño de la Subsecretaría PyME desde áreas de Cultura de 11 provincias. En muchos casos, la articulación con el Plan Nacional se realiza desde el área de Producción provincial y no de Cultura, lo que abre una oportunidad de articulación específica. En varios casos, estos vínculos se sostienen por el trabajo de los equipos técnicos provinciales, más que por convenios formales.

Los instrumentos de política activos más frecuentes son los programas de capacitación, los espacios de mercado y las reuniones sectoriales. Buenos Aires suma mesas interministeriales; San Juan articula pasantías rentadas con el gobierno provincial; Santiago del Estero opera a través del Nodo Tecnológico y el programa Santiago Crece con Vos. En casi la mitad de las jurisdicciones se ofrece asesoría legal en derechos de autor, certificaciones y legislación laboral desde distintos ámbitos y con amplitud temática: Buenos Aires (formaciones virtuales anuales), Jujuy (desde el Ministerio de Producción, sobre propiedad industrial y legislación laboral), Mendoza (Emprendoteca, con talleres de registro de marca), Corrientes (Ministerio de Industria), Entre Ríos (Secretaría de Cultura), Catamarca (Dirección) y Santiago del Estero (Secretaría de Ciencia y Tecnología; Consultorio Jurídico Gratuito). La asesoría en propiedad intelectual es uno de los servicios más valorados por el sector. Misiones se destaca por contar con asesoramiento especializado en patentes de acceso permanente y gratuito en MiDi.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Existencia de área estatal específica	*Presente en casi la mitad de las provincias, en general en conjunto con otros sectores creativos.*	*Misiones: MiDi. Mendoza y Buenos Aires: Dirección IC. Chaco: Chacú y Veta Noble.*
Rango institucional	*Predominan áreas de rango medio (coordinaciones, programas, en su mayoría sin presupuesto propio.*	*Misiones: institución autónoma con presupuesto propio.*
Normativa vigente específica del sector	*Solo Misiones tiene legislación provincial específica de diseño.*	*Misiones: Ley VIII-Nº 89 (creación del Polo de Diseño) y Ley VI-Nº 283 (ley marco para las ICC).*
Espacios de diálogo / consejos sectoriales	*En algunas jurisdicciones se organizan encuentros periódicos, aunque sin institucionalización formal.*	*Entre Ríos: talleres, laboratorios y reuniones multisectoriales. La Rioja: Diseño Chaya y MIC como espacios de convocatoria. Salta: reuniones para creación de polo de diseño.*

Articulación con Nación y municipios	*Mayoritariamente con MICA y Plan Nacional de Diseño. La articulación con municipios es menos sistemática.*	*De las 21 relevadas, hay 13 jurisdicciones vinculadas al MICA y 11 al Plan Nacional de Diseño desde Cultura.*
Trabajo interministerial	*Incipiente. Algunas provincias articulan entre Cultura, Producción y Educación, aunque sin convenios formales.*	*Chaco: articulación del Instituto Chaqueño de Ciencia, Tecnología e Innovación (ICCTI) con Educación y Producción. Santiago del Estero: gobernanza transversal entre tres ministerios.*

Brechas y desigualdades identificadas

La legislación provincial específica es el principal desafío en el plano normativo. Entre los casos destacados, Misiones cuenta con una plataforma legal para sostener políticas de mediano plazo. A escala municipal, el avance más reciente es la Ordenanza Municipal N.° 10.844 de Rosario (Santa Fe), sancionada en noviembre de 2025 y promulgada en diciembre, que constituye uno de los marcos normativos más integrales para el diseño del país. La ordenanza crea un programa específico, establece instrumentos concretos, asigna autoridades de aplicación y prevé financiamiento a través del Banco Municipal, dando cuenta de que es posible legislar con especificidad sectorial desde el nivel municipal. Es una experiencia modelo para otras ciudades y provincias que busquen avanzar en esta dirección, ya que un marco legal específico permite dar a las políticas para el diseño una estabilidad independientemente de los cambios de gestión y de la ubicación del sector en la estructura del Estado.

El contraste más marcado se observa entre las provincias con mayor desarrollo institucional, como Misiones, Mendoza, Buenos Aires y Chaco, y aquellas cuyas políticas para el sector todavía están en una etapa inicial. En estas últimas, el diseño se sostiene principalmente gracias a la iniciativa privada y a las instituciones educativas, y aún no cuenta con un respaldo público sostenido.

Las áreas de Cultura abordan la gestión del diseño local principalmente desde la promoción, con especial énfasis en los eventos. A partir de esa base, existe la oportunidad de ampliar los proyectos que impulsan el diseño como herramienta de desarrollo y como industria cultural con impacto transversal.

Eje 4 Financiamiento

De las 21 jurisdicciones relevadas, ocho cuentan con algún tipo de apoyo financiero provincial que alcanza al sector del diseño. Sin embargo, en la mayoría de los casos no se trata de instrumentos de fomento exclusivos: el diseño accede a estos recursos a través de programas más amplios de emprendimiento, industrias creativas o innovación productiva, en los que puede ser beneficiario, aunque no es el destinatario principal.

Los casos más estructurados son Catamarca (Ley de Promoción Económica N° 5238, créditos del Fondo Nacional de Desarrollo Productivo - FONDEP y de Producir MICE, del Ministerio de Industria, Comercio y Empleo); Entre Ríos (Innovatech, Programa Emprender y financiamiento verde con el CFI); Chaco (Chacú, VetaNoble y el ICCTI); Corrientes (créditos del Instituto de Fomento Empresarial - IFE, el CFI, el Fondo de Desarrollo Industrial - FODIN y el Fideicomiso de Desarrollo de Corrientes - FIDECOR); y Santiago del Estero (Programa INCUBAR, Plan Santiago Productivo y articulaciones con el CFI). Jujuy ofrece líneas del Consejo de la Microempresa para herramientas y maquinaria; Salta cuenta con el Fondo Ciudadano de Desarrollo Cultural para diseño gráfico, textil y editorial; y San Juan articula subsidios y préstamos a través del Ministerio de Producción. Santa Fe canaliza apoyo a través del programa Espacio Santafesino y, a escala municipal, la Ordenanza N.° 10.844 de Rosario establece convenios con el Banco Municipal para líneas de crédito para diseñadores con tasas subsidiadas. Mendoza y Misiones no cuentan con financiamiento directo al sector desde Cultura, aunque Misiones sustenta el MiDi con presupuesto propio.

El apoyo no monetario –cesión de espacios, acompañamiento comunicacional, declaraciones de interés– es la forma de fomento más extendida. Las becas y los premios específicos son los instrumentos más escasos, aunque Catamarca (Poncho Diseño), Entre Ríos (Instituto Becario) y Santiago del Estero (Becas Manuel Belgrano y Diseño Argentino) reportan instrumentos con apoyo económico concreto. En Buenos Aires, el área de Producción cuenta con líneas de financiamiento específicas para el diseño, y desde Cultura se planifican concursos para proyectos emergentes que todavía no se implementaron.

En síntesis, el financiamiento al diseño desde las políticas provinciales es la dimensión más débil del diagnóstico. La mayoría de las jurisdicciones no cuenta con programas específicos y el diseño queda subsumido en instrumentos de política económica general. La desconexión entre los espacios de financiamiento –habitualmente en áreas de Producción o Economía– y los organismos que promueven el diseño desde Cultura limita el acceso real del sector a los recursos disponibles. Desarrollar instrumentos de fomento sectorial propios –becas, concursos con premio económico, líneas de crédito específicas– articulados entre Cultura, Producción e Innovación es uno de los desafíos más urgentes para la consolidación del ecosistema de diseño en las provincias.

La existencia de fondos privados para el fomento de la actividad es baja: solo Buenos Aires destaca el Premio Peabody al Diseño Argentino como iniciativa privada con alcance federal.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Líneas de financiamiento público específicas	*Escasas y generalmente no exclusivas del diseño. Se insertan en programas de emprendedurismo e innovación.*	*Catamarca (Ley N° 5238, FONDEP, MICE). Entre Ríos (Innovatech, Emprender, CFI). Chaco (Chacú, VetaNoble, ICCTI). Santa Fe (Espacio Santafesino).*
Concursos / becas / premios	*Presentes en pocas jurisdicciones. En su mayoría orientados a emprendimientos creativos en general.*	*Catamarca: premiación Poncho Diseño. Entre Ríos: Instituto Becario. Santiago del Estero: becas Manuel Belgrano y Diseño Argentino.*
Apoyo no monetario	*Más frecuente, con declaraciones de interés, cesión de espacios y comunicación institucional.*	*Mendoza: apoyo comunicacional y logístico en Comecoco. Misiones: MiDi como espacio de trabajo permanente. Tierra del Fuego: aportes por proyectos.*
Créditos o instrumentos financieros	*Poco frecuentes y de baja especificidad sectorial. Se accede a través de instrumentos generales de economía.*	*Entre Ríos: CFI (Producción Regional Exportable, créditos productivos). Corrientes: IFE, FODIN, FIDECOR.*
Mecanismos de inversión privada / mecenazgo	*No hay desarrollo de filantropía o mecenazgo privado orientado al diseño.*	*Buenos Aires: Premio Peabody al Diseño Argentino (de la empresa Goldmund S.A.).*
Transparencia e información sobre inversión pública	*La mayoría no cuenta con datos sobre el presupuesto asignado al sector.*	*Buenos Aires: catálogo FINDE con información pública.*

Brechas y desigualdades identificadas

El principal desafío en este eje es desarrollar instrumentos de financiamiento específicos para el diseño, que todavía no existen en la mayor parte de las jurisdicciones. Aquellas con mayor desarrollo desde Cultura (Mendoza, Entre Ríos, Buenos Aires, Misiones y Chaco) ofrecen algún tipo de apoyo financiero, aunque frecuentemente canalizado desde áreas de producción económica y no desde Cultura.

En las provincias con menor disponibilidad de recursos, predomina el fomento no monetario. Este tipo de apoyo tiene un valor simbólico e institucional importante, aunque por sí solo no alcanza para garantizar la sostenibilidad del sector. Por otra parte, todavía es incipiente la articulación entre las áreas que financian, como Producción o los ministerios de Economía, y los organismos que promueven el diseño desde Cultura, lo que dificulta el acceso a los instrumentos disponibles.

Las acciones de este eje se concentran sobre todo en la promoción. Integrar un enfoque orientado a la producción permitiría fortalecer el desarrollo integral del sector.

Eje 5 Internacionalización

La inserción internacional del sector es limitada y está concentrada en pocas provincias. La mayoría de las áreas de Cultura no cuenta con políticas de internacionalización específicas para el diseño, y la participación en instancias internacionales –ferias, congresos, residencias, mercados– ocurre principalmente a través de iniciativas individuales o de programas nacionales. Varias provincias (Chaco, Santa Fe, Tucumán, San Juan, Corrientes, Tierra del Fuego y Santiago del Estero) incluyen la internacionalización como eje de sus agendas o planes sectoriales, aunque todavía no definieron mecanismos para implementarla.

Las provincias con presencia en instancias internacionales son Misiones, Catamarca, Entre Ríos, Buenos Aires, Santiago del Estero y Tucumán. Misiones es un caso destacado: alrededor del 90 % de sus empresas exportadoras tiene departamentos internos de diseño y en 2025 sus emprendedores/as participaron en la Madrid Fashion Week y la Milán Fashion Week, además de su cercanía a mercados limítrofes. Catamarca sobresale por la trayectoria y el reconocimiento internacional de diseñadores locales como Cristián Mohaded y por la misión institucional a Italia en 2024 con encuentros vinculados a la firma Loro Piana y el sector textil de alta gama, enmarcada en el programa UNESCO de la Ruta del Telar. Entre Ríos reporta el caso concreto de Romu Atelier, de Valle María, que participó en la feria La Coterie de Nueva York, y ofrece el Programa Horizonte Exportador, CFI y Potencia PyMEX como instrumentos activos. Buenos Aires se apoya en la Dirección Provincial de Promoción de Inversiones y Comercio Exterior y en el Festival Trimarchi, de gestión privada y proyección regional. Santiago del Estero organiza la Smart City Expo en articulación con Fira Barcelona, con participación internacional de especialistas y empresas. Tucumán suma el FePI 2025 con convocatoria internacional a creativos de todo el mundo, la participación de Natalia Orozco (Alkimia Textil Ancestral) en el Iconic Runway de Lima –con acceso a New York Fashion Week– y el primer premio internacional Inspireli Awards obtenido por estudiantes de la FAU-UNT en 2025, en un concurso con más de 1.500 propuestas de 70 países. La Pampa cuenta con el Programa I-COMEX, de la Agencia La Pampa de Inversiones y Comercio Exterior, que ofrece reintegros de hasta el 50-70 % para empresas lideradas por mujeres en ferias y misiones internacionales, siendo uno de los instrumentos más concretos en materia de apoyo financiero a la internacionalización.

La Ordenanza Municipal N.° 10.844 de Rosario (2025) incorpora la internacionalización como eje formal en Santa Fe, aunque su implementación aún no está reglamentada; y Chaco la incluye en un plan sectorial en desarrollo, pero aún no están definidos los mecanismos de ejecución. Corrientes articula con el Instituto de Fomento Empresarial y el Programa de Promoción de Inversiones y Exportación 2026 con el CFI, pero aún no cuenta con datos sectoriales de diseño.

En la mayoría de los casos, el apoyo a la internacionalización se da de manera puntual y todavía no responde a una estrategia sostenida. Los convenios bilaterales con organismos internacionales (Mercosur, UNESCO, Banco Interamericano de Desarrollo - BID, Organización de Estados Iberoamericanos - OEI) están presentes en Entre Ríos, Catamarca, Santiago del Estero, Tucumán, San Luis y Santa Cruz, aunque en general no tienen orientación específica hacia el diseño. Entre los instrumentos más concretos, se destacan el Programa I-COMEX de La Pampa (reintegros de hasta 70 % en ferias internacionales), el Programa Horizonte Exportador y CFI de Entre Ríos, el apoyo de Fundación ProSalta para empresas exportables en Salta, y el IDEP de Tucumán con misiones comerciales, asistencia técnica y participación en rondas de negocios internacionales.

En cuanto a los datos sobre exportación de servicios de diseño, la información disponible aún es fragmentaria. Salta ofrece apoyo a través de Fundación ProSalta para empresas con producto exportable (aunque no en específico para el diseño como industria creativa); Formosa exporta a Paraguay a través de sus programas de fomento al desarrollo textil (Fontex) y de desarrollo de polos textiles (Pontex), con departamentos internos de diseño y un estimado de un 5 % de sus estudios trabajando para clientes del exterior; y San Luis reconoce un 10 % de diseñadores/as con clientes externos. Otras estimaciones disponibles son las de Entre Ríos (entre 10 % y 60 % según disciplina, siendo el diseño digital y web el de mayor inserción externa) y Misiones (3 %). En general, sin embargo, estas cifras son estimaciones y deben leerse como una aproximación, ya que no se dispone de datos sistematizados.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Programas provinciales de promoción internacional	*Todavía escasos y no específicos para el diseño. Suelen formar parte de programas más amplios de exportación e innovación.*	*Entre Ríos: Programa Horizonte Exportador, CFI, Potencia PyMEX. La Pampa: I-COMEX con reintegros de hasta 70 %.*
Participación en ferias / mercados con apoyo estatal	*La mayoría de las participaciones internacionales son autogestionadas o a través de programas nacionales.*	*Misiones: Madrid y Milán Fashion Week 2025. Catamarca: misión a Italia 2024. Entre Ríos: La Coterie (Nueva York).*
Materiales e instrumentos para mercados internacionales	*Pocas jurisdicciones cuentan con catálogos o materiales en otros idiomas.*	*Entre Ríos: materiales digitales sectoriales. Buenos Aires: catálogo FINDE digital.*
Intercambios / residencias / cooperación	*Poco desarrollados. En general, ocurren por iniciativa individual e informal.*	*Misiones: diseñadores en residencias internacionales.*

Brechas y desigualdades identificadas

La brecha de internacionalización es de las más pronunciadas del diagnóstico. Esto se explica, en buena medida, porque todavía es incipiente la articulación de las áreas de Cultura con otras áreas provinciales o

nacionales, y con los actores privados vinculados a la promoción internacional. Buenos Aires, Entre Ríos, Tucumán y Misiones reúnen condiciones favorables para la proyección internacional del sector, como ecosistemas en formación, articulación con programas nacionales y masa crítica de empresas exportadoras. En cambio, en la mayoría de las jurisdicciones, el acceso a mercados externos depende principalmente de la iniciativa de profesionales y empresas del diseño.

La mayoría de las jurisdicciones reconoce el interés y la necesidad de promover la internacionalización del sector, aunque son pocas las que ya cuentan con programas de trabajo para llevarla adelante. La ausencia de datos sistematizados sobre la actividad exportadora del sector –como porcentajes de estudios con clientes externos o volúmenes de exportaciones de servicios– es un obstáculo adicional, ya que impide dimensionar el potencial exportador y evidenciar la necesidad de políticas de apoyo. Los programas nacionales son hoy el principal canal de internacionalización del sector. Sumar instrumentos provinciales que los complementen permitiría dar continuidad a estas acciones, independientemente de los cambios de gestión.

Eje 6 Formación

La oferta de formación en diseño es el eje más consolidado del diagnóstico, aunque todavía presenta diferencias entre territorios. La mayoría de las provincias cuenta con formación terciaria o universitaria en alguna disciplina del diseño, siendo el gráfico la carrera con mayor distribución. Sin embargo, la calidad, la diversidad y el alcance territorial de esa oferta varían considerablemente: mientras algunas jurisdicciones cuentan con ecosistemas robustos de universidades públicas y privadas, institutos superiores, investigación académica y posgrados, en otras todavía la oferta es acotada.

Mendoza se destaca por su oferta formativa diversificada: la Facultad de Artes y Diseño de la UNCuyo alberga la primera carrera de diseño de Argentina y Sudamérica, creada oficialmente en 1958, y ofrece diseño gráfico, industrial, escenográfico, multimedial y de indumentaria. La primera diseñadora graduada del país egresó de esa facultad el 24 de octubre de 1966, fecha que se celebra como el Día del Diseñador en Argentina. La matrícula estimada supera los 2000 estudiantes activos entre sus orientaciones. La provincia cuenta además con oferta privada en las universidades Champagnat, Congreso, Maza y de Mendoza, y al menos cuatro institutos de educación superior gratuitos provinciales.

Buenos Aires presenta la oferta formativa más extensa del país, con al menos 20 facultades con carreras de diseño –entre ellas la UNLP, pionera en Diseño en Comunicación Visual y Diseño Industrial, UNNOBA, UNLZ, UNDAV, UNLa y la Universidad Provincial del Sudoeste– y más de 52 carreras de validez federal. Además de 267 escuelas técnicas con especialidades vinculadas al diseño y más de 70 escuelas secundarias con orientación en artes visuales. A nivel de posgrados en diseño, la UNLP y la UNNOBA ofrecen maestrías.

Santa Fe tiene una oferta universitaria robusta en las universidades públicas UNL y UNR, con carreras de diseño gráfico, industrial e indumentaria. La UNR incorporó en 2019 la licenciatura en Diseño Industrial y en 2023 las de Diseño de Indumentaria y Textil (con 1019 personas inscriptas en su primer año) y Diseño Gráfico (con récord de 1274 inscripciones en 2024), evidenciando una demanda creciente que está consolidando a Rosario como polo formativo de relevancia. En sus 13 años, la Escuela de Diseño de Indumentaria y Producción Textil capacitó a más de 10.000 personas. Chaco reporta 10 facultades o institutos y 6 carreras de diseño, siendo una de las provincias con mayor trayectoria formativa del NEA, con inicio en 1956. San Juan cuenta con la UNSJ-FAUD (arquitectura desde 1983, diseño industrial y gráfico desde 2000) y Universidad Siglo 21, con pasantías rentadas articuladas con el gobierno provincial. Salta tiene UCASAL, UNSA y la Escuela de Arte Tomás Cabrera, con 5 carreras, 97 egresados anuales y 853 estudiantes activos. Santiago del Estero ofrece diseño industrial (UNSE, desde 2012, con 400-500 alumnos/as activos), gráfico (UCSE, desde 1994) e indumentaria (Instituto Roberto Piazza). Misiones reporta 4 universidades (UCSF, UGD, UCP y UNaM, donde diseño gráfico data de 1993) con 12 títulos distintos entre licenciaturas y tecnicaturas, alrededor de 900 egresados/as históricos y 300 estudiantes activos.

Tucumán cuenta con la UNT (Tecnicatura en Diseño de Indumentaria y Textil, Diseño de Interiores y Equipamiento desde 1995), la Universidad San Pablo-T (Diseño Industrial y Diseño Textil e Indumentaria desde 2007) y la UNSTA (Diseño Gráfico y Multimedial), con 3 facultades y carreras que combinan oferta pública y privada. Corrientes tiene 4 instituciones y 12 carreras entre grado y pregrado, incluyendo Diseño Industrial en la UNNE (desde 2023), Diseño de Imagen Sonido y Multimedia en la FADyCC y oferta privada en la UCP. Entre Ríos, con oferta pública desde 2000, concentra su formación en Paraná (UADER, UNER, UCA), Gualeguaychú y Concepción del Uruguay, con entre 180 y 240 egresados/as anuales y 3000 estudiantes activos. La Rioja cuenta con la UNLaR (Licenciatura en Diseño y Producción Multimedial, desde 2013), Universidad Siglo 21 y el ISAC (Tecnicatura en Diseño Gráfico, desde 1995). Río Negro tiene instituciones con oferta en diseño gráfico, visual, indumentaria, interiores e industrial, incluyendo la UNRN y la Universidad de las Flores.

San Luis ofrece la Tecnicatura y Licenciatura en Diseño de Comunicación Visual (UNSL) y la Licenciatura en Diseño de Comunicación Visual (UCCuyo), con inicio en 1973. Formosa tiene oferta muy reciente, a través de la Universidad de la Cuenca del Plata (desde 2020) y el Instituto Superior de Arte Albertazzi, con formación básica de costura en escuelas secundarias como aproximación inicial. Tierra del Fuego cuenta con una tecnicatura terciaria en diseño gráfico desde 2004 (CENT 35). Catamarca tiene la Tecnicatura en Diseño Gráfico del Instituto Superior Hood, la carrera de Arquitectura en la UNCA y la Escuela Pública de Orfebrería, sin carreras universitarias específicas de diseño. En Jujuy y La Pampa todavía no hay formación universitaria en diseño disponible, aunque en Jujuy algunas escuelas secundarias privadas ya incluyen la asignatura de diseño gráfico, lo que constituye un primer acercamiento a la disciplina. En Santa Cruz, por su parte, aún no se registra oferta formativa oficial.

La vinculación entre la oferta formativa y el sector productivo es aún incipiente en la mayoría de las provincias. Los casos más concretos son San Juan –con pasantías rentadas entre la UNSJ-FAUD y el Ministerio de Turismo, Cultura y Deportes–, Misiones –con actividades permanentes de vinculación en MiDi– y Buenos Aires –con el programa de incubación de juegos de mesa y las formaciones gratuitas del Instituto Cultural–. Santiago del Estero articula con la UNSE y la UCSE a través del Nodo Tecnológico y el Programa Santiago Crece

con Vos. Chaco vincula pasantes de diseño gráfico, industrial e indumentaria con sus programas Chacú y VetaNoble. Los datos sobre egresados/as y estudiantes todavía son parciales: Salta (97 egresados, 853 estudiantes), Entre Ríos (180-240 egresados, 3000 estudiantes) y Misiones (900 egresados históricos, 300 activos) cuentan con registros relativamente sistematizados.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Oferta de formación oficial (niveles y disciplinas)	*Predomina el nivel terciario/universitario. El diseño gráfico es la carrera más extendida. Algunas provincias suman oferta en diseño industrial y de indumentaria.*	*Mendoza: FAD-UNCuyo, 1958, 10 carreras. Buenos Aires: 52 carreras. Santa Fe: UNL, UNR. Chaco: 10 facultades. San Juan: UNSJ-FAUD.*
Distribución territorial de la oferta formal	*Concentrada en capitales provinciales y ciudades universitarias.*	*Buenos Aires y Santa Fe tienen mayor distribución geográfica.*
Programas estatales de capacitación	*Presentes en pocas jurisdicciones, generalmente articulados desde áreas de Cultura o Producción.*	*Misiones: MiDi. Entre Ríos: laboratorios IC. Mendoza: Programa Colección Identidad. Buenos Aires: cursos gratuitos anuales.*
Formación no formal / comunitaria	*En la mayoría de los casos no se registran espacios de formación no oficial.*	*Formosa: cursos de costura básica en escuelas secundarias.*
Becas / certificaciones / profesionalización	*Aún limitadas y no específicas de diseño.*	*Entre Ríos: Instituto Becario. San Juan: pasantías con el gobierno provincial. Santiago del Estero: becas Diseño Argentino.*
Vínculo con universidades e investigación	*Aún baja. Pocos espacios formales de transferencia entre academia y sector.*	*Mendoza: UNCuyo como actor central del ecosistema. San Juan: UNSJ-FAUD con pasantías gubernamentales. Misiones: UNaM como articuladora de MiDi.*

Brechas y desigualdades identificadas

La principal brecha relevante es la concentración geográfica de la oferta educativa en las capitales provinciales. Además, en las provincias que todavía no cuentan con formación universitaria u oficial en diseño, quienes desean estudiar suelen trasladarse a otras provincias, lo que dificulta luego su inserción profesional en el lugar de origen. Contar con registros de personas egresadas y con un seguimiento de sus trayectorias permitiría conocer con mayor precisión el impacto de la formación en el mercado laboral local. La

incorporación del diseño en las primeras etapas de la educación, como la formación técnica o los niveles iniciales, es otra oportunidad para ampliar el impacto del sector, ya que por ahora hay poca información y pocas acciones en este campo.

Otro desafío es fortalecer la articulación entre los sectores productivo, cultural y académico. Por ejemplo, casi todas las provincias identificaron el diseño de indumentaria y textil como su principal rubro productivo, aunque la formación superior se concentra mayormente en otras disciplinas.

Síntesis federal del sector

Fortalezas

- Actividad de diseño extendida en todos los territorios, con especificidades culturales que atraviesan sectores, actores y tecnologías propias de cada lugar.
- Fuerte impacto económico y cultural.
- Experiencias provinciales innovadoras que sirven de modelo. Misiones, Mendoza, Chaco y Buenos Aires desarrollaron iniciativas que combinan formación, circulación, financiamiento y articulación sectorial de manera integrada. Son modelos replicables o adaptables a otras jurisdicciones.
- La vinculación del diseño con sectores como la indumentaria, la gastronomía, el mobiliario, los productos digitales y los alimentos procesados es reconocida en la mayoría de las provincias como una fortaleza estratégica. Esta transversalidad del diseño como insumo productivo facilita la articulación intersectorial de políticas.
- Consolidación de asociaciones y organismos intermedios. Aunque aún minoritaria, la existencia de asociaciones profesionales en varias provincias –ADIMZA y APDM en Mendoza, ADIPA en La Pampa, EDAF en Formosa, Colegio de Diseñadores en Misiones y Tucumán– marca una tendencia hacia la organización del sector, que puede ser fortalecida con políticas de fomento al asociativismo.

Principales desafíos y brechas

- Generar áreas específicas que lleven la agenda de diseño. Crear o fortalecer áreas estatales específicas con mandato, presupuesto y equipo técnico propio. El relevamiento muestra que las

provincias con mayor desarrollo sectorial son aquellas que cuentan con áreas de diseño con identidad institucional propia.

- Ampliar la gestión del diseño más allá del emprendedurismo, para incluir a los proveedores de servicios de diseño y a las pymes en las que el diseño es un motor de su propuesta de valor en términos culturales, productivos y comerciales.
- Promover el asociativismo e impulsar redes que ayuden a articular el sector privado con el académico desde la acción pública.
- Revisar cadenas de valor donde la provincia tiene impacto cultural y económico para ampliar la agenda hacia otros sectores; sin subestimar el textil, ampliar a alimentos y productos digitales.
- Posibilidad de articular desde Cultura con otras áreas provinciales, nacionales y privadas vinculadas a la promoción, producción, financiación e internacionalización del diseño local.
- Desarrollar instrumentos de financiamiento sectorial propios. Las provincias podrían diseñar líneas de fomento específicas –becas, subsidios a la producción, concursos con premio económico– diferenciadas de los programas generales de emprendedurismo y articuladas con las áreas de Cultura, Producción e Innovación, incluyendo contenidos de gestión del diseño y la innovación para ayudar a que los proyectos escalen.
- Promover programas integrales desde las industrias culturales para articular la promoción con la producción.

Experiencias provinciales destacadas

Misiones: Misiones Diseña (MiDi)

El programa MiDi combina un espacio físico de trabajo colaborativo con laboratorios sectoriales –incluyendo asesoría legal especializada en patentes–, articulación con el sistema educativo, participación en ferias internacionales de moda (Madrid Fashion Week, Milán Fashion Week 2025) y marcos normativos propios (Ley VIII-N° 89 y Ley VI-N° 283). Es un caso de referencia por su modelo de gestión, con estructura propia y presupuesto definido.

Mendoza: Industrias Creativas

La provincia cuenta con una oferta formativa en diseño diversificada, articulada en torno a la Facultad de Artes y Diseño de la UNCuyo –una de las más antiguas del continente– y complementada por universidades

privadas. La Dirección de Industrias Creativas organiza Comecoco, un evento (seis ediciones, 1.000-1.500 asistentes) que opera como espacio de encuentro entre diseñadores, empresas y el Estado. El programa Colección Identidad complementa la oferta con un espacio de creación, muestra y catálogo.

Chaco: Chacú y Veta Noble

La provincia identificó potencial a partir de recursos locales como la madera y el algodón, y desarrolló dos programas consolidados para aportar valor desde el diseño: Chacú y Veta Noble, impactando con asistencias técnicas, financiamiento y herramientas de promoción de modo sistematizado y estratégico que favorece el escalamiento de estas cadenas de valor.

Informe sectorial

EDITORIAL

Coordinadora
Betsy Cohen

Informe sectorial

EDITORIAL

21
PROVINCIAS RELEVADAS

Buenos Aires, Catamarca, Chaco, Chubut, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Jujuy, La Pampa, La Rioja, Mendoza, Neuquén, Río Negro, Salta, San Juan, San Luis, Santa Cruz, Santa Fe, Santiago del Estero, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur y Tucumán.

Este diagnóstico se elaboró a partir de una estrategia cualitativa basada en entrevistas semiestructuradas en dos fases. En la primera se aplicó un cuestionario autoadministrado dirigido a referentes e informantes clave de cada provincia. La segunda etapa incorporó entrevistas en profundidad. Por su diseño cualitativo, las opiniones relevadas no constituyen necesariamente una muestra representativa, pero permiten identificar hipótesis y líneas de análisis. Durante el proceso, también se observaron limitaciones en la disponibilidad y la calidad de la información, así como diferencias en el uso de algunos conceptos técnicos. Estas limitaciones fueron consideradas en el análisis de los resultados.

INTRODUCCIÓN

Este diagnóstico brinda un marco general de la coyuntura del ecosistema del libro en las provincias argentinas, comprendiendo como tal el sistema en el cual el libro funciona como mercancía cultural (desde su creación hasta su apropiación en prácticas de lectura), con un entramado de actores con distintos niveles de formalización, capacidades económicas y grados de inserción territorial.

La primera tensión analítica radica en que, si bien el abordaje desde las industrias culturales supone considerar al sector en tanto actividad económica, no existe una mirada homogénea a nivel federal sobre el lugar del libro como objeto productivo. Esta heterogeneidad conceptual se expresa tanto en la jerarquización del sector dentro de las agendas provinciales, como en los criterios de definición de sus actores relevantes, lo que incide en las formas de intervención pública y en la disponibilidad de información para su análisis.

En términos económicos, el sector editorial resulta un pilar de la cultura nacional. En 2024 fue el segundo con mayor participación en el Valor Agregado Bruto (VAB) cultural, con el 21,9 % y solo por debajo del sector audiovisual. No obstante, la participación del sector en el empleo fue del 8,9 %, lo que da cuenta de una estructura productiva concentrada y difícil de sostener para actores de menor escala.

Al mismo tiempo, existe una mayor productividad relativa en determinados eslabones de la cadena, lo que refuerza las brechas entre actores según su grado de integración productiva y escala, tanto a nivel local como en relación con mercados internacionales. En este marco, el sector presenta además un déficit comercial estructural de larga data, históricamente asociado a una inserción internacional concentrada en la región y a la dependencia de mercados externos en ciertos segmentos de la producción.

A la contracción del VAB (-13,4 % interanual) y el déficit comercial en bienes culturales de más de 55.000 millones de pesos –según datos sobre 2024 del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC)– se les suma el incremento de los costos asociados a la producción y circulación del libro, en un escenario de creciente dependencia de insumos y servicios del exterior, como la importación de servicios de impresión, principalmente de China. Otras problemáticas persistentes son el

encarecimiento del papel y la logística, los retrasos en la cadena de pagos y la falta de acceso a financiamiento. En este contexto, si bien el sector presenta barreras de entrada relativamente bajas facilitadas por tecnologías como la impresión bajo demanda, existen también limitaciones estructurales en la producción y la distribución, lo que impacta en el tamaño de las tiradas, en los planes editoriales y en la búsqueda de canales alternativos de comercialización, incluyendo la venta directa y digital.

El principal marco de protección, en términos de normativa, es la Ley Nacional del Libro (Ley N° 25.446) que diferencia a la Argentina de otros países de la región y cuenta con un amplio consenso entre las organizaciones gremiales del ecosistema. Esta ley establece que cada obra debe contar con un precio único de venta al público (PVP) fijado por su editor, que debe ser respetado por todos los canales de venta para garantizar una competencia equilibrada y evitar la concentración en grandes cadenas o plataformas. Fue sancionada con el fundamento de que el libro es un bien cultural estratégico para la circulación de ideas, la identidad y el desarrollo social. El precio fijo fortalece a las editoriales y librerías pyme, promueve la bibliodiversidad y sostiene una red de producción y acceso a la lectura reconocida a nivel regional. El control efectivo del precio fijo protege la rentabilidad de los puntos de venta minoristas en un mercado competitivo, asegurando la sostenibilidad de las librerías locales frente a las grandes cadenas y plataformas digitales.

Sin embargo, la vigencia de esta ley no impide que en algunas plataformas de comercio electrónico se ofrezcan libros por debajo del precio de venta al público (PVP) fijado por el editor.

Por otro lado, el sector presenta un problema de acceso a la información, ya que faltan sistemas integrados para dimensionar con precisión la actividad editorial en todo el país. La producción, la infraestructura de distribución y la red librera se concentran principalmente en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), mientras que en gran parte del territorio persisten las limitaciones de escala, los elevados costos logísticos y una menor densidad de mercado. Estos factores limitan el desarrollo de los circuitos locales y refuerzan la dependencia con los grandes centros urbanos.

Esta concentración coexiste con una desconcentración en otros componentes del ecosistema: la proliferación de ferias del libro locales y regionales, la presencia extendida de bibliotecas populares y las comunidades autorales distribuidas por el territorio construyen un panorama diverso, sobre todo en los tramos de creación y promoción de la lectura. Estos espacios cumplen un rol relevante en la dinamización cultural y en la construcción de alternativas de circulación.

En cuanto a las prácticas de lectura, el 51 % de la población declara haber leído al menos un libro en el último año, con fuerte incidencia de la lectura con fines educativos. Fuera de esos marcos, el libro enfrenta una creciente competencia por el tiempo de ocio, en un entorno atravesado por la expansión de plataformas digitales y nuevas formas de consumo cultural. En este escenario,

bibliotecas populares, mediadores de lectura y experiencias comunitarias, continúan siendo actores clave para sostener y ampliar el acceso, y en paralelo emergen nuevas dinámicas de recomendación y circulación que reconfiguran los vínculos con el libro.

En un contexto de fragilidad del mercado comercial y falta de sistemas de información sistematizada, las políticas para el sector se ordenan principalmente en torno a un tejido denso de ferias provinciales, fondos editoriales públicos que resultan los principales garantes de la bibliodiversidad y un modo de producción basado en la autoedición. En consecuencia, predomina una "solidaridad mecánica" basada en vínculos afectivos y voluntarismo, en lugar de una interdependencia industrial profesionalizada (orgánica), con dificultades para abordar las políticas sectoriales desde una economía de la cultura.

Eje 1 Circulación y exhibición

La circulación y exhibición del libro comprende un conjunto de prácticas, espacios y actividades que actúan como facilitadores del libro como objeto y práctica de lectura.

A nivel comercial son las editoriales, pero sobre todo las cadenas de librerías, las ferias y los eventos, los agentes de comercialización del libro como producto. Y si bien como tal el libro es un objeto relativamente portable, la escala geográfica del país y la falta de un sistema de información integrado del sector dificultan el desarrollo del tejido librero.

La estructura está altamente concentrada en términos territoriales y productivos. La mayor parte de la actividad se localiza en la Ciudad y la provincia de Buenos Aires, seguidas a considerable distancia por Córdoba y Santa Fe, donde se emplaza el grueso de las editoriales con actividad sostenida. Este patrón se replica en la disponibilidad de servicios asociados (impresión, distribución, comercialización) y condiciona el desarrollo del resto del país en función de la cercanía y el transporte a estos nodos.

En paralelo, es generalizada la tendencia a reducir las tiradas: a nivel nacional, las primeras ediciones rara vez superan los 600 ejemplares (entre pymes editoriales) y no suelen pasar de 100 ejemplares cuando se trata de una autoedición, lo que limita las posibilidades de circulación más

allá de los mercados locales y encarece el costo unitario. La modalidad de preventa se convirtió, sobre todo después de la pandemia, en una estrategia no solo de financiamiento para la autoedición, sino también de ajuste de la producción con base en la microsegmentación de públicos entre editoriales más consolidadas para mejorar los costos de producción.

En este contexto, la producción de baja escala es estructural en las provincias. Las dificultades de acceso a distribuidoras, los altos costos logísticos y la escasa densidad de mercado restringen tanto la circulación interprovincial como, en algunos casos, la intraprovincial. Esto favorece la expansión de la autoedición y de modalidades híbridas de publicación: proliferan los servicios editoriales pagos financiados por los propios autores y adquieren relevancia las ediciones impulsadas por el sector público y el ámbito académico a través de fondos editoriales, concursos y editoriales universitarias.

Las provincias describen los fondos editoriales públicos como un actor central del entramado editorial local, en tanto constituyen uno de los principales instrumentos para promover autorías, identidades regionales y, en algunos casos, la visibilización de lenguas y tradiciones culturales específicas. En este sentido, su relevancia a escala subnacional excede su peso en términos estrictamente productivos.

La edición institucional, que representa alrededor del 2 % de las obras registradas ante la Agencia Argentina de ISBN, tiene una incidencia simbólica significativa en las provincias, especialmente en contextos donde la actividad editorial privada tiene una escala limitada. No obstante, su funcionamiento está en permanente tensión entre la construcción de catálogos sostenidos (asociados a la bibliodiversidad) y su dependencia de los ciclos de gestión, que impactan en la continuidad de las políticas.

Algunas jurisdicciones cuentan con marcos normativos que mitigan esta tensión garantizando convocatorias periódicas y mecanismos de selección relativamente estables. En otras, estos dispositivos funcionan como la única alternativa de publicación no arancelada disponible. De manera incipiente, algunos fondos editoriales comienzan a articular con actores locales, estimulando la cadena de valor, y otros ofrecen servicios al autor, aunque estas experiencias no configuran una tendencia generalizada.

En cuanto a los espacios de comercialización y circulación, el sector librero muestra una fuerte concentración en capitales provinciales y grandes centros urbanos. Coexisten tres grandes tipologías: cadenas nacionales, con escaso o nulo catálogo de producción local; librerías pyme (muchas veces combinadas con papelerías) que tienden a retraerse o desaparecer, especialmente en ciudades intermedias; y librerías independientes ubicadas en polos urbanos o zonas con alta densidad educativa, donde se desempeñan activamente como mediadoras culturales y, en ocasiones, desarrollan estrategias de visibilización de editoriales locales.

Frente a la retracción del sector, emerge también la figura del "librero sin librería", que comercializa catálogos curados –mayormente de novedades, pero también en algunos casos de usados– a través de redes sociales, evidenciando procesos de informalización y reconversión laboral. Fuera de estas adaptaciones, es baja la adopción de herramientas digitales de gestión y comercialización en buena parte del sector.

Las ferias del libro resultan uno de los principales espacios de encuentro, exhibición y, en menor medida, comercialización. Van desde modelos de alta capilaridad territorial, con eventos distribuidos en múltiples municipios, hasta ferias concentradas en ciudades capitales o con organización regional. Sin embargo, el crecimiento en la cantidad de ferias no siempre va acompañado de continuidad: en los últimos años, algunas se interrumpieron o se suspendieron por restricciones presupuestarias. En general, estos eventos cumplen un papel importante en la visibilidad y el reconocimiento de autores y editoriales, aunque todavía no funcionan como canales de venta estables.

Si bien en el ámbito nacional no se identificaron instancias de coordinación de la agenda de ferias o de intercambio, provincias de la región norte han articulado fechas para evitar que los eventos compitan entre sí. Además, elaboraron un catálogo de 40 ferias para 73 municipios. Otras provincias trabajan en una agenda ferial que permita coordinar los eventos institucionales y privados.

A nivel regional, se destaca la experiencia de la Feria del Centro, itinerante entre tres provincias norteñas, que ya cumplió 10 años y se consolidó como política de Estado, permitiendo que autores de diferentes provincias circulen y reciban rendiciones por sus ventas de forma coordinada. En la región patagónica está consolidada la participación conjunta en Feria del Libro de Buenos Aires a través del Ente Cultural. Sin embargo, persiste un problema logístico entre las ferias locales: es más barato enviar libros de una provincia a Buenos Aires que entre provincias vecinas. En la región cuyana, en tanto, se articularon stands regionales y existe un proyecto para que la Feria de Mendoza funcione como un nodo regional que acompañe y fortalezca a las provincias vecinas que no cuentan con ferias tan extendidas.

El sistema de bibliotecas, por su parte, presenta una mayor capilaridad territorial, pero funciona de manera fragmentada. Las bibliotecas populares –muchas articuladas a través de la Comisión Nacional de Bibliotecas Populares (CONABIP)– tienen relativa autonomía de las políticas culturales provinciales, lo que dificulta su integración en estrategias de circulación del libro y promoción de la lectura que estimulen el comercio. En varios territorios, especialmente donde son escasas las librerías, estas instituciones asumen funciones ampliadas como centros culturales comunitarios. Sin embargo, la articulación entre áreas de Cultura y Educación –responsables, respectivamente, de la promoción lectora y de las bibliotecas escolares y compras públicas– es todavía incipiente.

Fortalecerla permitiría desarrollar políticas coordinadas que impulsen la demanda y beneficien a la producción local.

El relevamiento no identificó iniciativas vinculadas a la llamada "comunidad BBB" (*bloggers*, *booktubers* y *bookstagrammers*), una forma de promoción de la lectura impulsada principalmente por jóvenes que recomiendan libros, sobre todo juveniles, en blogs, YouTube e Instagram.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Caracterización de la edición	*Percepción de la edición pública como principal vía de edición. Crecimiento de la autoedición en términos productivos, en baja escala. Políticas de articulación todavía escasas. Concentración de la producción debido a baja escala. Rentabilidad en baja. Emergencia de microemprendimientos. Dificultades para la comercialización por la baja escala y rentabilidad, a lo que se suma la retirada de distribuidoras.*	*Producción pública: Fondo Editorial Neuquino, Ediciones Bonaerenses, Fondo Editorial de la Provincia del Chubut, Editorial de Entre Ríos, Editorial Plano (La Pampa), Ediciones Culturales de Mendoza, Fondo Editorial Rionegrino, Fondo Editorial de la Secretaría de Cultura de la Provincia de Salta, San Luis Libro, Editora Cultural Tierra del Fuego, Fondo Editorial de la Cámara de Diputados de la Provincia de San Juan, Fondo Editorial Pampeano.* *Santa Fe: Espacio Santafesino, que funciona como un dispositivo de fomento y estímulo a la producción de bienes culturales, incluyendo el sector editorial.* *La Rioja: Plano Editorial, bajo la órbita de la Coordinación de Letras de la Secretaría de Culturas de la provincia. Concursa ediciones y ofrece servicios (corrección sin costo, cartera de contactos). Los libros se comercializan y difunden principalmente a través de la Tienda Libros Riojanos, espacio central para visibilizar la literatura local.*
Circulación y acceso al libro	*Retracción del circuito librero ligada a la caída del consumo. Concentración de las librerías en capitales y ciudades cabecera. Presencia*	*Rosario: acuerdo modelo donde las librerías "de autor" dedican el 10-20 % de su espacio a sellos locales.*

	de librerías de cadena en los centros comerciales/ciudades capitales. Emergencia de libreros sin librería física en contexto de subempleo. Creación de librerías propias de los fondos para la exhibición y, en algunos casos, venta de autores locales. Compensación en el acceso al libro a través de compra online. Bibliotecas populares en la mayoría de las localidades.	*Mendoza, La Rioja, Catamarca y La Pampa: librerías públicas propias o tiendas oficiales para libros locales.* *Salta: registro ponderado de ventas a modo de "software de gestión de ventas" para gestionar la gran cantidad de obras (autoeditadas) que reciben para la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires.*
Concentración geográfica	*Baja capilaridad de librerías hacia el interior de las provincias. En las localidades que no son cabecera o capital de provincia, la circulación se da en el comercio online y en las ferias y librerías itinerantes.*	-
Presencia de producción local	*Comercialización concentrada en circuitos locales. Ferias y librerías de los fondos públicos como principal espacio para la producción local.*	*Entre Ríos: Casas de la Cultura como puntos de retiro.* *La Pampa: Arte Propio como espacio de comercialización directa que rinde a escritores/as o editores/as.*
Eventos y ferias	*Extenso tejido de ferias nacionales y locales sobre la cuales se sostiene la red de libreros y editores locales. Dificultades para sostener intercambios interregionales e internacionales debido a caída en el financiamiento. Debilitamiento de la red de bibliotecas.*	-

Brechas y desigualdades identificadas

- Fuerte concentración geográfica de la producción combinada con una baja capilaridad del entramado librero.
- Logística como barrera estructural. Los costos y la complejidad del transporte aumentan significativamente a medida que se incrementa la distancia respecto de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) y de otros polos productivos como Córdoba y Santa Fe. En este contexto, la distribución formal muchas veces no resulta viable, dando lugar a circuitos informales o alternativos.
- Baja visibilidad de la producción local en los canales de comercialización y difusión.
- Desigualdad en la escala y los modelos de producción, donde la autoedición funciona como principal estrategia de respuesta ante la falta de una industria editorial consolidada.
- Dependencia de las ferias del libro como principal –y en algunos casos único– canal de comercialización directa para autores/as locales no consagrados/as. Este esquema presenta alta fragilidad, particularmente en contextos de retracción del financiamiento público: la reducción del apoyo estatal deriva en la discontinuidad o suspensión de ferias.

Eje 2 Datos e indicadores

A nivel provincial, la producción de datos sobre el sector todavía es parcial y poco sistematizada. Cerca de la mitad de las provincias entrevistadas cuenta con áreas dedicadas al relevamiento de información, aunque todavía son pocas las que trabajan con indicadores consistentes y sostenidos en el tiempo.

En la mayoría, los datos producidos tienen un uso predominantemente interno o administrativo y no están disponibles en formatos abiertos o accesibles. Esto limita su sistematización, comparación y validación externa. Tampoco se identificaron

políticas explícitas de datos abiertos y, en muchos casos, la información se almacena de forma descentralizada en herramientas informales.

Los indicadores más frecuentes se vinculan a actividades específicas, principalmente ferias y premios, que son espacios de contacto con los actores del sector pero generan información acotada. En ferias se releva asistencia, cantidad de expositores/as y, ocasionalmente, volumen de ventas y tipología de obras. En premios, en cambio, la información se restringe mayormente a datos de contacto.

Algunas provincias avanzaron en registros más sistemáticos, como mapeos de librerías y bibliotecas, aunque son esfuerzos aún incipientes y heterogéneos. En general, los datos recolectados todavía se utilizan poco para diseñar o ajustar políticas públicas. Por ahora, se identificó un solo caso en el que la información relevada se aplica a mejorar aspectos operativos, en este caso, de una feria.

Un problema transversal es la dispersión de la información y la dificultad de acceso a datos producidos por otras áreas del Estado, como los ministerios de Educación. Esta dispersión se acentúa cuando la información está en manos de actores privados, como las cámaras sectoriales, con los que los organismos provinciales no tienen canales de intercambio establecidos. Esto impacta tanto en el conocimiento de los agentes del sector como en la construcción de una visión integral de la inversión pública.

Esta limitación es particularmente significativa en las compras públicas de libros, uno de los principales mecanismos de financiamiento indirecto del sector, que en muchos casos se canalizan a través de áreas gubernamentales distintas de las responsables de las políticas culturales, sobre todo las de Educación. Fortalecer la articulación y el intercambio de información entre estos organismos permitiría dimensionar con mayor precisión el volumen de esa inversión y daría lugar a que las áreas de Cultura puedan incidir en su orientación.

En este contexto, la informalidad estructural del sector (especialmente en microemprendimientos y autoediciones) limita la validez de indicadores tradicionales como el registro ISBN, que no resulta representativo ya sea por decisiones ideológicas vinculadas a la edición independiente o por percepciones de

complejidad administrativa. También aparecen limitaciones asociadas al criterio de registro del ISBN, que atribuye la producción al domicilio legal del agente editor. Esto genera distorsiones en la lectura territorial de la actividad, en tanto una proporción significativa de obras producidas por autores de distintas provincias es canalizada a través de servicios editoriales radicados en el AMBA. Como resultado, parte de la producción federal queda estadísticamente concentrada allí, dificultando la reconstrucción de circuitos locales de producción y circulación.

Las limitaciones en la gestión de datos también responden a la escasez de recursos humanos y técnicos. Los equipos dedicados a estas tareas suelen ser reducidos y carecen de tiempo o formación específica para desarrollar análisis longitudinales. Cuando hay articulación con universidades, el conocimiento generado tiende a quedar en los circuitos académicos y circula poco entre los actores del sector. Se observa una dispersión de los recursos existentes, que todavía no logran articularse entre sí.

En algunas provincias, las universidades nacionales aparecen como actores estratégicos para fortalecer la producción y análisis de datos, mientras que en otras el diálogo es más difícil. Su potencial como espacio de articulación y apoyo técnico depende, en buena medida, del vínculo que se construya en cada caso y de las particularidades de cada comunidad.

La reticencia del sector a la formalización (asociada a la desconfianza en el uso de los datos) y la discontinuidad de las políticas públicas están entre los principales obstáculos para avanzar en una gestión más profesionalizada de la información. La reiteración de relevamientos sin continuidad contribuye al desgaste de los actores y debilita la calidad de la información.

Por último, el debilitamiento de las políticas nacionales de información cultural también incide en este escenario, ya que deja un vacío en la coordinación y estandarización de datos, lo que dificulta aún más la producción sistemática de información sectorial en las provincias.

En el relevamiento se identifican asimetrías entre las provincias en relación con la disponibilidad, sistematización y uso de información para el diseño y seguimiento

de políticas públicas del sector. Estas diferencias se vinculan, en parte, con la trayectoria y el grado de desarrollo de los ecosistemas editoriales locales, así como con la presencia de capacidades institucionales orientadas a la producción de datos.

Es baja la consolidación de sistemas de información que permitan construir indicadores comparables y sostenidos en el tiempo, lo que dificulta el seguimiento de la actividad más allá de las gestiones específicas. Esto restringe la posibilidad de elaborar diagnósticos integrales y de orientar intervenciones basadas en evidencia, particularmente en las jurisdicciones donde el sector tiene menor escala o está menos institucionalizado.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Existencia de área que releva datos	*La mayoría de las jurisdicciones no cuenta con un área específica dedicada exclusivamente al relevamiento estadístico del sector del libro. Estas funciones suelen depender de áreas generales de Cultura o, en algunos casos, de subsecretarías de Educación.*	*Buenos Aires: Sistema de Información Cultural BASIC, desarrollado con asistencia de la UNESCO.* *Santa Cruz: desarrollo en curso del Sistema de Información Cultural de Santa Cruz (SICS), siguiendo los lineamientos del SInCA nacional.* *Mendoza: capacidades institucionales en su Secretaría de Cultura, aunque sin observatorio especializado.*
Actualización de registros de agentes	*Muchas jurisdicciones conservan registros elaborados en gestiones anteriores, aunque en general están desactualizados o tienen un bajo nivel de desagregación.*	*Neuquén: registro provincial de trabajadores/as de la cultura que incluye al sector editorial y ofrece un listado de participantes del sector actualizado cada año. Se usa para comunicación, concursos y convocatorias, los comicios bianuales del FEN y la elección de miembros del cuerpo colegiado.*

		Tierra del Fuego: registro de trabajadores/as Entramado Cultural, con 23 perfiles profesionales del sector letras.
Indicadores de actividad disponibles	*No hay un sistema generalizado de publicación de información sobre el sector. Tampoco se utilizan de manera sistemática herramientas como el análisis de ISBN, aunque su alcance es limitado debido al alto nivel de informalidad del sector. El relevamiento de audiencias es discontinuo y se utiliza principalmente para la gestión interna.*	*Santa Cruz: el SICS publica indicadores de cantidad de bibliotecas y de ferias.*
Datos sobre consumos culturales y hábitos de lectura	*La asistencia a ferias es la medición más extendida. La información sobre hábitos de lectura es producida mayormente por los ministerios de Educación, con foco en la comprensión lectora.*	*Buenos Aires: recorte sobre la Encuesta Nacional de Consumos Culturales.*
Información sobre cadena de valor	*La información disponible todavía es parcial. Aunque las imprentas son el eslabón más relevado, los listados suelen ser de uso interno y no se comparten entre jurisdicciones.*	*San Luis: la provincia y su Universidad Nacional crearon un relevamiento conjunto utilizando una plataforma propia de la Universidad Nacional de San Luis (UNSL), que además ofrece capacitaciones breves para actores que brinden información.*
Accesibilidad y publicación de datos	*Todavía hay distancia entre la producción de datos y su puesta a disposición del sector. La información circula sobre todo dentro del Estado y en ámbitos académicos.*	*La articulación con universidades nacionales (San Luis) aparece como el principal soporte para profesionalizar la gestión de datos. Sin embargo, estos vínculos no siempre se traducen en dispositivos institucionalizados permanentes, como los observatorios.*

Brechas y desigualdades identificadas

Se observan diferencias entre jurisdicciones en relación con la capacidad de producir, sistematizar y utilizar datos sobre el sector. Tres provincias cuentan con esquemas de gestión de datos con un nivel de desarrollo incipiente, donde se

identifican avances en la construcción de registros más sistemáticos o en la generación de algunos indicadores, aunque todavía no alcanzan un grado de consolidación o continuidad en el tiempo. En la mayoría de las jurisdicciones, este desarrollo todavía es limitado o está en etapa inicial, lo que acentúa las diferencias entre provincias en la disponibilidad y la calidad de la información.

Eje 3 Normativa y gobernanza

El marco institucional y normativo del sector editorial presenta importantes diferencias entre provincias. Si bien algunas jurisdicciones cuentan con legislación pionera, en la mayoría predominan las estructuras administrativas dispersas y la falta de equipos técnicos especializados.

En la mayoría de las jurisdicciones, la gestión del sector editorial está a cargo de las áreas generales de Cultura o de Educación, y todavía no cuenta con una dirección específica ni con un presupuesto propio.

Las estructuras varían considerablemente entre provincias. En Tucumán, el área depende del Ente Cultural, que tiene rango de secretaría y funciona en la órbita del Ministerio de Educación. En Mendoza y Tierra del Fuego, en cambio, existe una coordinación de ediciones culturales o un organismo con rango de dirección provincial. Por su parte, en Jujuy y San Juan el sector se gestiona desde las coordinaciones de letras o de bibliotecas.

En casi todas las jurisdicciones, los equipos de trabajo son muy reducidos, de entre una y cinco personas, lo que limita la posibilidad de desarrollar políticas de alcance territorial.

En el plano legislativo, todavía hay distancia entre las normas y su aplicación efectiva. Las que lograron sostenerse en el tiempo son, sobre todo, las que crearon fondos editoriales institucionales. Las leyes de mecenazgo, en cambio, presentan dificultades de implementación. Algo similar ocurre con las leyes específicas de fomento del libro, que en general no están reglamentadas o no se aplican.

La participación del sector privado en las políticas públicas es, en general, informal. Los espacios de diálogo suelen ser esporádicos y no están institucionalizados como consejos asesores permanentes. Autores y autoras con mayor trayectoria integran las comisiones de ferias y bibliotecas populares, y la Sociedad Argentina de Escritores (SADE) tiene representación en la mayoría de las provincias relevadas. Los/as editores independientes (o libreros/as) suelen activarse en torno a eventos o convocatorias puntuales, aunque todavía no se organizan de manera colectiva y sostenida.

En las respuestas, en cambio, no aparecen los eslabones técnicos de la cadena, como la traducción y la corrección, ni los vinculados a la producción industrial. Las papeleras y las distribuidoras de papel tampoco suelen considerarse parte de la cadena de valor, ya que las políticas públicas se concentran en los pequeños emprendimientos, en los autores y las autoras, y en la edición independiente.

Las propias áreas definen la relación entre Cultura y Educación como el "gran motor pendiente", ya que en general se limita a intercambios puntuales. Lo mismo ocurre con los programas nacionales, como el Mercado de Industrias Culturales Argentinas (MICA) o el Plan Nacional de Alfabetización (PNA).

El PNA, creado en 2024, pone el acento en la comprensión lectora, sobre todo en los primeros años de la escolaridad. El Plan Nacional de Lectura que lo precedió, en cambio, se centraba en la mediación y en la formación de comunidades lectoras, e incluía la entrega de bibliotecas escolares con una amplia variedad de literatura de ficción.

En el caso del MICA, las provincias que participaron no lo señalan como una instancia significativa para los actores de su región, sobre todo porque estos no cuentan con herramientas suficientes para aprovechar las rondas de negocios.

Hallazgos clave

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Existencia de área estatal específica	*La mayoría de las jurisdicciones no cuentan con un área dedicada exclusivamente al sector editorial o del libro, y su gestión se integra en las áreas generales de Cultura o de Educación.*	*Neuquén: Dirección General para Fondos Editoriales con presupuesto propio.*

Rango institucional	*Predominan las áreas de rango medio o bajo, como coordinaciones o departamentos, que funcionan con equipos reducidos, de entre una y cinco personas.*	*Córdoba y Jujuy: cuentan con un marco normativo, aunque todavía no avanzaron en su aplicación.*
Normativa vigente específica del sector	*Todavía hay distancia entre las leyes de fomento, orientadas más a lo cultural que a lo económico, y su aplicación efectiva. Muchas provincias cuentan con normas que aún no están reglamentadas o que no tienen un presupuesto asignado.*	*Legislación que otorga autonomía financiera o compromisos mínimos a edición a los Fondos editoriales provinciales para la producción.*
Espacios de diálogo / consejos sectoriales	*La participación del sector privado es, en general, informal y esporádica. Algunos actores de la cadena de valor, principalmente autores, autoras y bibliotecarios, cuentan con representación gremial, aunque no forman parte de consejos asesores permanentes. Su participación suele limitarse a instancias puntuales, como concursos o convocatorias para ferias.*	*Algunas provincias organizaron encuentros de bibliotecas y reuniones con libreros.*
Articulación con Nación y municipios	*La vinculación con los programas nacionales es dispar y algunas jurisdicciones señalan que no cuentan con el acompañamiento ni los recursos necesarios para llegar a todo su territorio. La articulación con los municipios, en cambio, es intensa en la organización de las ferias del libro locales, aunque se reduce cuando se trata de otras acciones.*	*Entes culturales regionales como respuesta a problemáticas puntuales.*
Trabajo interministerial	*La articulación entre las áreas de Cultura y de Educación es el gran motor pendiente. En general, su relación se limita a intercambios puntuales: cada área trabaja por separado, sin una política coordinada de compras o de fomento.*	-

Brechas y desigualdades identificadas

Los marcos legales más robustos cuentan con leyes de fondo editorial con presupuesto asignado y estructuras administrativas con rango de dirección, que en su mayoría apuntan a la autonomía financiera de los fondos editoriales y/o librerías provinciales.

Algunas provincias cuentan con marcos normativos para el fomento del sector que todavía no están plenamente reglamentados ni en funcionamiento. A esto se suma que las áreas específicas y los equipos técnicos dedicados son reducidos.

La institucionalidad se concentra en las capitales. Fuera de ellas, la actividad vinculada al libro depende sobre todo de las bibliotecas populares y de gestores culturales locales, que suelen trabajar sin conexión con la cadena comercial y a quienes, en muchos casos, la gestión pública no conoce en profundidad.

Eje 4 Financiamiento

El financiamiento del sector editorial en las provincias es frágil. El apoyo público es la principal fuente de recursos, aunque suele estar disperso, y el financiamiento privado es escaso o se limita a la autoedición. No se observa una política de financiamiento integral adaptada a la escala de las microempresas y pymes editoriales, y predominan los instrumentos de asistencia puntual o de fomento cultural indirecto.

Los estados provinciales intervienen principalmente a través de cuatro mecanismos: premios y concursos, sostenimiento de fondos editoriales propios, apoyo logístico para eventos (principalmente para la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires) y compras directas.

Los concursos, becas y premios son las herramientas más extendidas y funcionan como el principal motor de publicación para autores/as locales: suelen consistir en la edición de la obra y la entrega de un porcentaje de ejemplares, así como su distribución gratuita entre bibliotecas, escuelas y otros puntos institucionales. En general, las políticas se orientan más a la promoción artística que al fomento productivo, y los concursos funcionan sobre todo como un instrumento de reconocimiento y legitimación entre pares.

Esto se vincula con otra política que funciona también como instancia de validación: el apoyo estatal con financiamiento logístico para participar en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires. En algunos casos, la feria provincial muestra un impacto económico claro con alto retorno para el sector, aunque todavía no hay información sistematizada sobre cuánto de esa inversión beneficia a las pymes más allá del evento. Algo similar ocurre con las políticas de fomento para participar en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, dado que resulta complejo medir su contribución al desarrollo sostenido de los actores participantes, especialmente en inserción comercial y fortalecimiento de capacidades. Esto limita la evaluación del impacto de estas iniciativas, más allá de la instancia puntual del evento.

Otro instrumento de financiamiento indirecto son los fondos editoriales. Al asumir el rol de editor, el Estado financia los costos de diseño e impresión de las obras seleccionadas, aunque los presupuestos para estos fondos suelen ser reducidos o variables.

En lo que respecta a líneas de crédito y otras herramientas financieras, las opciones son limitadas. Una provincia mencionó una línea de crédito que financia hasta 30 millones de pesos para activos físicos, capital de trabajo y prefinanciación de eventos para industrias culturales. En cuanto al financiamiento privado, en cambio, varias provincias cuentan con leyes de mecenazgo, con implementación aún en proceso.

Por otro lado, existe la oportunidad de desarrollar estrategias consolidadas para la articulación con actores privados de la cadena productiva, ya que los instrumentos disponibles por el momento tienden a concentrarse en el apoyo directo o indirecto a la producción cultural, sin integrar de manera sistemática a otros actores económicos vinculados al sector.

Hallazgos clave

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Líneas específicas de financiamiento público	*Su alcance es limitado, debido a la informalidad de los agentes del sector.*	*Una provincia cuenta con subsidios directos (aportes no reembolsables), una línea de crédito específica y fondos concursables. El financiamiento es en activos físicos y capital de trabajo intangible para la adquisición y/o el desarrollo de software y para la prefinanciación de eventos (fundamental para la participación en ferias).*

Concursos / becas / premios	*En general, están orientados a la publicación a través de fondos editoriales o institucionales, dirigidos principalmente a autores/as. La publicación suele incluir la distribución gratuita de la obra en bibliotecas y otros puntos institucionales.*	*La Rioja: Plano Editorial impulsa la tercerización de algunas tareas –corrección, diseño– con el fin de fortalecer la cadena de valor del libro.*
Créditos o instrumentos financieros	*El acceso a créditos o instrumentos de financiación privada es limitado para los agentes del ecosistema, por sus características de escala y formalización. No se identificaron líneas de créditos blandos para el sector.*	-
Mecanismos de inversión privada / mecenazgo	*Son limitados. Las leyes de mecenazgo aún están en etapa de implementación.*	-

Brechas y desigualdades identificadas

En general, predomina el fomento indirecto o simbólico (concursos, premios, apoyo a eventos, fondos editoriales) por sobre las herramientas orientadas al desarrollo productivo. Las diferencias en el nivel de consolidación de estos instrumentos en las provincias impactan en el desarrollo de los equipos técnicos, la continuidad de las políticas y la vinculación con otros actores de la cadena productiva.

El contexto, en materia de financiamiento, se caracteriza por:

- Disponibilidad limitada de instrumentos financieros específicos, tales como líneas de crédito adaptadas al sector, herramientas de capital de trabajo o mecanismos de inversión productiva. Las experiencias relevadas son aisladas y no están consolidadas.
- Desarrollo incipiente de estrategias para la articulación con el sector privado. La implementación de las leyes de mecenazgo ya promulgadas podría ampliar la disponibilidad de fuentes efectivas de financiamiento. Del mismo

modo, el sector podría ganar dinamismo con el desarrollo de políticas sistemáticas que promuevan encadenamientos productivos con otros actores económicos vinculados.

- Limitada capacidad para evaluar el impacto de los instrumentos existentes, en especial las políticas de apoyo a la participación en eventos y ferias, ya que las jurisdicciones no cuentan con información sistematizada para evaluar su contribución al desarrollo sostenido de los actores beneficiarios.

Sostenibilidad variable de los instrumentos de financiamiento público, en tanto dependen en gran medida de asignaciones presupuestarias o de decisiones de gestión, lo que dificulta su consolidación como políticas de mediano y largo plazo.

Eje 5 Internacionalización

En la mayoría de las jurisdicciones, los recursos y esfuerzos de gestión tienden a concentrarse en problemáticas locales estructurales para el sector, como el acceso al financiamiento, la sostenibilidad de los actores y las limitaciones en la producción y circulación. Esto lleva a que la internacionalización no sea una meta explícita de política pública y a que las estrategias de inserción en mercados externos no logren consolidarse.

Las iniciativas de proyección internacional se desarrollan de forma no sistematizada y generalmente surgen de esfuerzos individuales de autores/as y editores/as o del apoyo puntual para la participación en eventos específicos. Los casos de ventas de derechos de autor y las traducciones suelen ser fruto de la trayectoria individual de autores y autoras, antes que de una estrategia de promoción coordinada.

En este contexto, es necesario profundizar el desarrollo de herramientas profesionales para el mercado externo: la mayoría de las editoriales locales no cuentan con catálogos de derechos en otros idiomas ni dossiers adaptados para ferias internacionales.

El sector público cumple principalmente un rol de apoyo logístico de corto plazo, sobre todo a través del financiamiento de stands y traslados para la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, que es destacada como una instancia de reconocimiento para los autores y autoras ante su comunidad local. En cuanto a una articulación internacional a mediano y largo plazo, muchas jurisdicciones no cuentan con presupuesto específico para el apoyo para la asistencia a ferias internacionales como las de Frankfurt, Guadalajara o Bologna. Sin embargo, existen acciones concretas: por ejemplo, Salta ofrece financiamiento para traducciones enfocado en lenguas originarias.

La vinculación con programas nacionales como el Programa SUR de Cancillería o la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional (AAICI) está aún en desarrollo. Provincias como Santa Fe o Jujuy lograron mayor sintonía con el MICA, un espacio donde se profundiza la profesionalización y la vinculación con distribuidores extranjeros.

En las provincias con fronteras internacionales, el intercambio con países vecinos se da de manera orgánica, lo que plantea el desafío de darle un marco institucional. En Neuquén, Mendoza y San Juan es habitual el tránsito de autores/as y libros con Chile, basado en vínculos personales entre poetas y editores/as. Las provincias limítrofes del norte argentino, como Corrientes (con Brasil y Paraguay), poseen una circulación bilingüe natural. El Estado tiene la oportunidad de aprovechar este potencial mercado fronterizo, aunque algunas experiencias previas de convenios no lograron avanzar.

Frente a estos diversos desafíos estructurales, la inserción internacional del sector aparece como una prioridad de la política editorial provincial. El Estado ya asiste en ferias nacionales y podría dar un acompañamiento más sistémico para la proyección internacional del sector, que hoy depende sobre todo de iniciativas individuales y autogestivas de los propios autores o sellos independientes.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Programas provinciales de promoción internacional	*Programas aún en desarrollo para la promoción internacional del libro.*	*Se destacan experiencias aisladas de intercambios de autores para diferentes ferias y festivales.*
Participación en ferias / mercados con apoyo estatal	*El principal apoyo y acompañamiento es para la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, a través de stands colectivos o individuales, generalmente de exhibición y venta institucional.*	*En el pasado algunas provincias acompañaron autores y editores en la participación durante las jornadas profesionales de la FILBA.*
Articulación con organismos nacionales	*Se destaca el trabajo con el MICA y con el CFI, así como el rol del CFI promotor en la FILBA.*	*Articulación entre provincias a partir de ente regional que permitió a las provincias que lo conforman participar de forma conjunta en ferias nacionales bajo una marca común y creación de una Biblioteca de Autores locales, así como organizar ferias regionales.*
Materiales e instrumentos para mercados internacionales	*Algunas jurisdicciones cuentan con producción en lenguas originarias, en línea con políticas de revitalización y reparación histórica.*	*En Jujuy se registran proyectos para traducir textos fundacionales, como la Constitución Provincial, al quechua, guaraní y, en menor medida, al aymara. En el género de poesía y copla, es frecuente que los autores publiquen ediciones espejo (español/quechua) Además, en la zona de las Yungas y el Ramal, se producen materiales educativos interculturales en guaraní vinculados a la tradición oral.*
Intercambios / residencias / cooperación	*En provincias limítrofes, la circulación natural de autores/as y libros hacia países vecinos de habla hispana es frecuente, aunque se basa en redes personales y no en circuitos formales.*	*Experiencia de cruce en lancha que permitía el acceso a la Feria provincial con una ciudad limítrofe.*

Brechas y desigualdades identificadas

En términos generales, la capacidad de inserción internacional del sector editorial provincial todavía está en desarrollo. Las experiencias preexistentes responden a iniciativas aisladas de participación en eventos y ferias. En algunas provincias limítrofes se registran dinámicas de circulación transfronteriza, pero estas prácticas de carácter informal no han sido institucionalizadas ni traducidas en estrategias de internacionalización.

En este contexto, la inserción en mercados externos se vería facilitada por la elaboración de herramientas profesionales tales como catálogos de derechos, materiales traducidos o programas de comercialización internacional.

Eje 6 Formación

La oferta formativa para el sector editorial presenta realidades diversas según el territorio, con oportunidades para una mayor articulación entre la formación académica tradicional y las necesidades operativas de la industria. Algunas jurisdicciones lograron incluso institucionalizar tecnicaturas específicas. Aun así, en la mayor parte del país sigue predominando la autoformación y el aprendizaje no formal.

Entre Ríos y Jujuy cuentan con ofertas oficiales formalizadas, como las tecnicaturas en Producción Editorial o en Gestión Editorial, lo que estrecha la articulación entre la academia y el relevamiento de datos del sector. Otras provincias tienen una oferta vinculada mayormente al ámbito bibliotecario o a competencias parciales en carreras de Letras y Comunicación –lo que en ocasiones puede suponer una brecha profesional al ejercer la dimensión económica de la profesión editorial–. También hay jurisdicciones que incorporan materias vinculadas al diseño editorial en el marco de otras carreras, como la Licenciatura en Diseño Artístico Audiovisual de la Universidad Nacional de Río Negro (UNRN), aunque en este caso los contenidos asociados al libro se dan en el marco de una orientación más amplia.

En este sentido, la oferta formativa puede leerse como un reflejo de la estructura del sector editorial en cada jurisdicción. En la mayoría de los casos existen trayectorias formativas, aunque no abordan el sector de forma integral o no tienen una orientación específica. En las jurisdicciones donde se identifican ecosistemas más desarrollados o con una articulación productiva más profunda emergen propuestas formativas con mayor vinculación al funcionamiento del mercado editorial.

Los programas estatales existentes y los espacios independientes ocupan un lugar destacado en la formación, ante la oferta limitada de carreras de grado específicas. Algunas experiencias logran incluso articular de forma directa la formación con la profesionalización del sector, integrando contenidos vinculados tanto a la dimensión cultural como a la comercial del libro. La provincia de Buenos Aires lidera este eje con su Escuela de Editores, Libreros y Organizadores de Ferias, una iniciativa del Instituto Cultural que ofrece capacitación teórico-práctica en gestión comercial, cultural y comercialización digital. En San Luis se implementaron "píldoras formativas" orientadas a la profesionalización, surgidas de un convenio entre el área de Cultura y un laboratorio de la Universidad Nacional de San Luis (UNSL).

Gran parte del conocimiento sobre software de gestión, metadatos y redes sociales se adquiere por autoformación e intercambio entre pares. El uso de redes sociales es mayoritario y estratégico. La gestión de tiendas online, así como la edición digital, se mantienen aún en etapas iniciales, siendo limitada por la oferta restringida de formación técnica específica.

Por último, varias provincias (Jujuy, Salta, Neuquén y Santa Cruz) señalan una necesidad estratégica de profundizar la traducción en lenguas originarias, en ética o en Inteligencia Artificial, tema que comenzó a aparecer en la agenda de provincias como Mendoza y Buenos Aires.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Oferta de formación oficial	*Amplia oferta de formación formal en Letras en todo el país, sobre todo en las zonas Centro y Norte Grande. Bibliotecología se dicta en universidades y terciarios de Buenos Aires (UBA, UNLP, UNMDP), Córdoba (UNC), Misiones (UNaM), Jujuy (UNJu), Santa Fe, Entre Ríos y La Pampa. Algunas universidades privadas (como la UCES) ofrecen cursada a distancia para esa carrera. a oferta de formación oficial orientada a la edición y comercialización del libro es más*	*En universidades nacionales de las regiones Litoral y Noroeste existen las tecnicaturas en Producción Editorial (2 años, con enfoque técnico-práctico orientado a la ejecución integral de procesos) y en Gestión Editorial (3 años, que profundiza en gestión, políticas públicas y la dimensión cultural del sector editorial), ambas con modalidad híbrida.*

	limitada y se concentra en cursos o materias específicas de la carrera de Letras o afines.	
Programas estatales de capacitación	*Suelen ser parte de las actividades durante las ferias y eventos. Existen diversas experiencias de apoyo a organizaciones comunitarias (talleres de escritura, bibliotecas populares y grupos de promoción de la lectura), sobre todo orientadas a las autorías. Para otros actores de la cadena dedicados a la producción y distribución comercial (como editores/as o libreros/as), la oferta está menos desarrollada.*	*Casos discontinuados de capacitación para la creación y gestión de ferias y festivales, así como la formación en escuelas para libreros y libreras.*
Formación no formal / comunitaria	*Extensa red de bibliotecas populares, grupos de talleres de escritura y de promoción de la lectura. La espacialidad es fundamental, sobre todo tras la salida de la pandemia, con la necesidad de encuentro. Las redes de afinidad que vinculan al libro con expresiones sociales y políticas, y los espacios de intercambio, incluyen en ocasiones sus propias actividades de formación.*	*Buenos Aires y Santa Fe (Rosario): apertura y adecuación de espacios comunitarios donde las librerías ofrecen sus locales para instancias de formación, presentaciones y charlas.* *Tucumán y Corrientes: encuentros de bibliotecas provinciales, con talleres de capacitación técnica, de gestión administrativa y de lectura.*
Becas / certificaciones / profesionalización	*Las fuentes oficiales de algunas provincias señalan las becas del Fondo Nacional de las Artes.*	-
Vínculo con universidades e investigación	*Varias provincias reportan una dificultad para articular las carreras académicas tradicionales con trayectos editoriales específicos, lo que limita la formalización del sector.*	-
Formación en herramientas y estrategias digitales y emergencia de IA de cara a producción y derechos	*El uso y la formación de estrategias digitales propias del sector (producción y comercialización digital, uso de metadatos) es incipiente. El impacto de la IA en el sector es aún muy difícil de medir. Casi todas las provincias coinciden en que no es una demanda o preocupación en sus comunidades.*	*Varias jurisdicciones detectaron el uso de IA en obras presentadas a concursos y premios públicos, por lo que se está evaluando la incorporación de cláusulas respecto de la originalidad de las obras.*

Brechas y desigualdades identificadas

La formación sigue estando orientada al capital simbólico, más que a la sostenibilidad de los proyectos, con limitaciones en la capacitación en gestión de costos, financiamiento y planificación. Estas dificultades en la articulación no solo se manifiestan entre la propuesta académica y la demanda, sino también en la oferta destinada a agentes creativos.

Las provincias que ampliaron la mirada hacia otros eslabones de la cadena (además de los autores y las autoras) incorporaron una oferta formativa que va del uso de herramientas de gestión y venta digital a saberes prácticos que configuran el capital social: cómo moverse en ferias, construir un catálogo o vincularse con distribuidoras.

En otras palabras, como destaca Ezequiel Saferstein en *¿Cómo se fabrica un best seller político? La trastienda de los éxitos editoriales y su capacidad de intervenir en la agenda pública* (Siglo XXI Ed., 2021), la formación en edición no solo tiene que ver con conocimientos técnicos (corrección, diseño, derechos), sino también con la construcción de un "saber práctico" propio de este campo: formas de estrechar vínculos, la circulación en espacios de comercialización y la capacidad de leer el mercado, donde la formación comunitaria y los espacios de trabajo colectivo funcionan como "semilleros".

Por último, respecto de los desafíos menos abordados, como la incorporación crítica de nuevas tecnologías y el fortalecimiento de la diversidad lingüística, algunas provincias ya comenzaron a analizar o desarrollar políticas específicas.

Síntesis federal del sector

Fortalezas

- **Tejido denso y resiliente de ferias provinciales**: las ferias se han consolidado no solo como motor de circulación y comercialización, sino también como vidriera de la producción y espacio de encuentro, complementando y fortaleciendo el alcance del circuito comercial y de librerías.
- **Fondos editoriales públicos promotores de bibliodiversidad**: los Estados provinciales asumen la función esencial de resguardar el patrimonio inmaterial y de difundir autores y

autoras locales, independientemente de la presencia de interés en el mercado por las temáticas regionales.

- **"Redes de afinidad" donde se estrechan vínculos**: experiencias como las de los entes culturales regionales, que apuntalan participaciones conjuntas en ferias, aparecen como modelos de soluciones de distribución regional.
- **Vasta red de talleres comunitarios y editoriales independientes**: alimentan los catálogos estatales, funcionan como semilleros creativos y, cuando son estimulados a través de fondos editoriales públicos y una formación técnica superior, promueven la profesionalización del sector.

Principales desafíos y brechas

Si bien la articulación de una política de alcance nacional constituye un eje central para el desarrollo del sector, a nivel federal se agregan otros desafíos dentro del ecosistema del libro:

- Elevada incidencia de los costos logísticos y concentración geográfica de la producción, que condicionan la fluidez del abastecimiento tanto con CABA como entre las distintas localidades provinciales.
- Oportunidades de desarrollo en los sistemas de información y estadística, cuyos registros actualmente resultan fragmentarios y quedan en la órbita interna del Estado o las universidades, sin que las y los responsables de editoriales y librerías puedan acceder a ellos como herramienta de profesionalización.
- La informalidad del sector redunda en registros oficiales distorsionados, a lo que se suma la desarticulación con el SInCA como referente.
- En materia de gobernanza, la gestión de políticas públicas se beneficiaría de una mayor integración entre los organismos de cultura y/o educación, optimizando la coordinación de sus equipos técnicos y el intercambio de conocimientos. La articulación con carteras de desarrollo productivo, por su parte, permitiría potenciar al sector en su dimensión industrial.
- Concentración de los puntos de venta tradicionales en las capitales provinciales, cuya capilaridad territorial se ve condicionada por los costos logísticos y la coyuntura

económica. En ese contexto, los microemprendimientos de "libreros sin librería" emergen como vía de diversificación profesional.

- Predomina un perfil de políticas públicas orientado a reforzar la creación como capital simbólico, aunque con competencias limitadas en gestión comercial y económica.
- La formulación de políticas públicas provinciales con visión industrial está supeditada a las dinámicas vinculares del sector: actualmente, la cohesión del ecosistema pasa por la afinidad de valores y la colaboración voluntaria, antes que por un esquema de especialización e interdependencia productiva.
- El contexto en el que se diseñan políticas para el ecosistema del libro refleja una tensión entre la mirada tradicional de la cultura y los retos actuales de la sostenibilidad productiva. En su mayoría, se trata de emprendimientos de pequeña escala (1 a 5 personas) con un posicionamiento más desde la gestión cultural que desde la empresarial, y cuya continuidad operativa fluctúa. El aumento de la autoedición, por otro lado, aparece como una iniciativa individual ante la retracción de la demanda masiva.
- En síntesis, el ecosistema se encuentra en una fase donde los lazos colaborativos y los valores compartidos sostienen la estructura de la actividad. En ese contexto, se requiere un marco institucional articulado y bases económicas sólidas para la transición hacia la sostenibilidad industrial y la profesionalización del sector.

Experiencias provinciales destacadas

Buenos Aires: formación en gestión comercial y digital. Una escuela de libreros y libreras ofrece capacitación técnico-práctica en gestión comercial, marketing digital y comercio electrónico, junto a un tramo formativo sobre organización y gestión de ferias. La profesionalización del eslabón comercial y el uso de herramientas como los metadatos apunta a afianzar una inserción constante en el mercado.

La Rioja: Editorial Plano y Tienda de Libros Riojanos. La Editorial Plano funciona en el marco de la ley provincial del libro, que permite al Estado entregar el dinero directamente a la imprenta para financiar cada edición; además, la editorial ofrece un servicio de corrección a los autores que

publican con ella. La Tienda de Libros de la Secretaría de Cultura es un eje central para la promoción y comercialización de la literatura provincial: facilita la circulación de obras riojanas mediante la venta directa en su local físico y la participación en ferias de todo el país.

Mendoza: Librería pública, circulación y descentralización. La Librería Pública Gildo D'Accurzio garantiza un canal de venta y distribución estable durante todo el año para autores/as locales y regionales. Su sede central fue incorporada como parada del bus turístico de la ciudad, tiene tres sucursales en articulación con los municipios y funciona bajo consignación, lo que facilita a editoriales locales entrar en los circuitos comerciales tradicionales.

Informe sectorial

GASTRONOMÍA

Coordinador
Martín Mena

Informe sectorial

GASTRONOMÍA

21
PROVINCIAS RELEVADAS

Catamarca, Chaco, Chubut, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Jujuy, La Pampa, La Rioja, Mendoza, Misiones, Neuquén, Río Negro, Salta, San Juan, San Luis, Santa Cruz, Santiago del Estero, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur y Tucumán.

Para este diagnóstico se utilizaron datos mixtos y participativos, obtenidos a partir de los formularios federales que completaron los enlaces provinciales. Esa información primaria se profundizó mediante instancias de intercambio directo, tales como reuniones de trabajo y consultas a agentes del sector. Durante todo el relevamiento se mantuvo comunicación y retroalimentación permanente con los enlaces designados. Este intercambio constante fue clave para validar la información recabada y articular los datos de las distintas áreas públicas intervinientes.

INTRODUCCIÓN

En la Argentina, el sector gastronómico constituye un dispositivo cultural fundamental y es un vector estratégico para el desarrollo territorial. En cada región, la cocina opera como un hecho cultural que trasciende su dimensión nutricional o comercial para conformar uno de los núcleos más potentes de la narrativa identitaria del país. Por eso resulta estratégica la integración formal de la gastronomía dentro del ecosistema de las industrias culturales y creativas (ICC), reconociendo su capacidad para generar arraigo, proteger patrimonios vivos, dotar a la producción local de valor simbólico y operar como multiplicador directo para las economías regionales.

Para posicionar a la gastronomía como una industria cultural, es fundamental fortalecer primero su conexión conceptual con la cultura y establecer un lenguaje institucional compartido que sirva como base para la articulación de políticas y acciones, ya que actualmente el reconocimiento de la gastronomía como ICC dentro de los organismos públicos aún es incipiente y desigual entre jurisdicciones.

En la recolección de datos para este diagnóstico, esta heterogeneidad se volvió evidente en los perfiles diversos de las y los agentes públicos que se designaron para la confección de los formularios, así como en la necesidad de articular con diversas reparticiones gubernamentales (Turismo, Producción, Agricultura, Economía) para recabar la información. Este esfuerzo metodológico puso en valor la importancia de la colaboración interministerial para el desarrollo de cada sector y subrayó la utilidad de establecer lenguajes técnicos comunes en la gestión pública.

Por eso, además de generar un primer informe descriptivo sobre el estado de situación federal de la actividad, este diagnóstico busca sentar algunas bases conceptuales e institucionales para comenzar a trabajar en la consolidación de la gastronomía como industria cultural dentro de las dependencias públicas de todo el país.

El análisis de las respuestas de las provincias permite observar que el sector está en una transición conceptual en el ámbito de la gestión pública. La gran mayoría de las jurisdicciones coinciden en que la cocina regional y los productos locales constituyen un pilar fundamental de la identidad cultural y el patrimonio inmaterial. Sin embargo, esta valoración no siempre se traduce en una integración formal dentro de las políticas culturales provinciales.

Mientras que algunas jurisdicciones incorporaron la gastronomía en mesas sectoriales de industrias culturales o programas específicos, otras aún la consideran una actividad mayormente vinculada al servicio comercial o al turismo. La relación más consolidada se observa a través de fiestas populares y festivales, donde la gastronomía funciona como un complemento de la oferta artística.

La diversidad de respuestas obtenidas refuerza la necesidad de establecer un parámetro común para abordar la gastronomía como industria cultural y entender su importancia en las identidades regionales. Existe acuerdo general en que, desde el área cultural, las acciones más relevantes para fortalecer la identidad gastronómica provincial son la investigación, la formación y la articulación intersectorial.

Eje 1 Circulación y exhibición

Las cocinas locales se manifiestan primordialmente a través de dos grandes formatos: los festivales gastronómicos anuales y las rutas o circuitos productivo-turísticos. La mayoría de las jurisdicciones coinciden en que los festivales son el principal motor de visibilización. Son eventos de entre uno y tres días que tienen una fuerte impronta local y regional, y suelen concentrarse en la temporada estival, vinculando el consumo de alimentos con expresiones artísticas como la música y la danza.

En cuanto a la circulación, se observa una consolidación de las rutas temáticas en regiones con producciones de largas tradiciones, como la yerba mate en el noreste o la vitivinicultura y la olivicultura en Cuyo. También se detecta una tendencia emergente hacia la creación de circuitos basados en productos específicos con fuerte arraigo identitario. En estos circuitos gastronómicos se presenta una mayor articulación con el sector privado, integrando a cocineras y cocineros, productores y establecimientos, mientras que la participación del sector público es predominante en la organización de festivales.

El rol de las áreas de Cultura se concentra sobre todo en la asistencia logística y la provisión de elencos artísticos. Salvo casos de intervención estratégica, la gestión cultural pública aún no interviene directamente en el desarrollo de la gastronomía como hecho cultural y patrimonial.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Festival provincial con proyección nacional	*Articulación entre sector público y privado.*	*Córdoba: Festival Peperina.*
Ruta gastronómica	*Articulación entre sector público y privado.*	*Misiones: Ruta de la Yerba Mate.*

Brechas y desigualdades identificadas

Algunas jurisdicciones ya cuentan con rutas formalmente institucionalizadas con señalética, normativa y programas permanentes. En otras, los circuitos son incipientes o carecen de una estructura permanente. Esto hace que las ventanas temporales de los festivales aún sean la principal vía de circulación de productos locales.

En la mayoría de las jurisdicciones, la gastronomía está gestionada por las áreas de Turismo o Producción. La cartera de Cultura suele participar como proveedora de espectáculos, para los festivales, sin incidencia directa en la puesta en valor patrimonial del plato o el producto. Esta desvinculación dificulta el abordaje de la gastronomía como un bien cultural inmaterial con políticas de fomento propias.

Eje 2 Datos e indicadores

En el ámbito nacional, la actividad gastronómica todavía no forma parte de las estadísticas culturales. El sector no está integrado en las matrices de medición de la Cuenta Satélite de Cultura ni en los registros y variables de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA).

Las jurisdicciones, por su parte, tienen un acceso heterogéneo a la producción propia de datos e indicadores específicos para la actividad. La mayoría identifica con precisión sus productos y platos más representativos, aunque no todas cuentan con recursos para destinar equipos al relevamiento del sector. En gran parte de los casos, la información se desprende de áreas generales de turismo o producción, las cuales no cuentan aún con indicadores específicos para medir el impacto económico y social de la actividad gastronómica.

Existe un reconocimiento cualitativo del valor de la cocina local y muchas jurisdicciones están en una etapa de desarrollo de herramientas de censo y registro. Por el momento, es complejo medir cuántos visitantes arriban motivados primordialmente por la oferta gastronómica, aunque las provincias que ya cuentan con estas herramientas pueden evaluar con mayor precisión la efectividad de sus acciones de promoción. En cuanto a los registros, los restaurantes están ampliamente relevados, pero los datos sobre consumo en mercados y ferias son más limitados, lo que dificulta el relevamiento de emprendimientos gastronómicos de pequeña escala o informales.

En este contexto, el desafío para las provincias es avanzar desde la identificación de sus platos típicos hacia una gestión basada en indicadores, que permita dimensionar la gastronomía como motor económico.

Otra herramienta para identificar y medir el valor del sector son las Denominaciones de Origen (DO) y las Indicaciones Geográficas (IG), que permiten distinguir la calidad de un producto según su origen geográfico. Además de promover el desarrollo rural, protegen legalmente el nombre del producto y a sus productores frente a imitaciones que puedan confundir al público consumidor.

Algunas provincias tienen una trayectoria consolidada en IG y DO, mientras que otras se encuentran en una etapa inicial o desarrollaron sellos de calidad propios para distinguir su producción local. Esta tendencia hacia la valorización del origen sugiere un potencial de crecimiento en la institucionalización de productos regionales, aunque persisten los desafíos administrativos y técnicos para alcanzar certificaciones nacionales. Las jurisdicciones aún no cuentan con herramientas para medir el valor cultural de un plato, más allá de su precio de venta.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Existencia de área de relevamiento de datos	*Presencia incipiente en carteras de Cultura. Los datos provienen mayoritariamente de Turismo o Producción.*	*Mendoza: Observatorio de Gastronomía en articulación con la Universidad de Cuyo.*
Actualización de registros de agentes	*Registros incompletos, faltos de enfoque cultural o limitados a padrones comerciales/municipales.*	*Jujuy: propuesta de registro de cocineras/os tradicionales para validar saberes empíricos.*
Indicadores de actividad disponibles	*Predominio de métricas de consumo final y motivaciones turísticas generales.*	-
Datos de audiencias	*No se registraron perfiles de consumo cultural vinculados a la identidad culinaria.*	-
Información sobre cadena de valor	*Repartida entre Agricultura, Producción y Turismo.*	-
Accesibilidad y publicación de datos	*La recolección de datos no está diseñada para su uso en políticas culturales.*	-

Brechas y desigualdades identificadas

Un caso destacado es el de Mendoza, que cuenta con una herramienta técnica como el Observatorio de Gastronomía, encargado de analizar, medir y potenciar la cadena de valor culinaria local para

consolidar la identidad gastronómica provincial. El Observatorio realiza estudios cuantitativos, identifica productos nativos y promueve el desarrollo sostenible y la calidad turística.

Por su parte, muchos sellos de IG y DO están concentrados en provincias con una industria agroalimentaria más consolidada, como las zonas vitivinícolas y olivícolas de Cuyo. Otras regiones optan por utilizar sellos de gestión provincial para diferenciar su producción, en muchos casos caracterizada por una alta identidad territorial y procesos artesanales únicos.

Eje 3 Normativa y gobernanza

A nivel provincial, la gobernanza en el sector gastronómico se da en un marco institucional que no está unificado, donde la gestión recae mayoritariamente en áreas de Turismo o Producción. En esos casos, la participación de las carteras de Cultura es secundaria o esporádica. No obstante, el sector ganó relevancia gracias a programas específicos, sellos de calidad y marcas identitarias que buscan posicionar los productos locales, y algunas provincias ya cuentan con un área dedicada exclusivamente a la gastronomía.

La vinculación entre las áreas de Cultura y los organismos públicos que gestionan el sector es, en general, eventual y está orientada principalmente a la organización de festivales o la contratación de artistas para eventos. En los casos de mayor integración de la gastronomía en las ICC, se promueve la sinergia entre chefs, diseñadores y artistas para fortalecer la identidad regional.

La presencia de mesas interministeriales es limitada, lo que marca un desafío en la consolidación de políticas públicas transversales que integren los aspectos productivos, turísticos y culturales de la cocina local.

Finalmente, se observa una fuerte presencia de acciones vinculadas a la protección del acervo patrimonial. La mayoría de las provincias reconocen alimentos, preparaciones y/o prácticas culinarias como manifestaciones propias, mediante la promulgación de leyes provinciales y declaraciones de interés cultural para eventos y acontecimientos gastronómicos. En algunos casos, presentan también un reconocimiento del sector a través de la creación de programas específicos.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Existencia de área estatal específica	*Algunas carteras de Cultura la incluyen. En general, la competencia recae en Turismo o Producción.*	*Mendoza: Ente Mendoza Turismo (EMETUR).* *Misiones: Dirección de Gastronomía (dentro del área de Turismo).*
Rango institucional	*Generalmente bajo o dependiente de direcciones de desarrollo turístico.*	-
Normativa vigente específica del sector	*Leyes de protección patrimonial y días del calendario dedicados a la cocina local.*	*La Rioja: Ley N° 8961 (Día de la cocina riojana).* *Catamarca: Leyes N° 5670, N° 5671 y N° 5851 (Día de la cocina catamarqueña).*
Espacios de diálogo / consejos sectoriales	*Mesas informales o foros técnicos orientados a la profesionalización.*	*Corrientes: Red de Cocineros del Iberá.* *Mendoza: Foro de Origen e Identidad Gastronómica (espacio técnico permanente).*
Articulación con Nación y municipios	*Limitada. Algunas provincias reportan vinculación con el sector Gastronomía del Mercado de Industrias Culturales Argentinas (MICA).*	*Jujuy, Entre Ríos, Formosa, Tierra del Fuego, Chaco: acciones en articulación con el Estado nacional y las gestiones municipales.*
Trabajo interministerial	*Mayoritariamente logístico. La asistencia técnica es limitada.*	-

Brechas y desigualdades identificadas

- **Niveles variables de formalización institucional:** algunas provincias lograron jerarquizar la gastronomía en sus planes estratégicos y poseen áreas de referencia o presupuesto específico. En las jurisdicciones que no cuentan con esa posibilidad, la capacidad de respuesta ante las demandas del sector privado es restringida y la sostenibilidad de las políticas se vuelve más compleja.

- **Articulación entre Cultura y Turismo**: en la mayoría de las jurisdicciones, la vinculación entre ambas áreas es incipiente. Por lo general, Turismo se enfoca en la promoción comercial y la calidad del servicio, mientras que Cultura ofrece asistencia técnica o provee espectáculos. En ese marco, la gastronomía se consolida no solo como servicio turístico, sino también como un hecho cultural que requiere la preservación de saberes y el registro de recetas tradicionales, tarea que en algunas jurisdicciones aún está en desarrollo.
- **Relación con el MICA**: la mayoría de las provincias reconoce la necesidad de una mayor vinculación con el sector Gastronomía del Mercado de Industrias Culturales Argentinas.

La gastronomía cuenta con un fuerte componente identitario y patrimonial, lo que permite un registro o relevamiento de recetas, saberes y/o productos referenciados en cada región. Sin embargo, son pocas las mesas de trabajo interministeriales formalizadas para el registro de datos fehacientes y la implementación de políticas públicas que aborden la gastronomía con una mirada integral.

Eje 4 Financiamiento

El criterio para asignar partidas presupuestarias específicas es variable. La mitad de las provincias relevadas ya cuenta con presupuesto propio destinado al sector gastronómico, mientras que la otra mitad gestiona recursos a través de fondos para proyectos puntuales o mediante articulación interministerial. Esto sugiere que la gastronomía aún se encuentra en un proceso de consolidación como política pública autónoma.

Asimismo, se identifica una tendencia predominante a vincular la gastronomía con el sector turístico. Esta dependencia institucional condiciona el tipo de actividades que reciben apoyo financiero, privilegiando las que tienen impacto inmediato en el flujo de visitantes, como festivales y ferias. Por su parte, la inversión en investigación, desarrollo de productos o preservación del patrimonio culinario aparece como una dimensión a profundizar en la mayoría de las provincias.

Por último, esta diversidad de áreas de imputación (Turismo, Cultura, Producción, Agricultura, Desarrollo Económico) refleja la diversidad de criterios para la asignación de recursos en el sector gastronómico. Esto sugiere que el acceso a esos recursos depende del área en la que cada jurisdicción ubica la gastronomía, generando condiciones de fomento no sistematizadas.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Líneas de financiamiento público específicas	*Limitadas para Cultura. La mayoría se gestiona por proyectos específicos o desde Turismo.*	*La Pampa y La Rioja (Ley de la Cocina Riojana).*
Concursos / becas / premios	*Orientados mayoritariamente a certámenes de cocina en vivo o concursos de platos típicos.*	*Presentes en casi todas las provincias.*
Apoyo no monetario (espacios, técnica)	*Cesión de infraestructura, técnica, sonido, pantallas y escenarios para ferias y festivales.*	*Presentes en casi todas las provincias.*

Brechas y desigualdades identificadas

Las provincias muestran distintos niveles de capacidad para financiar y promover sus sectores gastronómicos, que dependen de la institucionalización del recurso, la diversificación de las actividades financiadas y la sostenibilidad de las políticas. Algunas provincias cuentan con leyes provinciales que estimulan la cocina regional y garantizan fondos. En otras, que dependen de fondos por proyectos específicos, el apoyo al sector gastronómico puede verse afectado por las variaciones en las prioridades de cada administración.

Por otra parte, el financiamiento se concentra en eventos de corta duración. Según los datos relevados, casi todas las provincias destinan recursos a festivales y ferias, mientras que los fondos para publicaciones, investigación, formación o circuitos gastronómicos permanentes son todavía escasos. Esta diferencia muestra que existe un potencial para desarrollar la gastronomía como expresión cultural que trascienda el evento puntual.

Eje 5 Internacionalización

El análisis muestra que la proyección internacional de la gastronomía está impulsada sobre todo por las áreas de Turismo y de Comercio Exterior, con una participación todavía limitada de Cultura. La presencia en mercados internacionales se da principalmente a través de ferias de turismo y misiones comerciales, en las que la participación de cocineros y cocineras, junto con los productos locales, se destaca como una forma de promocionar cada destino.

Algunos casos de éxito con estrategias institucionales consolidadas han logrado posicionar marcas regionales en circuitos globales. La tendencia general indica que las participaciones internacionales suelen ser resultado de los esfuerzos individuales de los actores del sector. El sector público tiene el desafío de acompañar estos logros significativos con políticas públicas de internacionalización a mediano y largo plazo que contemplen la dimensión cultural de la gastronomía.

Asimismo, hay un amplio margen para desarrollar servicios de apoyo técnico a la exportación de contenidos tales como programas de traducción o adaptación de obras y recetarios. La mayoría de las jurisdicciones delega estas funciones en organismos nacionales o no cuenta con registros de esas acciones, lo que limita el acceso autónomo a mercados globales de contenidos gastronómicos.

El nivel actual de vinculación entre las áreas de Cultura y la internacionalización del sector sugiere la necesidad de fortalecer el rol de las áreas culturales y desarrollar herramientas de soporte técnico que permitan ampliar el acceso a los mercados globales para todos los actores de la gastronomía.

Hallazgos clave

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Programas provinciales de promoción internacional	*Liderados por organismos de turismo o entes público-privados de exportación.*	*Mendoza: estrategia a través de ProMendoza (Guía Michelin, misiones comerciales).*

Participación en ferias y mercados con apoyo estatal	*Presencia en ferias de turismo (Feria Internacional de Turismo - FITUR) o eventos de promoción comercial.*	*Catamarca: participación del sector vitivinícola en el Salón de Vinos Argentinos en Madrid.*
Materiales e instrumentos para mercados internacionales	*Hay traducción de recetarios u obras culinarias pero no es sistemática ni se impone como prioridad de gestión.*	*Santa Cruz: desarrollo de recetarios bilingües digitales para difusión turística.* *Tierra del Fuego: apoyo del Programa Sur (Cancillería) para traducciones.*

Brechas y desigualdades identificadas

Las provincias muestran distintos estadios en su proyección internacional, a menudo relacionados con la infraestructura institucional de apoyo. Algunas jurisdicciones cuentan con organismos específicos que integran la promoción turística con la inserción comercial, logrando hitos como la inclusión en guías internacionales de prestigio. La mayoría no cuenta con registros de la actividad de sus actores en el exterior, pero reconoce su utilidad.

Otra asimetría está en la coordinación intergubernamental. En la mayoría de los casos, las áreas competentes se concentran en otros aspectos de la gastronomía y no tanto en su dimensión como hecho cultural exportable, lo que limita la producción y traducción de saberes locales para formatos internacionales. En este sentido, los programas de fomento editorial o de industrias creativas podrían potenciar su visibilidad.

La proyección internacional depende en gran medida de las posibilidades individuales de los emprendedores, así como del impulso de empresas, cámaras y marcas sectoriales consolidadas, como sucede en la industria vitivinícola. Esto puede dejar en segundo plano a otros subsectores de la gastronomía que también muestran alto potencial de identidad cultural.

Eje 6 Formación

La infraestructura educativa está consolidada y muestra distintos grados de integración institucional. En la mayoría de las jurisdicciones, la oferta académica es amplia y diversa, e integra tanto institutos de formación públicos como centros de capacitación privados. En esa línea, es significativa la presencia de institutos de nivel terciario y escuelas técnicas que brindan certificaciones oficiales, garantizando una base de profesionalización técnica en el territorio.

La articulación entre los centros de formación y las áreas de gestión cultural provincial aún está en desarrollo. Históricamente, los planes de estudio abordaron la gastronomía primordialmente como una actividad técnica o comercial, dejando en segundo plano su dimensión como patrimonio inmaterial. De forma más reciente, muchos programas educativos comenzaron a incorporar contenidos de cocina local y regional de manera autónoma, especialmente en provincias con tradiciones culinarias muy arraigadas.

En cuanto a la certificación de saberes, en algunas provincias muchas cocineras y cocineros regionales aprendieron su oficio fuera de la formación académica, por lo que su conocimiento no cuenta con un reconocimiento formal.

Por último, la creciente tendencia hacia la valoración de los productos identitarios y el maridaje con la producción local (como el enoturismo) sugiere un potencial de crecimiento para integrar la formación técnica con la investigación territorial. El fortalecimiento de las redes de cocineros y cocineras regionales aparece como una oportunidad clave para dinamizar economías locales y consolidar identidades gastronómicas provinciales.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Oferta de formación oficial	*Predominio de institutos privados con planes de estudio de técnica internacional.*	*Neuquén: articulación con la Universidad del Comahue en contenidos regionales.* *Corrientes: tecnicaturas públicas y gratuitas.*

Distribución territorial de la oferta formal	*Concentrada en las capitales provinciales y las ciudades más pobladas.*	*Mendoza: oferta distribuida territorialmente con tecnicaturas en varios departamentos.*
Formación no formal / comunitaria	*Muy presente a nivel local. La integración con el sistema formal es limitada.*	*Corrientes: la Red de Cocineros del Iberá como modelo de agrupación de bases productivas.*
Becas / certificaciones / profesionalización	*Desafíos para la validación y preservación del conocimiento empírico de cocineras y cocineros populares.*	*La Rioja / Jujuy: señalan la urgencia de crear estos sistemas para evitar la pérdida del patrimonio vivo.*

Brechas y desigualdades identificadas

Una de las necesidades más significativas es la de un marco normativo o institucional que ayude a certificar los saberes culinarios regionales. Mientras que la formación técnica profesional está regulada y certificada por los ministerios de Educación, en la mayoría de los casos los conocimientos ancestrales y las técnicas regionales no cuentan con un sistema de validación, lo que reduce la proyección de ese patrimonio cultural y de sus portadoras y portadores.

También es variable la capacidad asociativa de las jurisdicciones. En varias provincias existen redes vinculadas a la investigación y la puesta en valor del producto local, y algunas jurisdicciones cuentan con registros de agrupaciones.

Finalmente, hay una demanda de las provincias por una mayor transversalidad entre Cultura y Educación. Los datos indican que los contenidos de cocina regional existentes responden más a los requerimientos del mercado turístico o a iniciativas académicas puntuales que a una política cultural integral apuntada a la salvaguarda del patrimonio cultural de las provincias.

Síntesis federal del sector

- **Consenso identitario absoluto**: todas las jurisdicciones coinciden en que la gastronomía es un hecho cultural, un rasgo de soberanía y un motor de arraigo territorial.
- **Reconocimiento en los productos locales**: la gran mayoría identifica con precisión cuáles son sus productos y platos más representativos y con mayor arraigo identitario.
- **Riqueza en biodiversidad y capital humano**: la Argentina posee una matriz gastronómica diversa y un talento humano con saberes territoriales únicos que permiten desarrollar una oferta diferenciada.
- **Infraestructura formativa**: todas las provincias cuentan con espacio y/o instituciones de formación gastronómica. Los planes de estudio están sumando características de las cocinas locales y prácticas ancestrales.
- **Infraestructura consolidada de exhibición y circulación:**
    - **Festivales de gran escala**: las provincias cuentan con una dinámica consolidada de visibilización a través de festivales gastronómicos y fiestas populares de fuerte impronta local y regional.
    - **Rutas temáticas establecidas**: hay circuitos productivo-turísticos consolidados en regiones con producciones de larga tradición, como la yerba mate en el Noreste o la vitivinicultura y olivicultura en Cuyo.
    - **Circuitos emergentes**: se están creando nuevas rutas basadas en productos identitarios específicos (el chivito neuquino, la centolla fueguina, el pehuén andino).

Principales desafíos y brechas

Fragmentación institucional y articulación limitada: la administración del sector gastronómico recae mayoritariamente en las carteras de Turismo o Producción. Cultura suele tener un rol secundario, centrado en la asistencia logística y provisión de espectáculos para eventos. Integrar las áreas facilitaría el abordaje integral de la gastronomía como industria cultural.

Escasez de datos estadísticos e indicadores sectoriales: la actividad gastronómica requiere métricas específicas, ya que los indicadores genéricos no permiten medir su impacto con precisión. Contar con esas métricas permitiría cuantificar la producción tradicional, evaluar el consumo de alimentos locales y diseñar políticas públicas basadas en evidencia.

Concentración del financiamiento: los recursos públicos disponibles se destinan prioritariamente a cubrir costos de logística e infraestructura, o a la contratación de artistas para fortalecer la convocatoria en festivales. El financiamiento para la investigación patrimonial, la formación, la preservación de saberes culinarios en riesgo o el apoyo técnico a la adaptación productiva de la cadena de valor todavía es limitado.

Dificultades para la acreditación de saberes culinarios: muchas cocineras, cocineros y portadores de saberes tradicionales aprendieron su oficio fuera de los ámbitos académicos, y todavía no hay propuestas formativas o marcos normativos que reconozcan y certifiquen oficialmente sus conocimientos.

Desafíos para la protección patrimonial e internacionalización: la capacidad de las provincias para formalizar rutas y/o circuitos gastronómicos y proteger sus insumos mediante sellos de calidad (Indicación Geográfica o Denominación de Origen) es variable. En cuanto a la proyección en mercados externos, suele depender del impulso agroexportador privado.

Experiencias provinciales destacadas

Mendoza: Caso de implementación de políticas públicas y articulación institucional con el Plan de Desarrollo de la Identidad Gastronómica de Mendoza (DIGAM) 2024–2030. Su modelo incluye mesas de trabajo interministeriales, medición de impacto económico del sector, un Observatorio de Gastronomía que permite gestionar con evidencia técnica y un Foro de Origen e Identidad que articula sectores (público, privado y académico).

Corrientes: Caso de preservación y salvaguarda de saberes ancestrales mediante la organización comunitaria. La Red de Cocineros del Iberá es referente en organización comunitaria y logra dotar de personería jurídica y una identidad común a productoras/es y cocineras/os de base de la cocina tradicional.

Informe sectorial

MÚSICA

Coordinador
Leandro Marques

Informe sectorial

MÚSICA

22
PROVINCIAS RELEVADAS

Buenos Aires, Catamarca, Chaco, Chubut, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, La Pampa, La Rioja, Mendoza, Misiones, Neuquén, Río Negro, Salta, San Juan, San Luis, Santa Cruz, Santa Fe, Santiago del Estero, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur y Tucumán.

Para este diagnóstico se utilizaron datos mixtos y participativos, obtenidos a partir de los formularios federales que completaron los enlaces provinciales. Esa información primaria fue complementada y profundizada en diversas instancias de intercambio directo, como las reuniones grupales e individuales o consultas con referentes del sector, además de la indagación en fuentes secundarias (normativas, antecedentes teóricos). Durante todo el relevamiento se mantuvo comunicación y retroalimentación permanente con los enlaces designados. Este intercambio constante fue clave para validar la información recabada y articular los datos de las distintas áreas públicas intervinientes.

INTRODUCCIÓN

El sector de la música en la Argentina presenta alta vitalidad creativa y una fuerte presencia territorial. Se caracteriza por su diversidad de géneros, la amplitud de escenas locales, una sostenida producción artística y audiencias fieles. Además, opera como un sector productivo con una cadena de valor amplia que involucra no solo a artistas, sino también a técnicos/as, productores/as, gestores/as, managers, salas, festivales, medios de difusión y servicios asociados. El impacto económico y social de la música también se potencia por su vínculo directo con otros sectores como el turismo, la gastronomía y la industria audiovisual.

Este entramado local se inscribe en un contexto global dinámico y activo en el que, por un lado, en los últimos años aumentaron los ingresos que produce la música grabada a partir del crecimiento sostenido de los servicios pagos de streaming; y por el otro, el show en vivo se posicionó como uno de los fenómenos culturales más relevantes de la actualidad y como el principal motor de financiamiento para los artistas. En el plano local, esta tendencia se refleja en una intensa actividad de festivales y eventos en todo el país, que funcionan como principal espacio de circulación, visibilidad y generación de ingresos, aunque con dinámicas mayormente discontinuas y escasa articulación entre territorios.

La digitalización amplió las posibilidades de difusión para artistas de todo el país, pero no se tradujo en ingresos directos significativos para la mayoría de las y los artistas. Esta dualidad –alta visibilidad digital pero baja rentabilidad– es uno de los principales desafíos de la industria actual, especialmente para proyectos emergentes y de escala media. A esto se suma una fuerte concentración del valor en plataformas globales, lo que limita la capacidad de reinversión en los ecosistemas locales.

En este contexto, el sector evidencia desafíos estructurales y transversales a todas las provincias, como la informalidad laboral, la profesionalización limitada en distintos eslabones de la cadena de valor, la escasez de información sistematizada y la variabilidad en la articulación entre actores. Algunas jurisdicciones cuentan con sistemas consolidados de datos e indicadores. Sin embargo, la

información disponible no es suficiente para dimensionar al sector en su conjunto, diseñar políticas públicas eficaces y sostener estrategias en el tiempo.

A esto se suma que, en la mayoría de las jurisdicciones, la música se gestiona desde las áreas generales de Cultura. Como consecuencia, las políticas suelen carecer de un enfoque específico para el sector, los presupuestos son variables y resulta más difícil planificar a mediano plazo.

Esta situación impacta directamente en el financiamiento, que tiende a concentrarse en eventos puntuales –principalmente festivales– que no tienen entre sus funciones desarrollar herramientas orientadas a la sostenibilidad económica del ecosistema en conjunto. El acceso restringido a instrumentos financieros, la baja participación del sector privado y la disparidad en la gestión de proyectos emergentes son parte del mismo contexto.

Desde una perspectiva territorial, la infraestructura, las oportunidades de circulación, la formación y el acceso a recursos se concentran en los principales centros urbanos, mientras que en otras regiones la actividad se desarrolla de manera intermitente. Si bien es fuerte la programación de artistas locales en los eventos, no se han consolidado circuitos que favorezcan la circulación interprovincial y el crecimiento sostenido de los proyectos.

Con respecto a la proyección internacional, la Argentina muestra una notable capacidad de generar talento con alcance global, aunque no parte de una estrategia estructurada de exportación. Las acciones existentes son mayormente aisladas y dependen, en gran medida, de iniciativas privadas, lo que evidencia una oportunidad concreta para el desarrollo de políticas que fortalezcan la exportación musical y la construcción de una marca país.

En el plano formativo, la oferta es extendida en torno a la práctica musical, pero resulta más escasa en la formación vinculada al ecosistema integral de la industria: producción, gestión, técnica, comercialización y derechos de autor. Esta limitación impacta en la profesionalización del sector y en la disponibilidad de perfiles técnicos, en un contexto de actividad creciente.

La irrupción de la inteligencia artificial introduce, además, un nuevo horizonte de desafíos y oportunidades. Su incorporación en los procesos de creación, producción y distribución abre posibilidades inéditas, al tiempo que plantea interrogantes en términos de propiedad intelectual, ética y sostenibilidad del trabajo artístico.

En síntesis, la industria musical argentina es un sistema dinámico, diverso y en expansión, que enfrenta desafíos estructurales para profundizar su consolidación como sector productivo

plenamente desarrollado. Esta paradoja define el estado actual del sector, que está dotado de alta capacidad creativa, pero exhibe distintos grados de integración y articulación institucional, así como de acceso al financiamiento y la información.

El desafío es la búsqueda de condiciones más equitativas, sostenibles y federales para el sector de la música. Esto implica avanzar hacia una mirada integral que la reconozca como industria, fortalezca sus capacidades productivas, promueva la profesionalización de todos sus actores y genere marcos que permitan transformar su potencial en capital simbólico, cultural y económico para cada provincia y para el conjunto del país.

Eje 1 Circulación y Exhibición

En continuidad con este escenario general, predomina un gran movimiento de circulación y exhibición de música en vivo, sobre todo a través de festivales y fiestas populares que cuentan con fuerte presencia en la agenda cultural anual. En general, esta circulación se da en circuitos internos, sin que haya un sistema consolidado de intercambios entre provincias.

Los festivales ocupan un lugar central en la dinámica del sector. Numerosas provincias registran alta cantidad de eventos distribuidos en el año, con especial concentración en temporadas turísticas. Estas instancias son relevantes en la generación de empleo, el estímulo de la economía local, la activación del consumo y la visibilización de artistas, aunque no necesariamente se traducen en un desarrollo sostenido del sector. En general, se trata de eventos puntuales, que empiezan y terminan, y que no disponen de instancias previas o posteriores que contribuyan a la consolidación del ecosistema de la música local.

La infraestructura disponible incluye salas para la realización de conciertos, estudios de grabación y, en menor medida, sellos discográficos y espacios de producción. Esta infraestructura y la actividad tienden a concentrarse en los centros urbanos principales, donde se localizan la mayor parte de los espacios y recursos técnicos. En zonas más alejadas de las ciudades cabecera, la oferta existe con menor frecuencia o de manera intermitente.

En la programación de festivales y eventos se observa la intención de priorizar la presencia de artistas locales. En general, gran parte del presupuesto para honorarios se destina a las figuras de mayor convocatoria, artistas nacionales de impacto masivo, y el resto se distribuye entre los demás proyectos de la cartelera. Por otra parte, la articulación entre espacios, programadores y políticas públicas no está consolidada, por lo que las posibilidades de circulación y crecimiento no son constantes para las y los artistas.

En este contexto, la circulación del sector se sostiene en gran medida a partir de iniciativas públicas, mientras que el sector privado –con el que algunas provincias han logrado avanzar en una articulación formal– presenta menor desarrollo relativo, lo que condiciona la diversidad de espacios y oportunidades disponibles.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante
Distribución territorial de espacios	*Concentración de la actividad en ciudades principales, con menor oferta en otras localidades.*
Tipos de gestión	*Predomina la gestión pública a través de festivales y eventos.*
Concentración capital / interior	*Preponderancia de actividad en centros urbanos y capitales. Menor acceso y oportunidades en áreas más alejadas.*
Presencia de producción local en la programación	*Relevante en eventos y festivales.*

Brechas y desigualdades identificadas

El mercado musical tiende a la concentración en plataformas, grandes centros urbanos, catálogos dominantes y circuitos de comercialización centralizados, del mismo modo que sucede con la distribución territorial. Esto impacta en el acceso a infraestructura, equipamiento técnico y espacios de exhibición.

Desarrollar iniciativas públicas, destinar presupuestos específicos e impulsar la construcción de audiencias interesadas en descubrir artistas emergentes se presentan como mecanismos posibles para ampliar la articulación sistemática federal, fomentar la circulación de las producciones y ordenar el calendario.

Como principal instancia de circulación, los festivales son discontinuos. Tienen impacto positivo en el sector –la mayoría son masivos y presentan una grilla de artistas populares y locales–, pero su programación y producción responde más a criterios de comunicación y convocatoria que a una política pública orientada a potenciar y profundizar la profesionalización del sector.

Eje 2 Datos e indicadores

La vitalidad, diversidad y talento que dan forma a la industria musical argentina no encuentra necesariamente un correlato en datos e indicadores. Algunas provincias cuentan con un sistema afianzado de datos, registros e indicadores. En otras, no hay relevamientos disponibles sobre la cantidad de personas que trabajan en la artística y técnica del sector, en qué condiciones, cuáles son las fortalezas y falencias del ecosistema musical y qué volumen económico genera.

El sector está compuesto mayoritariamente por trabajadores/as independientes (en gran parte sin registro formal), microemprendimientos y organizaciones de pequeña escala. Si bien la música genera gran cantidad de puestos de trabajo tanto directos como indirectos (artistas, técnicos, productores, gestores culturales, personal de salas y festivales, entre otros), una parte relevante de estas ocupaciones aún se desarrolla bajo condiciones de informalidad o inestabilidad, con ingresos variables y escasa previsibilidad.

Donde hay información actualizada, es más fácil avanzar en la formalización del sector, proponer leyes de fomento y ofrecer una formación integral. En ese sentido, el Instituto Nacional de la Música (INAMU) realiza un trabajo valorado por todas las jurisdicciones: desarrolló, y continúa desarrollando, herramientas de registro y análisis de gran utilidad para el sector. Actualmente, trabaja en la construcción de un mapa de la actividad musical, con información sobre los distintos actores de la música en todo el país.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante
Existencia de área que releva datos	*Presente en una minoría de las provincias.*
Actualización de registros de agentes	*Existen algunos registros, aunque no son continuos.*
Indicadores de actividad disponibles	*Principalmente aportados por el INAMU.*
Datos de audiencias	*Algunas provincias generan datos propios, pero no siempre están desagregados.*
Información sobre cadena de valor	*Centrada en las y los artistas musicales.*
Accesibilidad y publicación de datos	*Difusión limitada. El alcance puede seguir expandiéndose porque aún no llega a toda la población objetivo.*

Brechas y desigualdades identificadas

La escasez de información sistematizada sobre el sector limita la posibilidad de construir diagnósticos más amplios y precisos. Como solo algunas jurisdicciones cuentan con herramientas para diseñar políticas públicas a partir de datos, las diferencias entre provincias se acentúan. Las que sí pueden relevar información logran planificar con mayor precisión y ejecutar sus políticas con más eficacia.

El desafío para cada provincia es integrar los datos de sus propios registros, analizarlos de manera eficaz y producir la información que todavía no se releva. A partir de esa lectura, podrán surgir políticas públicas transformadoras y atentas a las necesidades específicas de la industria.

Eje 3 Normativa y gobernanza

En casi todas las provincias participantes, la actividad y producción de contenidos vinculados al sector no cuenta con un área específica y se gestiona desde organismos que abarcan varias disciplinas. Por eso, el desarrollo de normativas, de instancias de articulación y de políticas culturales dedicadas a los temas propios de la música es todavía incipiente.

En relación con esto, los presupuestos que cada provincia destina al sector son variables y se adecúan a los proyectos definidos, dependiendo de la administración del organismo correspondiente. De esta forma, los festivales pueden contar con un presupuesto adaptado a la coyuntura general que les permite seguir en funcionamiento. En varios casos se utiliza un financiamiento mixto que incluye la venta de tickets para solventar costos.

Entre las normativas vigentes, la Ley de Creación del INAMU (Ley N° 26.801) y la Ley de Cupo Femenino (Ley N° 27.539) son de carácter nacional y funcionan en todo el país. A nivel provincial, algunas jurisdicciones poseen circuitos más consolidados, leyes provinciales en vigencia para el sector, institutos o programas de fomento y regímenes de apoyo a músicos. En las jurisdicciones que no poseen leyes propias, predomina la adhesión a políticas culturales generales y programas o líneas de apoyo no específicas.

Hay también presencia de diversas organizaciones y colectivos sectoriales. El nivel de articulación entre estos espacios y la gestión pública no es homogéneo. Las provincias que lograron una mejor sistematización y cercanía destacan la posibilidad de construir una mirada más amplia sobre la realidad del sector, relevar problemáticas comunes, identificar necesidades territoriales y construir diagnósticos compartidos. Al mismo tiempo, se fortalecen las redes entre los diversos actores que participan.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante
Áreas específicas	*La actividad del sector musical está incluida dentro de otros organismos.*
Normativas provinciales	*Algunas jurisdicciones tienen en vigencia leyes provinciales de música.*

Brechas y desigualdades identificadas

Dada la necesidad de ampliar y potenciar el conocimiento sobre el sector, consolidar diagnósticos y estimular el diseño de políticas públicas eficaces y transformadoras, es preciso impulsar herramientas normativas que:

- Reconozcan formalmente a la música como sector productivo entre las industrias culturales y creativas, habilitando su abordaje integral y sostenido en el tiempo.
- Promuevan la formalización de la actividad musical y sus oficios asociados, facilitando condiciones más estables de trabajo y acceso a derechos para los trabajadores del sector.
- Generen o difundan instrumentos de fomento y financiamiento, adecuados a las características del sector, que acompañen procesos de creación, producción, circulación y profesionalización, más allá de la lógica de eventos puntuales (por ejemplo, la difusión activa en medios de comunicación).
- Estimulen la circulación territorial y la descentralización de la actividad musical, favoreciendo el desarrollo de circuitos estables en los distintos departamentos de la provincia.
- Fortalezcan los marcos para una articulación más fluida entre el sector público, el privado y los programas de alcance nacional y federal, optimizando recursos y ampliando oportunidades para los actores locales.

Eje 4 Financiamiento

La ausencia de áreas específicas y con presupuestos propios dificulta conocer el monto anual disponible para la actividad. En la mayoría de los casos, el financiamiento público se estructura mediante convocatorias específicas, que suelen concentrarse en la producción de eventos en vivo, festivales y contrataciones de artistas, principalmente.

Algunas provincias registran esquemas más consolidados, con fondos específicos para la música o líneas integradas dentro de programas culturales más amplios. En estas jurisdicciones, los actores del sector detectan mayor previsibilidad y capacidad de planificación a mediano plazo. En la mayoría de los casos, el financiamiento está dirigido a proyectos artísticos y no contempla las actividades de los otros eslabones del ecosistema musical (personal técnico, managers, realizadores/as audiovisuales).

El INAMU ofrece líneas de fomento diseñadas formalmente para artistas musicales registrados, pero que benefician también, de manera indirecta, al resto de los actores de la industria, ya que abarcan diferentes facetas del proceso productivo, desde la grabación hasta la prensa, la realización audiovisual o el armado de giras.

Los tipos de financiamiento más frecuentes en las provincias son los subsidios, los fondos concursables, los apoyos a giras y la contratación. El impacto de estos mecanismos es variable, con una llegada más efectiva a proyectos consolidados o con mayor experiencia en la gestión cultural, y una menor incidencia en proyectos emergentes o desarrollados fuera de los principales circuitos urbanos. Si bien existe conocimiento general sobre algunas herramientas públicas y oportunidades de contratación, se identifican dificultades en el acceso a la información, especialmente en relación con convocatorias, programas de fomento y requisitos administrativos.

En términos generales, el financiamiento no se encuentra plenamente alineado con una visión de industria. La previsibilidad financiera y la planificación estratégica son desafíos estructurales para el campo musical, donde predomina un enfoque centrado en el apoyo a la actividad artística, con menor desarrollo de herramientas orientadas a la sostenibilidad económica del sector.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante
Líneas de financiamiento público específicas	*Limitadas.*
Concursos / becas / premios	*Existen, aunque con continuidad variable.*
Apoyo no monetario	*Frecuente para espacios y técnica.*
Créditos o instrumentos financieros	*De acceso limitado.*

Mecanismos de inversión privada / mecenazgo	*El Mecenazgo surge como opción en algunas jurisdicciones, pero su aplicación está en desarrollo.*

Brechas y desigualdades identificadas

- Necesidad de un plan federal que ofrezca un marco de financiamiento sólido y sostenido para la actividad musical.
- Dependencia del financiamiento público, con escasa diversificación de fuentes.
- Dificultad de acceso para proyectos emergentes.
- Limitada oferta de instrumentos financieros (créditos, inversión, incentivos fiscales).
- Concentración de recursos en los eventos, antes que en el desarrollo estructural.
- Acceso heterogéneo a información sobre convocatorias.

Eje 5 Internacionalización

La indudable capacidad de generación de talento y proyección internacional contrasta con la incipiente articulación estratégica entre políticas públicas y desarrollo industrial. La Argentina exporta música a nivel global, pero esos procesos no están planificados a partir de una política estratégica y estructurada. Esto representa una oportunidad que puede contribuir a que más artistas puedan proyectarse internacionalmente y a fortalecer la marca país.

Algunas acciones puntuales van desde la participación en mercados internacionales y ferias hasta el apoyo a giras en el exterior. En algunas provincias, principalmente aquellas con frontera internacional, se observan políticas específicas de internacionalización. La mayoría de los apoyos para ese fin provienen de organismos nacionales como el Instituto Nacional de la Música o la Secretaría de Cultura de la Nación.

El enfoque predominante, no obstante, continúa siendo local. La internacionalización no aparece aún como un eje estructural de desarrollo de la industria, sino como una oportunidad eventual. La generación de información sobre mercados externos ofrecería herramientas para la toma de decisiones y la planificación de la proyección internacional.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante
Programas provinciales de promoción internacional	*Son limitados. En algunas ocasiones se gestionan de forma sistemática.*
Participación en ferias y mercados con apoyo estatal	*Se da de forma ocasional y con un rol clave del Estado.*
Articulación con organismos nacionales (Mercado de Industrias Culturales Argentinas - MICA, otros)	*Si bien actualmente es escasa, existe interés extendido por participar.*
Materiales e instrumentos para mercados internacionales	*Pocas jurisdicciones desarrollan o apoyan producciones de material.*
Intercambios / residencias / cooperación	*Casos aislados.*

Brechas y desigualdades identificadas

- Necesidad de una estrategia país de exportación musical.
- Desafíos para la articulación entre niveles (provincial-nacional-internacional).
- Capacidades limitadas por la ubicación geográfica y el desarrollo escaso de inteligencia de mercados.

Eje 6 Formación

El sector musical presenta una oferta heterogénea en formación. Coexisten propuestas públicas y privadas, en casi todos los niveles educativos, en la mayoría de los casos orientadas a la práctica artística, que se brindan en escuelas y espacios de enseñanza musical, talleres y programas de

capacitación para músicas y músicos. Entre artistas, el aprendizaje puede realizarse también de manera oral e informal, como una transmisión de saberes que se da entre familiares y amistades.

Es menor el desarrollo de instancias formativas vinculadas con el ecosistema integral de la industria. Hay oferta en áreas como producción, management, técnica de sonido, gestión de derechos, distribución digital y comercialización, aunque es limitada si se la compara con la oferta artística. Las jurisdicciones mencionan capacitaciones organizadas por el INAMU como referencia general, con algunos casos de producciones propias en esa línea.

Algunas iniciativas amplían esta mirada: programas que incorporan formación en gestión cultural, producción y oficios técnicos, donde la oferta de perfiles puede escasear en épocas de mucha actividad. Estas experiencias muestran un enfoque más integral del sector.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante
Oferta de formación oficial (niveles y disciplinas)	*Existe en varios niveles de formación oficial. En general se concentra en la práctica musical.*
Distribución territorial de la oferta formal	*Generalmente dispar.*
Programas estatales de capacitación	*Limitados. Las capacitaciones ofrecidas por el INAMU son muy requeridas y valoradas.*
Formación no formal / comunitaria	*Relevante. Presente.*
Becas / certificaciones / profesionalización	*Casos aislados.*
Vínculo con universidades e investigación	*Limitado y no sistematizado.*

Brechas y desigualdades identificadas

- Disparidad en la formación en roles técnicos y de gestión, respecto a los artísticos.
- Disponibilidad mayor de oferta en grandes centros urbanos. Más reducida en localidades que no son cabecera.
- Desafíos en la vinculación entre formación y mercado laboral.
- Falta de certificaciones y trayectorias profesionales claras.

Síntesis federal del sector

Fortalezas y debilidades

A nivel federal, el sector musical argentino presenta una combinación singular de fortalezas estructurales y debilidades persistentes. Por un lado, se destaca el talento, la diversidad y la vitalidad de su escena, junto con la presencia de actores múltiples y el acompañamiento de organismos como el INAMU. Se observa la percepción mayoritaria de una oportunidad latente, en línea con la idea de que la música debe ser concebida como una industria con capacidad de generar puestos de trabajo de calidad.

Se detectan limitaciones estructurales que dificultan su consolidación como industria: fragmentación de políticas, falta de continuidad, debilidad institucional y escasa articulación entre actores. Si bien la gran mayoría de las provincias aún no posee áreas específicas con presupuestos definidos –lo cual condiciona la planificación y el desarrollo de políticas en el tiempo–, sí emergen programas y acciones orientadas a la música, la mayoría enfocada en los artistas. El resto de los eslabones del ecosistema cuenta con menos instancias para su formación y desarrollo profesional.

Las disparidades territoriales son significativas. Existen diferencias en recursos, capacidades institucionales y grado de desarrollo del sector. Estas brechas impactan en las oportunidades de acceso, producción y circulación.

El financiamiento, la formación y la internacionalización aparecen como ejes centrales. Su fortalecimiento resulta clave para avanzar hacia un desarrollo más equilibrado y sostenible. En este contexto, se vuelve necesario consolidar una estrategia federal que articule niveles de gobierno, promueva la cooperación entre territorios y fortalezca las capacidades existentes.

El desafío es avanzar desde políticas de apoyo a la actividad hacia políticas de desarrollo de la industria. Esto implica ampliar la mirada, integrar actores y generar condiciones para la sostenibilidad del sector en el largo plazo.

Informe sectorial

VIDEOJUEGOS

Coordinador
Javier Asioli

Informe sectorial

VIDEOJUEGOS

21
PROVINCIAS RELEVADAS

Buenos Aires, Chaco, Chubut, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, Jujuy, La Pampa, La Rioja, Mendoza, Misiones, Neuquén, Río Negro, Salta, San Juan, San Luis, Santa Cruz, Santa Fe, Santiago del Estero, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur y Tucumán.

Para este diagnóstico se utilizaron datos mixtos y participativos, obtenidos a partir de los formularios federales que completaron los enlaces provinciales. Esa información primaria fue complementada y profundizada en diversas instancias de intercambio directo, como las reuniones grupales e individuales o consultas con referentes del sector, además de la indagación en fuentes secundarias (normativas, antecedentes teóricos). Durante todo el relevamiento se mantuvo comunicación y retroalimentación permanente con los enlaces designados. Este intercambio constante fue clave para validar la información recabada y articular los datos de las distintas áreas públicas intervinientes. También se agregaron fuentes de alcance nacional como el informe del Observatorio de la Industria Argentina de Videojuegos.

INTRODUCCIÓN

En la Argentina, el sector de videojuegos presenta un desarrollo heterogéneo, con distintos niveles de consolidación según las provincias. Es un ecosistema en crecimiento, con presencia de talento técnico y experiencias emergentes, pero aún en proceso de estructuración como industria.

La información relevada caracteriza el sector como fragmentado y hasta atomizado, compuesto en su mayoría por emprendimientos pequeños, micro o incluso unipersonales.

Esta caracterización se confirma en el relevamiento que lleva adelante el Observatorio de la Industria Argentina de Videojuegos de la Universidad Nacional de Rafaela (UNRaf, Santa Fe), en colaboración con la Asociación de Desarrolladores de Videojuegos Argentina (ADVA). El 55,26 % de los estudios relevados en su informe de 2025 son microempresas, una denominación que designa a aquellas que emplean hasta 7 personas. De este universo, además, el 51,61 % no está formalmente registrado y el 35,48 % es monotributista. Este indicador de informalidad se reduce a medida que crece el tamaño de las empresas: entre las pequeñas y medianas, tanto las no registradas como las que operan bajo el régimen de monotributo están por debajo del 10 %.

El último reporte del Observatorio de Videojuegos-UNRaf, *Informe 2025: relevamiento 2025 sobre las actividades realizadas en 2024*, estima el tamaño económico de esta industria en 87,3 millones de dólares, calculado a partir del valor del talento profesional que integra el sector (1432 profesionales en actividad, según el reporte). Por su parte, el informe del Observatorio de la Industria de Videojuegos y Deportes Electrónicos de Argentina (OVEA), *Panorama de la Industria Argentina de Videojuegos* (agosto de 2025), señala una facturación de 780 millones de dólares en 2024 y un entramado de más de 120 estudios, en su mayoría micro y pequeños, que emplean a cerca de 1700 profesionales.

En la distribución geográfica de los recursos humanos se presenta una marcada concentración en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la provincia de Buenos Aires, seguidas por Santa Fe, Córdoba, Mendoza y Tucumán. Esto se combina con brechas de género profundas en roles técnicos

y cargos de decisión, donde la participación de mujeres y disidencias sigue siendo minoritaria. El relevamiento del Observatorio registra solo un 18,85 % de mujeres en la industria, con una caída al 17,36 % para cargos directivos.

En muchos proyectos y políticas emergentes aparece de manera creciente la identidad local como eje de valor. En Río Negro, Neuquén y Misiones el desarrollo de videojuegos se vincula con paisajes y saberes territoriales: la Patagonia Game Jam trabaja sobre paleontología o el mar argentino; Neuquén articula el sector con políticas de innovación y fomento audiovisual ancladas en la región patagónica; y Misiones integra los videojuegos a iniciativas con referencias a su territorio y entorno natural, como Misiones Gamer y Silicon Misiones. Un caso singular es el laboratorio de desarrollo de videojuegos de la Subsecretaría de Sistemas y Tecnologías de la Información (SuSTI) de Corrientes, que los concibe como una vía para "mostrar nuestra cultura al mundo" desde el propio estado provincial.

Respecto a la organización de las estructuras gubernamentales, la mayoría de las provincias cuenta con alguna cartera o área que se vincula con el sector de los videojuegos, aunque en pocos casos se trata de una repartición específica. En casos puntuales, la vinculación institucional se da bajo la órbita directa del área de Cultura. Ocurre en Córdoba, Buenos Aires, La Rioja, Río Negro, Misiones y Entre Ríos, donde el sector es abordado desde ministerios u organismos culturales, sea de manera exclusiva o en articulación con otras áreas. En la mayor parte de las jurisdicciones, en cambio, la referencia principal se ubica en carteras de Producción, Economía o Desarrollo Productivo, o bien en áreas específicas de economía del conocimiento, innovación o industrias creativas, que incluyen a los videojuegos dentro de un universo más amplio junto con otros sectores tecnológicos y audiovisuales.

A pesar de su crecimiento y dinamismo, sigue siendo incipiente el conocimiento sobre esta industria. Esto representa un obstáculo transversal, porque dificulta que se priorice al sector en la agenda de políticas culturales y productivas e impide que se expanda la oferta formativa específica, al limitar la demanda educativa.

No obstante, el sector se caracteriza por integrar comunidades muy activas que cumplen un rol clave en la difusión y la construcción del ecosistema. Actividades como las *game jams* (encuentros intensivos para crear prototipos de juegos desde cero en uno o pocos días) y los *hackatones* (maratones de programación y diseño) son muchas veces impulsadas por colectivos de desarrolladoras y desarrolladores que dedican tiempo voluntario a la divulgación, la formación inicial y la generación de redes entre pares. Estas comunidades funcionan como puerta de entrada a la industria para perfiles jóvenes y como sustituto parcial de las instituciones formales, incipientes en muchas jurisdicciones.

En la cadena de valor del sector se distinguen actores variados que se especializan en eslabones distintos, aunque muchas veces combinan funciones: estudios de desarrollo que conciben y producen los juegos; proveedores de servicios a esos estudios; compañías que financian, editan y distribuyen títulos en mercados internacionales (*publishers*); y plataformas de distribución digital que administran el acceso al público en PC, consolas y dispositivos móviles. En este contexto, si bien comienzan a aparecer iniciativas locales de *publishing*, la mayor parte de los acuerdos de edición y distribución de videojuegos argentinos sigue dependiendo de los grandes *publishers* internacionales, que concentran las llaves de acceso a los principales mercados.

En general, los estudios presentes en el país se dividen entre dos modelos de negocios: la producción de videojuegos propios o la prestación de servicios a terceros (programación, arte, aseguramiento de la calidad, soporte de desarrollo). A nivel nacional, los datos del Observatorio de la UNRaf muestran que el sector está orientado al exterior, especialmente en los segmentos más consolidados. En el caso de videojuegos propios, gran parte de las pymes exporta principalmente a Estados Unidos y Canadá, mientras que en la prestación de servicios también hay alta presencia de clientes internacionales, combinada con trabajo para el mercado local. Esta orientación externa, si bien abre oportunidades de ingreso de divisas y especialización, también expone al sector a los vaivenes de la demanda internacional y la competitividad del tipo de cambio.

La expansión internacional de la actividad tiene como contracara una competencia cada vez más intensa por el talento, tanto en el país como hacia el exterior. Los mejores perfiles técnicos suelen ser captados por empresas extranjeras con mayor capacidad de pago, que contratan de manera remota. Esto eleva el costo de retención para los estudios locales y debilita la posibilidad de consolidar equipos estables en las provincias. Y se suma el desarraigo interno: en varios territorios se describe cómo jóvenes interesados en videojuegos migran a otras jurisdicciones para formarse o insertarse laboralmente y rara vez regresan a trabajar en sus provincias de origen.

La producción de videojuegos integra de manera orgánica saberes y oficios muy diversos. Un mismo proyecto requiere articular guion y narrativa interactiva, diseño de juego, programación, arte 2D y 3D, animación, composición musical, diseño sonoro, experiencia de usuario, gestión de proyectos y negocios. Esta combinación hace que el sector sea un espacio de cruce entre tradiciones artísticas –literatura, artes visuales, cine, música– y campos tecnológicos vinculados al software.

El desarrollo de un videojuego suele implicar ciclos largos que combinan la gestación de la idea, el prototipado, la producción, el testeo y el lanzamiento, con una estructura de costos concentrada en horas de trabajo especializado y equipamiento. Los mayores gastos se destinan a recursos humanos, seguidos por bienes e insumos (equipamiento, licencias de software, servicios),

actividades de investigación y desarrollo, impuestos, gastos de estructura y, en menor proporción, acciones de comercialización y participación en ferias.

Un hito clave en este proceso es el *vertical slice*: una versión acotada pero representativa del juego final, donde se pueden apreciar todas las capas centrales (mecánicas, arte, audio, interfaz), que permite mostrar con claridad el potencial del proyecto a posibles socios. Producir un *vertical slice* supone concentrar una parte sustantiva del presupuesto y del tiempo de trabajo en un tramo temprano del desarrollo para alcanzar una calidad cercana al producto final. De este modo, se pueden sustentar negociaciones de financiamiento y acuerdos con *publishers* o acceder a programas de fomento.

En síntesis, la industria del videojuego en la Argentina es un sector joven, dinámico y con alta capacidad creativa, pero todavía en transición desde un entramado emergente de estudios pequeños y comunidades autogestionadas hacia una estructura empresarial más consolidada.

Eje 1 Circulación y exhibición

La circulación y exhibición de bienes y servicios en el sector de los videojuegos se organiza principalmente en torno a eventos como ferias, *game jams*, *hackatones*, competencias y festivales. Estos espacios funcionan como instancias de visibilización y validación de proyectos, pero también como ámbitos de capacitación, intercambio profesional y difusión del sector en general.

La Exposición de Videojuegos Argentina (EVA), organizada por ADVA desde 2003, se consolidó como el principal evento sectorial nacional. Todas las provincias relevadas cuentan con actividades relacionadas. En muchos casos se trata de *game jams* –eventos donde se desarrollan videojuegos, en general bajo una temática y con un tiempo limitado–, a menudo impulsadas por una comunidad activa en la región. En polos más desarrollados se suman mercados y ferias: Tucumán hace videojuegos, como los del distrito creativo de Mendoza, el Córdoba Game Biz, el Encuentro Bonaerense de Videojuegos CLIC o las rondas de negocios y foros sectoriales impulsados por Santa Fe, entre otros. En muchas de las provincias, estos eventos son organizados mediante alianzas entre comunidades de desarrollo, universidades, polos creativos y organismos provinciales.

Junto a estos formatos específicos, el relevamiento muestra la presencia recurrente de ferias y festivales culturales o tecnológicos más amplios, en los que se incluyen actividades vinculadas a videojuegos conviviendo con otras expresiones. Es el caso de ferias tecnológicas (por ejemplo, Expotic en Chubut) y festivales juveniles o de industrias culturales en La Pampa, La Rioja, Tucumán, Río Negro, Mendoza y San Juan.

En casi todas las provincias se registra algún tipo de apoyo estatal a los eventos vinculados a la actividad, ya sea mediante organización directa, coorganización, cesión de infraestructura, difusión o acompañamiento desde áreas de Cultura, Innovación o Educación.

En cuanto a la distribución territorial dentro de cada provincia, hay una fuerte concentración en las capitales y los principales centros urbanos, donde se localizan la mayor parte de los eventos, la oferta formativa y las estructuras de apoyo institucional. En las provincias con más de una ciudad con actividad destacada, las actividades fuera de esos centros son esporádicas, y es escasa la información sistemática sobre lo que ocurre con el sector más allá de ellos.

Esta concentración no implica la ausencia total de actividad en el interior, sino que esa actividad todavía tiene poca visibilidad y no está registrada. Varias jurisdicciones señalan que no cuentan con relevamientos formales fuera de las capitales, por lo que no tienen información sobre si existen desarrolladoras o desarrolladores independientes instalados en otras localidades que trabajen para estudios del país o del exterior.

El desafío central es lograr visibilidad y una presencia regular de los videojuegos en los circuitos existentes, convirtiendo experiencias aisladas en una política estable de programación, difusión y acompañamiento.

Brechas y desigualdades identificadas

Los mayores desafíos se presentan donde la circulación depende casi exclusivamente de iniciativas impulsadas por las comunidades, sin políticas estables ni dispositivos específicos para mostrar y distribuir las producciones locales. En varias provincias, no existen políticas específicas orientadas a la visibilización o distribución de videojuegos allí producidos, y las participaciones en ferias y festivales son aisladas, muchas veces autogestionadas. Además, los eventos y oportunidades de exhibición se dan principalmente en la capital o en grandes centros urbanos, con poca llegada al interior.

Las principales disparidades entre jurisdicciones se dan en el volumen y la variedad de eventos. Mientras algunas provincias reportan calendarios que incluyen *game jams*, ferias, festivales,

competencias y *hackatones* con regularidad –y con participación de organismos públicos–, en otras solo se registran una o dos actividades puntuales al año, sin continuidad ni acumulación de públicos.

Un factor que puede marcar diferencias es el grado de apoyo estatal a los eventos. Un grupo de provincias declara que la mayoría de las acciones vinculadas a videojuegos cuenta con organización o participación gubernamental, infraestructura y difusión, frente a otras donde el apoyo se limita a la cesión de espacios o un caso que señala no disponer de acompañamientos específicos.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Tipos de eventos y espacios	*Predominio de formatos como game jams, ferias específicas y festivales tecnológicos como instancias de validación.*	*Córdoba Game Biz; Encuentro Bonaerense EBV CLIC; Mercados en Mendoza y Santa Fe.*
Apoyo estatal	*Alta participación pública mediante coorganización, cesión de infraestructura y difusión institucional.*	*14 de 21 provincias reportan apoyo estatal sistemático desde áreas de cultura o innovación.*
Distribución territorial	*Fuerte concentración de eventos y visibilidad en capitales; actividad esporádica o no registrada en el interior.*	*Buenos Aires y Córdoba funcionan como nodos regionales con calendarios regulares.*

Eje 2 Datos e indicadores

La producción de datos sobre el sector de videojuegos a nivel provincial es muy incipiente y fragmentaria. En la mayoría de las jurisdicciones no existen sistemas estadísticos específicos. Cuando hay mediciones, suelen ser parciales y ligadas a iniciativas aisladas más que a políticas de información sostenidas en el tiempo.

En el relevamiento federal, solo un pequeño grupo de jurisdicciones (Buenos Aires, Santa Fe, Misiones y La Rioja) cuenta con un área pública que recopila información específica sobre videojuegos. Un caso relevante es el BASIC (Buenos Aires Sistema de Información Cultural), que releva y organiza datos sobre agentes, recursos e inversión cultural a nivel bonaerense.

Las provincias que sí registran información recaban datos básicos sobre profesionales y equipos de desarrollo, empresas y proyectos o videojuegos. Un grupo mayor de provincias –que incluye a las mencionadas en el párrafo anterior más otras como San Luis, Tucumán, Salta, Tierra del Fuego y Corrientes– releva datos sobre la oferta formativa disponible en su territorio y/o la matrícula y cantidad de personas egresadas de esas formaciones. Es solo una minoría de jurisdicciones la que mide estos aspectos de manera identificable, y en pocos casos es una medición integral de todas sus dimensiones.

Como ya se mencionó, son escasos los relevamientos formales sobre la actividad del sector por fuera de las capitales o grandes centros urbanos. Esta carencia de datos también alcanza a desarrolladoras y desarrolladores radicados en ciudades medianas o localidades pequeñas que trabajan para estudios de otras provincias o empresas del exterior. En algunas jurisdicciones se sabe, por vías informales, que existe actividad del sector, pero esos perfiles no figuran en registros provinciales y no integran las comunidades más visibles. Esta vacancia de datos supone una limitación al momento de planificar el desarrollo del sector hacia el interior provincial.

En cuanto a los datos provinciales sobre impacto económico, unas pocas jurisdicciones cuentan con alguna medición de empleo, facturación, exportaciones u otros indicadores económicos del sector. Todas reconocen importantes limitaciones en la cobertura y la calidad de esa información.

Algunas provincias también obtienen datos parciales y no sistemáticos a través de instrumentos pensados para otros fines, como registros administrativos asociados a programas de fomento y fondos concursables. Es el caso del Polo Audiovisual de Córdoba, que utiliza la información de las convocatorias para seguir año a año qué proyectos se presentan, quiénes acceden a financiamiento y cómo evolucionan los instrumentos disponibles.

En este contexto es clave el rol de otras organizaciones. El Observatorio de la Industria Argentina de Videojuegos de la UNRaf y ADVA realiza relevamientos anuales sobre la industria a nivel nacional desde 2017. Estos informes cubren de manera sistemática características generales de las empresas, recursos humanos, producción, mercados y financiamiento, y se han convertido en la fuente más consistente para seguir la evolución del sector. No obstante, ese relevamiento está anclado en la red de empresas asociadas a ADVA. Por lo tanto, si bien provee una muestra significativa, no captura la totalidad de los estudios y emprendimientos que operan en el país.

Además de estos dispositivos, es relevante el aporte de iniciativas como la de Women in Games Argentina (WiGAR), que desde 2021 realiza encuestas anuales a trabajadoras y trabajadores de videojuegos en el país. Estos relevamientos recogen información sobre formación, condiciones y modalidades de empleo, roles y experiencias laborales con perspectiva de género, y permiten construir un perfil socio-ocupacional del sector que no está cubierto por los sistemas de información provinciales ni por los relevamientos empresariales tradicionales. Si bien tampoco se trata de un censo exhaustivo, sus resultados aportan evidencias valiosas sobre brechas de género, modalidades de inserción laboral y dinámicas de trabajo que el diagnóstico provincial no alcanza a captar por sí solo.

En conclusión, el estado actual de los datos sobre videojuegos en las provincias relevadas se caracteriza por una baja institucionalización, coberturas parciales y fuerte dependencia de iniciativas externas. Salvo casos concretos, los sistemas estadísticos provinciales no producen información específica sobre el sector y buena parte de los insumos disponibles proviene de relevamientos impulsados por universidades, asociaciones empresariales y organizaciones profesionales. Esos estudios aportan evidencia valiosa pero no constituyen censos exhaustivos y pueden tener el sesgo de concentrarse en los actores más visibles o cercanos a las organizaciones que los impulsan.

Brechas y desigualdades identificadas

Las brechas en materia de información se expresan, en primer lugar, entre provincias que cuentan con algún área pública dedicada y un conjunto de jurisdicciones donde no existen estructuras específicas para producir datos sobre videojuegos. Esto implica que solo una minoría tiene nodos institucionales de información sectorial y que la mayoría recaba datos de manera fragmentaria o por vías informales.

En segundo lugar, incluso donde se generan datos, suelen concentrarse en algunas dimensiones puntuales –registro de desarrolladoras y desarrolladores, empresas, proyectos u oferta formativa y matrícula–, mientras casi no hay disponibles mediciones sobre empleo, facturación, exportaciones u otros indicadores económicos. Se configura así una desigualdad entre aspectos relativamente visibles del ecosistema, como actores y formación, y otras áreas críticas, como el impacto económico o la internacionalización, que permanecen sin mediciones sistemáticas.

Por último, existe una brecha entre capitales y localidades del interior dentro de las provincias. En la mayoría de los casos no hay relevamientos formales por fuera de las grandes ciudades, lo que deja fuera de los registros a desarrolladoras y desarrolladores radicados en localidades medianas o pequeñas y dificulta diseñar políticas con mayor federalismo intraprovincial.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Área que releva datos	*Baja institucionalización; minoría de provincias cuenta con áreas o sistemas estadísticos específicos.*	*Buenos Aires (BASIC); Santa Fe, Misiones y La Rioja.*
Tipos de información	*Registros básicos de desarrolladores y oferta formativa; marcado vacío en datos de impacto económico provincial.*	*Córdoba: seguimiento de proyectos a través de registros de fondos concursables del Polo Audiovisual.*

Eje 3 Normativa y gobernanza

En lo referente a la organización de las estructuras gubernamentales, doce de las veintiuna provincias relevadas cuentan con una cartera o área desde la cual se vinculan con el sector de los videojuegos. Por lo general, son reparticiones de alcance más amplio, que incluyen los videojuegos dentro de un universo mayor.

Entre las que cuentan con un área vinculada al sector, en la mayoría de los casos la función está ubicada fuera de los ministerios de Cultura o de áreas específicas de Industrias Culturales, y se inscribe en carteras de Producción, Economía, Innovación o Economía del Conocimiento. En un grupo más acotado de provincias, la referencia a videojuegos aparece relacionada directamente con organismos culturales como es el caso del Instituto Cultural de la Provincia de Buenos Aires o la Secretaría de Cultura de La Rioja.

En muchos casos, el desarrollo actual del sector aún es incipiente. Por eso, se considera adecuado promover la industria local de videojuegos desde estructuras preexistentes, vinculadas en general al sector audiovisual o a la economía del conocimiento.

Existe un caso particular en la provincia de Corrientes, con un laboratorio de desarrollo de videojuegos en el marco de la Subsecretaría de Sistemas y Tecnologías de la Información (SuSTI) que provee de experiencias interactivas a otras áreas de gobierno, por ejemplo, para usos educativos.

En lo que respecta al marco normativo, aproximadamente la mitad de las provincias relevadas (once de las veintiuna) cuenta con legislación particular aplicable a la promoción de la industria. La legislación existente, por lo general, no responde de manera específica al sector, sino que lo incluye en marcos normativos más amplios. En la mayoría de los casos, los videojuegos quedan cubiertos por leyes destinadas a la economía del conocimiento, ya sea mediante adhesiones a la Ley Nacional N° 27.506 o a través de regímenes provinciales equivalentes.

En materia de normativa y gobernanza, los enlaces provinciales identifican como desafíos centrales la baja legitimación institucional del sector y su escaso conocimiento dentro de la administración pública, lo que dificulta diseñar políticas específicas y adaptar herramientas existentes a las particularidades de los videojuegos. A esto se suman la fragmentación de la interlocución estatal, con competencias distribuidas entre Cultura, Producción, Educación e Innovación, sin instancias estables de coordinación; y la percepción en varias provincias de que el sector aún no se configura como industria que amerite áreas propias o programas de largo plazo.

Brechas y desigualdades identificadas

Se observan brechas entre tipos de marcos institucionales y normativos. Por un lado, un grupo de jurisdicciones que ha avanzado en esquemas relativamente consolidados, donde los videojuegos se insertan en leyes y programas de economía del conocimiento, audiovisual o servicios basados en el conocimiento. Casos con polos, agencias, consejos asesores o incluso laboratorios estatales que funcionan como puntos de referencia estables para el sector. Aunque no haya áreas exclusivas para videojuegos, sí hay reglas más claras, ventanillas identificables y cierta continuidad de políticas.

Por otro lado, hay jurisdicciones en las que no existe normativa específica y la referencia a videojuegos aparece solo de manera tangencial o no aparece. Allí, la relación con el Estado se canaliza de forma dispersa entre áreas diversas, sin equipos dedicados ni programas de mediano plazo. Entre ambos polos hay situaciones intermedias, donde existen adhesiones generales a regímenes de economía del conocimiento o menciones genéricas al audiovisual, pero sin instrumentos adaptados a la especificidad del videojuego.

Estas diferencias se explican, en parte, porque el sector todavía tiene escaso reconocimiento institucional y es poco conocido dentro de la administración pública. Por eso, mientras en algunas

provincias se lo considera parte de las políticas estratégicas, en otras todavía se lo percibe como un ámbito incipiente, que aún no justifica contar con áreas propias, presupuestos diferenciados o mesas de coordinación estables.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Área estatal específica	*Gestión mayoritaria desde carteras de Producción, Economía o Innovación; abordaje desde Cultura es minoritario.*	*Córdoba, PBA, La Rioja, Río Negro, Misiones y Entre Ríos*
Marco normativo	*Inclusión en leyes generales de Economía del Conocimiento o regímenes de fomento audiovisual.*	*Adhesión a Ley Nacional 27.506. Tucumán: Ley de Fomento Audiovisual incluye al sector.*
Legitimación	*Percepción del sector como incipiente, lo que dificulta la creación de estructuras y presupuestos exclusivos.*	*Corrientes: Laboratorio de videojuegos (SuSTI) para usos educativos del Estado.*

Eje 4 Financiamiento

El desarrollo de un videojuego implica ciclos largos de trabajo, altos costos fijos en equipamiento y horas de especialización, y un período extendido sin ingresos, por eso es difícil que los equipos pequeños puedan sostenerlo solo con fondos propios. A escala internacional, este problema se aborda en buena medida a través de *publishers* que combinan funciones de financiamiento, marketing, distribución y acompañamiento comercial, asumiendo parte del riesgo a cambio de una porción de los ingresos o de la propiedad intelectual. En la mayoría de las provincias, todavía no existen *publishers* locales de tamaño relevante y los acuerdos con publicadores internacionales son todavía excepcionales. La dificultad de acceder a estos actores vuelve crucial la existencia de otras

vías de financiamiento. Este aspecto, además, se relaciona estrechamente con las políticas de circulación e internacionalización que permiten vincular a los estudios con potenciales socios e inversores.

En general, el nivel de acceso al financiamiento del sector es bajo o –en el mejor caso– parcial o insuficiente para acompañar el crecimiento de la industria. Aun en jurisdicciones donde se mencionan líneas específicas, incubadoras o programas de apoyo, solo una fracción reducida de estudios y emprendimientos logra efectivamente acceder a estos recursos. Entre los obstáculos mencionados aparecen los requisitos de formalización, el desconocimiento o la falta de instrumentos adecuados al perfil de riesgo del sector.

Además, allí donde existen líneas específicas o adaptadas, en general son puntuales, de escala acotada y sin capital semilla ni capital local de riesgo, lo que indica que la masa total de recursos disponibles también es limitada frente a las necesidades de crecimiento del sector.

En la Argentina, la industria de los videojuegos está compuesta mayoritariamente, por emprendimientos unipersonales o microempresas con pocos estudios que hayan dado el salto hacia estructuras empresariales consolidadas. Esta configuración de base dificulta el cumplimiento de los requisitos habituales de un programa de crédito o inversión. Así, se consolida la brecha entre la forma estándar de organización del sector y el tipo de empresa que exigen muchos programas de financiamiento.

Además, se identifica una característica particular del sector: una combinación de resistencia a la formalización y desconfianza hacia las obligaciones fiscales y administrativas, muy presente en los perfiles tecnológicos orientados a la exportación de servicios. Según los testimonios relevados, muchos *developers* jóvenes tienden a privilegiar modalidades de trabajo independientes y perciben la relación con el Estado como una carga o un riesgo. Esto contribuye a postergar la formalización, aun cuando eso limite el acceso a financiamiento.

A ello se suma, de acuerdo con el relevamiento, la naturaleza intangible de los activos del sector. El principal capital de un emprendimiento de desarrollo de videojuegos es intelectual, casi sin bienes físicos que puedan ofrecerse como garantía. Esto genera un desfase entre los activos del videojuego y los instrumentos financieros tradicionales, que tienden a exigir garantías físicas y flujos previsibles.

Una proporción importante de provincias cuentan con marcos amplios de promoción como adhesiones al Régimen de Economía del Conocimiento (Ley N° 27.506), leyes provinciales de software o regímenes de fomento audiovisual donde los videojuegos quedan incluidos de forma general. Estos esquemas suelen ofrecer exenciones o reducciones de impuestos provinciales, estabilidad fiscal y acceso a programas de apoyo productivo para empresas inscriptas, y

constituyen el principal acceso a beneficios fiscales para los estudios del sector en gran parte del país.

Más allá de estas adhesiones generales, solo un grupo reducido de provincias cuenta con incentivos fiscales, esquemas de cofinanciamiento o mecanismos explícitos para atraer inversión privada hacia videojuegos y actividades afines. Como ejemplos, Córdoba tiene líneas específicas para *vertical slice*, *cash rebate* y articulación con el Polo Audiovisual; y Santa Fe cuenta con incubadoras de videojuegos financiadas por la provincia, esquemas de becas, incentivos fiscales y programas de fomento a la exportación. En la mayoría de las demás jurisdicciones, en cambio, los instrumentos para videojuegos consisten en becas y premios generales, algunas líneas de crédito genéricas y apoyos puntuales, sin incentivos fiscales ni fondos de coinversión focalizados en el sector.

En este escenario, muchos emprendimientos provinciales dependen estructuralmente de la prestación de servicios para terceros como vía principal de negocios, lo que permite sostener equipos con continuidad laboral pero no reemplaza la necesidad de financiamiento de riesgo para proyectos propios. Por ello, existe una oportunidad en el diseño de las políticas públicas provinciales: financiamiento que cubra, en particular, las etapas tempranas -prototipo y vertical slice- y que apoye la circulación e internacionalización de los proyectos para que puedan vincularse con *publishers*, inversores y otros actores capaces de acompañar su crecimiento.

Brechas y desigualdades identificadas

Por un lado, algunas jurisdicciones han construido esquemas con cierta solidez, donde el sector de videojuegos accede a distintos instrumentos como líneas específicas, fondos concursables, esquemas de cofinanciamiento o *cash rebate*, articulación con agencias de promoción de exportaciones e incubadoras o polos que ofrecen espacios físicos, infraestructura tecnológica y acompañamiento técnico, además del aporte monetario. En estos entornos, el fomento combina transferencias directas (subsidios, premios o cofinanciamiento), beneficios fiscales (exenciones o reducciones impositivas, estabilidad fiscal) y apoyos no monetarios, como espacios de trabajo, mentorías, redes de contactos o participación en ferias. Un marco más propicio para promover el crecimiento de los emprendimientos del sector.

En otras jurisdicciones no hay disponible financiamiento específico para videojuegos. Los apoyos identificados son becas o premios culturales de alcance general, líneas de crédito productivo no adaptadas al perfil de riesgo del sector o ayudas para asistir a eventos. En estos casos, los marcos amplios –como las leyes de economía del conocimiento– funcionan como alivio fiscal para quienes ya lograron formalizarse, pero no abordan la falta de capital semilla y financiamiento de riesgo identificada como el principal cuello de botella.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Acceso a fomento público	*Calificado como bajo o parcial; desajuste entre activos intangibles y garantías tradicionales.*	*Córdoba: líneas para vertical slice y cash rebate. Santa Fe: incubadoras financiadas por la provincia.*
Instrumentos de apoyo	*Predominio de exenciones fiscales por leyes de conocimiento y becas o premios de alcance general.*	*Misiones: créditos específicos a través de Silicon Misiones e instituto audiovisual.*
Dependencia comercial	*Sostenibilidad ligada a la prestación de servicios a terceros ante la escasez de publishers locales.*	*Proyectos que utilizan el vertical slice para sustentar negociaciones con socios extranjeros.*

Eje 5 Internacionalización

Los mercados externos tienen un peso significativo para la industria argentina de videojuegos. El relevamiento del Observatorio de la UNRaf muestra que las empresas pequeñas y medianas concentran la mayor parte de sus ventas de juegos propios en el exterior, principalmente en Estados Unidos y Canadá. En cambio, entre las microempresas, todavía predomina el mercado local como principal fuente de facturación. Algo similar ocurre en los servicios de soporte al desarrollo de videojuegos: las microempresas orientan la mayoría de sus ventas al mercado local, pero las pequeñas y medianas vuelven a tener su principal fuente de ingresos en Norteamérica.

En las provincias relevadas, el nivel de inserción internacional es incipiente y está concentrado en un número reducido de casos. Muchas registran participaciones en ferias, mercados y misiones comerciales con proyección internacional, como Game Developers Conference (GDC), Gamescom, Ventana Sur, Virtuality o EVA. También surgen menciones a estudios que exportan servicios o productos, pero casi nunca con datos sistemáticos sobre volúmenes, destinos o tipos de operación.

En un grupo amplio de jurisdicciones se indica que "no se relevan datos" específicos de internacionalización o que solo hay conocimiento general de algunas exportaciones, sin series históricas ni indicadores propios.

La capacidad de inserción internacional más desarrollada se concentra en jurisdicciones que combinan mayor desarrollo empresarial con políticas activas y articulación institucional. En la provincia de Buenos Aires, la presencia en mercados como GDC, Gamescom o Gamescom Latam se apoya en una red de polos regionales, cámaras sectoriales y agencias provinciales de promoción, que organizan misiones comerciales, rondas de negocios y herramientas específicas de fomento a las exportaciones, integrando al sector en plataformas como la Feria de Industrias Creativas (FINDE), CLIC y catálogos oficiales.

Córdoba se ha consolidado como otro nodo central: el Polo Audiovisual, la Ley Provincial y el trabajo del clúster sostienen líneas de fomento para *vertical slice*, un programa de *cash rebate* y la participación sistemática en ferias y misiones comerciales internacionales, en coordinación con agencias de promoción de exportaciones y áreas de competitividad. Santa Fe acompaña misiones comerciales y promueve la participación en foros empresariales a través de la agencia Santa Fe Global. Y Misiones despliega una estrategia emergente pero intensa a través de Silicon Misiones y del instituto audiovisual, combinando créditos específicos, líneas de fomento y festivales tecnológicos con el financiamiento de delegaciones al Mercado de Industrias Culturales Argentinas (MICA) y otros mercados, donde se presentan prototipos y experiencias inmersivas como puerta de entrada a socios e inversores externos.

Otro conjunto amplio de provincias registra experiencias de participación en EVA, ferias regionales o programas nacionales, aunque no siempre existe una política sostenida de internacionalización ni indicadores sistemáticos sobre destinos, volúmenes exportados o tipos de contrato. En estos casos, la inserción externa depende del trabajo autogestionado de estudios y desarrolladores o del acceso indirecto a herramientas de otros sectores (audiovisual, economía del conocimiento).

Aun en los casos más avanzados, todavía hay pocos indicadores específicos y evaluaciones sistemáticas sobre el impacto de estas acciones en la internacionalización de los videojuegos.

Los objetivos asociados a la internacionalización aparecen vinculados a las condiciones estructurales del mercado local. Los testimonios subrayan que la capacidad del mercado interno para sostener sueldos y modelos de negocio es limitada, por lo que vender servicios o productos al exterior se vuelve importante para la viabilidad de muchos proyectos. Ante eso, participar en ferias, rondas y misiones se valora como una vía clave para acceder a clientes y socios internacionales, diversificar ingresos en moneda extranjera y encontrar acuerdos contractuales más favorables.

Al mismo tiempo, existen obstáculos significativos para alcanzar esos objetivos. Entre ellos, se destaca la dificultad para sostener una presencia continua en ferias internacionales y rondas de negocios sin una estrategia comercial de mediano plazo. También se enfatiza la vacancia de capacidades específicas en marketing, relaciones públicas, gestión comercial y *publishing* internacional dentro de los equipos. A esto se suma la competencia por talento con empresas del exterior, que ofrecen remuneraciones difíciles de igualar para los estudios locales. De esta manera, se favorece la migración remota o presencial de trabajadoras y trabajadores calificados, limitando las posibilidades de armar y sostener equipos en proyectos que buscan crecer desde las provincias.

Brechas y desigualdades identificadas

La asimetría descrita en cuanto a capacidades estatales, densidad empresarial y desarrollo de instrumentos específicos tiene a profundizar las desigualdades territoriales: mientras algunos polos pueden planificar estrategias de mediano plazo para consolidar exportaciones y presencia en ferias, en otros casos la internacionalización depende de esfuerzos individuales, sin acompañamiento sostenido ni evaluación de impacto.

En provincias como Buenos Aires, Córdoba, Misiones y Santa Fe, el sector cuenta con agencias de promoción, clústers, misiones comerciales y materiales adaptados a mercados externos, lo que facilita el acceso a clientes internacionales y la articulación con programas nacionales. En otras jurisdicciones, las exportaciones dependen de iniciativas aisladas de estudios y equipos de desarrollo, del uso de plataformas digitales y de herramientas pensadas para otros sectores.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Orientación de mercados / Participación en ferias	*Marcado perfil exportador, con Estados Unidos y Canadá como principales destinos de facturación. Presencia en festivales globales clave, traccionada frecuentemente por agencias de promoción comercial.*	*Pymes y microestudios con alta inserción en clientes internacionales. GDC, Gamescom, Ventana Sur. Córdoba: ProCórdoba; Santa Fe:(Santa Fe Global.*
Estrategia de inserción	*Proyección dependiente mayoritariamente de esfuerzos individuales de estudios y desarrolladores/as.*	*Buenos Aires: integración del sector en la plataforma FINDE y en catálogos oficiales.*

Eje 6 Formación

La oferta formativa vinculada a videojuegos combina propuestas oficiales en programación y carreras afines con trayectos específicos fragmentados y concentrados en pocas jurisdicciones. Predominan las formaciones que proveen bases técnicas generales (programación, diseño, arte digital), mientras que las carreras y diplomaturas específicamente orientadas a videojuegos aparecen de manera puntual y, en general, en las grandes ciudades. .

En varias provincias se reportan tecnicaturas y diplomaturas en diseño y desarrollo de videojuegos, así como cursos específicos en escuelas de cine, polos creativos o universidades tecnológicas, aunque suelen ser experiencias aisladas y de alcance acotado. A la vez, casi todas las jurisdicciones cuentan con ofertas en programación a nivel secundario técnico y universitario (analista, sistemas, informática), que funcionan como semillero indirecto para el sector. Territorialmente, la mayor parte de esta formación se concentra en capitales provinciales y grandes aglomerados urbanos, con menos alternativas estructuradas en el interior, donde dominan talleres breves y capacitaciones puntuales.

El vínculo con el sector productivo se da sobre todo a través de *game jams*, proyectos aplicados, trabajos finales y prácticas puntuales en pocas empresas, más que mediante esquemas sistemáticos de pasantías o incubación. La mayoría de las provincias evalúa como baja o intermedia la suficiencia de la oferta formativa, señalando brechas en perfiles clave (producción, negocios, marketing) y la necesidad de articular mejor entre instituciones educativas, comunidades de desarrollo y estudios que ya exportan servicios.

Aunque se reporta una expansión reciente de carreras y cursos vinculados a programación y sistemas, en muchos casos faltan trayectos formativos completos en videojuegos. Existe también un desfase entre los contenidos educativos y las necesidades de la industria, con currículas desactualizadas, una fuerte dependencia de la formación autodidacta y poca atención a roles complementarios vinculados a la gestión comercial o legal. Incluso en provincias con ecosistemas más asentados, como Córdoba o Tucumán, las diplomaturas y tecnicaturas específicas recién se están poniendo en marcha. E incluso en estos casos, los cupos son acotados frente a la demanda potencial. La oferta pública de formación en videojuegos es todavía limitada y se concentra en las capitales provinciales, mientras que buena parte de las propuestas específicas se dicta en instituciones privadas.

En relación con la formación, también aparece como un factor relevante la necesidad de fortalecer la capacitación de los emprendimientos, especialmente en gestión, desarrollo comercial y aspectos

legales. Se señala que muchos estudios y desarrolladoras/es tienen formación sólida en programación, arte o diseño, pero no cuentan con herramientas para armar modelos de negocio, planificar la comercialización de sus juegos, manejar cuestiones administrativas e impositivas, o negociar contratos con clientes y *publishers* del exterior. Fortalecer la formación en gestión empresarial es clave para que los proyectos vocacionales o por encargo puedan convertirse en estudios sostenibles en el tiempo. Esto permitiría, además, que más profesionales desarrollen su carrera en su provincia y que el sector aproveche mejor, desde cada territorio, las oportunidades de internacionalización que se abren.

Brechas y desigualdades identificadas

La oferta formativa presenta diferencias entre provincias en la profundidad de las trayectorias disponibles, en su distribución territorial y en su articulación con el sector productivo. Algunas provincias cuentan con tecnicaturas universitarias, diplomaturas y certificaciones específicas en desarrollo y producción de videojuegos (Córdoba, Mendoza, Buenos Aires, Santa Fe y experiencias en Salta, Corrientes y Tucumán). En un número significativo de jurisdicciones la oferta se limita a carreras generales de programación o sistemas, talleres breves y cursos aislados. En otras, no existe formación específica en videojuegos. A esto se suma que las propuestas más completas suelen concentrarse en las capitales provinciales y en los grandes centros urbanos.

Allí donde la formación está más desarrollada, se observan trayectos integrales que cubren roles técnicos y creativos (programación de videojuegos, *game design*, arte 2D y 3D, narrativa, audio, producción y gestión de proyectos, aseguramiento de la calidad, incluso nociones de negocio y *publishing*), articulados con prácticas profesionalizantes, incubadoras educativas y vínculos con clústeres y cámaras sectoriales. Este tipo de trayectos aparece en polos como Córdoba, Buenos Aires y Santa Fe, donde la articulación entre actores es más sólida. En cambio, en muchas jurisdicciones las instituciones educativas ofrecen formación básica en programación o robótica en el nivel secundario y carreras informáticas generales en el nivel superior, pero todavía no incluyen contenidos específicos sobre videojuegos ni programas de pasantías. Por eso, buena parte del aprendizaje es autodidacta.

Incluso en los polos más avanzados, la formación todavía presenta desafíos: faltan trayectos completos que acompañen desde la iniciación hasta la especialización, la oferta pública es menor que la demanda potencial y predomina la formación técnica, con menos atención a las competencias empresariales, comerciales y legales necesarias para sostener estudios y negociar con clientes o *publishers* internacionales. Esta falta de capacitación en gestión, modelos de negocio, marketing, relaciones públicas y aspectos contractuales aparece como un cuello de botella, dado que limita la posibilidad de transformar proyectos vocacionales en emprendimientos sostenibles y reduce la capacidad de las provincias para capturar el valor económico que genera su propio talento.

Las diferencias territoriales en la oferta formativa no solo definen cuántas personas pueden acceder a trayectos específicos en videojuegos, sino también dónde pueden hacerlo, y eso tiene efectos directos en el desarraigo. En regiones con menor oferta formativa, los perfiles que logran especializarse suelen migrar hacia capitales provinciales, otras jurisdicciones o al exterior, y rara vez regresan para insertarse en el entramado productivo local. Así, la escasez de oferta formativa específica no solo lleva a que muchas de las personas que logran especializarse se trasladen a otras provincias, sino que también puede desalentar a quienes quieren iniciarse o continuar en el sector. Como consecuencia, el número de personas interesadas tiende a ser inestable.

Hallazgos claves

Dimensión	Tendencia predominante	Casos destacados
Oferta formativa oficial	*Bases en programación extendidas; carreras específicas fragmentadas y de carácter mayormente privado.*	*Trayectos integrales en Córdoba, Mendoza, PBA y Santa Fe (UNRaf, UNL, UNR).*
Distribución territorial	*Hiper-concentración en capitales; el interior depende de talleres breves o aprendizaje informal.*	*Córdoba y Santa Fe como polos consolidados de formación pública y privada.*
Déficit de especialización	*Vacancia crítica en perfiles de gestión, modelos de negocio, marketing y aspectos legales.*	*Comunidades locales y aprendizaje autodidacta como pilar complementario ante el desfase educativo.*

Síntesis federal del sector

Fortalezas

A nivel federal, el sector de videojuegos muestra un ecosistema con talento distribuido en casi todas las provincias, una base técnica creciente en programación y carreras afines, y comunidades muy activas que sostienen eventos, *game jams* y redes colaborativas incluso en distritos donde la

institucionalidad todavía es incipiente. Además, varias jurisdicciones han comenzado a integrar al videojuego en marcos normativos de economía del conocimiento y fomento audiovisual, lo que abre puertas a incentivos fiscales, líneas de crédito e instrumentos de internacionalización que, aunque desiguales, sientan bases para políticas más específicas en el futuro.

- Existe talento técnico y creativo en casi todas las provincias, con emprendimientos unipersonales y microestudios orientados tanto a desarrollo propio como a servicios para terceros.
- Hay un ecosistema muy activo de comunidades y organizaciones sectoriales que sostienen redes, eventos y formación informal aun donde la oferta pública todavía no llega.
- De manera paulatina, el sector se va incorporando en marcos de economía del conocimiento y fomento audiovisual, que permiten acceder a beneficios generales para software e industrias culturales.
- Las primeras experiencias de fomento, festivales y participación internacional muestran capacidad exportadora y aprendizaje en mercados globales.
- La oferta formativa en programación y sistemas está bastante extendida en secundaria técnica y nivel superior. Funciona como semillero indirecto para el sector, incluso donde la formación específica en videojuegos es muy incipiente.

Principales desafíos y brechas

- **Fragmentación del ecosistema y baja formalización empresarial**. Predominan proyectos independientes, con dificultades para consolidar estudios sostenibles, acceder a financiamiento y construir trayectorias de mediano plazo.
- **Acceso restringido al financiamiento**. El sector opera con escasa llegada al crédito formal, enfrenta desafíos para formalizarse y tiene pocos instrumentos diseñados a su medida.
- **Falta de datos**. La mayoría de las jurisdicciones provinciales no producen información específica y sistemática sobre el sector.
- **La concentración geográfica** de la actividad en las capitales provinciales y el Área Metropolitana de Buenos Aires es un fenómeno extendido, que se replica al interior de las provincias con un panorama de baja federalización interna.
- **Déficits de formación específica y desfase educativo**. Faltan trayectos completos en videojuegos, perfiles de gestión, negocio y marketing, y la actualización curricular de las

carreras formales no acompaña las necesidades reales de producción e internacionalización en un entorno que evoluciona a un ritmo muy acelerado.

- **Competencia por el talento, desarraigo y brecha de género**. Los perfiles más desarrollados migran hacia mercados mejor remunerados, en el país o en el exterior, y la participación de mujeres y disidencias sigue siendo baja en roles técnicos y espacios de decisión.

Experiencias provinciales destacadas

- **Córdoba**: ecosistema maduro con clúster de videojuegos; presencia de ADVA; tecnicaturas específicas en desarrollo y producción; integración en el Polo Audiovisual; líneas de fomento; articulación con universidades; fuerte presencia en ferias internacionales.
- **Buenos Aires**: red densa de polos (La Plata, Mar del Plata, Tandil, Bahía Blanca); fuerte entramado asociativo; leyes provinciales de economía del conocimiento y audiovisual que incluyen videojuegos; instrumentos de fomento (FINDE, EBV CLIC, plataformas de exhibición); buena inserción internacional.
- **Santa Fe**: ecosistema en consolidación con nodos en Santa Fe, Rosario y Rafaela; una comunidad de larga trayectoria como Rosario Game Devs; incubadoras de videojuegos con financiamiento provincial; oferta educativa específica en roles técnicos y creativos en las universidades nacionales de Rafaela, del Litoral y de Rosario, y en las sedes de la Universidad Abierta Interamericana; instrumentos de financiamiento, formación y promoción de exportaciones (Agencia Santa Fe Global, mesas productivas de industrias creativas).
- **Misiones**: se apoya en plataformas como Silicon Misiones y en una agenda de economía del conocimiento con fuerte anclaje territorial y educativo, donde los videojuegos se integran a políticas de formación tecnológica, prototipado y trabajo con juventudes, que ofrece un modelo de entrada temprana al sector desde la escuela y los polos de innovación.

- **Tucumán**: combina cooperativas y estudios independientes activos; festival propio (Tucumán Hace Videojuegos); nuevas ofertas formativas específicas; Ley Provincial de Fomento Audiovisual para incluir al videojuego en líneas de subsidio.

CADENAS DE VALOR

POR SECTOR

CADENAS DE VALOR POR SECTOR

Artes Escénicas - Danza

Eslabón / Etapa	Actores y agentes clave	Descripción / Función	Intervención del Estado / Políticas	Notas adicionales
Formación	Escuelas, estudios, universidades y talleres.	Eslabón fundamental destinado a la capacitación y profesionalización del sector artístico y técnico.	Intervienen los estados provinciales mediante espacios formativos, clases, capacitaciones y cursos de perfeccionamiento.	Se desarrolla y concentra principalmente en el sector independiente o privado.
Investigación	-	Fase de definición de los proyectos. Comprende la generación de ideas, la revisión de archivos, la indagación teórica y la escritura de guiones.	-	-
Creación	-	Etapa dedicada a los ensayos, la composición, la coreografía y la dirección.	Existen líneas de financiamiento impulsadas tanto por los estados provinciales como por el Estado nacional.	-
Producción	Trabajadores y trabajadoras del sector privado (oficios escenotécnicos) e instituciones públicas.	Participan áreas técnicas y de apoyo indispensables para la ejecución de la actividad (sonido, escenografía, utilería, vestuario, maquillaje, entre otros).	Instituciones públicas con programas de financiamiento.	-

Circulación	Elencos estables, salas escénicas, festivales.	Exhibición de los contenidos.	Fuerte participación pública a través de los elencos estables, la provisión de salas y la organización de festivales. En gran parte del país –salvo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la mayoría de las capitales provinciales–, predominan las salas de gestión estatal.	El circuito no oficial concentra la mayor parte de la exhibición.
Comercialización	Mercados, ferias, contratos con productores, distribuidores y difusores.	Abarca las actividades orientadas a la venta, distribución y captación de nuevas audiencias.	Esta etapa está impulsada de forma predominante por la gestión privada e independiente.	Es una de las etapas con mayores posibilidades de desarrollo.
Promoción / Difusión	Redes sociales, prensa y marketing.	Acciones destinadas a dar visibilidad a las obras, atraer al público y fomentar el consumo cultural.	En los casos donde los estados provinciales intervienen, el aporte es significativo.	Optimizar los canales de comunicación permitiría ampliar el alcance de la programación hacia nuevas audiencias.
Consumo	Público general y espectadores.	Refleja el impacto de la cadena de valor mediante indicadores concretos como cantidad de espectadores o recaudación.	El sector oficial suele ofrecer acceso gratuito.	En el sector no oficial, la rentabilidad es un desafío constante y es limitado el porcentaje de producciones que alcanza el superávit comercial.

Artes Escénicas - Teatro

Eslabón / Etapa	Actores y agentes clave	Descripción / Función	Intervención del Estado / Políticas
Creación / Pre-producción	Dramaturgos/as, actores, actrices, directores/as e investigadores/as.	Concepción de la idea, escritura del guion, diseño estético, diseño de carpeta. Búsqueda de escenarios y de financiamiento.	Becas de creación, concursos o residencias de dramaturgia.
Producción / Realización	Elenco, equipo técnico, de escenografía, de vestuario y de iluminación; gestores/as, cooperativas teatrales.	Materialización del proyecto. Ensayos, diseño de iluminación, escenografía y vestuario. Montaje técnico. Registro de la obra.	Subsidios para producción de obra y equipamiento de salas.
Difusión y marketing digital	-	Diseño de identidad visual. Estrategias de convocatoria (prensa, crítica teatral, redes sociales).	-
Exhibición / Circulación	Gestores/as, productores/as, redes de salas, agentes de comunicación, públicos.	Puesta en escena y representación de la obra. Registro audiovisual. Movilidad (giras y festivales).	Subsidios para giras. Fiestas provinciales y nacionales del teatro. Otros festivales.
Mediación / Consumo	Salas independientes, teatros oficiales, públicos.	Permanencia en cartel. Procesos de formación de audiencias.	Mantenimiento de salas oficiales y fomento a la gestión de públicos.

Artes visuales

Eslabón / Etapa	Actores y agentes clave	Descripción / Función
Insumos / Servicios de apoyo	Proveedores de materiales, fabricantes de herramientas y equipamiento, talleres, imprentas, fotógrafos/as, diseñadores/as, empresas de transporte, compañías de	Proveen bienes y servicios necesarios para la creación, producción, traslado y conservación de las obras.

	seguros y depósitos de almacenamiento.	
Creación / Producción	Artistas visuales y asistentes, talleres, estudios y productores.	Creación de la obra y gestión de los recursos necesarios para su realización.
Mediación / Legitimación	Curadores/as, críticos/as de arte, investigadores/as, gestores/as culturales, agentes, representantes y publicaciones especializadas.	Estudio, selección, interpretación, contextualización, promoción y construcción de reconocimiento y valor simbólico.
Circulación / Exhibición	Galerías, museos, centros culturales, espacios independientes, salas de exposición, ferias, bienales e instituciones educativas.	Muestra, difusión y puesta a disposición de las obras para diferentes audiencias.
Comercialización	Galerías, marchantes, comerciantes de arte, casas de subastas, ferias, plataformas digitales e intermediarios.	Nexo comercial entre productores y compradores, formación de precios y concreción de transacciones.
Demanda / Consumo	Coleccionistas, compradores/as particulares, empresas, instituciones públicas, museos, fundaciones, visitantes y público general.	Adquisición, consumo, uso, muestra o integración de las piezas a acervos artísticos.
Conservación / Patrimonialización	Museos, colecciones institucionales, especialistas en conservación, restauración y patrimonio, y empresas de depósito.	Preservación física, documentación, restauración y transmisión del legado de las obras como patrimonio cultural.

Artesanías

Eslabón / Etapa	Descripción / Función	Intervención del Estado / Políticas
Transmisión del conocimiento / Formación	Capacitación, aprendizaje y especialización en las técnicas del oficio.	Programas de apoyo a la enseñanza, capacitaciones, acreditaciones de saberes y diplomaturas.

Obtención de materia prima	Recolección, cosecha, extracción, esquila o adquisición de la materia prima.	Normativas, regulaciones, permisos y apoyos.
Creación / Elaboración	Diseño y producción de piezas artesanales.	Asistencia técnica.
Empaque / Logística	Acondicionamiento y traslado de las piezas.	Sin intervenciones específicas registradas.
Circulación	Circulación nacional e internacional de las obras.	Mercados artesanales, incentivos para la participación en ferias y confección de catálogos.

Audiovisual

Eslabón / Etapa	Actores y agentes clave	Descripción / Función
Preproducción	Proveedores asociados: servicios jurídicos y de propiedad intelectual, editoriales, agencias literarias.	Desarrollo creativo y escritura del guion.
Producción	Elenco y equipo técnico. Proveedores: servicios de escenografía y vestuario, locaciones, catering, hospedaje, transporte y logística.	Ejecución del rodaje y grabación del material audiovisual.
Posproducción	Proveedores: empresas de tecnología, software y equipamiento técnico, editores, diseñadores de sonido y gestores de derechos musicales.	Edición de imagen, montaje, efectos visuales y mezcla de sonido.
Distribución / Consumo	Salas de cine, canales de televisión, plataformas de streaming y festivales. Proveedores: agencias de publicidad y marketing, empresas de telecomunicaciones y comercio minorista.	Comercialización, exhibición, difusión y acceso del público a los contenidos.

Diseño

Eslabón / Etapa	Actores y agentes clave	Intervención del Estado / Políticas	Notas adicionales
Formación y generación de conocimiento	Universidades públicas y privadas (UNCuyo, UNLP, UNaM, UNSJ, UNL, UNR y otras). Institutos superiores. Centros de investigación.	Financiamiento del sistema educativo público. Becas nacionales (Manuel Belgrano, Diseño Argentino). Programas de formación continua.	Oferta universitaria limitada en diversas provincias. Concentración en capitales. Escaso seguimiento de egresados/as y baja articulación con la demanda productiva.
Creación / Producción	Estudios de diseño de diversos tamaños. Diseñadores independientes. Departamentos de diseño en empresas manufactureras.	Escasa y fragmentada: programas de fomento al emprendimiento, créditos productivos generales, apoyo puntual de áreas culturales.	Información acotada sobre los actores y la facturación del sector. Incipiente nivel de articulación gremial. En general, las líneas de financiamiento no contemplan las particularidades del sector.
Distribución / Comercialización	Ferias sectoriales (FINDE, Comecoco, Feria del Centro). Plataformas digitales. Intermediarios comerciales. Marketplaces. Organismos locales de promoción.	Organización de eventos y mercados. Apoyo comunicacional. Declaraciones de interés. Cesión de espacios.	Concentración geográfica de eventos. Desafío de inserción del diseño en los circuitos comerciales de las provincias. Desarrollo desigual de plataformas digitales específicas según la jurisdicción.

Difusión / Comunicación	Medios especializados (minoritarios). Redes sociales. Catálogos institucionales. Publicaciones académicas.	Muy débil. La provincia de Buenos Aires cuenta con plataformas propias como FINDE. Mendoza dispone de catálogos digitales sectoriales.	Baja cobertura en medios masivos y un número reducido de canales informativos especializados. Uso predominante de redes sociales de alcance generalista en lugar de canales específicos del sector. Escasa documentación disponible y limitada memoria del sector.
Consumo / Impacto	Empresas manufactureras que contratan diseño. Organismos públicos. Particulares. Mercado exportador.	Sello de Buen Diseño Argentino. Marca País. Asesoría en propiedad intelectual (en algunas provincias).	Bajo nivel de visibilización del valor estratégico del diseño entre las empresas de las provincias. Escasa demanda interna de servicios de diseño, especialmente en estructuras productivas menos diversificadas.

Editorial

Eslabón / Etapa	Actores y agentes clave	Intervención del Estado / Políticas	Notas adicionales

Creación	Autores/as, ilustradores/as y traductores/as.	Becas, premios y políticas de promoción de la creación.	Esquemas de ingresos variables y preponderancia de instrumentos indirectos de financiamiento.
Edición / Producción	Editoriales, editores/as, imprentas y, de manera conexa, fábricas y distribuidoras papeleras.	Editoriales públicas y fondos editoriales.	Estructuras de producción de pequeña y mediana escala, costos elevados de insumos y diversidad en los niveles de competencias de gestión e intermediación comercial.
Distribución	Distribuidoras, agentes de comercialización y, de forma conexa, el sector del comercio exterior, las empresas de logística y los centros de almacenamiento.	Compras públicas y redes institucionales de distribución.	Asimetrías geográficas en la circulación de bienes culturales y desafíos en el transporte a escala federal.
Comercialización	Librerías, ferias y canales de venta digital.	Ferias y promoción en comercio exterior (Cancillería).	Distribución dispar de los puntos de venta en el territorio y margen de vulnerabilidad operativa en librerías independientes.
Acceso / Lectura	Lectores/as, bibliotecas, escuelas, promotores de la lectura, comunidad de creadores de contenido digital BBB (*booktubers*, *booktokers* y *bookstagrammers*).	Bibliotecas, programas de formación lectora y promoción de la lectura.	Discontinuidad en la coordinación de programas de alcance nacional y brechas de adaptación ante las nuevas dinámicas de consumo cultural. Información y mediciones limitadas sobre los hábitos del sector.

Gastronomía

Eslabón / Etapa	Actores y agentes clave	Descripción / Función

Producción primaria	Productores/as agrícolas, recolectores/as.	Cosecha, cría y recolección de los ingredientes base del sistema alimentario.
Transformación	Artesanos/as gastronómicos/as, elaboradores/as locales e industrias agroalimentarias.	Procesamiento de la materia prima mediante técnicas artesanales o industriales para la elaboración de alimentos.
Intervención técnica	Cocineros/as, chefs, brigadas de cocina y establecimientos gastronómicos.	Preparación y confección de platos mediante la aplicación de saberes culinarios y técnicas tradicionales.
Circulación / Consumo	Espacios de exhibición, festivales y mercados.	Espacios de encuentro entre la oferta gastronómica y los consumidores finales.

Música

Eslabón / Etapa	Actores y agentes clave	Descripción / Función
Creación	Músicos/as, compositores/as, autores/as, letristas, arregladores/as, productores/as creativos/as.	Composición, escritura, arreglo y concepción artística inicial de las obras y fonogramas.
Producción	Productores/as musicales, estudios de grabación, técnicos/as de sonido, mezcla y mastering, sellos discográficos (independientes y majors).	Fijación sonora, registro, mezcla, edición y acabado técnico del material musical.
Distribución / Difusión	Plataformas digitales (streaming), distribuidoras digitales, medios (radio, prensa, TV, redes), prensa y marketing.	Circulación, colocación en catálogos globales, promoción en medios masivos y difusión pública de los contenidos musicales.
Comercialización / Monetización	Productores/as de eventos, salas, festivales, equipos técnicos (sonido, iluminación), ticketeras, managers y bookers. Fuentes de ingreso: streaming y	Venta de entradas a espectáculos en directo, gestión de derechos de autor y conexos, gestión de regalías, patrocinio de marcas, licencias de sincronización audiovisual y venta de productos

	derechos, shows en vivo, merchandising, sincronizaciones (cine, publicidad), sponsoreo y marcas.	oficiales.

Videojuegos

Eslabón / Etapa	Actores y agentes clave	Descripción / Función
Provisión de servicios	Proveedores de servicios.	Brindan soporte especializado a los estudios de desarrollo en áreas como programación, arte 2D y 3D, animación, composición musical, diseño sonoro, guion y narrativa interactiva, o control de calidad.
Desarrollo	Estudios de desarrollo (*developers*).	Conciben y producen videojuegos propios o por encargo, coordinando equipos creativos y técnicos durante las etapas de preproducción, producción, pruebas y lanzamiento.
Publicación / Edición	Empresas editoras (*publishers*).	Financian, editan y distribuyen títulos a escala internacional, asumiendo las estrategias de marketing y facilitando la entrada a los grandes mercados globales.
Distribución	Plataformas de distribución digital.	Gestionan la venta y descarga digital de videojuegos en PC, consolas y dispositivos móviles, conectando el producto directamente con el público.

TALLERES PROSPECTIVOS

DE POLÍTICA PÚBLICA

TALLERES PROSPECTIVOS DE POLÍTICA PÚBLICA: DIEZ SECTORES, SEIS EJES, UNA AGENDA FEDERAL

Votación para la priorización de ejes por sector

En el marco del **Encuentro Federal de Industrias Culturales y Creativas (EFICC)**, realizado en la ciudad de Mendoza entre el 4 y el 6 de junio de 2026, se presentó ante las máximas autoridades de Cultura de las 23 provincias el diagnóstico de los diez sectores de las industrias culturales y creativas.

A partir de esa presentación, las autoridades provinciales votaron y priorizaron, para cada sector, dos ejes en los que concentrar el esfuerzo de política pública, identificando de manera colectiva los nudos críticos a trabajar. Como resultado de esa votación, se priorizaron los siguientes ejes por sector:

SECTOR	EJE 1	EJE 2
Artes Escénicas - Danza	Normativa y gobernanza	Financiamiento
Artes Escénicas - Teatro	Financiamiento	Circulación y exhibición
Artes Visuales	Circulación y exhibición	Financiamiento
Artesanías	Financiamiento	Circulación y exhibición
Audiovisual	Datos e indicadores	Internacionalización
Diseño	Circulación y exhibición	Normativa y gobernanza
Editorial	Circulación y exhibición	Datos e indicadores

Gastronomía	Normativa y gobernanza	Formación
Música	Circulación y exhibición	Formación
Videojuegos	Financiamiento	Circulación y exhibición

Circulación y exhibición es, por lejos, el eje más priorizado: aparece mencionado en siete de los diez sectores (Artes Escénicas - Teatro, Artes Visuales, Artesanías, Diseño, Editorial, Música y Videojuegos). Esto sugiere que, más allá de las particularidades de cada sector, hay un problema transversal a las industrias culturales y creativas (ICC) vinculado a la circulación de bienes y servicios culturales en el territorio federal.

Financiamiento es el segundo eje más elegido, con cinco sectores (Artes Escénicas - Danza, Artes Escénicas - Teatro, Artes Visuales, Artesanías y Videojuegos). En tres de esos casos (Artes Escénicas - Teatro, Artesanías y Videojuegos) se combina con Circulación y exhibición, lo que indica cierta relación entre "cómo se sostiene económicamente el sector" y "cómo circula y se exhibe".

Finalmente, **Normativa y gobernanza** aparece en tres sectores (Artes Escénicas - Danza, Diseño y Gastronomía), **Datos e indicadores** en dos (Audiovisual y Editorial), **Formación** también en dos (Gastronomía y Música) e **Internacionalización** es el único eje priorizado por un solo sector (Audiovisual).

Además de los resultados por sector, la votación permite una lectura de conjunto. La siguiente tabla muestra los votos que recibió cada eje, sumando las prioridades de todos los sectores y de todas las delegaciones provinciales:

EJE	Cantidad de VOTOS	%
Circulación y exhibición	**126**	**27,4 %**
Financiamiento	**101**	**22,0 %**
Normativa y gobernanza	**79**	**17,2 %**
Datos e indicadores	**74**	**16,1 %**

Formación	47	10,2 %
Internacionalización	31	6,7 %
Votos en blanco, nulos o errores técnicos	2	0,4 %
Total	460	100,0 %

Esta lectura agregada confirma lo que muestra la tabla anterior: **Circulación y exhibición** y **Financiamiento** concentran cerca de la mitad de los votos totales (49,4%), consolidándose como los nudos críticos estructurales de las ICC a nivel federal, transversales a la mayoría de los sectores. **Normativa y gobernanza** y **Datos e indicadores** ocupan un lugar intermedio, con niveles de priorización similares (17,2 % y 16,1 % respectivamente), mientras que **Formación** e **Internacionalización** son los ejes con menor priorización relativa –este último, además, exclusivo del sector Audiovisual, lo que refleja una agenda específica vinculada a su inserción en mercados internacionales–.

Sobre la base de esa priorización, se desarrollaron **talleres prospectivos** por sector, con la participación de referentes, especialistas, enlaces provinciales, funcionarios/as y técnicos/as provinciales, y cursantes de la edición 2026 de la Diplomatura en Industrias Culturales y Creativas. En cada taller, y para cada eje priorizado, los equipos reflexionaron sobre los principales problemas del sector, describieron las situaciones problemáticas identificadas y elaboraron, a partir del diagnóstico compartido, una serie de recomendaciones de política pública.

A continuación se presentan los ejes y problemas priorizados en cada sector, junto con las recomendaciones elaboradas en los talleres. En el marco de la construcción de la Hoja de Ruta –pensada como un proceso a mediano plazo–, esta información constituye un insumo clave: es conocimiento construido de manera federal y participativa, que permite impulsar y revitalizar las políticas culturales de cada provincia y sentar las bases para una agenda federal del sector basada en evidencia.

RESULTADOS DE LAS VOTACIONES Y RECOMENDACIONES A PARTIR DE LOS TALLERES PROSPECTIVOS

SECTOR
ARTES ESCÉNICAS - DANZA

Encuentro Federal de Industrias Culturales y Creativas

VOTACIONES

RESULTADO DEL QUIZ

Normativa y Gobernanza	13
Financiamiento	11
Circulación y Exhibición	8
Datos e Indicadores	8
Formación	5
Internacionalización	1

Eje Normativa y Gobernanza

Problema: ausencia de un debate nacional activo para el desarrollo del sector

Se debe trabajar en reconocer las especificidades de quienes trabajan en el sector y debatir la necesidad de contar o no con un Instituto nacional que rija las políticas del sector.

Recomendaciones:

- Debatir el marco regulatorio y normativo del sector.

Problema: falta de normativas y regulaciones a nivel provincial

Recomendaciones:

- Trabajar en un relevamiento federal de todas las normativas existentes: declaraciones, ordenanzas, decretos, leyes, entre otros.

Problema: falta de mesas federales de diálogo de Danza

Para seguir trabajando de manera federal por el sector, es fundamental establecer mesas de diálogo tanto con funcionarios y funcionarias provinciales del área como con referentes del sector en cada provincia.

Recomendaciones:

- Establecer mesas de diálogo federales y periódicas del sector.

Eje Financiamiento

Problema: escasez de líneas de financiamiento e insuficiencia en la especificidad

Recomendaciones:

- Realizar un relevamiento y análisis de las líneas existentes a nivel provincial, nacional e internacional, y registrar las diferentes barreras para su pleno acceso.

Problema: dificultades para presentarse a las convocatorias

Se evidencia en el sector la falta de formación en la formulación de proyectos –sobre todo de largo alcance–, así como el desconocimiento en temas tributarios y contables.

Recomendaciones:

- Desarrollar programas federales de formación profesional para trabajadores/as de la danza, con énfasis en competencias de gestión: formulación de proyectos, administración tributaria, herramientas contables básicas.

SECTOR

ARTES ESCÉNICAS - TEATRO

Encuentro Federal de Industrias Culturales y Creativas

VOTACIONES

RESULTADO DEL QUIZ

Financiamiento	19
Circulación y Exhibición	18
Datos e Indicadores	4
Internacionalización	2
Normativa y Gobernanza	2
Formación	1

Ejes Financiamiento y Circulación y exhibición

Se trabajaron de forma conjunta los ejes de Financiamiento y de Circulación y Exhibición, en reconocimiento de que el problema es estructural y no solo presupuestario. Esto implicó centrarse

en nuevas formas de sostenibilidad de las artes escénicas, poniendo el foco en la ampliación de los públicos y la activación de nodos de circulación regionales.

Problema: desarrollo de públicos

¿Cómo ampliar y diversificar los públicos teatrales? ¿Cómo fidelizar los públicos existentes? ¿Cómo identificar los públicos potenciales? ¿Cómo reconocer las cualidades, intereses e identidades en relación con los consumos teatrales desde una perspectiva situada?

Problema: Desconocimiento y desarticulación de los nodos escénicos

¿Qué nodos escénicos están activos? ¿Cómo funcionan? ¿Cómo se pueden potenciar? ¿Con qué otros actores articulan? ¿Cuál es la infraestructura cultural de las artes escénicas en las localidades no centrales? ¿Cómo promover la relación entre actores de distintos circuitos (comercial, independiente y público) y a distintos niveles (municipal, provincial, nacional)?

Propuesta:

- Plan decenal de sostenibilidad de las Artes Escénicas, que incluye dos programas:
    - Programa de gestión de públicos: fomentar la creación de programas "nodales" de formación y gestión de audiencias en sintonía con los contextos y singularidades regionales.
    - Programa de fortalecimiento del ecosistema escénico: garantizar un desarrollo sostenible de la circulación y exhibición de las artes escénicas superando las asimetrías regionales.

Recomendaciones:

- Profundizar en el diagnóstico de las artes escénicas puntualizando en el mapeo de la infraestructura cultural, agentes, eventos y públicos desde una perspectiva situada.
- Estudiar los modelos de financiamiento alternativos, tomando como referencia estrategias de otros sectores culturales.
- Diversificar el modelo de sostenibilidad sumando actores de distintos ámbitos.
- Generar estrategias interministeriales con Educación, Turismo, Salud, Justicia.
- Fortalecer la cooperación entre agentes teatrales de los distintos circuitos y "fronteras" geoculturales.
- Abogar el cumplimiento efectivo e inmediato de la Ley Nacional de Teatro 24.800.

SECTOR
ARTES VISUALES

Encuentro Federal de Industrias Culturales y Creativas

VOTACIONES

RESULTADO DEL QUIZ

Circulación y Exhibición	15
Financiamiento	15
Normativa y Gobernanza	12
Datos e Indicadores	2
Internacionalización	2
Formación	0

Eje Circulación y exhibición

Problema: asimetría estructural territorial con dificultades para consolidar una actividad económicamente sostenible

Las artes visuales enfrentan dificultades para consolidarse como una actividad económicamente sostenible debido a la escasa formalización del trabajo artístico y la concentración de exhibición, circulación y comercialización en los centros urbanos. Esto limita el desarrollo profesional de las y los artistas, el sostenimiento de los salones de exhibición y la construcción de mercados culturales más equitativos y federales.

A la falta de articulación provincial y regional, se suma una marcada desigualdad territorial que concentra la infraestructura, la formación y las oportunidades de circulación en los principales centros urbanos. Asimismo, la limitada disponibilidad de herramientas de financiamiento, comercialización y acompañamiento institucional restringe el desarrollo y crecimiento del sector en todo el territorio.

Recomendaciones:

- Generar un calendario de Salones provinciales, con la posibilidad de ampliarlo a una agenda cultural que incluya ferias y otros eventos públicos y privados de todo el país.
- Trabajar en la normalización de los reglamentos de los Salones, lo que permitiría formalizar esta política pública como una de las acciones que garantizan la exhibición y circulación del patrimonio y la profesionalización de la práctica artística.
- Garantizar no solo premios adquisición y estímulo en los Salones, sino también el apoyo a los/as participantes seleccionados con el traslado, seguro y embalaje de obras.
- Generar espacios que se vinculen al diseño, la gastronomía y el mundo editorial para promover la participación de nuevos públicos en los museos. Es importante que los museos públicos cuenten con Asociaciones de Amigos o Fundaciones que permitan administrar estos espacios.
- Fomentar el agrupamiento y la colaboración entre los actores públicos y privados, fortaleciendo las redes interprovinciales, para generar circulación y exhibición conectando los espacios artísticos entre sí y con los públicos. Evaluar su posible evolución hacia un formato de feria de arte.

Eje Financiamiento

Problema: disparidad presupuestaria entre jurisdicciones con dependencia estructural de los mecanismos de fomento

Las artes visuales presentan dificultades para acceder a fuentes de financiamiento sostenidas y diversificadas que permitan fortalecer la producción, circulación y comercialización de obras. La dependencia de apoyos estatales, la escasa participación de inversión privada y la limitada disponibilidad de instrumentos financieros específicos generan condiciones de inestabilidad que afectan la sostenibilidad económica de artistas, espacios de exhibición y proyectos culturales, especialmente en las provincias con menor desarrollo del mercado artístico.

Las causas están vinculadas con la escasez de financiamiento específico para el sector, la baja inversión privada, la limitada implementación de herramientas de mecenazgo y la debilidad de los mercados de arte, especialmente fuera de los principales centros urbanos. Esto limita el desarrollo de proyectos, la producción de obras y su circulación en distintos espacios y mercados.

Recomendaciones:

- Garantizar el financiamiento de los Salones y jerarquizar sus premios a fin de garantizar su rol legitimador y estructural de la Gestión Pública. Promover la ejecución de esta política a través de los Entes Regionales para garantizar su continuidad.
- Incorporar los tarifarios de servicios y producción artística y curatorial como herramientas administrativas para el financiamiento de la producción y actividades artísticas.
- Fortalecer o generar el financiamiento en áreas técnicas específicas que se dediquen a la conservación y restauración de patrimonio cultural o al relevamiento de datos e indicadores para la generación de políticas públicas acordes a las necesidades del campo cultural.
- Poner foco en el financiamiento de proyectos generados por colectivos o asociaciones de artistas y gestores culturales.

- Promover la modificación del régimen tributario para los artistas visuales a fin de incorporarlos al sistema de financiamiento formal (Monotributo para Artistas)
- Promover Leyes de Mecenazgo provinciales como herramienta fundamental que active, incentive y organice el financiamiento público/privado.

SECTOR
ARTESANÍAS

Encuentro Federal de Industrias Culturales y Creativas

VOTACIONES

RESULTADO DEL QUIZ

Financiamiento	11
Circulación y Exhibición	10
Datos e Indicadores	9
Formación	6
Internacionalización	5
Normativa y Gobernanza	5

Eje Financiamiento

Problema: falta de una agenda federal de financiamiento de las artesanías

Uno de los principales desafíos del sector artesanal es la ausencia de una agenda federal de financiamiento. Esta situación responde a varios factores: la articulación entre los distintos niveles de gobierno y organismos todavía es incipiente, el sector no ha ocupado un lugar prioritario en las políticas públicas, y aún no se han desarrollado estrategias federales que permitan sostener el financiamiento de las artesanías de manera coordinada en todo el país.

Esta situación tiene varias consecuencias. El sector artesanal cuenta con recursos insuficientes para sostener y desarrollar su actividad, y el sector público tiene menos herramientas para intervenir de manera efectiva. A su vez, la falta de financiamiento limita la posibilidad de que los artesanos y artesanas inviertan en materiales, herramientas y formación, lo que afecta el desarrollo y la competitividad de su producción.

Recomendaciones:

- Elaborar un diagnóstico social y económico del sector.

Problema: falta de registro de artesanos y formalización

Un desafío clave del sector a problematizar es la dispersión en los registros de artesanos y artesanas, y su bajo nivel de formalización.

Recomendaciones:

- Generar un registro único federal de artesanos y artesanas con alcance nacional.

Problema: escasas líneas específicas para la circulación

Otro desafío es la falta de líneas de apoyo específicas para la circulación de las artesanías. Esto se relaciona, en parte, con el bajo nivel de registro y formalización del sector, que dificulta el acceso a este tipo de instrumentos.

Como consecuencia, muchos artesanos y artesanas tienen dificultades para llegar a nuevos mercados, lo que limita las posibilidades de venta de su producción.

Recomendaciones:

- Desarrollar líneas de fomento específicas para la circulación en ferias (movilidad, viáticos y logística).
- Promover sondeos y sociabilización de fomentos nacionales e internacionales.

Eje Producción, circulación y exhibición

Problema: circulación insuficiente de los productos artesanales

Esta situación tiene consecuencias económicas y culturales. Por un lado, las artesanías tienen un mercado más acotado y se venden a precios bajos, a menudo a través de intermediarios que se quedan con buena parte del valor. Por otro lado, la producción artesanal compite con productos industriales que imitan su apariencia -el llamado "industrianato"-, y queda expuesta a situaciones de apropiación cultural. Con el tiempo, estas condiciones pueden desalentar la continuidad del oficio y, con ella, la transmisión de saberes y técnicas tradicionales.

Recomendaciones:

- Fomentar convenios de reciprocidad y cooperación provincial para facilitar la circulación interregional y federal en ferias, mercados y plataformas virtuales.
- Registrar ferias, mercados artesanales, fiestas, festivales y puntos de venta del sector artesanal en instrumentos accesibles a nivel regional y federal.
- Crear y fortalecer mercados artesanales en todas las provincias.

Problema: ausencia de acceso a las materias primas

Otro desafío del sector es el acceso cada vez más difícil a las materias primas. Entre las causas se encuentran las restricciones para ingresar a tierras y yacimientos que antes eran de uso libre o comunitario, los efectos del cambio climático y de las catástrofes naturales sobre los recursos, y un contexto económico adverso que reduce la capacidad de compra de los artesanos y artesanas.

Como consecuencia, la producción disminuye y, en muchos casos, los materiales tradicionales se reemplazan por otros, lo que puede alterar las características propias de cada artesanía. Esta situación afecta tanto a quienes trabajan en el sector como a las economías locales, y con el tiempo puede desalentar la continuidad del oficio.

Recomendaciones:

- Participar de las acciones de regeneración de los ambientes.
- Generar declaratorias de protección de reservas o yacimientos de materias primas.
- Revisar la normativa existente en cada provincia sobre materias primas específicas para el sector artesanal.
- Focalizar en los artesanos/as reconocidos por las provincias para destinar los insumos y las materias primas, en exclusividad.
- Articular con la academia para la investigación y la transferencia de conocimiento.
- Promover la producción artesanal con materias primas renovables.

Problema: construcción de precios

Otro desafío del sector es la fijación de precios que reconozcan el valor del trabajo artesanal. Por un lado, todavía faltan referencias de precios y metodologías que ayuden a los artesanos y artesanas a calcularlos. Por otro lado, la informalidad del trabajo y un contexto económico adverso debilitan su posición al momento de vender, sobre todo frente a prácticas comerciales como el regateo o la intermediación de comerciantes y revendedores que se quedan con buena parte del valor. A esto se suma que las políticas públicas en este campo todavía son escasas, y que las áreas de gestión cultural no siempre conocen en profundidad esta problemática.

Como consecuencia, se amplían las diferencias de precios entre regiones, y entre los grandes centros de comercialización y las zonas más alejadas. Además, en muchos casos, las piezas circulan sin que se conozca quién las hizo ni de dónde provienen, lo que hace poco visible la cadena de valor. Con el tiempo, estas condiciones pueden desalentar la continuidad del oficio e interrumpir la transmisión de saberes entre generaciones.

Recomendaciones:

- Crear un observatorio de precio justo para las artesanías.
- Fomentar foros de precios justos con artesanos/as y especialistas.
- Diseñar protocolos específicos para precios de distintos sectores: arte, diseño, gastronomía y el mercado internacional.
- Construir precios según región.

SECTOR
AUDIOVISUAL

Encuentro Federal de Industrias Culturales y Creativas

VOTACIONES

RESULTADO DEL QUIZ

Datos e Indicadores	16
Internacionalización	13
Financiamiento	9
Circulación y Exhibición	4
Formación	3
Normativa y Gobernanza	1

Eje Datos e indicadores

Problema: falta de criterios metodológicos para relevar, sistematizar y difundir los datos pertinentes del sector

Recomendaciones:

- Establecer alianzas con universidades regionales (como las nacionales de Rosario, Misiones, Tres de Febrero o Rafaela) y privados (Ultracine, Edelman) para empezar a trabajar, definir criterios, entender las necesidades del sector y concretar la encuesta.
- Consensuar criterios metodológicos comunes, realizando una encuesta amplia, por módulo, adaptable y segmentada a la realidad de cada provincia, a través de los enlaces provinciales, cámaras y universidades (público-privado-académico).

Eje Internacionalización

Problema: Escasas herramientas para alcanzar una internacionalización efectiva

Recomendaciones:

- Potenciar Puente Audiovisual y la participación en Mercados Nacionales (Ventana Sur).
- Generar un análisis de mercado para proyectos.
- Promover alianzas con embajadas, áreas de gobierno (Comercio Exterior, Turismo, Producción), asociaciones y cámaras.
- Crear un manual de participación en mercados y diseñar capacitaciones específicas y espacios de formación.
- Desarrollar la geolocalización y trazabilidad de proyectos post mercados.
- Profundizar el vínculo con Ibermedia y la evaluación de Misión Inversa.

SECTOR
DISEÑO

Encuentro Federal de Industrias Culturales y Creativas

VOTACIONES

RESULTADO DEL QUIZ

Circulación y Exhibición	21
Normativa y Gobernanza	19
Financiamiento	3
Datos e Indicadores	2
Internacionalización	1
Formación	0

Eje Circulación y Exhibición

Problema: invisibilidad por falta de canales propios

El diseño no tiene canales propios, estables ni federalmente articulados para llegar al mercado y a la sociedad, lo que lo mantiene invisible como sector productivo y limita su capacidad de generar valor económico y cultural más allá de circuitos esporádicos o de nicho. En el transcurso del diagnóstico, se identificó un direccionamiento de las políticas públicas en los distintos territorios con foco en la exhibición, pero con escasa participación en el fomento y facilitación de la producción de diseño, por lo que se interpretó este eje desde ambos aspectos: producción y exhibición.

A partir de ese diagnóstico se identificaron las siguientes áreas de vacancia:

- Falta de contacto entre profesionales y empresas.
- Priorización del diseño en indumentaria y mobiliario, con poca contemplación de otras cadenas de valor estratégicas por provincia.
- Falta de plataformas y medios de difusión.
- Necesidad de fortalecer áreas de gestión de diseño.

Recomendaciones:

- Promover una red federal de circulación del diseño: mapeo de eventos provinciales, rotación territorial, articulación con casas de provincias en CABA y unificación en torno al mes del diseño (octubre).
- Fortalecer las estrategias de *branding* territorial: marca región/país, ferias y mercados regionales y federales, plataformas de *e-commerce* colectivas.
- Elaborar un registro unificado de actores y catálogos a nivel federal.
- Incorporar el diseño como estrategia productiva con foco en pymes, emprendedores y proveedores de servicios.
- Promover la formación y actualización profesional conjunta entre academia y Estado.
- Ampliar la capacitación de consumidores sobre el valor del diseño.
- Realizar programas enfocados en el impulso del diseño a cadenas de valor estratégicas por provincia.

Eje Normativa y Gobernanza

Problema: carencia de institucionalidad

En la mayoría de las provincias, el diseño todavía no cuenta con una institucionalidad propia ni con un reconocimiento formal dentro de la estructura del Estado. Esto hace que el sector tenga poca visibilidad en las políticas públicas y que las acciones dependan más de las decisiones de cada gestión que de marcos normativos estables.

Recomendaciones:

- Crear mesas provinciales de diseño con representantes de Cultura, Producción, Educación, Turismo y Ciencia y Tecnología, para coordinar políticas y evitar superposiciones.
- Conformar el diseño como tema de agenda federal (con el CFI como socio estratégico) para que las provincias cubran vacantes institucionales.
- Articular con el ecosistema existente: Disur, universidades, cámaras y asociaciones sectoriales como interlocutores unificados.
- Hacer sustentables los dispositivos estatales, evitando la dependencia de los emprendedores respecto del Estado, con foco en la profesionalización del sector.
- Promover leyes provinciales de diseño con consulta pública sectorial y reconocimiento formal del sector.
- Promover distritos de innovación, cruzando producción con exhibición, con beneficios impositivos para la instalación y sistemas de financiamiento y regulación autónomos.
- Estandarizar el relevamiento de estudios y profesionales.
- Sistematizar los indicadores para la medición del impacto del diseño a nivel federal.

SECTOR
EDITORIAL

Encuentro Federal de Industrias Culturales y Creativas

VOTACIONES

RESULTADO DEL QUIZ

Circulación y Exhibición	20
Datos e Indicadores	19
Financiamiento	4
Normativa y Gobernanza	2
Internacionalización	1
Formación	0

Eje Circulación y Exhibición

Problema: concentración económica con preeminencia de lazos afectivos sobre los vínculos productivos profesionales

La producción de baja escala e informal, sumada a los altos costos logísticos, todavía limita el desarrollo del sector editorial como industria. En este contexto, la actividad tiende a sostenerse en redes de vínculos personales, y las políticas públicas suelen tomar al autor o autora como su principal interlocutor, con menos atención a los demás eslabones de la cadena. Se describe un escenario multicausal, con deficiencias en la falta de profesionalización del sector (que no posee las herramientas adecuadas para la comercialización profesional de sus productos), pero sobre todo desconocimiento de la cadena y de la producción local, información que se encuentra desarticulada. Esto lleva a que los fondos editoriales públicos ocupen ese lugar, lo que refuerza la ausencia del editor como motor fundamental de la cadena

Eje Datos e Indicadores

Problema: desconocimiento de la estructura del sector

Falta información sistemática sobre el ecosistema del libro en su conjunto, es decir, sobre todos los actores que participan del proceso que va desde la creación de una obra hasta su llegada a los lectores. Esto incluye creación, edición y producción industrial, distribución, comercialización física y digital, acceso y promoción de la lectura. Esto imposibilita el desarrollo de indicadores que sustenten el diseño de políticas para el sector.

Como punto de partida, son destacables el trabajo realizado con el SInCA para el relevamiento de librerías y el registro de novedades editoriales en la Agencia Argentina de ISBN. No obstante, este último resulta insuficiente como única fuente de información debido –entre otros factores– a la falta de inclusión de reimpresiones (ya que no son obligatorias) y el subregistro por parte de proyectos editoriales informales o de baja escala, que los representantes provinciales destacan como mayoritarios.

Recomendaciones integradas para ambos ejes:

- Brindar asistencia técnico-metodológica para el desarrollo de un primer relevamiento federal de herramientas para el mapeo y la descripción de la cadena de valor.

- Desarrollar la vinculación con las universidades, cámaras, asociaciones intermedias y el mercado libre para la validación del instrumento incluyendo la información existente (ISBN, SINLI, Fierro y otros privados) y acuerdos sobre las contraprestaciones (facilidades para la exhibición, formación, control de stocks).
- Elaborar una herramienta/app que utilice código abierto con disponibilidad de datos públicos y que contribuya a la sustentabilidad y autonomía algorítmica de la información.

SECTOR
GASTRONOMÍA

Encuentro Federal de Industrias Culturales y Creativas

VOTACIONES

RESULTADO DEL QUIZ

Normativa y Gobernanza	21
Formación	14
Financiamiento	4
Datos e Indicadores	3
Circulación y Exhibición	1
Internacionalización	1

Eje Normativa y Gobernanza

Problema: falta de institucionalidad dentro de la agenda de las políticas públicas culturales

La comida es un hecho cultural: para un argentino o argentina, ser anfitrión es dar de comer, es mostrar la sociedad y el territorio a través del plato, es identidad. Sin embargo, en líneas generales la gastronomía en la Argentina no está definida dentro de la agenda de las políticas culturales. Esto genera una ausencia de representación en las mesas de trabajo y falta de articulación interministerial.

Recomendaciones:

- Establecer una mesa de trabajo federal para dialogar sobre las distintas maneras de abordar este sector desde la gestión cultural, teniendo en cuenta la diversidad y complejidad del territorio nacional.
- Generar mesas de diálogo e intercambio que incorporen la Gastronomía como eje de gestión en las áreas de Cultura de cada provincia desde una mirada propia.

Eje Formación

Problema: falta de marco conceptual que permita definir el sector desde un lenguaje común

El sector cultural no cuenta todavía con una base sólida ni un marco conceptual asimilado para trabajar esta disciplina de manera orgánica desde sus organismos. Es importante trabajar en la vinculación conceptual entre gastronomía y cultura, y sentar bases de un idioma en común desde donde partir y articular.

Recomendaciones:

- Establecer un glosario que permita pensar y definir qué se entiende como gastronomía y desde dónde abordarla en los territorios, para constituir la base conceptual de una política pública en donde la gestión cultural tenga participación activa.

Problema: desconexión entre los centros de formación y las áreas de Cultura provincial

La mayoría de las provincias reporta baja articulación entre las currículas educativas y las políticas de cultura, lo que sugiere que la gastronomía es abordada primordialmente como una actividad técnica o comercial, omitiendo su dimensión como patrimonio inmaterial.

Recomendaciones:

- Incorporar en las currículas contenidos vinculados a las cocinas locales y regionales, mediante la articulación entre Educación y Cultura.

SECTOR
MÚSICA

Encuentro Federal de Industrias Culturales y Creativas

VOTACIONES

RESULTADO DEL QUIZ

Circulación y Exhibición	17
Formación	11
Datos e Indicadores	6
Financiamiento	6
Normativa y Gobernanza	4
Internacionalización	2

Eje Circulación y Exhibición

Problema: desigualdades económicas, territoriales y de accesibilidad para el desarrollo del sector

La música en vivo es protagonista de centenares de fiestas y festivales que se llevan a cabo cada año en todo el país. Pero no se percibe el desarrollo de un plan para consolidar políticas que articulen y capitalicen a favor del sector el enorme capital productivo que generan, no solo desde la lógica del evento presencial sino también del territorio digital. La oferta cultural se concentra en pocos centros urbanos. Además, todavía no hay un calendario coordinado ni circuitos regionales o federales consolidados, los costos de traslado son altos y la circulación depende en gran medida de festivales puntuales.

Recomendaciones:

- Censar fiestas y festivales provinciales para una calendarización estratégica.
- Relevar normativa vigente del sector.
- Diseñar ámbitos para las prácticas profesionales en el marco de los festivales.
- Promover la articulación regional para armar un circuito federal de turismo cultural.
- Integrar circulación física y digital de forma complementaria.
- Pensar estrategias para revalorizar la música grabada a nivel federal.

Eje Formación

Problema: falta de marcos de profesionalización

El sector cambia muy rápido y las instituciones no acompañan ese ritmo: o no ofrecen formación específica vinculada a la gestión, desarrollo de proyecto y la promoción, o no llegan a actualizar sus currículos. Faltan marcos locales, regionales y federales que marquen la profesionalización como una prioridad, para garantizar su continuidad más allá de los cambios de gestión. A esto se suma que muchas instancias formativas no logran instalar capacidades de manera sostenida en el territorio y quedan como actividades aisladas en lugar de dejar saberes que permanezcan y se multipliquen una vez que la formación termina.

Recomendaciones:

- Atender las problemáticas actuales y urgentes generando herramientas que aprovechen las plataformas ya existentes.
- Trabajar de manera experiencial –generando y articulando con los eventos– y, al mismo tiempo, comprendiendo los desafíos que plantean los modelos digitales actuales, con foco en instalar capacidades que queden disponibles en cada territorio y potenciando el armado de comunidades locales.
- Revisar y actualizar la legislación vigente en materia de educación artística, para incluir a los cuadros técnicos y productivos de los ecosistemas musicales y reconocer las capacidades necesarias para desarrollar un proyecto del sector.
- Impulsar estrategias de formación de formadores que permitan multiplicar esas capacidades de manera federal y sostenida, asegurando que el conocimiento no dependa de personas puntuales, sino que quede instalado en las instituciones y los equipos locales.

SECTOR
VIDEOJUEGOS

Encuentro Federal de Industrias Culturales y Creativas

VOTACIONES

RESULTADO DEL QUIZ

Financiamiento	19
Circulación y Exhibición	12
Formación	7
Datos e Indicadores	5
Internacionalización	3
Normativa y Gobernanza	0

Eje Financiamiento

Problema: falta de legitimación de la industria de los videojuegos como industria cultural y creativa frente a los estados provinciales

La industria de los videojuegos enfrenta dificultades para verse legitimada como un sector integrante de las industrias creativas y de la matriz productiva frente a los estados provinciales. Esta situación, sumada a los bajos niveles de formalización que aún presenta el sector, limita el acceso a líneas de crédito y herramientas de promoción productiva en condiciones equivalentes a las de otras actividades económicas, restringiendo así su capacidad de desarrollo, generación de empleo y creación de valor agregado.

Recomendaciones:

- Impulsar al sector de videojuegos como estratégico para el desarrollo económico de las provincias, con el objetivo de traducir su valor al lenguaje de la administración pública.
- Vertebrar a los actores del ecosistema mediante instancias de capacitación, para transformar emprendimientos aislados en interlocutores organizados y cohesionados.
- Impulsar espacios de articulación provincial e interjurisdiccional sistemática para la creación de una mesa federal de videojuegos, orientada a promover herramientas de fomento que contemplen las particularidades del sector, incorporando la planificación estratégica como eje central para la definición de prioridades y acciones de desarrollo.

Eje Circulación y Exhibición

Problema: concentración de los eventos y de la visibilidad del sector en las capitales provinciales, y falta de desarrollo de capacidades de marketing.

El sector enfrenta dificultades estructurales para generar y sostener espacios y eventos de circulación, al tiempo que los estudios y desarrolladores encuentran barreras económicas y organizativas que limitan su participación continua en dichas instancias. Asimismo, se identifica la necesidad de fortalecer las capacidades en áreas clave como marketing, relaciones públicas, gestión comercial y *publishing* internacional.

Recomendaciones:

- Institucionalizar y articular el calendario de eventos de promoción de videojuegos a nivel federal, consolidando las iniciativas existentes y promoviendo la creación de nuevas instancias en aquellas jurisdicciones que aún no cuentan con representación.
- Fortalecer las capacidades de gestión y negocios de los estudios locales, a fin de potenciar su participación efectiva en rondas de negocios, festivales y misiones comerciales, tanto a nivel nacional como internacional, consolidando así sus instancias de vinculación y comercialización.

PRIMEROS HALLAZGOS TRANSVERSALES

A partir del trabajo realizado en las 23 provincias, que dio lugar a los diagnósticos sectoriales presentados en esta publicación, es posible identificar puntos en común que atraviesan, con distinta intensidad, a una variedad de disciplinas y territorios. Este apartado no reemplaza ni resume ese contenido, sino que ofrece primeras lecturas de conjunto sobre ciertas tendencias y problemáticas compartidas.

Un primer resultado es transversal a los diez sectores relevados: las industrias culturales y creativas argentinas parten desde una base sólida, con décadas de actividad que dejaron una capacidad instalada significativa, con infraestructura, talento, saberes acumulados y una red de instituciones formativas que hoy sostienen a las Industrias Culturales y Creativas (ICC). Pese a los desafíos derivados de la concentración de las actividades, la volatilidad macroeconómica y las diferencias estructurales entre regiones, esa base sigue activa y se verifica en las 23 provincias: en todas se relevó algún circuito de exhibición, experiencias productivas o agentes económicos, con niveles de consolidación que van de ecosistemas incipientes a entramados consolidados con proyección regional o internacional.

En el escenario actual, marcado por transformaciones tecnológicas aceleradas, cambios en los modelos de negocio del sector y la reconfiguración del rol del Estado nacional, con una disminución de iniciativas en múltiples áreas de intervención, el dato resulta de especial relevancia porque señala que, frente a este panorama, la producción cultural no desaparece, sino que se transforma, se retrae, se precariza o se desplaza hacia formas autogestivas e informales.

Esta reconfiguración no es un fenómeno exclusivamente local ni afecta únicamente a los países periféricos. Incluso las economías centrales están revisando sus políticas culturales, ya no solo desde la lógica del fomento sino, muchas veces, desde una postura defensiva orientada a preservar capacidades productivas e identidad y soberanía cultural.

En el caso argentino, estas transformaciones se ven profundizadas por un contexto macroeconómico de alta inestabilidad. La volatilidad del tipo de cambio, la pérdida sostenida del poder adquisitivo y la fragilidad del entramado industrial general dificultan la competencia internacional y la sostenibilidad de los proyectos en un sector profundamente integrado a la economía general. La caída del consumo interno impacta directamente en la demanda cultural y, aunque la digitalización expandió el consumo de contenidos culturales, ese crecimiento no se

traduce necesariamente en mayor producción nacional, dado el peso creciente de las importaciones de servicios culturales.

El diagnóstico expone, así, una serie de fricciones estructurales: entre los niveles altos de consumo cultural y la baja captura de valor, entre la capacidad formativa y la informalidad laboral, entre el talento disponible y la dificultad para sostener trayectorias profesionales, entre las demandas de productividad y las limitaciones del mercado interno.

Del Diagnóstico Federal presentado se identifican aquí algunos de los nudos críticos que aparecen de forma recurrente en múltiples sectores y provincias, y que permiten caracterizar y reflexionar sobre problemas estructurales que atraviesan a las ICC en su conjunto.

1 / Concentración territorial

Un tema recurrente es la concentración de la infraestructura, los mercados profesionalizados y la validación crítica en las capitales y grandes ciudades. Esta asimetría obliga a las/os productoras/es a trasladarse para obtener visibilidad, lo que limita la profesionalización de las trayectorias locales, que permanecen en el ámbito comunitario o amateur. Frente a este fenómeno, algunas administraciones provinciales y municipales vienen tomando un rol activo para impulsar la desconcentración, la construcción de públicos y la sostenibilidad territorial a nivel local.

2 / Déficit de información sobre el sector

La mayoría de las jurisdicciones no cuenta con áreas técnicas dedicadas al relevamiento sistemático de datos, lo que se traduce en falta de indicadores. La información disponible es mayormente de tipo administrativo (cifras de visitantes a museos o inscriptos en concursos, por ejemplo), y ofrece baja cobertura del sector privado o independiente. En muchos casos, los registros tienden a ser fragmentarios y presentan bajos niveles de sistematización, lo que limita su aprovechamiento.

3 / Informalidad y precariedad de las condiciones laborales

El sector se caracteriza por una profunda dualidad: existe producción de alta calidad técnica que convive con condiciones de trabajo precarias e inestables. La pluriactividad es la norma, ya que la

mayoría de artistas y creativos/as (especialmente en artes visuales, música y danza) no logran el sustento exclusivo mediante su producción y dependen de la docencia o de empleos ajenos al sector. También persiste una baja inscripción fiscal y falta de especificidad en las nomenclaturas laborales, lo que dificulta la captación del aporte económico real de los trabajadores y trabajadoras culturales al PBI regional.

4 / Readecuación del financiamiento

El financiamiento de las ICC está en un proceso de readecuación frente a un nuevo panorama definido por la celeridad de las transformaciones tecnológicas y el repliegue del fomento público nacional. La irrupción de plataformas digitales, la inteligencia artificial y los nuevos modelos de intermediación global reconfiguran los modos de producir, circular y captar valor, a menudo en detrimento de la rentabilidad de las producciones locales. En paralelo, el repliegue del Estado nacional y el achicamiento de sus instrumentos de financiamiento agravan estas tendencias, alterando los esquemas de inversión vigentes. Ante este escenario, las provincias tienen el desafío de readecuar sus esquemas de inversión para sostener la actividad en un contexto de financiamiento fragmentado. En ese marco, festivales y ferias se destacan como una fortaleza que las provincias lograron preservar con esfuerzo propio, cumpliendo un rol de multiplicadores de la economía que se puede seguir fortaleciendo, sin descuidar el apoyo a la producción cultural, la investigación y la infraestructura permanente.

5 / La formación como sostén de la actividad cultural

Otro aspecto transversal es el crecimiento relativo del rol de la docencia y la formación como sostén de las prácticas culturales. La educación –formal y no formal– cumple una función doble: es fuente de empleo para trabajadoras y trabajadores culturales y, al mismo tiempo, garante de la continuidad de saberes, lenguajes y disciplinas, incluso en momentos de retracción del mercado. Esta función amortiguadora es clave para la supervivencia de muchos sectores. No obstante, el diagnóstico advierte dos tensiones persistentes: por un lado, la desactualización de parte de la oferta formativa frente a los cambios del mercado, la tecnología y las cadenas de valor; por otro, una concepción de la formación centrada casi exclusivamente en el eslabón artístico, sin contemplar de manera integral dimensiones como gestión, comercialización, derechos, financiamiento, internacionalización o prácticas profesionalizantes.

6 / Éxodo de talento

La falta de mercados locales consolidados y de oferta formativa de especialización en gran parte del territorio nacional favorece la migración de profesionales hacia la Ciudad Autónoma de Buenos Aires o el exterior. Las provincias invierten en formación técnica inicial, pero en ciertos sectores no existe todavía una escala productiva que absorba a quienes egresan. Por eso, buena parte de esa inversión termina beneficiando a los mercados laborales de los grandes centros urbanos.

7 / Internacionalización sin estrategia

El diagnóstico identifica una capacidad relevante de las ICC argentinas para proyectar talento a escala internacional que, sin embargo, no está acompañada por una estrategia pública específica de internacionalización. Las iniciativas existentes son aisladas y surgen mayormente del sector privado, sin una política que las articule o potencie. Esto configura una oportunidad concreta para el desarrollo de políticas públicas orientadas a fortalecer la exportación de bienes y servicios culturales y a construir una marca en torno a la producción cultural y creativa argentina.

Estos primeros hallazgos no agotan ni reemplazan la riqueza del material relevado en las 23 provincias ni pretenden ser concluyentes: son una entrada posible al Diagnóstico; una más, que admite cruces, matices y nuevas interpretaciones. Lo que sí se puede afirmar es que las industrias culturales y creativas argentinas cuentan, en todo el territorio, con capacidades instaladas, talento y saberes acumulados, con distintos grados de consolidación. Reconocer esa base y comprender los nudos que limitan su desarrollo es un primer paso para pensar estrategias que la sostengan y la potencien, así como para la profundización del diálogo entre quienes diseñan políticas, producen cultura y generan conocimiento.

PARTICIPANTES DEL DIAGNÓSTICO FEDERAL DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

Titulares de las secretarías de Cultura provinciales

El diagnóstico federal de las industrias culturales y creativas contó con la colaboración de los 23 titulares de las Secretarías de Cultura provinciales, quienes aportaron información, destinaron tiempo y pusieron a disposición el conocimiento de sus equipos técnicos para contribuir a la realización de un documento riguroso y representativo de cada realidad territorial.

- **Buenos Aires**: Florencia Saintout, presidenta del Instituto Cultural de la Provincia de Buenos Aires.
- **Catamarca**: Laura Maubecín, secretaria de Gestión Cultural.
- **Chaco**: Mario Zorrilla, presidente del Instituto de Cultura del Chaco.
  Daniela Valdez, vicepresidenta del Instituto de Cultura.
- **Chubut**: Osvaldo Labastié, subsecretario de Cultura.
- **Córdoba**: Marcelo Rodio, presidente de la Agencia Córdoba Cultura.
  Raúl Sansica, vicepresidente de la Agencia Córdoba Cultura.
- **Corrientes**: Lourdes Sánchez, presidenta del Instituto de Cultura de Corrientes.
- **Entre Ríos**: Julián Stoppello, secretario de Cultura.
  Rocío Rezett, directora de Industrias Culturales.
- **Formosa**: Graciela Marechal, directora de Acción Cultural, a cargo de la Subsecretaría de Cultura.

- **Jujuy**: José Rodríguez Bárcena, secretario de Cultura.
- **La Pampa**: Pablo Lucero, secretario de Cultura.
- **La Rioja**: Patricia Herrera, secretaria de Culturas.
- **Mendoza**: Diego Gareca, subsecretario de Cultura.
- **Misiones**: José Martín Schuap, secretario de Estado de Cultura.
- **Neuquén**: María José Rodríguez, secretaria de Cultura.
- **Río Negro**: Martín Fraile Milstein, secretario de Cultura.
- **Salta**: Diego Ashur Mas, secretario de Cultura.
- **San Juan**: Analía Vilches, secretaria de Cultura.
- **San Luis**: Juan Álvarez Pinto, ministro de Turismo y Cultura.
- **Santa Cruz**: Silvia D'Andrea, secretaria de Estado de Cultura.
- **Santa Fe**: Susana Rueda, ministra de Cultura.
  Paulo Ricci, secretario de Cultura.
- **Santiago del Estero**: Juan Leguizamón, subsecretario de Cultura.
- **Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur**: Aureliano Rodríguez Gómez, secretario de Cultura.
- **Tucumán**: Sandra Maldonado, presidenta del Ente Cultural de Tucumán.

ENLACES SECTORIALES

Artes Escénicas - Danza

Catamarca: Sofía Rivero y Luis Castro; **Chaco**: Santiago Duarte; **Chubut**: Valeria Pugh y Nazareno Valverdi; **Córdoba**: Alicia Manzur, Pablo Pereyra y Walter Cammertoni; **Corrientes**: María Marta Libertad Vidoni; **Entre Ríos**: Miriam Murillo

y Martín Carrere; **Formosa**: Alfredo Yaharí; **Jujuy**: Luis Canciani; **La Pampa**: Matías Nicolás Leites; **La Rioja**: Ana Baldo; **Mendoza**: Laura Uano; **Misiones**: Andrea Mutti; **Neuquén**: Martín Solorza; **Río Negro**: Oscar Grela; **Salta**: Daniel Espoz; **San Juan**: Sergio González; **San Luis**: Laura Velázquez; **Santa Cruz**: Malvina Sandoval; **Santa Fe**: Pablo Ayala; **Santiago del Estero**: Liliana del Carmen Díaz; **Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur**: Gastón Ledesma; **Tucumán**: Gonzalo Reynaga.

Artes Escénicas - Teatro

Buenos Aires: Gustavo Uano; **Catamarca**: Luis Castro; **Chaco**: Luisella Manzone; **Chubut**: Valeria Pugh; **Córdoba**: Alicia Manzur; **Corrientes**: Jorge Frete; **Entre Ríos**: Cristina Witch; **Formosa**: Graciela Galeano; **Jujuy**: Luis Canciani; **La Pampa**: Matías Nicolás Leites; **La Rioja**: Julio Contreras; **Mendoza**: Emanuel Gauna y Viviana Beinat; **Misiones**: Ana Luz Kallsten; **Neuquén**: Martín Solorza; **Río Negro**: Julián Chalde y María Laura Vinaya; **Salta**: Manuel Agüero; **San Juan**: Sergio González; **San Luis**: Gustavo Alaminos; **Santa Cruz**: Lorena Callahan y Natalia Behrens; **Santa Fe**: Clara Sidler; **Santiago del Estero**: Marcela Hernández; **Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur**: Gastón Ledesma y Kevin Suárez; **Tucumán**: Diego Ledezma.

Artes Visuales

Buenos Aires: Federico Ruvituso; **Catamarca**: Gabriela Brower; **Chaco**: Adriana Rojas; **Chubut**: Mariano Britos; **Córdoba**: Mariana Del Val; **Corrientes**: Pablo Guiglioni; **Entre Ríos**: Rocío Rezett y Julia Acosta; **Formosa**: Pablo Vacasur; **Jujuy**: Luis Canciani y Florencia Cari; **La Pampa**: Dante Ezequiel Bagatto; **La Rioja**: Diana Guzmán; **Mendoza**: Marcela Lucero; **Misiones**: María Laura Lagable; **Neuquén**: Estefanía Petersen; **Río Negro**: Julián Chalde; **Salta**: María José Fascio; **San Juan**: Emanuel Díaz Ruiz; **San Luis**: Nahuel Sienra; **Santa Cruz**: Silvia Rama; **Santa Fe**: Laura Daloisio; **Santiago del Estero**: Macarena Lima y Martín Fringes; **Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur**: Matías Gabriel Ochoa; **Tucumán**: Juan Bracamonte.

Artesanías

Buenos Aires: Zulema Enriquez; **Catamarca**: Gonzalo Cancino; **Chaco**: Florencia Barbisan; **Chubut**: Diego Colman; **Córdoba**: Luciana Torres; **Corrientes**: Sergio Cabrera y Marisel Arce; **Entre Ríos**: Rocío Rezett y Maia Rodríguez; **Formosa**:

Gabriel Sosa; **Jujuy**: Sebastián Pasin y Martín Dacal; **La Pampa**: Ana Florencia Stefanazzi Arze; **La Rioja**: María Maza; **Mendoza**: Daniela Ruffolo; **Misiones**: José Báez; **Neuquén**: Nicolás Padin y Lorena Basualdo; **Río Negro**: Julián Chalde y Luciana Wereltineck; **Salta**: Mario Luna; **San Juan**: Soledad Guell Casab; **San Luis**: Karina Giordano; **Santa Cruz**: Pamela Álvarez; **Santa Fe**: Natalia Enrico; **Santiago del Estero**: Liliana del Carmen Díaz; **Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur**: Lucas Tolaba; **Tucumán**: Lucila Galíndez.

Audiovisual

Buenos Aires: Maximiliano Uceda; **Catamarca**: Norma Tello y María Lidia del Carmen Coria; **Chaco**: Roly Ruiz; **Chubut**: Diego Colman; **Córdoba**: Silvina Magalí Nano; **Corrientes**: Manuel Ernesto Ibarra y Facundo Vallejos Yunes; **Entre Ríos**: Maxi Schonfeld; **Formosa**: José Jara; **Jujuy**: Florencia Cari; **La Pampa**: Erika Gisela Pattacini; **La Rioja**: Nicolás Halkett; **Mendoza**: Celeste Taroppio; **Misiones**: Verónica Jakus; **Neuquén**: Manuel Riffo; **Río Negro**: Lara Decuzzi y Julián Chalde; **Salta**: Federico Casoni; **San Luis**: Diego Setshon; **Santa Cruz**: Mario Cádiz; **Santa Fe**: Ariadna Solís y Pablo Lamberto; **Santiago del Estero**: Mario Sougarret; **Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur**: Carina Gavalda; **Tucumán**: Mariana Klyver.

Diseño

Buenos Aires: Cecilia Alí y Paola Pavanello; **Catamarca**: Gonzalo Cancino; **Chaco**: Sebastián Alperín y Silvina Lanfiutti; **Chubut**: Libia Cambra; **Corrientes**: Vanina Daubrowsky; **Entre Ríos**: Rocío Rezett; **Formosa**: Ángel Augusto Montoya; **Jujuy**: Pablo Matteoda; **La Pampa**: Gabriel Alejandro Rodrigo; **La Rioja**: Ramón Romero; **Mendoza**: Sebastián Ladrón de Guevara; **Misiones**: Christian Piatti; **Río Negro**: Oscar Grela; **Salta**: Adriana Rodríguez Balut; **San Juan**: Aníbal Peña; **San Luis**: José Suárez; **Santa Cruz**: Eduardo Villegas; **Santa Fe**: Lucrecia Pelliza; **Santiago del Estero**: Eva Rodríguez; **Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur**: Kevin Suárez y Priscila Vallone; **Tucumán**: Lucila Galíndez y Marcos Soria.

Editorial

Buenos Aires: Carina Bucaratt; **Catamarca**: Celia Sarquis; **Chaco**: Darío Tolckmitt; **Chubut**: Libia Cambra; **Córdoba**: Víctor Javier Quinteros; **Corrientes**: Ramón Alfredo Blanco; **Entre Ríos**: Miriam Murillo y Rocío Rezett; **Formosa**: Dalila Espinoza; **Jujuy**: Florencia Cari; **La Pampa**: Luis Fabián Talone; **La Rioja**: Florencia

Guitelman; **Mendoza**: Pablo De Bartolo; **Neuquén**: Carina Rita Medina; **Río Negro**: Julián Chalde; **Salta**: Miguel Dallacamina; **San Juan**: Federico Caballero; **San Luis**: Yamila Tapias; **Santa Cruz**: Estefanía Santibáñez; **Santa Fe**: Lucrecia Pelliza y Carina Zanelli; **Santiago del Estero**: Macarena Lima; **Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur**: Priscila Vallone; **Tucumán**: Ricardo Arbeloa.

Gastronomía

Catamarca: Edith Cardoso; **Chaco**: Yamila Emilce Romero; **Chubut**: María José Pogler; **Córdoba**: Gabino Escribano; **Corrientes**: Gisela Medina; **Entre Ríos**: Rocío Rezett; **Formosa**: Roxana Edith Baez; **Jujuy**: Sebastián Pasin; **La Pampa**: Gabriel Alejandro Rodrigo; **La Rioja**: Ana Mercado Luna; **Mendoza**: Marcelo Reynoso; **Misiones**: Eduardo Scherer; **Neuquén**: Nicolás Padin; **Río Negro**: Oscar Grela; **Salta**: Lucas Gutierrez; **San Juan**: Natalia López; **San Luis**: Noelia González Debattist; **Santa Cruz**: María Valentina García Stur; **Santiago del Estero**: Lucas Agüero; **Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur**: Nadia Nicala; **Tucumán**: María Eugenia Rodríguez Pontet.

Música

Buenos Aires: Julia Durá; **Catamarca**: Vanina Aredes; **Chaco**: Martín Curi; **Chubut**: Marcelo Avallar; **Córdoba**: Federico Guevara Olguín; **Corrientes**: Margarita Mambrin; **Entre Ríos**: Martín Carrere; **Formosa**: Bruno Sánchez; **La Pampa**: Matías Ombroni; **La Rioja**: Andrea Cecilia Agüero; **Mendoza**: Laura Beningazza; **Misiones**: Roberto Caminos; **Neuquén**: Facundo Felix; **Río Negro**: Lautaro Martínez; **Salta**: Andrea Ricco; **San Juan**: Pablo Barbera; **San Luis**: Luis Ocampo; **Santa Cruz**: Juan Manuel Vera; **Santa Fe**: Pablo Ayala y Agustín de Azcuénaga; **Santiago del Estero**: Ana Sequeira; **Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur**: Nicolás Fernández; **Tucumán**: Marcos Cansinos.

Videojuegos

Buenos Aires: Julián Micic de Rosas; **Chaco**: Lucas Damián Toledo; **Chubut**: Libia Cambra y Diego Colman; **Córdoba**: Silvina Magalí Nano e Ignacio Torres; **Corrientes**: Mateo Nicolás Gálvez Díaz Colodrero y Juan Martín Sánchez Correa González; **Entre Ríos**: Juan Cruz Leiva; **Jujuy**: Florencia Cari; **La Pampa**: Mercedes Hourcade; **La Rioja**: Cristian Oliva; **Mendoza**: Diego Cartledge; **Misiones**: Christian Piatti; **Neuquén**: Bernardo Storioni; **Río Negro**: Oscar Grela; **Salta**: Luciano Gálvez; **San Juan**: Aníbal Peña; **San Luis**: Andrés Santiago Villegas; **Santa Cruz**:

Aylen Astrada; **Santa Fe**: Gonzalo Cristini; **Santiago del Estero**: Mario Sougarret; **Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur**: Alexis Ercole; **Tucumán**: Sol Rodríguez Díaz.

REFERENTES SECTORIALES

Además de cada coordinación, los talleres prospectivos contaron con la participación de especialistas y referentes de los distintos sectores, con el objetivo de profundizar el debate y enriquecer las reflexiones con miradas técnicas y experiencias concretas de cada ámbito.

- **Artes Escénicas - Danza**: Mariela Ruggeri
- **Artes Escénicas - Teatro**: Cynthia Edul y Mauricio Tossi
- **Artes Visuales**: Analía Solomonoff
- **Artesanías**: Martina Cassiau
- **Audiovisual**: Antonio Pita, Sofía Toro Pollicino y Vanessa Ragone
- **Diseño**: Ignacio Imaz
- **Editorial**: Alejandro Dujovne
- **Gastronomía**: Claudia Bachur
- **Música**: Nicolás Madoery
- **Videojuegos**: Florencia Fole y Hernán López

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Marcela Cardillo. Jefa del Área de Promoción y Desarrollo de las Industrias Culturales y el Turismo del CFI.

Nicolás Pfeifer. Coordinador de Industrias Culturales del CFI.

COORDINADORES METODOLÓGICOS

Gerardo Sánchez. Coordinador metodológico del Diagnóstico Federal de las Industrias Culturales y Creativas del CFI.

Romina Solano. Coordinadora académica de la Diplomatura en Industrias Culturales y Creativas de la Escuela Federal de Desarrollo del CFI.

COORDINADORES SECTORIALES

Artes Escénicas - Danza

Hernán Nocioni. Es bailarín del Ballet Folklórico Nacional. Excoordinador de Ballet y actual asesor de la Dirección Nacional de Elencos Estables de la Secretaría de Cultura de la Nación. Técnico en Administración de la Cultura (Universidad Nacional de Tres de Febrero - UNTREF) e intérprete de danza folklórica y tango (Universidad Nacional de las Artes - UNA). Participó en la constitución de los Convenios Colectivos de Trabajo Sectoriales para Orquestas, Coros y Ballets nacionales. Integra el equipo directivo de la Asociación Simple Premios Chúcaro y dicta talleres, seminarios y clases de danza.

Artes Escénicas - Teatro

Romina Sánchez Salinas. Es doctora en Sociología, gestora cultural y actriz. Investigadora en políticas culturales y mediciones culturales en el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y docente de la Licenciatura en Gestión del Arte y la Cultura en la UNTREF. Coordina la Plataforma de Indicadores de la Cultura Independiente. Integró áreas de información cultural en el Instituto Nacional del Teatro y en Data Cultura (Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires).

Artes Visuales

Leopol Mones Cazón. Es director de la galería Isla Flotante desde 2013, cofundador y expresidente de Meridiano, Cámara de Galerías de Arte Contemporáneo de Argentina. Con más de diez años de trayectoria internacional, en 2023 abrió una sede de la galería en São Paulo. Integra el comité de selección de Art Basel Miami y es referente del sector desde su incorporación al campo del arte contemporáneo.

Artesanías

Roxana Amarilla. Es técnica en Comunicación Social (Universidad Nacional del Nordeste), especializada en Comunicación y Gestión Cultural (FLACSO) y en Patrimonio Cultural Inmaterial (Centro Regional para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de América Latina - CRESPIAL, de la Universidad Nacional de Córdoba). Maestranda en Historia del Arte Argentino y Latinoamericano (Instituto de Altos Estudios Sociales - IDAES, de la Universidad Nacional de San Martín). Coordina el Mercado de Artesanías Argentinas de la Secretaría de Cultura de la Nación y es miembro del World Crafts Council. Investiga sobre historiografía del textil y cerámica moqoit en el Centro de Investigación de Arte y Patrimonio de la UNSAM.

Audiovisual

Paula Astiz. Es técnica senior del Área de Promoción y Desarrollo de las Industrias Culturales y Turismo del Consejo Federal de Inversiones (CFI). Es licenciada en Economía por la Universidad Torcuato Di Tella (UTDT) y graduada en Dirección de Fotografía Cinematográfica por la Universidad del Cine (FUC-UCINE). Su formación de grado y posgrado le otorga un perfil integral técnico, analítico y de gestión enfocado en el desarrollo cultural. Cuenta con veinte años de trayectoria profesional en el CFI y siete de experiencia en la industria audiovisual.

Diseño

Sebastián Feinsilber. Es diseñador gráfico (UBA), doctorando por la misma universidad, con especialización en Comercio Exterior. Tiene más de 25 años de trayectoria en los ámbitos privado y público. Es coordinador del Plan Nacional de Diseño (Sello de Buen Diseño Argentino, Subsecretaría PyME del Ministerio de

Economía de la Nación) y profesor titular de Diseño para el Comercio Exterior en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU-UBA) y de Gestión Empresarial y Mercadotecnia, y Economía, Industria y Desarrollo en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (Universidad Nacional de Rosario). Dicta seminarios de posgrado vinculados a la gestión de la innovación en universidades nacionales.

Editorial

Betsabé Cohen. Es socióloga (UBA), diplomada en estudios avanzados en Gestión Cultural (UNSAM) y maestranda en Estadísticas y Gestión de la Información (UNTREF). Coordina el Núcleo de Innovación Social e integra el colectivo R-Ladies Buenos Aires. Se desempeña como analista de datos y cuenta con más de 15 años de experiencia en proyectos de estadística y análisis para los sectores editorial, cultural y académico.

Gastronomía

Martín Mena. Es gestor cultural. Se especializa en el diseño de políticas públicas en el ámbito cultural, con foco en la gastronomía como vector de desarrollo. Trabaja en la articulación de mesas nacionales intersectoriales, integró el Plan CocinAR (2016-2019) y forma parte de la mesa GustAR, desde la Secretaría de Cultura de la Nación. Realiza consultorías para la implementación de planes estratégicos regionales de gastronomía y articula acciones público-privadas para la internacionalización de la cocina argentina. Es miembro de la Asociación de Alimentos y Cocinas Regionales de las Américas.

Música

Leandro Marques. Es licenciado en Ciencias de la Comunicación (UBA). Participó en el diseño y desarrollo de Estudio Urbano, de la Dirección de Música de CABA, espacio que dirige desde su inauguración. Fue programador y director de las dos salas del Centro Cultural Caras y Caretas y participó en la creación del CIAM, Centro de Investigación de Audio y Música (Tecnópolis, 2015).

Videojuegos

Javier Asioli. Es gestor cultural. Integra el área de Industrias Culturales del Consejo Federal de Inversiones, donde acompaña proyectos de políticas públicas

culturales, y fue consultor para la Oficina Regional de UNESCO en Montevideo. Durante casi 20 años formó parte del programa Estudio Urbano del Ministerio de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires, donde coordinó el área de Formación y fue coautor del proyecto ganador del Fondo de Diversidad Cultural de la UNESCO.

ADAPTACIÓN EDITORIAL

Luis Paz

EQUIPO CFI

Área de Industrias Culturales y Creativas

Walter Alcides Acosta
Alejandro Carlos Clamans Mujica
María Eugenia Frías
Macarena Mauriño
Pablo Alberto Pereyra
Guadalupe Eugenia Rodríguez
Javier Asioli
Paula Astiz
Romina Solano
Leandro Marqués

Área Comunicación

Andrea Mallimaci
María Soledad Díaz
Laura Jimena López
Sebastián Luis Sánchez Ocampo
Micaela Torres

COHORTE 2026 DE LA DIPLOMATURA EN INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS DE LA ESCUELA FEDERAL DE DESARROLLO DEL CFI

Los/as cursantes de la quinta edición de la Diplomatura fueron quienes sistematizaron las reflexiones y los debates producidos durante los talleres prospectivos. Registraron, eje por eje, la caracterización de los desafíos identificados y las recomendaciones surgidas de la conversación.

- Carolina Gala Zelone (Buenos Aires)
- Claudio Lo Prete (Buenos Aires)
- María Amelia Dahbar (Catamarca)
- Gloria Natalí Robles (Catamarca)
- Celsa Katherina Caballero Fernández (Chaco)
- Adriana Agostina Rojas (Chaco)
- Diego Emanuel Colman (Chubut)
- Herman Wirz (Chubut)
- Zahira Narváez Osés (Chubut)
- Raúl David Sansica (Córdoba)
- Fabricio Ramón Escobar Galarza (Corrientes)
- Lucia De Los Ángeles Toledo (Corrientes)
- María Marta Vizcaino (Corrientes)

- Bruno Daniel Sánchez Ramoa (Formosa)
- Zulma Esther Caloni (Formosa)
- Florencia Rocío Cari (Jujuy)
- Luis Enrique Canciani (Jujuy)
- Yésica Antonela Díaz (La Pampa)
- María Lis Urdániz (La Pampa)
- Maira Ayelén Carrizo (La Rioja)
- David Santiago Alexander Julio Rojo (La Rioja)
- Micaela Del Rosario Palermini (Mendoza)
- Mariano Gabriel Peroni (Mendoza)
- María Laura Lagable (Misiones)
- Sergio Fabián Acosta (Misiones)
- Luis Daniel Madril (Neuquén)
- Germán Manuel Riffo (Neuquén)
- María Belén Andruet (Neuquén)
- Oscar Hernán Grela (Río Negro)
- Nadia Estela Velázquez (Río Negro)
- Facundo Nahuel Sinatra Soukoyan (Salta)
- Luciano Gabriel Argüello (Salta)
- Solange Pinto (San Juan)
- Analía Vanesa Vilches (San Juan)
- Natalia Soledad Carranza (San Luis)
- Juan Cruz Herrera (San Luis)
- Ana María Aguirre (Santa Cruz)

- Malvina Beatriz Sandoval (Santa Cruz)
- María Guadalupe Cortés Cortés (Santa Fe)
- Gabriela Rosa Franceschini (Santa Fe)
- Lucas Manuel Agüero (Santiago del Estero)
- Carina Gavalda (Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur)
- Nicolás Fernández (Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur)
- Gustavo Adrián Calleja (Tucumán)
- Diego Edmundo Ledezma (Tucumán)
- María Andrea Daguerre (CFI)
- Adriana María Vanesa Sánchez Pérez (CFI)

ANEXOS

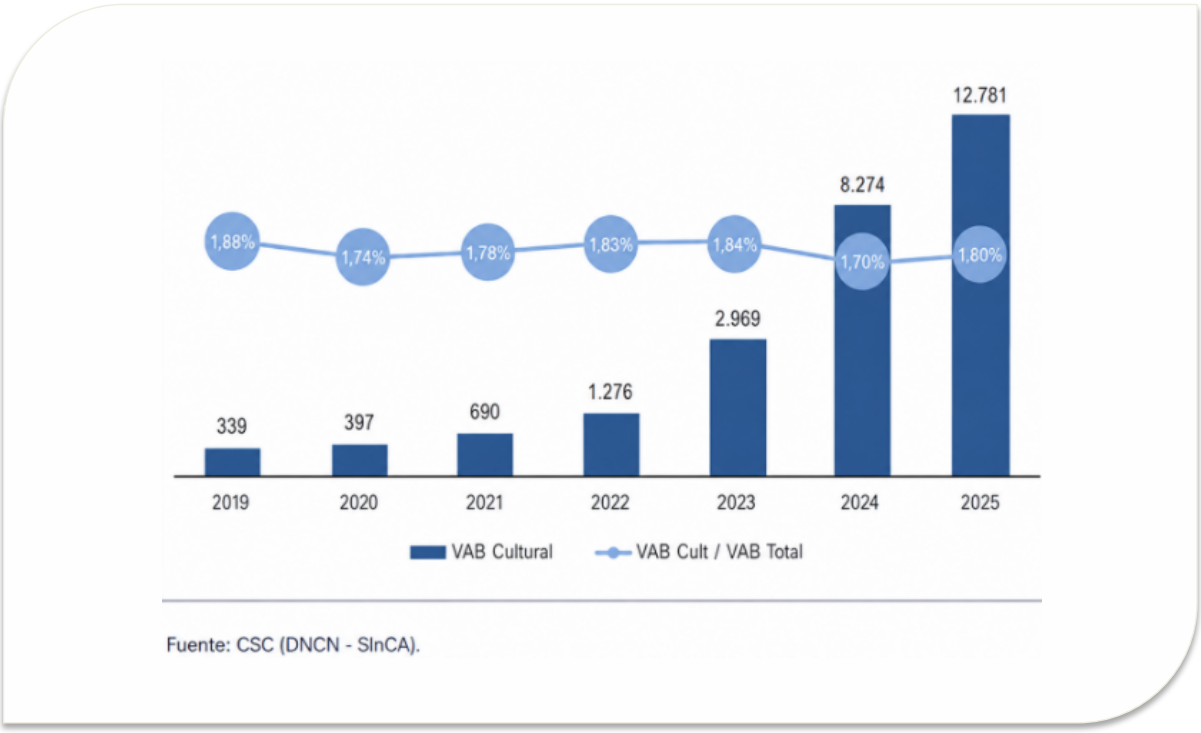
Anexo // **Contexto**

CONTEXTO DEL DIAGNÓSTICO FEDERAL DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

Las industrias culturales y creativas (ICC) constituyen un sector estratégico con impacto creciente a escala global. Representan el 3,39 % del PIB y el 3,55 % del empleo total mundial, según datos que se desprenden del informe *Políticas Culturales*, presentado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en la Conferencia Mondiacult 2025.

En América Latina y el Caribe, las ICC generan ingresos por 124.000 millones de dólares y representan el 2,2 % del PIB regional, de acuerdo con las estimaciones que el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) presenta en *10 años de aprendizaje y recomendaciones para impulsar la economía naranja* (2022). Estas industrias tienen una creciente relevancia para el desarrollo económico inclusivo y sostenible, particularmente en el marco de la expansión de la economía digital (BID, 2022).

En la Argentina, en tanto, el sector cultural registró en 2025 un valor agregado bruto de casi 12,8 billones de pesos corrientes, equivalente al 1,8 % del total de la economía, según datos disponibles en el informe *Cuenta satélite de cultura: Valor agregado bruto, comercio exterior, puestos de trabajo, generación del ingreso y consumo privado cultural. Año 2025* (Instituto Nacional de Estadística y Censos, serie Cuentas nacionales, 2026). En términos de tendencia, la participación cultural mostró una caída y no logra recuperar los niveles previos a la pandemia de COVID-19 (INDEC, 2026).



Fuente: CSC (DNCN - SInCA).

En ese escenario de retracción, en 2025 el sector experimentó una baja en el empleo total del 3,2 %, por debajo del promedio de la economía, que tuvo un leve repunte del 1 %. Según los datos del INDEC, se perdieron otros 11.815 puestos y el volumen cayó a 357.850 empleos activos, lo que representa el 1,6 % del empleo total. Además, la exportación cultural representa el 1 % de todas las exportaciones y el consumo cultural es del 3,1 % del consumo privado total.

El sector se encuentra en un momento de estancamiento, lo que plantea la necesidad de identificar obstáculos y oportunidades que permitan potenciar su capacidad de generación de valor.

El desempeño de las ICC tiende a estar relacionado con la prioridad que los Estados les asignan: la evidencia comparada sugiere que, cuanto mayores son la atención y los recursos públicos destinados al sector, mayor suele ser su aporte al desarrollo económico y social. En ese sentido, diseñar e implementar políticas públicas específicas para las industrias culturales y creativas resulta una tarea estratégica.

Marco institucional y normativo

El Estado nacional interviene en el sector de las ICC a través de un conjunto de instituciones y organismos especializados, y dentro de un marco normativo que se fue construyendo de manera progresiva y continua.

Los organismos nacionales más relevantes son:

- La **Secretaría de Cultura de la Nación**, rectora del sector a nivel federal.
- El **Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA)**, responsable de la promoción y regulación de la industria cinematográfica (Ley 17.741, 1968), videográfica y televisiva (Ley 24.377, de 1994).
- El **Instituto Nacional del Teatro (INT)**, creado por la Ley 24.800 (1997), que financia y promueve la actividad teatral en todo el país.
- El **Instituto Nacional de la Música (INAMU)**, creado por la Ley 26.801 (2013), orientado al fomento de la producción y circulación musical.
- La **Biblioteca Nacional Mariano Moreno**, con funciones de preservación y acceso al patrimonio bibliográfico.

Estas instituciones sectoriales son complementadas con organismos más transversales como el **Fondo Nacional de las Artes (FNA)**, creado por el Decreto Ley 1.224 (1958), que otorga créditos, becas y subsidios, y el **Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA)**, principal fuente de datos estadísticos del sector.

En materia normativa, las principales leyes que estructuran el sector son:

- La **Ley de Propiedad Intelectual** (Ley 11.723, de 1933).
- La **Ley de Cine** (Ley 17.741 de 1968 y sus modificatorias).
- La **Ley Nacional del Teatro** (Ley 24.800, de 1997).
- La **Ley de Fomento del Libro y la Lectura** (Ley 25.446, de 2001).
- La **Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual** (Ley 26.522, de 2009).
- La **Ley de la Música** (Ley 26.801, de 2013).
- La **Ley de Economía del Conocimiento** (Ley 27.506, de 2019).

En el plano internacional, Argentina es signataria de la **Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de la UNESCO (2005)**, ratificada por la Ley 26.305 en 2007, que establece el derecho de los Estados a formular políticas culturales y reconoce el doble carácter –económico y simbólico– de los bienes y servicios culturales. La adhesión se sumó a la de la **Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO (2003)**, aprobada por la Ley 26.118 en 2006, que reconoce la importancia de las tradiciones, expresiones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales y saberes vinculados a oficios artesanales tradicionales como patrimonio cultural sujeto de protección y transmisión.

Anexo // Material complementario

MATERIAL COMPLEMENTARIO DE LOS DIAGNÓSTICOS DE EDITORIAL Y ARTES ESCÉNICAS – TEATRO

EDITORIAL /

Tipologías específicas de editoriales y librerías

Tipología de editoriales

- **Grupos editoriales**: Grandes grupos multinacionales que reúnen múltiples sellos y que reportan a sus sedes centrales.
- **Editores independientes y editoriales pyme**: Aquellas que no reciben fondos ni apoyo de instituciones como partidos políticos, organizaciones religiosas o universidades, marcando una independencia en torno a las decisiones creativas y de construcción de catálogo.
- **Editoriales comerciales de grandes tiradas para kiosco**: Un subgrupo de las pymes integrado por editoriales orientadas a la producción de libros de alta rotación y bajo costo unitario, generalmente asociados a colecciones temáticas o series. Estas publicaciones suelen tener distribución a través de circuitos no tradicionales, como kioscos de diarios y revistas, priorizando volumen de venta por sobre construcción de catálogo a largo plazo.
- **Editoriales universitarias públicas y privadas**: Vinculadas a universidades, tienen como objetivo principal la difusión del conocimiento académico y científico. No están orientadas a la rentabilidad, sino a la circulación de contenidos especializados, aunque en algunos casos desarrollan colecciones con mayor proyección comercial o de divulgación.

- **Editoriales y fondos de edición pública**: Estructuras dependientes de organismos estatales (provinciales o nacionales) que desarrollan catálogos propios, generalmente orientados a la promoción cultural, la difusión de autores locales o la construcción de memoria e identidad. Su continuidad y escala suelen estar sujetas a ciclos políticos y presupuestarios.
- **Ediciones institucionales**: Ediciones de fondos editoriales estatales municipales y/o de organizaciones sin fines de lucro, cuya distribución es generalmente gratuita. En estos casos, el libro funciona principalmente como herramienta de difusión cultural, educativa o institucional, más que como bien comercial.
- **Empresas de servicios de autoedición**: Ofrecen servicios editoriales (corrección, diseño, impresión, registro ISBN, distribución) a autores que financian la publicación de sus obras. Prestan servicios, más que construir catálogo, y constituyen un actor relevante en contextos donde la autoedición presenta barreras técnicas o administrativas.
- **Autoedición**: Modalidad en la cual el autor asume total o parcialmente los costos y la gestión del proceso editorial, ya sea de manera autónoma o mediante la contratación de servicios específicos. Este segmento creció en los últimos años, asociado tanto a la reducción de barreras tecnológicas como a las dificultades de acceso a circuitos editoriales tradicionales.

Tipología de librerías

- **Cadenas**: Tienen presencia mayoritaria en capitales y shoppings, con catálogos de alta rotación, informatizadas y con nula apertura a la producción local, excepto por autores consagrados.
- **Librerías independientes o "de autor"**: Ubicadas principalmente en capitales y ciudades de alta concentración demográfica, suelen ser mediadoras culturales. En algunos casos, como Rosario, mantienen acuerdos para dedicar un 10-20 % de su espacio a editoriales locales.
- **Librerías multirrubro/ librería papelería**: Modelo predominante por fuera de las capitales provinciales, en el que el libro se comercializa como complemento de la papelería técnica o escolar.
- **Librerías universitarias**: Enfocadas en nichos (medicina, derecho) o vinculadas a la producción académica de las editoriales propias de las universidades públicas o privadas. Algunas se ubican incluso dentro o cerca del campus o área de la universidad. Experiencias de intercambio y trabajo conjunto como la Red de Editoriales Universitarias (REUN) plantearon una solución conjunta, con distribución y tienda física en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

- **Libreros sin librería**: Emprendimientos que operan sin local físico, utilizando redes sociales, canales digitales y envíos. En algunas provincias donde la red librera se encuentra en crisis, son actores clave para la circulación de editoriales independientes. Conviven también con la venta de libros usados.
- **Librerías públicas**: Dispositivos creados para compensar la falta de espacio comercial para autores locales, con diferentes modelos de venta que van desde la consignación a venta en firme y que pueden o no incluir la producción de otras editoriales o del fondo editorial provincial.
- **Librerías de usados y saldos**: Tienen un rol fundamental en el acceso económico al libro. Algunas provincias incluso organizan ferias donde la participación de estos libreros es central debido a la escasa o casi nula presencia de editores y libreros tradicionales.
- **Vendedores itinerantes feriantes y vendedores a crédito**: Prácticas de venta "puerta a puerta" y venta a crédito para editoriales que realizan obras seriadas, junto a la venta en puestos callejeros semanales que suplen la inexistencia de comercios establecidos.
- **Comiquerías**: Venta de novelas gráficas y revistas de cómic, por lo general en convivencia con otros productos vinculados como remeras, figuras de acción, coleccionables y más.
- **Venta de libros en kiosko**: Asociados a productos de saldo, libros económicos, libro álbum y libro con complemento. Este tipo de venta es la única que no resultó mencionada en las entrevistas del Diagnóstico.

Acerca de la venta de libros digitales

Si bien el libro en soporte digital tuvo un leve crecimiento, sobre todo después de la pandemia, aún no supera el 20 % de la producción comercial. Existen experiencias aisladas de librerías que comercializan en este soporte, pero el libro papel sigue siendo prioritario en la mayoría.

ARTES ESCÉNICAS – TEATRO /
Línea de tiempo de la institucionalización

La paulatina institucionalización de las artes escénicas del Teatro se ha desarrollado en la Argentina a lo largo de más de dos siglos, configurando un sector que en la actualidad cuenta con una robusta institucionalidad.

El recorrido de la actividad teatral en el país se remonta a fines del siglo XVIII, teniendo como primer gran hito histórico la inauguración del Teatro de La Ranchería en el año 1783.

Casi un siglo después, a fines del siglo XIX, la actividad marcó otro momento trascendental con el "Juan Moreira" de los hermanos Podestá.

De manera transversal a esta línea de teatros y obras fundacionales, la institucionalización del teatro argentino se vio fortalecida por la creación de entidades y asociaciones profesionales como Argentores, la Sociedad Argentina de Autores Dramáticos, en 1910; o como el sindicato de la Asociación Argentina de Actores y Actrices (AAA), en 1919.

En 1930, se produjo la fundación del Teatro del Pueblo por parte de Leónidas Barletta, un hecho clave que dio lugar al nacimiento del movimiento de teatro independiente en la ciudad de Buenos Aires.

En 1958 se creó el Fondo Nacional de las Artes (FNA), entidad que funcionó prácticamente como la única fuente de financiación estatal para el sector teatral hasta la década de 1990.

Al año siguiente, el 16 de enero de 1959, se dio un paso legal fundamental con la sanción de la Ley N° 14.800, que declaró a la actividad teatral de interés nacional, estableció beneficios fiscales históricos como la exención del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en las entradas y garantizó la protección del patrimonio cultural al establecer que, si se demuele una sala, debe construirse obligatoriamente otra de características similares en el nuevo edificio.

Más adelante, en 1973, se avanzó en materia de derechos gremiales con la firma del Convenio Colectivo de Trabajo N° 307/73 para los trabajadores actores en teatro.

Hacia fines de la década de 1990 se consolidó el hito más importante en el proceso de institucionalización de alcance federal: la sanción de la Ley Nacional del Teatro N° 24.800, el 19 de mayo de 1997, que reconoció formalmente a la actividad teatral independiente como un bien cultural objeto de promoción y creó el Instituto Nacional del Teatro (INT), el organismo encargado de ejecutar las políticas de fomento y garantizar el acceso federal a la producción escénica.

Al año siguiente, el 30 de diciembre de 1998, se sancionó la Ley N° 25.063, que legisló sobre las modificaciones de exenciones impositivas, sosteniendo los beneficios para los espectáculos teatrales.

Ya en el siglo XXI, la institucionalidad laboral continuó teniendo avances, primero con la creación de la Sociedad Argentina de Gestión de Actores e Intérpretes (SAGAI) en 2006.

Pero, sobre todo, el salto cualitativo fue notable con la sanción, el 30 de septiembre de 2015, de la Ley del Actor N° 27.203, un hito fundamental que reconoce el carácter laboral de la actividad artística, dejando de lado la figura de "locación de servicios" para garantizar que los actores y actrices sean considerados trabajadores en relación de dependencia, con acceso a beneficios previsionales.



Encuentro Federal
de Industrias
Culturales y Creativas



CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES