



Universidad del Azuay

**Facultad de Filosofía, Letras
y Ciencias de la Educación**

**Carrera de Comunicación Social y
Publicidad**

**DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN
MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS
COMUNICACIONALES INCLUSIVAS
PARA UN DEPARTAMENTO DE
COMUNICACIÓN**

Autores:

Paola Hurtado Brito; Daniela Vintimilla Toral

Directora:

Ana María Durán

Cuenca – Ecuador

2019

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada con mucho amor para toda mi familia, pero de manera muy especial a Lorena y Pablo, mamá y papá, quienes han sabido guiarme con su amor y apoyo incondicional en cada una de mis decisiones, siempre tomándolas con la debida responsabilidad y dedicación, ya que gracias a ellos y a cada uno de sus esfuerzos para ayudarme a culminar con esta meta, hoy soy lo que soy.

A mis hermanos Lisseth e Israel por ser ese motivo, por el cual debo esforzarme en ser su ejemplo como hermana mayor, para que ellos nunca se rindan y siempre sean constantes y luchen por lo que ellos quieren.

Ustedes han sido el espejo más puro y real en quienes me he podido reflejar, día con día ya que me han visto crecer, caer y levantarme para seguir luchando por mis sueños y siempre han estado ahí para consolarme cuando el camino se ha tornado difícil.

Todo su amor, sus consejos para hacerme pisar sobre la tierra, sus abrazos y apoyo, han hecho de mí, una hija y hermana realmente bendecida por tenerlos en mi vida y en cada paso que doy, los amo con todo mi corazón.

Paola Hurtado Brito

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por haberme bendecido y dado todas las herramientas para poder concluir con esta meta.

De igual manera quiero agradecer a todas las personas que estuvieron a mi lado en este camino universitario ya que ha estado marcado por grandes personas y así mismo dejan una huella en mi corazón y ahora los considero mis amigos: Elvis, Jaime, Nelson, Felipe, Xavier, Christian, Dani T., Isabel, Gaby, Tefa, Francisco, Daniela N y Belén.

A mi querida amiga incondicional Karla Arce, gracias porque siempre estuviste ahí a mi lado en las buenas y en las malas, con paciencia y sobre todo con verdadera amistad esperando siempre sacar lo mejor de mí.

A mi adorada amiguita Karolina Mora, gracias porque tú me motivaste a siempre seguir adelante y a amar mucho más nuestra carrera.

A mi compañera y amiga de tesis, gracias porque sin tu ayuda este trabajo no habría culminado de la mejor manera, contigo aprendí que por más dificultades se tenga, siempre hay que dar lo mejor de sí mismas.

No podría olvidarme de mis queridos y estimados profesores Natalia Rincón, Cata Serrano, Matías Zibell, Nancy Negrete y Jorgito Piedra; gracias por enseñarme con tanta pasión y dedicación.

Y finalmente a mi querido tribunal de tesis, Anita María Durán, Caroline Ávila y Ximena Vélez; gracias por acompañarnos, apoyarnos y guiarnos a cada instante para así concluir de manera exitosa este trabajo de grado y a su vez habernos impulsado y hecho parte de este proyecto para el beneficio de los profesionales de la comunicación y las personas con discapacidad.

Paola Hurtado Brito

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada especialmente a mis
padres, ya que han sido un pilar
fundamental, gracias por haberme apoyado
y guiado durante toda mi vida, tanto
personal como en mi formación académica.
De igual manera, dedico mi trabajo de grado
a mis hermanos, Sebastián y Andrea
porque a pesar de sus contratiempos
me han enseñado que en cada
caída existe una nueva y mejor oportunidad.

Asimismo, dedico mi tesis a mi enamorado
Juan Carlos Ochoa, quien ha sabido apoyarme
en este proceso fundamental para lograr mis
objetivos y metas.

Por otro lado, quisiera dedicar mi trabajo de grado
a aquellas personas que trabajan en el área
de comunicación, quienes se preocupan
y responden a las necesidades actuales sobre el
respeto hacia la inclusión de todas las formas y
maneras comunicativas. Espero de corazón,
que el manual sea una guía fundamental
para su labor diaria como comunicadores.

Daniela Vintimilla Toral

AGRADECIMIENTO

Principalmente, quisiera agradecer a todas las personas que han formado parte de mi trayecto universitario, profesores y compañeros.

Agradezco gratamente a mi compañera y amiga de tesis, Paola, por haber compartido este trabajo final, y de esta forma cumplir metas y objetivos juntas.

Agradezco infinitamente a mi directora de tesis, Ana María Durán, quien ha sido de gran ayuda para sacar adelante este proyecto de grado, asimismo quiero dar las gracias a la profesora Ximena Vélez por habernos apoyado y hecho participe del proyecto “Por una Cuenca Inclusiva”, para así aportar comunicacionalmente tema de la inclusión hacia las personas con discapacidad.

Daniela Vintimilla Toral

RESUMEN

Este trabajo de graduación recopiló la información necesaria para desarrollar como producto un Manual Piloto que pretende orientar la ejecución de buenas prácticas de comunicación empresarial que tomen en cuenta las particularidades de las personas que tienen algún tipo de discapacidad. La investigación se aplicó al Departamento de Comunicación de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito y Transporte, EMOV EP y su estructura metodológica se puede adaptar a otras organizaciones de similar naturaleza. Tiene un enfoque metodológico cualitativo de tipo inductivo – descriptivo, desarrollado en cinco fases: construcción de un marco teórico y legal, diagnóstico de los procesos de comunicación por objetivos, análisis de manuales referentes, propuesta del manual y validación a través de un grupo focal.

Palabras clave: comunicación por objetivos, derecho a la comunicación, discapacidad, inclusión, manual, organización, proceso de comunicación.

ABSTRACT:

This degree work compiled the necessary information to develop a pilot manual for the execution of good business communication practices. This manual takes into account certain features of people with disabilities. The research was applied to the Communication Department of “Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito y Transporte, EMOV EP.” However, the methodological structure of the study can be adapted to other similar organizations. The investigation has a qualitative methodological approach of inductive and descriptive type. It was developed in five phases: construction of a theoretical and legal framework, diagnosis of communication processes by objectives, analysis of reference manuals, proposal of the manual and validation through a focus group.

Keywords: Communication by objectives, right to communication, disability, inclusion, manual, organization, communication process.



Translated by
Ing. Paúl Arpi

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT:.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
CAPÍTULO I:.....	13
Comunicación y discapacidad.....	13
Introducción.....	13
1.1 Comunicación.....	13
1.1.1 Comunicación en las organizaciones.....	13
1.1.2 Procesos de comunicación.....	17
1.1.3 Desafíos de la Comunicación.....	21
1.2 Discapacidad.....	22
1.2.2 Derechos Universales de la Discapacidad y la Accesibilidad.....	23
1.2.3 Enfoque Social de la Discapacidad.....	24
1.3 El Ecuador y la Discapacidad.....	25
1.3.1 Historia de la Discapacidad en el Ecuador.....	25
1.3.2 Normativas ecuatorianas sobre la Discapacidad.....	25
1.3.3 Políticas públicas sobre la inclusión para personas con discapacidad.....	26
1.3.4 Leyes que favorecen a las personas con discapacidad.....	26
1.4 Prácticas Comunicacionales Inclusivas.....	28
CAPÍTULO II:.....	30
Empresa Pública de Movilidad, Tránsito y Transporte de Cuenca, EMOV EP, y sus procesos de comunicación.....	30
Introducción.....	30
2.1 La Empresa Pública de Movilidad, Tránsito y Transporte de Cuenca, EMOV EP.....	30
2.1.1 Organigrama.....	32
2.2 Subgerencia de Comunicación de la EMOV EP.....	33
2.2.1 Acción comunicativa.....	35
2.2.2 Procesos de comunicación de la Subgerencia de Comunicación.....	39

2.3 Matriz de análisis de comunicación por objetivos de la Subgerencia de Comunicación de EMOV EP.....	41
CAPÍTULO III:	43
Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas	43
3.1 Metodología.....	43
3.2 Análisis de manuales existentes	43
3.3 Comparación y discusión sobre manuales existentes	44
3.3.1 Análisis de forma.....	44
3.3.1.1 Elementos de forma a usar en la elaboración y el diseño del Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas	46
3.3.2 Análisis de fondo	48
3.3.2.1 Elementos de fondo para el contenido del Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas:	53
CAPÍTULO IV:	58
Validación del Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas.....	58
Introducción.....	58
4.1 Informe del grupo focal para la validación de Manual.....	58
CONCLUSIONES:.....	62
RECOMENDACIONES:	64
Bibliografía.....	66
Anexo 1. Organigrama de la empresa	73
Anexo 2. Descripción de la Subgerencia de Comunicación.....	75
Anexo 3. Descripción de los Stakeholders	78
Anexo 4. Acción Comunicativa	80
Anexo 5. Procesos de comunicación dentro de la Subgerencia de Comunicación	84
Anexo 6. Matriz de comunicación por objetivos.....	86
Anexo 7. Manual de medios de comunicación y discapacidad	92
Anexo 8. Guía para una comunicación incluyente	96
Anexo 9. Manual de buenas prácticas para el trato y atención al público de personas con discapacidad.....	101
Anexo 10. Guía de buenas prácticas sobre personas con discapacidad para profesionales de la comunicación.....	107
Anexo 11: Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas	114

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Proceso Básico de Comunicación.....	18
Figura 2: El proceso de comunicación	18
Figura 3: Modelo de comunicación por objetivos.....	20
Figura 4: Proceso de comunicación inclusiva.....	29
Figura 5: Estructura de públicos internos y externos de la empresa	35
Figura 6: Proceso de comunicación de la EMOV EP	39
Figura 7: Matriz de comunicación por objetivos (junio – diciembre 2018).....	42

INTRODUCCIÓN:

El presente trabajo “Diseño y elaboración de un Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas para un Departamento de Comunicación”, tiene como finalidad presentar una propuesta de un manual piloto de comunicación empresarial que oriente a mejorar las estrategias y procesos de manera inclusiva frente a personas que tienen algún tipo de discapacidad.

El trabajo de investigación se presenta en cuatro capítulos, para los cuales, se utilizan la metodología adecuada que permite levantar la información pertinente para alcanzar la finalidad propuesta.

En el primer capítulo, se analizan los conceptos de comunicación y discapacidad; además, cómo debe ser vista la discapacidad desde la comunicación en las organizaciones y los procesos que debe cumplir dentro de una comunicación corporativa. Adicionalmente, se reflexiona sobre los desafíos de la comunicación actual y las prácticas comunicacionales inclusivas. Este primer enfoque se lo aborda desde el ámbito histórico, social, legal y educativo.

El segundo capítulo, se estudia el funcionamiento de un departamento de comunicación organizacional, en cuanto a sus objetivos, procesos y productos de comunicación. Para ello se realizó un estudio piloto en la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito y Transporte de Cuenca EMOV EP, a través de matrices de levantamiento del proceso de comunicación, de su planificación por objetivos y finalmente de sus productos y del impacto que ha tenido dentro y fuera de la institución pública.

En el tercer capítulo se analizan en aspectos de fondo y forma cuatro manuales nacionales e internacionales existentes, con el fin de orientar la nueva propuesta. Una vez revisados y comparados los manuales, se obtienen elementos específicos que serán usados en la elaboración y diseño del Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas para un Departamento de Comunicación. En el mismo se abordan conceptos

sobre derechos universales, legales, comunicacionales e inclusivos que apoyan a esta herramienta comunicacional.

El cuarto y último capítulo, permite validar el Manual y verificar si, efectivamente, se cumplió con el objetivo propuesto, con base a lo cual se formulan las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo de graduación.

CAPÍTULO I:

Comunicación y discapacidad

Introducción

En este primer capítulo se desarrolla un marco teórico que facilitará tanto la comprensión de la importancia que tiene la comunicación para las organizaciones, así como la aplicación de una comunicación estratégica inclusiva, es decir, que tome en cuenta las particulares necesidades de las personas con discapacidad al momento de emitir sus mensajes.

De manera general se hablará de los desafíos que tiene la comunicación estratégica, los procesos de comunicación corporativa y las prácticas comunicacionales inclusivas que un departamento de comunicación de una organización debe considerar. Así mismo, en otro campo, se abordarán los derechos universales y, dentro de ellos, la accesibilidad que deben tener las personas que poseen algún tipo de discapacidad para desenvolverse en cualquier ámbito.

Por otro lado, se abordarán las normativas, leyes y regulaciones del Gobierno Nacional del Ecuador y el Gobierno Autónomo Municipal de Cuenca, así como también el desafío de acatar leyes que involucren a personas con discapacidad dentro de las empresas municipales.

1.1 Comunicación

1.1.1 Comunicación en las organizaciones

Hoy en día, la comunicación ha tomado gran relevancia en todos los ámbitos, desde las relaciones personales hasta las organizaciones, en las cuales, se la ha considerado como una herramienta o instrumento que influye y genera cambios a través de facilitar sus interacciones con los distintos actores sociales, individuales y colectivos.

Con la ayuda de una comunicación eficiente, en el ámbito interno, se ha podido contribuir a que la organización se centre en el manejo adecuado de sus objetivos,

generando motivación a los empleados, compromiso hacia la organización y dedicación óptima para realizar las tareas que se les otorgan (Campos, 2015).

Cabe recalcar, también, que es importante la forma en la que se transmiten los mensajes, ya que según la manera en la que se comunica se puede medir el éxito o el fracaso de la institución (Koh, 2014; Pacheco, 2016).

La comunicación no deja de ser ese proceso fundamental que sirve como estrategia para transmitir e interpretar información, lo que incide en la dirección y comportamiento de sus integrantes Pirela, Paz y Paz (2015).

Por consiguiente, la comunicación en el ámbito externo es sumamente importante, ya que se debe considerar aspectos específicos para llegar con el mensaje correcto a cada uno de sus públicos (Capriotti, 2013).

Por tanto, para las organizaciones es primordial saber cuáles son sus públicos y sus intereses y cómo se conforman cada uno de ellos para, de esta manera, establecer una acción comunicativa apropiada, ya que las necesidades e intereses de los públicos externos condicionan la acción comunicativa de la empresa; es por ello que se ve necesario plantear objetivos específicos para cada uno de los públicos con el fin de satisfacer sus necesidades (Capriotti, 2013).

Como menciona Capriotti (2013), los públicos externos son quienes condicionan que se lleve a cabo una adecuada acción comunicativa. Es importante mencionar que dentro de los públicos externos hay nichos específicos de personas con características particulares, por lo tanto, la comunicación dentro de las entidades se vuelve más especializada y personalizada, según la situación y momento que emite sus mensajes, ya que se debe tomar atención a todo tipo de público, como por ejemplo, las personas con discapacidad.

Hoy en día, para que una organización desarrolle una imagen positiva en la sociedad lo recomendable es que se emita información destinada a este grupo prioritario, como son las personas con discapacidad y de esta manera actuar con

responsabilidad social óptima para adquirir mayor fidelización y generar mayor compromiso por parte de sus públicos externos.

Es por ello que, la comunicación sigue siendo la encargada de planificar, gestionar y evaluar los flujos de información interpersonales y mediatizados que atañen tanto al público interno como al externo, en relación directa con los objetivos de la organización y el sector social del cual forma parte (Álvarez y Lesta, 2011).

Dentro de las organizaciones, la comunicación cumple un rol importante ya que por ella se transmiten diversos tipos de informaciones. Por lo tanto, surge la Comunicación Estratégica, la cual, se define como una práctica que tiene el objetivo de ser un vínculo de las organizaciones con el entorno, generando una relación efectiva y positiva desde sus intereses y objetivos (Tironi y Cavallo, 2006).

La comunicación tiene lugar en los contextos discursivos y socioculturales cuando busca el uso apropiado de la lengua. “La comunicación es una actividad que participa en todos los ámbitos internos y externos, además de incidir directamente en la percepción global de la organización” (Castillo, 2010, p. 26). Lo que observamos en la dimensión de la comunicación organizacional requiere conocimiento y habilidad en relación con los anhelos y con las expectativas de los públicos (Brönstrup, Godoi y Ribeiro, 2007).

Cabe recalcar, que la comunicación organizacional tiene la finalidad de alcanzar cada uno de los objetivos planteados por la empresa, con el propósito de que exista un desarrollo organizacional y que, a su vez, el personal genere un sentido de pertinencia y mejoren la calidad de servicio que prestan dentro de la organización en la que laboran (King, 2012).

La comunicación organizacional cuenta con dos tipos de comunicaciones, una de ellas es interna, la cual “se ha convertido en un elemento dinamizador y de soporte de las estrategias de cualquier organización” (Álvarez y Lesta, 2011, p. 12). Es decir, es la coordinación de las tareas y actividades para alcanzar metas la que define la identidad y los valores de la organización hacia sus miembros o público interno. Y la otra se denomina comunicación externa, la cual está direccionada a sus públicos externos con

el fin de hacer eficientes los procesos de las relaciones públicas y dar una buena imagen de la empresa (Pérez, 2013).

Un factor importante de acción en la comunicación organizacional son las relaciones públicas, las cuales, consisten en conocer, gestionar e investigar a los diferentes públicos que posee una organización. Dentro de las organizaciones esta actividad se centra en crear una comunicación recíproca entre la empresa y la opinión de sus públicos para establecer una retroalimentación. (Castillo, 2010)

Por tanto, para que se dé un buen manejo de las relaciones públicas es necesario tener una persona que actúe como facilitador y que sirva como conexión entre la empresa y el público con el fin de realizar una comunicación eficiente para ambas partes; a su vez, este intermediario debe generar el intercambio y entendimiento mutuo enfocado a eliminar barreras en los canales que impidan una correcta comunicación (Castillo, 2010).

De ahí que la comunicación se vuelve fundamental en las organizaciones ya que actúa como una herramienta potencializadora de la responsabilidad social, la cual, ayuda a trabajar por el bien común de la empresa, no sólo como ente comercial sino como ente social dónde se aplican valores, se crean compromisos y se genera confianza entre sus colaboradores, tanto internos como externos. Es por ello que la comunicación estratégica es clave para actuar de manera positiva en la participación e inclusión de sus públicos.

Por otro lado, se ve necesario que esta herramienta de comunicación debe estar acompañada de una estructura organizativa integradora que agilite todos los procesos comunicativos y organizacionales, que fomente y ayude a responder necesidades del entorno generando impactos positivos a través de la difusión de mensajes (Pirela et., 2015).

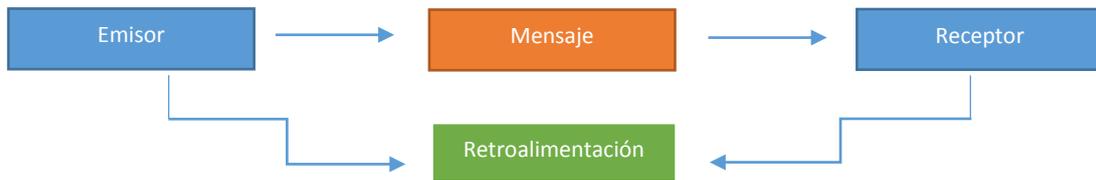
1.1.2 Procesos de comunicación

Según la Real Academia Española (2014), la comunicación se entiende como una acción, proceso y efecto de comunicar o comunicarse entre dos o más personas; también es entendida como la transmisión de señales mediante códigos entre el emisor y el receptor. Como lo menciona Narváez (2009), dicho proceso “se realiza por medio de la transmisión de señales como: sonidos, gestos, señas, entre otros, con el fin de hacer llegar una idea o pensamiento y a consecuencia de ello se genere una reacción” (p. 11).

Por consiguiente, a la comunicación se le considera como una actividad consciente de intercambiar pensamientos, ideas, sentimientos, información, etc., con el fin de establecer reciprocidad, por una actitud, conducta u opinión entre los que entablan una conversación (Sánchez, 2016).

Para poder conocer sobre este proceso debemos diferenciar qué es un emisor, un mensaje y un receptor. El emisor es la persona que inicia el intercambio de información; al mensaje se le entiende como la información transmitida, ya sea de forma escrita, oral, señas o gestos y el receptor es quien recibe el mensaje (Narváez, 2009). Como resultado, la comunicación se vuelve un “proceso continuo e interactivo, en el que se deben producir espacios de sintonía entre los involucrados o transceptores en lenguaje comunicacional” (Garrido, 2008, p 2). Ver Figura 1.

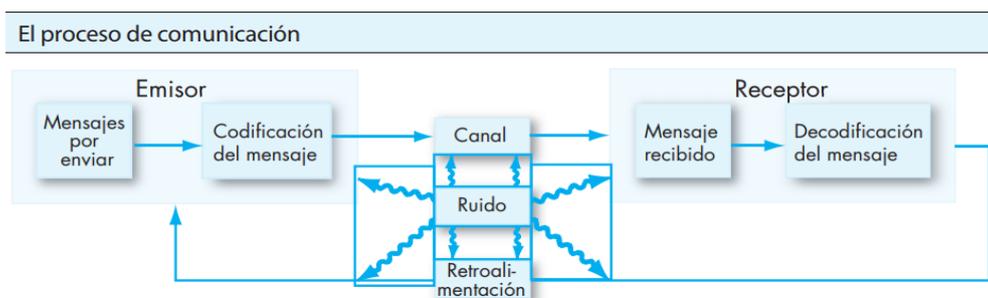
Figura 1: Proceso Básico de Comunicación



Fuente: Elaboración propia (2018)

Como se observa en el Gráfico 1, todo proceso de comunicación tiene su intención, ya que al ser emitido busca una retroalimentación de quien lo recibe; pero a veces, la retroalimentación no se llega a dar, ya que depende del receptor y de la información del mensaje. En la actualidad, el proceso de comunicación ya no solo se refiere únicamente a la participación entre personas sino que se ha visto generalizado en organizaciones donde se incluyen varios factores (Narváez, 2009; Robbins y Judge, 2009). Para David K. Berlo (1960) citado por Robbins y Judge (2009), este proceso de comunicación incluye partes claves como: codificación del mensaje, canal, ruido, retroalimentación y decodificación del mensaje. Ver Figura 2.

Figura 2: El proceso de comunicación



Fuente: Robbins y Judge, 2009 (p. 353).

Como se ilustra en el Figura 1, el emisor en su pensamiento es quién primero codifica el mensaje. Segundo es el mensaje, aquello real que a través de la codificación permite compartir un contenido. Tercero es el canal, medio por donde circula el mensaje, el cual, puede ser formal o informal. Un canal formal es aquel medio que selecciona la empresa para que se transmitan mensajes a sus miembros y un canal informal se entiende como un medio espontáneo que genera interacción inmediata.

Cuarto, en lugar es el receptor, quien recibe el mensaje y lo importante es cómo lo recibe, en este momento se da la decodificación y dentro de esta acción, entran en juego los símbolos o signos que llegan junto con la información. Quinto, el ruido, son las barreras que interfieren en la emisión del mensaje y es aquí donde se generan los problemas de entendimiento. Por último, en la retroalimentación se determina si llegó o no con éxito la información (Robbins y Judge, 2009).

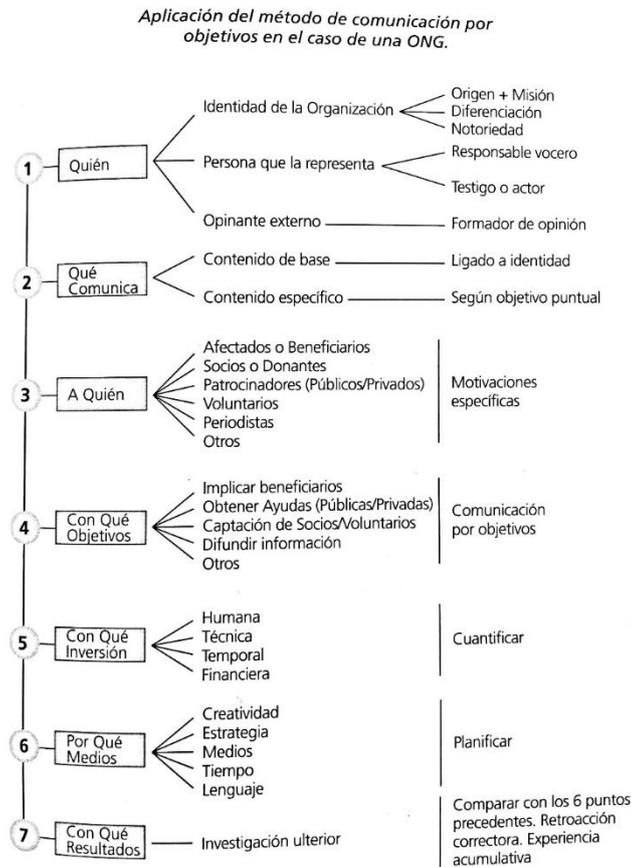
La respuesta en las actividades realizadas permite equiparar el beneficio del emisor (organización) con el del receptor (público) en su doble vertiente de ser, al mismo tiempo, tanto emisor como receptor; lo cual genera que no se busque solamente el beneficio de la organización sino también de los públicos que deben ser recompensados en su interacción con la organización. (Castillo, 2010)

Dentro de una institución es necesario tener en cuenta que la comunicación no sólo genera acciones y materiales con diferentes objetivos, sino que es un vínculo integrador que permite que la organización cumpla su misión social y cubra las expectativas y requerimientos de sus públicos. La planificación de las acciones puede realizarse a través de varias metodologías y, así mismo, el análisis de sus procesos se puede realizar de distintas maneras. En el presente caso, seguiremos el modelo de comunicación por objetivos. Ver Figura 3.

Según Joan Costa (2012), este modelo de comunicación debe responder a siete preguntas, las cuales son: “primero, ¿Quién comunica?, segundo ¿Qué comunica?, tercero ¿A quién comunica?, cuarto ¿Con qué objetivos?, quinto ¿Con qué inversión?, sexto ¿Por qué medios? y por último ¿Con qué resultado?” (p. 77).

Al emplear este modelo de análisis de los procesos de comunicación que se desarrollan a través la Subgerencia de Comunicación de la Empresa Pública de Movilidad Tránsito y Transporte de Cuenca (EMOV EP), se podrá comprender el propósito de las principales acciones comunicativas que se realizan, cómo se las efectúa, a quienes están dirigidas y de qué manera éstas toman en cuenta las necesidades y condiciones particulares de las personas con los diversos tipos de discapacidad.

Figura 3: Modelo de comunicación por objetivos



Fuente: Costa (2012, p. 81)

1. ¿Quién comunica? En este apartado podemos decir que, generalmente, comunican los representantes más significativos de la organización, sean directivos, miembros del departamento de comunicación, voceros, etc. Es decir, serían los emisores, quienes son la voz de la organización frente a la sociedad, por lo cual, deben generar credibilidad en sus públicos mediante los comunicados que emiten tanto interna como externamente (Costa, 2012).
2. ¿Qué comunica? Es muy importante generar contenido con lenguaje adecuado para todos los públicos a los que se dirige la organización, ya que por esta acción se verá reflejada la accesibilidad de la información de manera inclusiva (Costa, 2012).
3. ¿A quién lo comunica? Es esencial que, al generar mensajes, se identifiquen cuáles serán sus receptores, teniendo en cuenta sus motivaciones, necesidades, lenguaje, cultura y condiciones particulares (Costa, 2012).

4. ¿Con qué objetivos? En esta acción es importante tener en cuenta qué es lo que se quiere conseguir al momento de emitir información, es decir, que tipo de retroalimentación se espera recibir por parte de los receptores (Costa, 2012).
5. ¿Con qué inversión? En este enunciado no sólo se ve reflejado el aspecto económico, sino que también entran en juego los recursos humanos, técnicos y temporales. Esto hace referencia al tiempo en el que se ejecutan las acciones comunicativas. (Costa, 2012).
6. ¿Por qué medios? Se refiere a los canales que se utilizan para hacer llegar la información emitida, ya sean medios tradicionales como radio, prensa y televisión o plataformas digitales como páginas web, internet, redes sociales, entre otras. En este punto se debe tener en cuenta que hay ruidos físicos o psicológicos que impiden la recepción directa de la información y que en el caso en el que los receptores sean personas con discapacidad, estos ruidos pueden ser ocasionados por no reparar en sus condiciones y necesidades particulares (Costa, 2012).
7. ¿Con qué resultados? Aquí se debe observar la respuesta a las acciones comunicativas explicadas anteriormente. Es necesario que un Departamento de Comunicación sea inclusivo en la emisión de mensajes para que exista la retroalimentación en la totalidad de sus destinatarios y se pueda cumplir a cabalidad el objetivo de cada una de las acciones comunicativas desarrolladas (Costa, 2012).

1.1.3 Desafíos de la Comunicación

Los desafíos de la comunicación se encuentran presentes en los medios y canales de comunicación, ya que ellos tienen un papel importante dentro de la sociedad y, a través de ellos, se transmite información de diferentes ámbitos, sean estos políticos, culturales, educativos, sociales, económicos entre otros; por lo que, el rol de los medios de comunicación adquiere importancia por cómo difunden su información y como ésta llega a un gran número de personas (Domínguez, 2005).

Hoy en día, el impacto de los medios de comunicación, tanto tradicional como digital, ha tomado gran relevancia dentro de la sociedad. Sin embargo, esto ha complicado la forma de comunicarnos, es por eso que se debe discernir el tipo de información que recibimos. Por tanto, “el gran desafío es que los medios de comunicación tomen conciencia de un uso de la comunicación que no discrimine a las personas con discapacidad de sus agendas diarias de reportajes” (Fernández, 2011, p. 59).

El desconocimiento del lenguaje para dirigirse hacia sectores prioritarios de la sociedad en la transmisión o difusión de cualquier tipo de información, lo ha vuelto discriminatorio, convirtiéndose en un desafío que debe cumplir un departamento de comunicación de cualquier empresa. Es por ello que conseguir una imagen “normalizada de las personas con discapacidad exige un cambio de rutinas, lenguajes y ampliar el conocimiento de los profesionales de los medios de comunicación” (Díaz, 2007, p. 300).

Es ahí donde se encuentra el reto, ya que la comunicación debe incluir a todas las personas en un mismo entorno informativo, es por eso que, el trabajo de los profesionales de la comunicación y de los medios es saber dar un correcto uso al lenguaje, ya sea de manera verbal, escrita y gestual para fomentar desde los organismos públicos y privados el buen trato y la inclusión de este grupo de atención prioritaria.

Para dar un uso correcto a la comunicación, a la hora de dirigirnos a las personas con discapacidad, debe ser sencilla, tan sólo consiste en disponer de igualdad de oportunidades al momento de comunicar, es decir, no poner barreras (Fernández, 2011).

De esta forma, los medios de comunicación son la mejor vía para eliminar la discriminación hacia las personas con discapacidad. Es por ello que el trabajo de los periodistas y profesionales que laboran dentro de un Departamento de Comunicación deben tomar en cuenta esta realidad y evitar la exclusión (San Miguel, 2011).

1.2 Discapacidad

Organización Mundial de la Salud, OMS, 2017 explica que la discapacidad es el resultado de la interacción entre personas con diferentes niveles de funcionamiento y un entorno que no toma en cuenta tales diferencias. Dicho de otra manera, las personas con limitaciones físicas, sensoriales o mentales suelen verse discapacitadas no debido a afecciones diagnosticadas, sino a causa de la exclusión de oportunidades educativas, laborales y de los servicios públicos.

La Ley Orgánica de Discapacidades del Ecuador (LOD, 2012), en el Suplemento del Registro Oficial N° 796 de la Asamblea Nacional de la República del Ecuador en el Art. 6 considera que una persona con discapacidad es:

Toda aquella que, como consecuencia de una o más deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales, con independencia de la causa que la hubiera originado, se ve restringida permanentemente su capacidad biológica, psicológica y asociativa para ejercer una o más actividades esenciales de la vida diaria, en la proporción que establezca el Reglamento (p. 8).

Es decir, se considera la actitud y entorno de las personas que están sujetas a ciertas barreras y que no llevan una participación efectiva en la sociedad, por tanto, sus condiciones respecto a los demás también son desfavorables, por lo que no se podría hablar de una participación democrática al no encontrarse en las mismas condiciones.

1.2.2 Derechos Universales de la Discapacidad y la Accesibilidad

La Declaración Universal de los Derechos Humanos tiene como ideal común por el que todos los pueblos y naciones deben esforzarse a fin de que tanto los individuos como las instituciones, inspirándose constantemente en ella, promuevan, mediante la enseñanza y la educación, el respeto a estos derechos y libertades (Naciones Unidas, 2015).

Así mismo, el Informe Mundial sobre la Discapacidad, elaborado por la OMS y el Banco Mundial (BM, 2008), desarrolla medidas para que todas las entidades interesadas, incluyendo gobiernos, organizaciones privadas y públicas, puedan crear espacios para promover servicios de apoyo y rehabilitación, con el fin de asegurar una

adecuada protección social y a su vez, realizar programas y políticas inclusivas, adecuando normas para el beneficio de las personas con discapacidad.

Lo que se busca a nivel mundial es la protección y aseguramiento de las condiciones de igualdad de los derechos humanos para todas las personas con discapacidad con el fin de que tengan acceso a un buen trato, bienes y servicios con el fin de que se logre una inserción eficaz y adecuada a la sociedad.

1.2.3 Enfoque Social de la Discapacidad

La concepción de discapacidad que adoptamos para el presente trabajo es la del enfoque social, de acuerdo a los Derechos Humanos de la población con discapacidad, deben estar dirigidos a equilibrar el acceso al ejercicio pleno de sus derechos y oportunidades en una sociedad, dentro de la cual, puedan desarrollarse libremente y con dignidad sus propios planes y proyectos de vida (Maldonado, 2013).

El enfoque social de la discapacidad, enuncia que la limitación de esta condición es generada por la sociedad, razón por la cual, debe ser un trabajo en conjunto dentro de la misma para que todas las personas, especialmente las personas con discapacidad ejerzan una participación completa en todas las áreas de vida. (Maldonado, 2013).

Sin embargo, la discrepancia que se da actualmente es la desinformación que tiene la humanidad acerca de la discapacidad ya que, la mayoría de personas no sabe cómo actuar o desenvolverse con un individuo que tiene cualquier tipo de deficiencia provocando, de esta manera, un distanciamiento que incluso genera una reacción recíproca de las personas con discapacidad.

1.3 El Ecuador y la Discapacidad

1.3.1 Historia de la Discapacidad en el Ecuador

En el año de 1945, el Ministerio de Educación planteó en su Ley Orgánica la atención a los niños que sufren una deformidad biológica y mental; en los años 70 se buscó solucionar las necesidades que tenía este sector. En 1973 se crea el Consejo Nacional de Rehabilitación Profesional, el cual logró la inserción de las personas con discapacidad al ámbito laboral (Echeverría y Morales, 2014).

La Ley General de Educación, en el año de 1977, asume que la discapacidad es responsabilidad y obligación del Estado; para 1980, nace la Unidad de Educación Especial, responsable de la ejecución de este modelo educativo dentro del país. Entre los años de 1990 y 1997 se incita al desarrollo de la Educación Especial, mediante Acuerdos Ministeriales que agilicen procesos y acciones para este sector. Durante los años de 1994 hasta 2003 se redactó un conjunto de normas con el fin de apoyar la educación de personas que padezcan discapacidades (1994 Integración en la Educación Regular, acuerdo N°20/94-3-01; Reglamento General de Educación Especial, acuerdo N° 34 69/ 95-07-07; 2003 Reglamento General de la Ley Reformatoria de la Ley de Discapacidades, acuerdo N° 3603 / 2003-02-21) (Echeverría y Morales, 2014).

A lo largo de la historia de la discapacidad en Ecuador se dieron procesos favorables para este sector, en donde se crearon varias instituciones públicas y privadas que han trabajado y trabajan conjuntamente con el Ministerio de Bienestar Social (MBS) para ofrecer una mejor calidad en el servicio y atención; entre estas organizaciones con y sin fines de lucro están: el Instituto Nacional del Niño y Familia (INNFA), la Asociación para el Desarrollo Integral del Niño Excepcional del Azuay (ADINEA), la Fundación Hermano Miguel, las Olimpiadas Especiales, entre otras (Cazar, 2018).

1.3.2 Normativas ecuatorianas sobre la Discapacidad

El Ecuador es uno de los primeros países de América que ha desarrollado un conjunto de normas y leyes que benefician u orientan a realizar diferentes actividades y proyectos para las personas que tienen discapacidad. Cabe recalcar que cuenta con una

Constitución en la que se garantiza la atención de este grupo de atención prioritario dentro de la sociedad ecuatoriana, de esta manera, al país se lo ha tomado como referente significativo en otros países de Latinoamérica por sus regulaciones, organización y políticas en este campo (Cazar, 2018).

1.3.3 Políticas públicas sobre la inclusión para personas con discapacidad

La Agenda Nacional para la Igualdad de Discapacidades, menciona que la política pública es entendida como: “decisiones y estrategias adoptadas por una autoridad legítima para resolver problemas públicos complejos”; en otras palabras, podemos decir que, la política pública es una guía para que los gobiernos, en situaciones determinadas, garanticen los derechos de las personas y del ambiente con perspectivas a corto, mediano y largo plazo dónde actúa con actores públicos de manera indistinta. (Agenda Nacional para la Igualdad en Discapacidades, 2013, p. 14)

En este sentido cabe señalar que la herramienta estratégica más idónea para enfrentar las barreras actitudinales, es la comunicación por su poder persuasivo y su capacidad de modificar modelos mentales y valores en una sociedad.

Dentro de la Agenda Nacional para la Igualdad en Discapacidades (2013) se establecieron varios ejes para las políticas públicas en Discapacidades en el Ecuador, entre ellas nos referimos a la Política 7:

Política 7 de accesibilidad: “Asegurar el acceso de las personas con discapacidad al medio físico, al transporte, a la comunicación, a la información, a los bienes y servicios básicos” (p. 101).

Precisamente la elaboración del Manual de Buenas Practicas Comunicacionales Inclusivas pretende contribuir al cumplimiento de esta política.

1.3.4 Leyes que favorecen a las personas con discapacidad

A continuación, se explica en los literales cuatro y cinco del Art.- 16 de la sección tercera de la Ley Orgánica de Discapacidades (LOD, 2008) donde trata sobre la comunicación e información:

Literal 4.- “El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad”; y el

Literal 5.- “Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación” (p. 14)

Por lo tanto, se determina que los derechos de las personas con discapacidad son parte de los legítimos privilegios de los demás ciudadanos; como dice en la Ley Orgánica de Discapacidades en su Art. 16.- “Todas las personas, en forma individual o colectiva tienen derecho a la comunicación e información sin importar sus condiciones físicas o mentales” (p. 14).

Las Normas Jurídicas de Discapacidad en Ecuador de la subsección sexta en el Art. 47.- literal cinco, acota que todas las personas tienen derecho al “trabajo en condiciones de igualdad de oportunidades, que fomente sus capacidades y potencialidad, a través de políticas que permitan su incorporación en entidades públicas y privadas”. (CONADIS, 2014, p. 124).

Por otro lado, la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) con número de registro N° 22 en el tercer suplemento, en el Art- 37, expresa que favorece y promueve a las personas con discapacidad el derecho al acceso y al ejercicio de la comunicación.

Los medios de comunicación social, instituciones públicas y privadas del sistema de comunicación social y la sociedad, desarrollarán progresivamente las siguientes medidas: traducción con subtítulos, lenguaje de señas y sistema braille. El Estado adoptará políticas públicas que permitan la investigación para mejorar el acceso preferencial de las personas con discapacidad a las tecnologías de información y comunicación (Ley Orgánica de Comunicación, LOC, 2013, p. 8).

Como se puede observar, dentro del marco legal favorece estos derechos como legítimos y lo ampara desde diferentes reglamentos y normas, sin embargo, la brecha se da en el momento de hacerlos cumplir y vigilar este cumplimiento ya que aún no se ha

logrado un reconocimiento pleno y consciente de la sociedad sobre el estado de este grupo de personas.

1.4 Prácticas Comunicacionales Inclusivas

La Convención de los Derechos de las Personas con Discapacidad (CDPD) citado por el Ministerio de Desarrollo Social, 2014, acota que la comunicación inclusiva hace uso de los siguientes recursos:

Inclusión de los lenguajes, la visualización de textos, el Braille, la comunicación táctil, los macro tipos, los dispositivos multimedia de fácil acceso. Así como el lenguaje escrito y los sistemas auditivos. El lenguaje sencillo, los medios de voz digitalizada y otros modos, medios y formatos aumentativos o alternativos de comunicación, incluida la tecnología de la información y comunicaciones de fácil acceso (p. 15).

Según la UNESCO, inclusión es:

Un enfoque que responde positivamente a la diversidad de las personas y a las diferencias individuales, entendiendo que la diversidad no es un problema, sino una oportunidad para el enriquecimiento de la sociedad, a través de la activa participación en la vida familiar, en la educación, en el trabajo y en general en todos los procesos sociales, culturales y en comunidades (Incluyeme, 2015, p. 1).

Como se puede reflexionar, es momento que los medios de comunicación despierten ante la diversidad y la plasmen en nuevas formas de abordar la información, de enfocarlas y de comunicarla (López, et al, 2007).

Por tanto, la práctica de comunicación inclusiva debe ser vista como aquella donde el uso del lenguaje sea meramente adecuado y que requiera fortalecer la equidad e igualdad en la sociedad, donde se vea reflejado el verdadero derecho de estar informado. Es por ello que, el proceso de comunicación inclusiva se vuelve necesaria en la formación de profesionales de la información y comunicación, ya que ellos cumplen

un rol importante dentro de la sociedad y se necesita que se impulse la inclusión para generar cambios dentro de la cultura generar un intercambio de información que llegue a todos de manera oportuna, eliminando barreras (López, et al, 2007; Simón, 2012).

Dentro de la comunicación inclusiva se requiere tomar aspectos importantes como son: comunicación, discapacidad, reconocimiento social, tecnologías adaptativas y con todos estos elementos generar procesos de información para eliminar cualquier tipo de barreras comunicacionales. Dentro del proceso de comunicación es fundamental apoyarse en la tecnología es por eso que la utilización de herramientas digitales es fundamental para difundir información y generar espacios inclusivos, especialmente, en personas con discapacidad (Simón, 2012).

La integración de estos aspectos se presenta en el siguiente gráfico. Ver Figura 4.

Figura 4: *Proceso de comunicación inclusiva*



Fuente: Simón (2012, p. 1)

CAPÍTULO II:

Empresa Pública de Movilidad, Tránsito y Transporte de Cuenca, EMOV EP, y sus procesos de comunicación

Introducción

Este capítulo trata sobre la Empresa Pública Municipal de Movilidad Tránsito y Transporte de Cuenca la cual es una entidad gubernamental que a través de la ordenanza planteada en la Constitución de la República del Ecuador, hasta la actualidad, se ha convertido en una moderna empresa que asume plenamente las competencias de tránsito y transporte en la ciudad de Cuenca. Se incluye, además, la descripción básica de la empresa y el organigrama, que permite entender la ubicación y el rol que tiene la Subgerencia de Comunicación, como dependencia encargada del manejo integral del relacionamiento entre la EMOV EP y sus públicos tanto internos como externos.

De la misma forma se incluye la estructura de la Subgerencia de Comunicación y la descripción de los procesos que desarrolla actualmente, lo que permitirá que se analice si esos procesos de comunicación toman en cuenta las particularidades de las personas con discapacidad para, a partir de eso, plantear recomendaciones que permitan un mejoramiento en este sentido.

2.1 La Empresa Pública de Movilidad, Tránsito y Transporte de Cuenca, EMOV EP.

El Concejo Cantonal de Cuenca, el 9 de abril de 2010, aprobó la “Ordenanza de Constitución, Organización y Funcionamiento de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito y Transporte de Cuenca – EMOV EP (EMOV EP, 2017, p. 11).

Desde el año 2012, la EMOV EP asume las competencias de tránsito y transporte, convirtiendo a Cuenca en la primera ciudad en contar con Agentes Civiles de Tránsito en el país. En esta área, el objetivo principal es planificar, organizar y ejecutar los mecanismos de control para el cumplimiento del marco regulatorio de cada uno de los procesos y subprocesos del sistema de movilidad, ejecutados por las unidades administrativas de la organización, mejorando la movilidad, contribuyendo a la

reducción de la contaminación atmosférica y a brindar el apoyo requerido para la reformulación de las políticas de movilidad del cantón Cuenca (EMOV EP, 2017, p. 11).

Por otra parte, la EMOV EP al ser una empresa política – pública acata ciertas leyes establecidas en la Constitución de la República, en las Ordenanzas Municipales, en la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, en la Ley Orgánica de Discapacidades, en el Consejo Nacional para la Igualdad, en el Plan Nacional del Buen Vivir y, por último, en la Ley de Participación Ciudadana y Control Social. Citamos a continuación articulados que orientan las políticas de la EMOV EP con respecto a la inclusión de las personas con discapacidad:

- Art. 11 de la Constitución de la República del Ecuador en el numeral segundo dicta que: “Nadie podrá ser discriminado entre otras razones por motivos de discapacidad y que el Estado adoptará medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real a favor de los titulares de derechos que se encuentre en situación de desigualdad” (EMOV EP, 2015, p. 1).
- Art. 9 de la Ordenanza Municipal sobre Discapacidades del cantón Cuenca establece que:

Las personas con discapacidad tendrán tratamiento preferencial en todo tipo de trámites Municipales, a través de sus ventanillas u oficinas y para el pago de sus obligaciones, correspondiendo a los funcionarios y empleados municipales el cumplimiento de esta disposición, para lo cual el Municipio realizará la publicidad necesaria, así como la capacitación al personal encargado de estos trámites. Su incumplimiento será sancionado de acuerdo con las disposiciones constantes en el Código Municipal (EMOV EP, 2015, p. 1).

- Art. 11 ibídem ordena que:

El Municipio de Cuenca en las Dependencias, Empresas Municipales y Empresas Contratadas para la concesión de servicios municipales, destinará puestos de trabajo, que contempla el Código de Trabajo para las personas con

discapacidad, que se encuentren aptas para desempeñar esas funciones...
(EMOV EP, 2015, p. 1).

Para cumplir con los artículos mencionados, la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte de Cuenca, establece políticas de cumplimiento obligatorio para todos sus funcionarios, servidores y trabajadores, generando “igualdad de oportunidades e inclusión de atención prioritaria en todas las actividades que le competen a la organización” (EMOV EP, 2015, p. 4). Mencionamos directamente aquellas políticas relacionadas con la temática que nos compete:

- **Política No 5.** “Las activaciones de campañas publicitarias que emprenda la EMOV EP, para la promoción de sus servicios, deberán contar siempre con insumos destinados a los grupos de atención prioritaria, y se procurará apuntar a la consecución de un piso de protección social que cubra atenciones prioritarias de cuidado, protección y seguridad” (EMOV EP, 2015, p. 4).
- **Política No 11:** “La EMOV EP velará por la inclusión de los grupos de atención prioritaria dentro de los diferentes planes de movilidad humana, para lo cual implementará los suministros y elementos necesarios para la obtención de una correcta señalización y control efectivo del cumplimiento de esta política institucional” (EMOV EP, 2015, p. 5).

2.1.1 Organigrama

El organigrama de la EMOV EP está compuesto, principalmente, por un directorio que está conformado por el Señor Alcalde de la ciudad de Cuenca como presidente y algunas personas más que figuran entre los presidentes del sector de las Cámaras de Comercio, Construcción, concejales y directivos que les compete el área de Transporte y Movilidad como es el Director de la Dirección Municipal de Tránsito (Entrevista ampliada sobre el tema ver Anexo 1).

En cuanto en la Gerencia General está compuesta por el Gerente de la institución y a su vez esta se compone por tres gerencias específicas que son: la Gerencia Técnica

de Movilidad; Gerencia de Transporte Terrestre y Tránsito y La Gerencia de Control de Tránsito y Transporte Operativo.

Dentro de la EMOV EP hay departamentos denominados Subgerencias que apoyan a Gerencia General como son: Subgerencia de Asesoría Jurídica, Financiera, Administrativa, Sistemas (TICS), Talento Humano y Comunicación; por otra parte, como asesores a Gerencia se encuentra el Departamento de Planificación.

La Subgerencia de Comunicación está compuesto por áreas y cargos específicos como son: Subgerente de Comunicación, Asistente Administrativo, Diseñador Gráfico, *Community Manager*, Logística y comercialización de espacios publicitarios.

Cabe recalcar que toda información, mensajes, pieza gráfica y/o acción comunicacional, de manera general, tiene que ser aprobado y autorizado por dicho departamento, dando así a esta área la importancia y apoyo para las demás Subgerencias y, a su vez, se manejan en coordinación con Gerencia para la emisión de cualquier tipo de comunicado, mensaje, vídeo y material gráfico.

Fuente: EMOV EP (2018)

2.2 Subgerencia de Comunicación de la EMOV EP

En esta Subgerencia laboran seis personas, en distintos cargos, como: la jefa del departamento, un asistente de Subgerencia, diseñador gráfico, *Community Manager* y personal de logística. Es importante recalcar que entre los departamentos de comunicación de las diferentes empresas municipales mantienen una relación constante y, a su vez, trabajan en conjunto bajo los lineamientos dados por la Corporación Municipal (entrevista ampliada sobre el tema ver Anexo 2).

La EMOV EP al ser una entidad pública requiere de una Subgerencia de Comunicación orientada a informar y transmitir mensajes de manera óptima a todos sus públicos internos como externos, con el fin de que estos circulen de manera eficaz y positiva dentro de la empresa.

De acuerdo a lo que manifiesta la Subgerente de Comunicación y se pudo corroborar a través de observación participativa directa, se han optado por canales de difusión internos como son mail institucional y carteleras dentro de la organización, a través de los cuales se transmiten mensajes, boletines e información requerida por cada departamento; de igual manera, dentro de la organización se maneja de manera efectiva la comunicación directa, es decir, jefes y empleados, ya que son ellos quienes propician información pertinente.

Por su parte, el área de comunicación es la encargada de orientar y asesorar al Gerente General o al vocero destinado para la emisión de mensajes, a fin de que la imagen de institución se proyecte en forma coherente y planificada estratégicamente.

En cuanto a la difusión externa, la Subgerencia de Comunicación se relaciona permanentemente con los diferentes medios de comunicación masiva de la ciudad como son: la radio y la prensa. Para reforzar la comunicación por estos medios tradicionales se utilizan canales digitales, tales como *Facebook*, *Twitter* y Página Web, para llegar de manera más efectiva y directa a la ciudadanía.

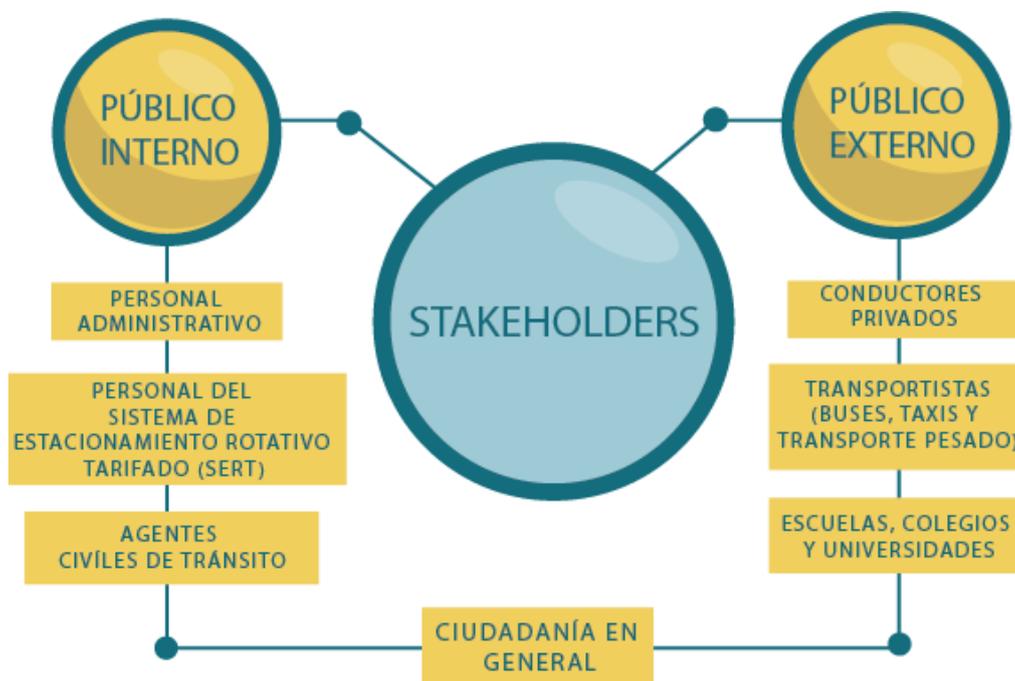
Es importante recalcar que la Subgerencia de Comunicación se encarga de realizar diferentes actividades en las vías de la ciudad para fomentar una educación y cultura vial, por lo que se trabaja en conjunto con el área de Seguridad y Educación vial.

La Subgerencia de Comunicación desarrolla planes y alianzas estratégicas con entidades e instituciones públicas y privadas para orientar, desde los más pequeños hacia toda la ciudadanía, sobre una movilidad responsable, ya que tiene como fin cumplir con todos aquellos objetivos planteados por la empresa.

La descripción completa de la estructura de *Stakeholders*¹ se encuentra en el Anexo 3. Aquí se presenta un esquema de los que se han definido como más importantes para la transmisión de la información. Ver Figura 5.

Stakeholders: Según Grunig y Repper, 1992: 125 “El término stakeholders puede traducirse como “interesado”, pero creemos que es más adecuado su utilización original, por su aceptación general a nivel internacional.” Cita por (Capriotti, 2013, p. 37)

Figura 5: Estructura de públicos internos y externos de la empresa



Fuente: Elaboración propia (2018)

2.2.1 Acción comunicativa

La Subgerencia de Comunicación de la EMOV EP, trabaja en conjunto con el Departamento de Recursos Humanos para mantener informado al público interno de los proyectos que ejecuta la entidad y, de esta manera, generar su identificación con la organización y la motivación para que se sumen a las actividades de comunicación externa, entendida fundamentalmente como proyectos y campañas sobre la educación vial (Ver Anexo 4).

Los medios de comunicación tradicionales en la EMOV EP permiten que el personal administrativo esté informado diariamente, pero, de acuerdo a los colaboradores que trabajan externamente de las oficinas administrativas como es el personal del Sistema Rotativo Tarifado (SERT) y Agentes Civiles de Tránsito, son quienes cumplen su función en la vías, por ende, la comunicación es más compleja debido a que su comunicación no es de manera continua y lo hacen de forma personal a través de los jefes o supervisores.

Al tener un público tan amplio, la comunicación externa se maneja a través de acciones como: campañas institucionales masivas y, dentro de ellas, se manejan actividades específicas o dirigidas para cada público, de manera segmentada.

Al ser una empresa pública de responsabilidad con la ciudadanía, dentro de su comunicación comercial, han optado por tener un plan de pauta en medios digitales para aquellos trabajos, comunicados y vídeos que son de interés público. Una de las formas más efectivas para difundir información es viralizando vídeos en plataformas virtuales como: *WhatsApp*, *Facebook* y a través *Twitter* en los cuales se trata de divulgar comunicados e información de manera general; además, la empresa usa medios tradicionales como la prensa escrita y radio, ya que es un complemento a todas aquellas acciones comunicativas digitales.

Cabe recalcar, que por medio del *Twitter*, existe una retroalimentación con la ciudadanía y la información que se difunde; por lo general, en este medio digital son comunicados de prensa escrita o boletines para llegar de manera eficiente a los públicos.

Dentro de las actividades de Relaciones Públicas se realizan comunicados y boletines de prensa de forma semanal y ruedas de prensa, lo que generan contacto con los medios locales de manera diaria y oportuna, los cuales son: periódicos, radios y televisión.

El manejo de redes sociales que tiene la empresa es muy fuerte, ya que cuentan con un plan de pauta para aquellos proyectos significativos y puntuales. Estas acciones comunicativas se evalúan a través estadísticas y a nivel de conocimiento que tienen las campañas.

De acuerdo con las evaluaciones realizadas por la EMOV EP, las campañas con más efectividad, durante los últimos cinco años, han sido “Mejor Prevenir” y “Solamente un ratito, también está prohibido” que son aquellos trabajos que han llegado de manera significativa a la ciudadanía por la manera en cómo están enfocadas, ya que se realizan activaciones de persona a persona en vías, colegios, universidades y en lugares dónde se pueda expresar y desarrollar dichas actividades. Para las campañas

realizadas se desarrollaron diferentes actividades y estrategias correspondientes a cada objetivo planteado, los cuales, se evaluaron a través de diferentes materiales y métodos.

“Mejor Prevenir” fue una campaña lanzada en el año 2014, como lo explica Daniela Vázquez (2018), funcionaria de la EMOV, en una entrevista, quien señaló que el propósito fue hacer frente a una de las problemáticas que enfrenta la ciudad como es la frecuencia en los accidentes de tránsito. Respondiendo a este propósito de reducir los accidentes de tránsito se abordaron dos temáticas: conducir en estado de embriaguez y el exceso de velocidad.

Para ello, con el objetivo de concientizar sobre la educación vial de una sociedad se trabajaron con diferentes estrategias comunicacionales para que, de esta manera, impulsando la participación, socialización y el aprendizaje por parte de la ciudadanía en cuanto a las normas básicas de tránsito y las causas fundamentales que inciden directamente en la accidentabilidad en la ciudad.

Para la evaluación de los resultados en la campaña de educación vial “Mejor Prevenir”, se utilizó una metodología cualitativa y cuantitativa, asimismo, a través de grupo focal, encuestas a hombres y mujeres entre las edades de 15 a 39 años con la intención de llegar a todos los actores de la movilidad, sean estos peatones, usuarios de la transportación, ciclistas, conductores del transporte público y privado.

Con la campaña se obtuvo una reducción significativa del 46% de muertes; cabe resaltar que comparando los 24 fallecidos que hubo en el año 2013, se redujo a 13 para el año 2014; es decir, en los años donde estuvo vigente la campaña se puede expresar que se cumplieron los objetivos (Vásquez, 2018).

Por otro lado, “Solamente un ratito, está prohibido”, fue una campaña que se realizó en el año 2016 a partir de las infracciones que los usuarios cometían en las vías. Esta campaña se emprendió con el propósito de transmitir respeto hacia los peatones y en los espacios de tránsito vehicular. Esta campaña tomó como muestra la base de datos de la empresa sobre las multas emitidas (Vásquez, 2016).

Las actividades y estrategias de la campaña fueron: ruedas de prensa, producción de material impreso, vallas, publicidad alternativa, cuñas radiales, publicidad en revistas masivas locales, actividades lúdicas y actividades de socialización. Se desarrollaron estrategias como citas similares a la de la vida real, también se usó redes sociales como Facebook y Twitter para sociabilizar la campaña (Vásquez, 2016).

Como parte de los materiales y métodos para evaluar la campaña se utilizaron dos entrevistas, al Gerente de la Empresa y otra, a la Directora de Comunicación de la Municipalidad de Cuenca. Adicionalmente se realizó un análisis de contenido en redes sociales, lo que se consideró para el análisis de twitter fueron los siguientes temas: el impacto, impresiones, número de interacciones y la tasa de interacción, llegando a un alcance en cada publicación de 500 personas diariamente (Vásquez, 2016).

Para el análisis de Facebook, se consideraron los siguientes parámetros: días de las publicaciones, el número de publicaciones al mes, el alcance mensual y el alcance diario promedio; cuyo resultado arrojó que se llegó, aproximadamente, a un total de 1.500 personas diariamente con un número de visualizaciones de 50.822 a 397.454 entre los meses establecidos (Vásquez, 2016).

Para el análisis de difusión en la radio se estableció un cronograma de pauta por un lapso de tiempo de 6 a 8 meses en diferentes estaciones radiales de la ciudad. Dentro de este apartado también se desarrolló una encuesta basada en los datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INNEC), dentro del cantón Cuenca hasta el año 2015, donde se aplicaron 384; el levantamiento de información se realizó en seis parroquias del cantón Cuenca en diferentes sectores con un rango de edad entre los 18 a 60 años (Vásquez, 2016).

Los resultados que se consideran más significativos para la campaña son: que los encuestados afirman haber escuchado dando así un 84,50%, otro factor importante es el mensaje transmitido, el cual llegó a un rango de 24,33% y 25,82% de personas. Los entrevistados en un 91,39% consideran que los mensajes sí son claros y directos. Otro resultado a considerar es el medio que se usó, donde el 75,37% conoció sobre la campaña por la radio.

Cabe resaltar que las funciones de la EMOV EP se han centrado más en ser esa empresa que previene a la ciudadanía que una empresa sancionadora; pese a ser esa una de sus funciones. Dentro de la prevención se han usado recursos en lugares específicos para comunicar mensajes a la sociedad como paradas de buses, paletas publicitarias, cuñas radiales entre otras, para divulgar sus mensajes a la sociedad (Vásquez, 2016).

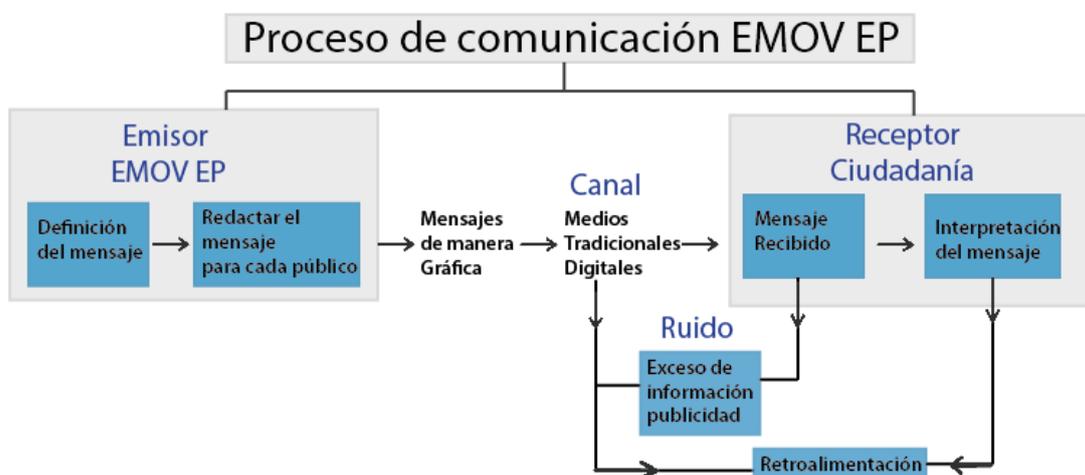
Es preciso señalar que el material utilizado en estas dos campañas no se encontró ninguna alusión a la discapacidad.

2.2.2 Procesos de comunicación de la Subgerencia de Comunicación

Como se mencionó anteriormente en el punto 1.1.2, dentro de una organización la comunicación es un proceso constante que tiene como fin cumplir los objetivos planteados de la empresa y ofrecer información valiosa y de interés hacia todos sus públicos; es por ello que la comunicación cumple con la función de mejorar la calidad en el servicio que presta cada área de la empresa.

Para la definición de los procesos que se cumplen en la Subgerencia de Comunicación nos basamos en la Figura 1 del proceso de comunicación, empleado en este primer capítulo y se lo ha aplicado a la realidad de la EMOV EP de manera simplificada. Una descripción más detallada de los procesos de comunicación de la empresa se encuentra en el Anexo 5. Ver Figura 6.

Figura 6: Proceso de comunicación de la EMOV EP



El proceso que tiene la Subgerencia de Comunicación, tomando en cuenta los elementos del proceso de comunicación se realiza de la siguiente manera:

- **Emisor:** Es la Empresa Pública de Movilidad, Tránsito y Transporte de Cuenca, a través de sus voceros como el Gerente General, la Subgerencia de Comunicación y demás áreas de la empresa.
- **Mensaje:** Hace referencia a la información emitida tanto interna como externamente a sus públicos, como, por ejemplo: los servicios de matriculación vehicular y revisión técnica; además, proyectos y campañas de educación y prevención vial como, por ejemplo: “Mejor Prevenir”, “Solamente está prohibido” y “Detalles que Salvan”.
- **Codificación del mensaje:** Para definir el mensaje se lo codifica de acuerdo a cada público receptor y a los canales físicos y digitales utilizados.
- **Diseño de la información:** La Subgerencia de Comunicación incluye un paso más. En este caso se utilizan códigos diversos, tales como el como el lenguaje hablado en los textos y cuñas; el musical para las producciones de cuñas radiales; el gráfico a través de los diseños, el audiovisual que incluye imágenes en movimiento y otros utilizados en las campañas y activaciones. El cual es transformar dicho mensaje en un producto de comunicacional para su difusión, ya sea por radio, prensa y por redes sociales.
- **Canal:** Los medios que usa son: radio, prensa, plataformas digitales como *Twitter* y *Facebook*, página web institucional, otros presenciales y virtuales.
- **Receptor:** El área de comunicación considera que es la ciudadanía en general y sus diferentes públicos específicos. La segmentación ha sido realizada tomando en cuenta la relación con la empresa, más todavía no se han considerado las particularidades tales como los diferentes tipos de discapacidad.

- **Interpretación del mensaje:** Es la manera de cómo la ciudadanía interpreta o recibe la información obtenida, la misma que se produce a través de un marco interpretativo colectivo e individual. En el caso de las personas con discapacidad hacia la convivencia y el respeto.
- **Ruido:** La Subgerencia de Comunicación considera que el ruido es el exceso de información que existe en el entorno, ya que la ciudadanía recibe frecuentemente mensajes y publicidades por diferentes medios, con los cuales deben competir los mensajes de la EMOV EP.
- **Retroalimentación:** Esta se genera a través de la página web, redes sociales (*Facebook y Twitter*); también existe respuesta por parte de los usuarios a través de canales tradicionales como son: radio y prensa. Por otro lado, hay una retroalimentación de manera personal, ya que el usuario es quien se acerca a los distintos puntos de atención o servicio al cliente.

2.3 Matriz de análisis de comunicación por objetivos de la Subgerencia de Comunicación de EMOV EP

Mediante una entrevista a profundidad con la Subgerente de Comunicación se realizó el levantamiento de una matriz de comunicación por objetivos la que permite sistematizar las acciones comunicativas, en lo cual nos hemos basado para proponer una nueva matriz de comunicación inclusiva tomando en cuenta a los elementos mencionados anteriormente. La misma se encuentra en la sección de Anexo 6.

Esta matriz está dividida en siete aspectos importantes como son: los objetivos propuestos por la EMOV EP y se derivan de la Planeación Estratégica y el Análisis FODA de la Organización ¿quién realiza los mensajes?, ¿qué es lo que se dice en cada mensaje?, ¿quiénes son los públicos o *stakeholders*?, ¿a través de qué medio o canal llega la información?, ¿qué tipo de estrategia se utiliza? y, por último, ¿con qué con efecto o cuál es la forma en que se verifica su éxito o fracaso?. Ver Figura 7.

Figura 7: Matriz de comunicación por objetivos (junio – diciembre 2018)

MATRIZ DE COMUNICACIÓN POR OBJETIVOS						
OBJETIVO	QUIÉN?	DICE QUÉ?	A QUIÉN? PÚBLICOS	A TRAVÉS DE QUÉ MEDIO?	APLICANDO QUÉ ESTRATEGIA?	CON QUÉ EFECTO?
Persuadir a través de campañas de educación y prevención vial	Departamento de comunicación	Mensajes de prevención y respeto hacia las personas con discapacidad	Ciudadanía en general	Radio, boletines de prensa material impreso, activaciones BTL y redes sociales	Visibilidad	Generando interacción con los medios y con el tema de la discapacidad
Promover la inclusión	Departamento de comunicación	Concienciar a través de la participación en campañas a las personas con discapacidad	Ciudadanía en general	Activaciones BTL en vías estratégicas dentro de la urbe	Visibilidad	Promover la interacción y participación entre la sociedad
Elaborar mensajes e información accesible	Departamento de comunicación	Usar terminología clara y sencilla para el desarrollo de mensajes e información	Ciudadanía en general	Boletines de prensa, radio y redes sociales	Visibilidad	Sea accesible y entendible por todas las personas con o sin discapacidad
Transmitir información de interés público	Departamento de comunicación	Emitir información con lenguaje de señas con la colaboración de interpretes	Ciudadanía en general y personas con discapacidad auditiva	Televisión y noticias en vivo por redes sociales	Sensibilización	Llegar con información de manera inclusiva a todos los públicos
Desarrollar piezas radiales y vídeo publicitario	Departamento de comunicación	Promover la inclusión y el respeto hacia las personas con discapacidad	Ciudadanía en general con o sin discapacidad	Radio y redes sociales	Sensibilización	Dar a conocer a la ciudadanía el respeto que se necesita con las personas con discapacidad
Desarrollar material gráfico inclusivo	Departamento de comunicación	Gráficas y mensajes alusivos a la discapacidad	Ciudadanía en general con o sin discapacidad	Afiches, vallas físicas en lugares estratégicos y banners digitales por medio de página web institucional	Visibilidad	Dar a conocer a la sociedad el respeto y la inclusión a personas con discapacidad de manera creativa

Fuente: Elaboración propia (2018)

CAPÍTULO III:

Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas

3.1 Metodología

Para la realización de este Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas se llevará a cabo una investigación por medio de una revisión bibliográfica en plataformas digitales como ProQuest, Google Académico, Google abierto y Ebsco. Por medio de análisis de la información se sistematizará lo encontrado en las bases de datos, y, consiguiente a ello, se desarrollará el Manual.

Este proyecto de investigación tiene un enfoque metodológico – cualitativo de tipo inductivo – descriptivo, con el cual queremos demostrar las dimensiones del problema a través de un Análisis situacional de la EMOV EP en el cual se realizaron entrevistas a profundidad, posteriormente se realizará un análisis de manuales existentes con temas referentes a buenas prácticas comunicacionales y lenguaje inclusivo, luego de ello se elaborará una propuesta sobre el diseño y elaboración de un Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas y por último se realizará la validación del mismo con el personal de la Subgerencia de Comunicación de la EMOV EP y al grupo de investigación Cuenca Inclusiva.

3.2 Análisis de manuales existentes

Para la realización del Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas se necesitó hacer la búsqueda y análisis de guías y manuales existentes que aborden temas orientados a la comunicación inclusiva y a la discapacidad. Se analizó de manera individual manuales de diferentes países, donde se han aplicado conceptos inclusivos. Dichos análisis individuales y completos se podrán encontrar en los Anexos 7, 8, 9 y 10.

Se seleccionaron, para los análisis de fondo y forma, cuatro manuales, los cuales son:

Manual 1: Medios de Comunicación y Discapacidad. (Agencia Global de Noticias, 2010).

Manual 2: Guía para una comunicación incluyente. (CIESPAL, 2011)

Manual 3: Manual de Buenas Prácticas para el Trato y Atención al Público de Personas con Discapacidad. (MIDES, 2014)

Manual 4: Guía de buenas prácticas sobre personas con Discapacidad para Profesionales de la Comunicación. (Álvarez R. , 2013)

A continuación, presentamos una comparación entre esos manuales para detectar aspectos que pueden servir como referentes para la elaboración del Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas para la EMOV EP.

3.3 Comparación y discusión sobre manuales existentes

3.3.1 Análisis de forma

Para el análisis de forma se realizó un matriz donde se especificaron los siguientes aspectos que contiene cada manual.

- ✓ Diseño
- ✓ Formato
- ✓ Gráfica
- ✓ Número Páginas
- ✓ Tipografía
- ✓ Tamaño de letra
- ✓ Cromática
- ✓ Títulos
- ✓ Subtítulos

En cuanto al diseño se observó que el Manual 3 y 4 cuentan con un boceto simple en donde la información se presenta con claridad, mientras que en los manuales 1 y 2 la contienen información poco atractiva, puesto que la estructura de los mensajes está en párrafos muy extensos y su diseño no facilita la comprensión de los textos.

En cuanto al formato, los Manuales 1, 3 y 4 son en tamaño A4, excepto el Manual 2 que se presenta en A3.

Con respecto a la presentación gráfica, de manera general todos llevan gráficos y símbolos. Cabe recalcar que el Manual 3 contiene gráficos que aluden a la forma y al trato según la discapacidad de la persona y cómo debe ser atendida y tratada en los espacios públicos.

El número de páginas que contienen los cuatro Manuales van entre las 22 hasta las 80 páginas, es decir, podemos concluir que son guías bastante extensas, especialmente, en el caso del Manual 2.

En cuanto a la tipografía, en los Manuales 2 y 3 usan Calibri, mientras que en el Manual 1 aplican la letra Arial; en el Manual 4 para los títulos utilizan Arial y para el contenido del mismo emplean la letra Times New Roman.

En relación al tamaño de letra, el Manual 1 utiliza un tamaño de letra de 12 puntos, mientras que el Manual 2, 3 y 4 aplican un tamaño de letra de 14 puntos.

Con respecto a la cromática, todos los Manuales han sido realizados en *full color*; pero cada Manual tiene colores que los identifican; por ejemplo, el Manual 1 aplica predominantemente los colores amarillo, azul y celeste. El fondo contiene un color celeste plano, para los títulos y el contenido se usa el color azul y para la numeración referente del índice utilizan el color amarillo.

En el Manual 2, en su portada utiliza colores: blanco, azul, verde, rojo y negro. El contenido es de color negro sus letras y el fondo blanco; los símbolos, en cambio, son de color gris con blanco.

El Manual 3 lleva colores como: amarillo, negro, azul y blanco, el fondo es de color blanco, la información es de color negro y los gráficos informativos que se plasman en el Manual son de color azul.

La portada del Manual 4 contiene colores: verde, azul, blanco, naranja y negro. El contenido está en un fondo de color blanco, sus letras son de color negro y sus títulos son de color verde. Cabe recalcar que el contenido importante está resaltado con color naranja.

Por otro lado, los títulos y subtítulos que llevan los Manuales van de acuerdo a sus temas específicamente, por lo que se puede decir que en el Manual 1 consta con 9 temas o títulos generales y 33 subtemas correspondientes a cada unidad, mientras que el Manual 2 tiene 10 títulos y 15 subtemas. El Manual 3, consta de 5 temas generales y 17 subtemas y por último el Manual 4 contiene 12 títulos y 14 subtemas.

3.3.1.1 Elementos de forma a usar en la elaboración y el diseño del Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas

De acuerdo a lo analizado en los manuales existentes se pretende usar ciertos elementos para el diseño del Manual a proponer:

Diseño: la portada y contra portada del Manual llevará el título del trabajo, también se colocarán los logos de las empresas pertinentes como: Universidad del Azuay, Municipio de Cuenca, Acción Social Municipal, el logo del proyecto “Por una Cuenca inclusiva” y la página web respectiva de la alcaldía. Los colores a usar dentro de la portada será a *full color* para llamar la atención de las personas que vayan hacer uso del Manual. Por otra parte, es importante realizar un diseño claro y sencillo que incluya información gráfica creativa alusiva a la comunicación y a la discapacidad según su condición. El contenido se redactará en párrafos de máximo seis líneas para facilitar su lectura.

Formato: El tamaño a utilizarse será en A5 tanto impreso como digital, ya que se ajusta a cualquier reglamento.

Gráfica: Llevará íconos y símbolos informativos que ejemplifican cómo debe ser el buen trato hacia las personas con discapacidad.

Número de páginas: se ha considerado que el número posible para la elaboración del Manual es de 40 a 45 páginas.

Tipografía: El contenido del Manual se redactará con un tipo de letra “Palo Seco o sin Serif”, lo cual aportará una fácil lectura y comprensión para los profesionales del área de comunicación e incluso ayudará a la lectura en casos de deficiencia visual.

Tamaño de letra: De acuerdo a lo analizado se ha tomado en cuenta que el tamaño del contenido será de 12 puntos y para los títulos de división dentro del Manual serán de 14 puntos con el objetivo de que el contenido sea legible.

Cromática: Los colores a utilizar en el Manual serán a *full color*, de esta manera se generará una recordación y atracción; los títulos serán de diferentes colores para diferenciar cada tema y el contenido general se redactará en color negro.

Títulos: El Manual consta de siete títulos generales, los cuales, abarcan temas sobre los derechos universales de la discapacidad, la accesibilidad e inclusión a la comunicación, las leyes establecidas en la Constitución de la República del Ecuador, además de las prácticas comunicacionales inclusivas, sistema de lectura y escritura braille, y por último, consejos y sugerencias para el buen trato hacia las personas con discapacidad según su condición.

Subtítulos y subtemas: Los subtítulos son siete, dentro de ellos están clasificados por subtemas específicos que hacen referencia a: la Ley Orgánica de Discapacidad y de Comunicación, los tipos de discapacidad como son: física o motriz, visual, auditiva, intelectual y mental; el lenguaje y la terminología para una comunicación inclusiva, consejos generales para la elaboración de contenido informativo sobre personas con discapacidad, sugerencias para los distintos materiales informativos y dentro de este apartado se considerarán las herramientas y materiales para el proceso comunicativo; el tratamiento de la imagen en los medios de comunicación, y finalmente consejos para el buen trato hacia las personas con discapacidad según su condición.

3.3.2 Análisis de fondo

Dentro de estos 4 Manuales se analizó el fondo o el contenido que lleva cada uno de manera general, los que contienen un índice con los temas a desarrollar. De igual manera, el análisis individual de cada manual se encuentra en la sección de anexos 7, 8, 9 y 10 junto al análisis de forma.

Presentación:

De acuerdo a este primer apartado los cuatro Manuales hacen referencia al tema del buen uso del lenguaje, para que desde el ámbito de la comunicación los profesionales empleen una comunicación correcta e inclusiva al momento de dirigirse a este grupo minoritario de la sociedad para generar cambios en las personas; es por ello que cada una de estas guías pretende profundizar en el tema de la discapacidad, inclusión y los derechos que tienen las personas en el momento de acudir a cualquier espacio donde se preste un servicio de información o atención al usuario.

Introducción:

La introducción de los Manuales 1 y 4 abarca temas referentes al ámbito periodístico donde se pretende profundizar y guiar a los profesionales de la comunicación para que hagan un adecuado uso del lenguaje dentro de los medios de comunicación y, a su vez, sepan dirigirse y generar un sentido de inclusión dentro de la sociedad.

Mientras que los Manuales 2 y 3 tienen el objetivo de generar pautas para ejercer una comunicación inclusiva y los profesionales de cualquier ámbito puedan dirigirse a cualquier persona con discapacidad y ofrecer información entendible y accesible.

Por otro lado, en los Manuales 1 y 3 hablan de la discapacidad dentro de su país. Es importante recalcar que el Manual 1 es de Paraguay y el Manual 3 es de Uruguay, la descripción individual de cada Manual se encuentra en la sección de anexos.

Dentro del desarrollo de los 4 Manuales se han planteado los siguientes temas de manera general:

Terminología:

De manera general y de acuerdo a cada discapacidad, se debe aplicar terminologías que no discriminen y fomenten el buen uso del lenguaje en todas sus formas. Por ejemplo: En los Manuales 2, 3 y 4, la terminología a usar hace referencia a términos de respeto y consideración a estas personas. Es necesario recalcar que en el Manual 1 concepto de terminología se lo manifiesta como el lenguaje pasa desapercibido por la sociedad y por los comunicadores, ya que al estructurar cualquier tipo de información no se aplican los términos correctos para referirse a este grupo de la sociedad.

Diseño, accesibilidad e inclusión:

En los Manuales 1, 3 y 4 presentan la accesibilidad, el diseño y la inclusión como conceptos íntimamente relacionados entre sí, ya que juntos procuran la inserción y la aceptación de personas con discapacidad, a través de una infraestructura, comunicación y educación adecuadamente manejadas para convertirse en herramientas para garantizar el goce pleno de derechos en igualdad de condiciones.

Sin embargo, el diseño universal planteado en el Manual 3 acota que se debe reconocer la diversidad de las personas, para de esta manera, cubrir sus necesidades; es por ello que se sugiere una adecuación y distribución funcional de los espacios, ajustes racionales y que, además, exista un sistema de apoyo con ciertos mecanismos y responsabilidades para cuidar a las personas que están en situación de discapacidad, todo ellos dentro del marco legal correspondiente.

En el Manual 4, se plantea la accesibilidad a la comunicación e información y la forma en la que la misma debe ser tratada en los medios de comunicación, por parte de los comunicadores sean periodistas o profesionales de cualquier índole, para de esta manera superar ciertas barreras comunicacionales y brindar una adecuada difusión de la información y del conocimiento.

Es importante recalcar que en el Manual 4 se aconseja que las páginas web sean audio descriptivas, también recomienda que existan ciertas siglas de identificación para garantizar la accesibilidad a las personas con discapacidad dentro de estos medios.

Construcción del mensaje por parte de los profesionales de la comunicación para la inclusión hacia las personas con discapacidad:

En los Manuales 1, 2 y 4 hacen referencia a cómo debe ser usado el lenguaje dentro de un medio de comunicación y de por sí, a la construcción de los mensajes o de información. El Manual 1 hace un llamado de atención a los profesionales de la comunicación a fin de que utilicen un lenguaje adecuado según el contexto de la noticia, para así aportar a la sociedad y volverla más inclusiva desde las palabras y de esta forma generar un buen trato hacia las personas con discapacidad.

Es importante mencionar que el Manual 1 pretende que los profesionales de la comunicación den cobertura apropiada a temas referentes a la discapacidad, para tener en cuenta la discapacidad como una característica de las personas, evitar la discriminación y los prejuicios que se tiene frente al tema y aportar una correcta y positiva comunicación para toda la sociedad.

Cabe recalcar que el manual 1 plantea ciertas sugerencias para referirse a las personas con discapacidad, por ello, se recomienda que se conozca primero el nivel socio – económico, étnico y religioso, que el comunicador se interese a profundidad por el tema y luego se establezcan espacios de diálogo para de esta forma crear debates inclusivos en cuanto a temas educativos, accesibilidad a la información como a las infraestructuras y, por último, incentivar a los medios, periodistas, publicistas y comunicadores que hagan partícipes a las personas con discapacidad en cualquier acción comunicativa.

Por otra parte, en el Manual 2 hace énfasis en el lenguaje que se debe emplear, el cual debe ser de respeto, por ello, se aconseja a los comunicadores que, al momento de difundir información, ésta sea clara y entendible para quien quiera que sea el receptor. Por tanto, es conveniente que no se usen muletillas, lenguaje excluyente y sensacionalismo en las noticias, para de esta manera generar un discurso más humano,

sin minimizar a las personas con discapacidad. También se propone que un comunicador debe estar capacitado para difundir y redactar información desde una perspectiva inclusiva y positiva con el fin de ayudar a impulsar a estas personas.

En el Manual 4 también se plantea como el mensaje debe ser redactado a fin de superar barreras de comunicación, como por ejemplo: el mensaje debe ser sencillo, con un tono adecuado para prevenir la conmiseración y la información debe describir la realidad. En este apartado del Manual aconseja que no se utilice un lenguaje infantilizado y que se evite la sobrevaloración de la persona con discapacidad, es por ello que el mensaje debe hacer énfasis en la persona como tal, ya que los medios de comunicación son quienes aportan y difunden información valiosa de todo tipo y construyen el colectivo social desde lo que se lee y se escribe.

Dentro del mismo Manual 4 se propone un tratamiento informativo de discapacidad en medios, en el cual, se enumera una serie de aspectos sobre la discapacidad. Por ejemplo: es necesario recalcar que la discapacidad no es un sinónimo de enfermedad, que la discapacidad es una condición de la persona y, en sí, el término discapacidad, dentro de este apartado, se refiere a que el entorno tiene sus limitaciones, lo que prohíbe la adaptación correcta de las personas con discapacidad y, por último, la discapacidad no debe ser un limitante para la expresión por sí mismo.

En el apartado del Manual 3 “Lengua y Lenguaje” y en el Manual 4, en la sección de “Cómo escribir y hablar” se plantea sobre los derechos que tienen las personas con discapacidad al momento de acceder a la información, por ello, el Manual 3 hace hincapié en la comunicación para las personas sordas, donde el lenguaje de señas es natural y debe estar amparado en la ley de ese país, mientras que en el Manual 4 manifiesta que las leyes y los derechos están establecidos por el país y las Naciones Unidas.

Tratamiento de la imagen:

Dentro de los Manuales 2 y 4 tratan el manejo de imágenes empleadas en los medios y sugieren que se evite el uso de imágenes fuertes y melodramáticas donde se pueda generar sentimientos negativos y victimización de estas personas; por ello, en los

dos Manuales se recomienda que el uso de las imágenes sea de manera positiva, mostrando logros y exponiéndoles con dignidad. Se sugiere, también, mostrarlos en actividades cotidianas, como de recreación y de trabajo, que demuestren la capacidad de estas personas por salir adelante y desarrollarse con plenitud en el entorno.

Cabe recalcar que el Manual 4, dentro de este mismo apartado, sugiere diseñar y elaborar material de información para personas que tienen discapacidad auditiva, así como añadir gráficos de fácil comprensión para personas con discapacidad intelectual.

Tipos de discapacidad:

En el Manual 3 y 4 se mencionan los diferentes tipos de discapacidad que existen y cómo se deben llamar de acuerdo a su condición de discapacidad como son:

- Discapacidad física o motriz
- Discapacidad visual
- Discapacidad auditiva
- Discapacidad mental
- Discapacidad intelectual

Sin embargo, en el Manual 4 identifica una discapacidad más que es llamada Trastorno del Espectro Autista (TEA), la cual se puede referir como: persona con autismo o persona con trastorno del espectro del autismo.

Modelo social, Derechos Humanos y Universales:

Dentro del Manual 2 se plantean las leyes establecidas por parte de las Naciones Unidas y por la Convención de los Derechos de las Personas con Discapacidad (CDPD) donde contemplan que una persona con discapacidad debe ser tratada y vista con respeto y, a su vez, ser incluida en las diferentes áreas como: educación, trabajo y salud ya que constituye un derecho desenvolverse en la sociedad.

Por otro lado, en el Manual 3 menciona el nuevo paradigma de los Derechos Humanos, el cual, es la base fundamental de cualquier Estado de Derecho que protege y acoge a todas las personas, incluyendo a las personas con discapacidad para su desarrollo diario; mientras que el modelo social de discapacidad trata de ofrecer una visión sobre las capacidades de las personas y tiene la necesidad de reinsertar a cada persona según su singularidad.

Ética, inclusión y respeto hacia las personas con discapacidad:

En el Manual 1 y 3 se plantean temas referentes a la Ética de la Diversidad como inclusión y respeto a la discapacidad; en estos apartados se refieren a la ética, aceptación y protección que cada persona debe tener dentro de una sociedad en cuanto a la inclusión y a la diversidad, por ello, en el Manual 3 se plantea los conceptos de “Buenas prácticas” que hacen referencia a la relación que comparten las personas dentro de un mismo entorno, es por eso que se propone una serie de pasos para generar nuevas normas sociales como: buen uso de lenguaje, tono de voz, forma en la que se mira, forma de actuar, entre otras formas de comunicación.

3.3.2.1 Elementos de fondo para el contenido del Manual de Buenas Prácticas

Comunicacionales Inclusivas:

Como se mencionó anteriormente, los cuatro manuales contienen introducción y presentación, pero, se ha visto conveniente que en la elaboración del Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas para un Departamento de Comunicación contenga solo introducción, la cual, habla sobre la importancia de tener una guía práctica dentro de un departamento de comunicación con temas referentes al buen trato y el correcto uso del lenguaje para referirse hacia las personas que tienen discapacidad, ya que los comunicadores son considerados multiplicadores de la información tanto a sus públicos internos como externos.

Este Manual se basa en los procesos comunicativos que tiene el Departamento de Comunicación de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito y Transporte de Cuenca, EMOV EP y, por ello, se sugiere que debe ser inclusivo, ya que al ser una

Empresa Pública se dirige a toda la ciudadanía en general y debe abarcar este grupo de atención prioritaria en todas sus acciones comunicativas.

Derechos Universales de la discapacidad y la accesibilidad:

Se ha considerado introducir estos aspectos para dar relevancia a la discapacidad y su tratamiento dentro de la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2017) y la Convención de los Derechos de las Personas con Discapacidad (2016), ya que son entes importantes que velan, protegen, promueven y aseguran el goce pleno de los derechos de este grupo de atención prioritaria.

Accesibilidad e inclusión:

Se propone incluir estos temas con el fin de que se tome en cuenta la inclusión y el respeto a las personas con discapacidad hacia la accesibilidad de la información para garantizar la participación en igual de condiciones.

Es importante mencionar que los comunicadores deben superar barreras y dejar de lado los estereotipos al momento de difundir información.

Ley Orgánica de Comunicación y Ley Orgánica de Discapitados:

De acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador se ha tomado en consideración la Ley Orgánica de Discapitados en el año 2008 y la Ley Orgánica de Comunicación en el año 2013, donde se manifiestan las normas que benefician a las personas con discapacidad para la realización de sus actividades dentro de la sociedad ecuatoriana y también se habla sobre la política pública 7 establecida en la Agenda Nacional para la Igualdad en Discapacidades.

Prácticas comunicacionales inclusivas:

Este apartado trata sobre temas que hacen referencia a la comunicación y sus prácticas inclusivas es por ello que se clasifican de la siguiente manera:

Tipos de discapacidad: a partir de lo investigado se realizó un cuadro de las discapacidades existentes y con un breve concepto para tener un conocimiento más amplio de cada discapacidad.

Lenguaje y terminología: de acuerdo a lo analizado anteriormente se llegó a la conclusión de elaborar un cuadro con la terminología correcta para referirse a las personas con discapacidad según su condición, el cual, mostrará la manera incorrecta de emplear los términos de las diferentes discapacidades de una persona. Este cuadro ayudará a los profesionales de la comunicación a elaborar sus mensajes de manera correcta y responsable de acuerdo al tema.

La construcción del mensaje o contenido informativo: se ha tomado en cuenta ciertos criterios establecidos en el análisis anterior para la elaboración de los mensajes, los cuales, ayudarán a los profesionales de la comunicación al momento de cobertura a temas referentes a la discapacidad; estos criterios se plantearán a manera de consejos para la redacción de los mensajes.

Sugerencias para los distintos materiales informativos: según lo analizado en la matriz de objetivos del departamento de comunicación de la EMOV EP, se ha planteado las siguientes sugerencias para la elaboración de los distintos medios y herramientas comunicativas como son:

- a) Noticias y boletines de prensa.
- b) Ruedas de prensa y televisión.
- c) Tipografía, señalética, mapas táctiles y contraste de letras y fondo.
- d) Producción de audios y videos.
- e) Redes sociales y páginas webs.
- f) Material gráfico y activaciones BTL.

Tratamiento de la imagen: de acuerdo lo investigado, en este apartado es necesario establecer parámetros para el uso de las fotografías o imágenes sobre las personas que tienen discapacidad con el objetivo de no vulnerar sus derechos para evitar la victimización, la sobrevaloración o llegue a ser un objeto de burla.

Consejos para el buen trato hacia las personas con discapacidad según su condición: se ha llegado a la conclusión que dentro del Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas se contenga un apartado en el que se sugiera la manera en

cómo deben ser tratadas y atendidas las personas con discapacidad dentro de una empresa pública o privada, con el fin de garantizar un buen servicio en donde no exista discriminación.

Para cumplir esta finalidad se ha visto necesario desarrollar el Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas, el cual, se puede leer de manera íntegra en el Anexo 11. Dentro del Manual se compila la información mencionada en el capítulo II y, también, los análisis anteriormente realizados de los Manuales estudiados.

El Manual contiene temas referentes a la accesibilidad y demás derechos de las personas con discapacidad, las leyes que se relacionan con la temática, así como las prácticas inclusivas en un Departamento de Comunicación, usado con un lenguaje y terminología adecuada para referirse a los diferentes tipos de discapacidad y otras pautas para que los profesionales de la comunicación utilicen en su ejercicio profesional.

CAPÍTULO IV:

Validación del Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas

Introducción

La validación de este trabajo de investigación se hizo a través de un grupo focal, al cual, asistieron un total de nueve personas, entre profesionales de la comunicación y de la educación y personas con discapacidad.

En la validación correspondiente al Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas se expuso la manera cómo fue elaborado, al igual que se dio a conocer la matriz de análisis de fondo y forma que permitió orientar al uso de ciertos criterios tanto en el diseño como en el contenido del mismo Manual.

4.1 Informe del grupo focal para la validación de Manual

La validación pertinente del Manual fue realizada el jueves 03 de enero de 2019 a las 09h00 y duró una hora. Se realizó en el Auditorio de la Facultad de Filosofía y Letras de la Educación de la Universidad del Azuay (UDA).

El objetivo de dicha validación fue obtener una variedad de comentarios y sugerencias por parte de los asistentes. El grupo estuvo estructurado de la siguiente manera:

- Dos estudiantes con discapacidad, uno de ellos de la Escuela de Diseño Gráfico y otro de la Escuela de Comunicación Social.
- Una docente de la Escuela de Comunicación de la UDA, con especialización y experticia en Educomunicación.
- Tres miembros del equipo Cuenca Inclusiva: Dos docentes del área de Psicología Educativa y una del área de Ciencia y Tecnología, las tres con conocimientos y experticia en el tema de la inclusividad.
- Tres integrantes de la Subgerencia de Comunicación de la EMOV EP: La Subgerente de Comunicación, el Diseñador Gráfico y la Relacionadora Pública.

La presentación del “Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas” se realizó de forma dinámica para generar una conversación constructiva sobre el producto final. Previamente a la exposición del contenido, hubo una introducción explicando la finalidad de la reunión y la importancia del aporte de cada uno de los invitados. El material a validar fue entregado de manera física, ese mismo día, con la intención de evaluar la efectividad de las Prácticas Comunicacionales Inclusivas que un Departamento de Comunicación debe hacer uso; es por ello que se les dio la libertad de tachar y exponer sugerencias que aporten a la validación. Adicionalmente, el grupo focal fue grabado y filmado con el fin de obtener, detalladamente, los comentarios y sugerencias que se expresaron al momento de la exhibición del Manual.

Durante la exposición se obtuvieron diversas sugerencias, entre las que se mencionan, las siguientes:

Al momento de exponer el punto 4.2 referente al lenguaje y terminología para una comunicación inclusiva de la tabla número dos “Terminología según la discapacidad”, se especificó que no se puede decir el término “ciego”, pero una integrante del proyecto “Por una Cuenca Inclusiva”, acotó, por su parte, que dentro de la jerga popular sí se admite ciego y sordo, lo cual, es pertinente que se usen estos términos, aunque, se llegó a la conclusión que siempre se anteponga la palabra “persona”.

La misma integrante de Cuenca Inclusiva habló además sobre los gráficos alusivos a la discapacidad empleados en el Manual y sugirió que se ponga el significado de dichos signos en lenguaje de señas para que se entienda su contenido, sin embargo, se llegó a la conclusión de retirar los gráficos.

Es importante mencionar que el estudiante de la Escuela de Comunicación, de la Universidad del Azuay (UDA), acotó que no había visto que este tipo de Manual en ninguna parte, lo que más llamó su atención fueron los consejos de cómo tratar y expresarse hacia las personas con discapacidad, dando así su aprobación al contenido.

El estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico de la UDA dio su comentario positivo con respecto al diseño y expresó que dentro del Manual no se excluye a nadie y que se siente bien formar parte del proyecto.

Por otro lado, la Subgerente de Comunicación de la EMOV EP, menciona que el “Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas” es un incentivo para que los departamentos de comunicación de cualquier empresa, sean públicas o privadas, inviertan en cuanto a la publicidad; además, que los mensajes que se transmiten los hagan de manera inclusiva. También comentó la necesidad de que este tipo de material no solo lo maneje el Departamento de Comunicación, sino que se difunda, también, a otras áreas de las empresas.

Así mismo, la integrante del equipo Cuenca Inclusiva destacó el esfuerzo empleado para la realización del Manual, ya que no es frecuente considerar el tema de la discapacidad desde la comunicación. Por otra parte, formuló recomendaciones menores en aspectos de forma que se tomaron en cuenta. También se sumó al comentario de la Subgerente de Comunicación, con el fin de replicar el material hacia las demás empresas municipales.

Por su parte, la docente de Comunicación de la Universidad del Azuay, recalcó que la metodología usada para la realización del Manual fue la indicada, pues, se trabajó con base en la orientación metodológica de comunicólogos y se incluyó las recomendaciones de expertos en inclusión. Por otra parte, felicitó al trabajo realizado y recalcó que sea una pauta para seguir investigando sobre el tema y un aporte para el área de la comunicación.

Otra docente de la UDA e integrante del proyecto Cuenca Inclusiva, mencionó que el material generado es algo muy valioso y que debe ser el punto de partida para que se concientice y eduque a todas las personas, pues, existe mucha ignorancia sobre el tema de la discapacidad.

Para finalizar, otra de las docentes del equipo de Cuenca Inclusiva se sumó a los criterios mencionados anteriormente, felicitando el trabajo realizado ya que ha visto implicado el compromiso por desarrollar el Manual. Recalcó que la investigación no solo fue en el área de comunicación sino, también, en temas de discapacidad, lo cual, implica responsabilidad rigurosa e interdisciplinaria. Así mismo, recomendó ajustes con respecto a los conceptos que se están dentro del contenido del Manual; de igual forma

acotó que, en la parte de los ejemplos, se maneje la terminología sugerida, asimismo mencionó que se debe revisar la redacción de ciertas viñetas. También explicó que el Manual debe ser claro y específico para el usuario, es así que recomendó en el punto siete sección D que trata sobre los “consejos del buen trato hacia las personas con discapacidad visual” se incluya la sugerencia de evitar palabras que indican acciones como: ahí, aquí o allá; y, por último, hizo referencia sobre la gráfica empleada en la misma sección del punto siete, ya que, visualmente, hay una confusión de que si la persona con discapacidad visual se apoya sobre la mano de su acompañante y no en su brazo, lo cual es lo recomendable.

Se puede decir que la validación que se efectuó con éxito. Desde un principio, el Manual tuvo gran acogida positiva, tanto en su contenido como en su gráfica, y sirvió para realizar los cambios sugeridos que fueron mencionados anteriormente para mejorar la calidad del material.

CONCLUSIONES:

La comunicación, como un instrumento que facilita la interacción entre los distintos actores sociales, es aquella herramienta que también permite medir el éxito o el fracaso de una institución, según la respuesta de quien recibe dicho mensaje. En este sentido, el éxito de una empresa se da cuando se logra establecer una acción comunicativa apropiada, que responda a los intereses y necesidades de los públicos, entre ellos, aquellos que tienen con algún tipo de discapacidad. Para ello, se debe crear una estrategia comunicativa que le permita, a la organización o empresa, ampararse en acciones eficaces.

Lo primero por hacer es conocer su tipo de público y entender la dinámica de la comunicación en el receptor. Una vez detectado el público al que pretende dirigirse, es importante estudiar los códigos y el canal más adecuado; pues este segundo elemento se constituye en una prioridad, ya que de eso depende que se transmita el mensaje errónea o efectivamente.

Lamentablemente, en muchas ocasiones se emite el mensaje sin conocer si se llegó o no efectivamente y, menos aún, si se lo hizo al público al que estaba dirigido y mucho menos lograr una retroalimentación con el receptor. Aquí la importancia de la comunicación al difundir la información y medir el impacto que se genera con esta divulgación.

En el caso de este estudio, si bien, las estadísticas demuestran que las campañas realizadas en las distintas plataformas comunicacionales por la EMOV, EP como “Mejor Prevenir” y “Solamente un ratito, también está prohibido” tuvieron mayor efectividad en los dos últimos años, es necesario recalcar que, por desventaja, este tipo de campañas se van perdiendo en la memoria ciudadana con el paso del tiempo, como ha sucedido en ocasiones anteriores, de allí la importancia de continuar periódicamente con este tipo de propuestas.

Adicionalmente, cabe recalcar que el principal problema detectado es el desconocimiento del lenguaje para dirigirse hacia los sectores prioritarios de la sociedad, lo que se ha vuelto un gran desafío no solo para la empresa en estudio, sino

para cualquier departamento de comunicación. Una de las soluciones es tener mayor conocimiento del lenguaje y terminología que fomente la inclusión por parte de la persona que emite el mensaje.

De allí la relevancia social de este “Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas para un Departamento de Comunicación” que responde a las necesidades reales del público al que va dirigido y a las exigencias en materia legal sobre las políticas públicas que existen sobre discapacidad a nivel local, nacional e internacional.

Cabe recalcar que la ventaja es la permanencia de su contenido, contrario a las charlas o cursos que son temporales y que llegan a un grupo reducido; por tanto, su contenido, que ha sido cuidadosamente elaborado, tanto en su forma, como en su fondo, permitirá una comunicación eficaz y efectiva a favor de la comunicación inclusiva en las empresas y organizaciones.

RECOMENDACIONES:

Para dar continuidad a este trabajo de grado, se recomienda que desde la academia se realicen más investigaciones con temas referentes a la comunicación inclusiva, con el fin de motivar a que se conozca la realidad en la que viven las personas con discapacidad en cuanto a la accesibilidad a la información.

Por otro lado, las autoras sugieren trabajar conjuntamente con áreas ajenas a la comunicación, para que de esta manera se generen productos interdisciplinarios que sean inclusivos y puedan ser utilizados en distintos ámbitos laborales.

Tomando en cuenta, que los medios de comunicación son quienes mantienen a la sociedad informada, se recomienda que se elaboren manuales dirigidos a los profesionales de la comunicación, es decir, periodistas, y demás personas que laboran dentro de los distintos medios de comunicación, para que al momento de hablar sobre el tema de discapacidad se lo haga con el debido respeto empleando técnicas adecuadas de acercamiento hacia este grupo prioritario.

Sin embargo, se recomienda que los profesionales de la comunicación deben estar en constante capacitación y actualización en el lenguaje para dirigirse a los sectores prioritarios de la sociedad.

Es importante tener presente, que la comunicación es una herramienta fundamental para garantizar y medir las acciones comunicativas de una empresa, sean estas públicas o privadas. Es por ello que, se sugiere seguir estudiando a los procesos comunicativos que tienen las mismas, para de esta manera llegar a todos los públicos.

De la misma manera, se recomienda que se trabaje y se profundice en la elaboración de mensajes que respondan a todo tipo de público, incluyendo, aquellos que son vulnerables, excluidos y que merecen una atención prioritaria.

Por otro lado, las autoras creen conveniente que se use el Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas como una guía efectiva para el uso diario dentro de una empresa, sean públicos o privadas, ya que a través del mismo se presentan consejos, sugerencias sobre el trato hacia las personas con discapacidad y el buen uso

del lenguaje para cualquier tipo de material informativo que difunda un departamento de comunicación.

Para finalizar, se cree pertinente seguir trabajando en la metodología de comunicación por objetivos propuesta en esta tesis de grado, para así llegar a profundizar, analizar y dar trámite a toda acción comunicativa que lleva un departamento de comunicación. De esta forma, la matriz ayudará a evaluar los objetivos prioritarios y se los categorizará para elaborar material e información que respondan a las verdaderas necesidades del público al cual se dirigen con sus mensajes.

Bibliografía

- ACIJ. (15 de Junio de 2015). *Asociación Civil por la Igualdad y la Justicia*. Obtenido de <https://acij.org.ar/100-mil-estudiantes-invisibles/>
- Agencia Global de Noticias. (2010). *Medios de Comunicación y Discapacidad*. Asunción, Paraguay: Fundación Saraki - Paraguay. Recuperado el 29 de 6 de 2018, de https://issuu.com/comunicacionsnna/docs/medios_de_comunicaci_n_y_discapacidad
- Agenda Nacional para la Igualdad en Discapacidades. (2013). *Consejo Nacional de Igualdad de Discapacitados, CONADIS*. Quito. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/08/Agenda-Nacional-para-Discapacidades.pdf>
- Álvarez, A., & Lesta, L. (Junio de 2011). Medición de los aportes de la gestión estratégica de comunicación interna a los objetivos. *Palabra Clave*, 0122-8285, 14(1), 11-30. Recuperado el 8 de Abril de 2018, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64920732002>
- Álvarez, R. (2013). *Guía de buenas prácticas sobre personas con Discapacidad para Profesionales de Comunicación*. Obtenido de Consejería de Salud y Bienestar Social de Andalucía: https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/Personas_Discapacidad_Publicaciones_guia_buenas_practicas_discapacidad_20130726.pdf
- Aspadex. (3 de Mayo de 2015). *Aspadex, Plena inclusión*. Obtenido de Discapacidad Intelectual: <http://aspadex.org/la-discapacidad-a-lo-largo-de-la-historia/>
- Banco Mundial, BM; Organización Mundial de la Salud, OMS. (Mayo de 2008). *Organización Mundial de la Salud*. Recuperado el 3 de Abril de 2018, de Informe Mundial sobre la Discapacidad: http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/summary_es.pdf
- Brönstrup, C., Godoi, E., & Ribeiro, A. (Julio-Diciembre de 2007). Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional. Signo y Pensamiento. *Unirevista*, 26(3), 26-37. Recuperado el 9 de Abril de 2018, de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=2&sid=59b341b8-9082-4629-abc6-3bb3d66fb4e0%40sessionmgr104>
- Campos, J. (2 de Octubre de 2015). *Grupo Femxa*. Recuperado el 29 de Abril de 2018, de La importancia de la comunicación en la empresa: <https://www.grupofemxa.es/la-importancia-de-la-comunicacion-en-la-empresa/>
- Capriotti, P. (2013). *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa* (4 ed.). Málaga: IIRP - Instituto de Investigación en Relaciones Públicas. Recuperado el 30 de Agosto de 2018, de http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC_4ed.pdf

- Castillo, A. (2010). *Introducción a la Relaciones Públicas*. Málaga: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas (IIRP). Recuperado el 8 de Abril de 2018, de https://www.uma.es/media/files/libropr_1.pdf
- Cazar, R. (5 de Abril de 2018). *Breve análisis de la situación de las discapacidades en el Ecuador*. Obtenido de International Council for Education of People with Visual Impairment: http://icevi.org/latin_america/publications/quito_conference/analisis_de_la_situacion_de_las_.htm
- CDPD. (2006). *Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad y Protocolo Facultativo*. Recuperado el 07 de Noviembre de 2018, de Naciones Unidas: <https://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/Paginas/DisCAPACIDAD.aspx>
- CIESPAL. (2011). *Guía para una Comunicación Incluyente*. Obtenido de Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina en Quito: https://issuu.com/ciespal/docs/guiacomunicacion_incluyente
- CONADIS. (2014). Normas Jurídicas en Discapacidad en Ecuador. En CONADIS, *Resumen Ejecutivo Nacional para la Igualdad en Discapacidades ANID* (pág. 353). Quito, Pichincha, Ecuador: Don Bosco. Recuperado el 3 de Abril de 2018, de <http://www.consejodiscapacidades.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/Libro-Normas-Jur%C3%ADdicas-en-Discapacidad-Ecuador.pdf>
- COPIDIS. (2017). *Desarrollo Humano y Hábitat*. Recuperado el 5 de Septiembre de 2018, de Comisión para la Plena Participación e Inclusión de las Personas con Discapacidad: http://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/07_senaletica.pdf
- Costa, J. (2012). El DirCom hoy, Dirección y gestión de la comunicación en la nueva economía. En J. Costa, *El DirCom hoy, Dirección y gestión de la comunicación en la nueva economía* (págs. 9-174). Barcelona, España: Costa Punto Com. Recuperado el 8 de Mayo de 2018, de https://books.google.com.ec/books?id=zQpPBAAQBAJ&pg=PT102&hl=es&source=gbs_selected_pages&cad=3#v=onepage&q&f=false
- Díaz, A. (2007). Comunicación y Ciudadanía. *La representación de la Discapacidad en los medios de comunicación*, (págs. 56-76). Pontevedra, España. Recuperado el 9 de Abril de 2018, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2386949>
- Domínguez, J. (17 de Marzo de 2005). *Gestipolis*. Recuperado el 30 de Agosto de 2018, de Papel de los medios de Comunicación: <https://www.gestipolis.com/papel-medios-comunicacion/>
- Echeverría, O., & Morales, O. (Julio de 2014). Análisis histórico de los modelos de atención y políticas de la educación especial en el Ecuador. *Tesis de Maestría no publicada*, 142. Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad Técnica Salesiana.

- Obtenido de Tesis de Maestría no publicada:
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7466/1/UPS-QT05967.pdf>
- EMOV EP . (6 de Noviembre de 2017). *Twitter*. Obtenido de EMOV EP:
https://twitter.com/emov_ep/status/927546970054516742
- EMOV EP. (5 de Marzo de 2015). *Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito y Transporte de Cuenca*. Recuperado el 2018 de Julio de 2018, de Regulaciones y procedimientos internos aplicables a entidad - Política de Inclusión:
<http://www.emov.gob.ec/sites/default/files/transparencia/a3.4.pdf>
- EMOV EP. (12 de Agosto de 2015). *Twitter* . Recuperado el 10 de Septiembre de 2018, de EMOV EP : https://twitter.com/emov_ep/status/631610912131170304
- EMOV EP. (2017). *Empresa Pública de Movilidad, Tránsito y Transporte de Cuenca*. Recuperado el 10 de Julio de 2018, de Rendición de cuentas 2017:
http://www.emov.gob.ec/sites/default/files/Rendici%C3%B3n%20de%20Cuentas_%20EMOV_2017.pdf
- EMOV EP. (3 de Julio de 2018). *Empresa Pública de Movilidad, Tránsito y Transporte de Cuenca*. Recuperado el 19 de Julio de 2018, de Transparencia:
http://www.emov.gob.ec/sites/default/files/literal%20a1%29%20organigrama%20de%20la%20instituci%C3%B3n_46.pdf#overlay-context=content/junio-2%3Fq%3Dcontent/junio-2
- EMOV EP. (10 de Septiembre de 2018). *Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito y Transporte de Cuenca*. Obtenido de EMOV EP:
<http://www.emov.gob.ec/>
- Fernández, R. (2011). Comunicación y Discapacidad. En R. Fernández, J. Manfredi, A. San Miguel, & J. T. del Pozo Cruz, *Comunicación, Deporte y Personas con Discapacidad, una conciencia necesaria* (págs. 53-62). Sevilla, España: Astigi. Recuperado el 9 de Abril de 2018, de I Jornadas Universitarias de Comunicación y Personas con Discapacidad:
<https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/46186/Pages+from+201601-5.pdf?sequence%3D1&isAllowed=y>
- Fulliana, J., Pallisera, M., Villa, M., & Puyalto, C. (4 de Enero-Abril de 2016). Las personas con discapacidad intelectual como investigadoras. Debates, retos y posibilidades de la. *Revista De Metodología De Ciencias Sociales*, 33111-138(33), 111-138. doi: 33.2016.15866
- Garrido, F. J. (2008). *Effective Management, Resúmenes de profesionales para profesionales*. (Deusto, Ed.) Recuperado el 1 de Mayo de 2018, de Resúmenes de gestión:
http://www.franciscojaviergarrido.com/descargas/E_Management.pdf
- Hernández, G. (2001). *Universitat de les Illes Belears*. Obtenido de
http://fci.uib.es/Servicios/libros/articulos/di_nasso/Historia.cid220290

- IBEC. (14 de Mayo de 2014). *IBEC, here for you*. Obtenido de Gestión Social : <http://www.ibecmagazine.com/GESTI%C3%93NSOCIAL/TabId/460/ArtMID/1166/ArticleID/1040/ECUADOR-UN-PA205S-DE-INCLUSI211N-.aspx>
- INADI. (11 de Noviembre de 2011). *Gualeguaychu Online*. Obtenido de Noticias de Gualeguaychu y la región: <https://gualeguaychuonline.wordpress.com/2011/11/10/%E2%80%9Ctransporte-para-todos%E2%80%9D/>
- Incluyeme. (2015). *Incluyeme*. Recuperado el 4 de Abril de 2018, de Definición de inclusión: <http://www.incluyeme.com/tag/definicion-de-inclusion/>
- King, K. (29 de Marzo de 2012). *Gestiopolis*. Recuperado el 8 de Abril de 2018, de Gestiopolis, Comunicación organizacional: tipos, flujos, barreras y auditoría: <https://www.gestiopolis.com/comunicacion-organizacional-tipos-flujos-barreras-y-auditoria/>
- Koh, G. D. (17 de Marzo de 2014). *Gestiopolis*. Recuperado el 7 de Mayo de 2018, de La importancia de la comunicación organizacional: <https://www.gestiopolis.com/la-importancia-de-la-comunicacion-organizacional/>
- Ley Órgánica de Discapacidades, LOD. (2012). *Asamblea Nacional de la República del Ecuador*. Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado el 3 de Abril de 2018, de http://www.consejodiscapacidades.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/ley_organica_discapacidades.pdf
- LOC. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación* (Vol. 22). Quito, Pichincha , Ecuador : Asamblea Constituyente. Recuperado el 28 de 01 de 2018, de http://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf
- LOD. (2008). *Ley Orgánica de Discapacidades*. Montecristi: Asamblea Constituyente. Recuperado el 28 de Enero de 2018, de http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2015/literal_a/base_legal/A._Constitucion_republica_ecuador_2008constitucion.pdf
- López, S., Pesántes Calle, N., Vergne Quiroaga, S., León Franco, D. L., Lodeiro Malde, C., Almeida Cherez, D., . . . y Bosch Olías, S. (2007). Manual de comunicación inclusiva. En S. López Astudillo, N. Pesántes Calle, S. Vergne Quiroaga, D. L. León Franco, C. Lodeiro Malde, D. Almeida Cherez, . . . S. y Bosch Olías, *Buscando la equidad* (pág. 48). Quito, Pichincha , Ecuador: Proyecto PRO-ODM del Consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador (CONCOPE), AECID, Fundación GAMMA y Solidaridad Internacional. Recuperado el 26 de Marzo de 2018
- Maldonado, J. (2013). El modelo social de la discapacidad: una cuestión de derechos humanos. *Revista de Derecho, UNED*(12), 817-833. Recuperado el 30 de Enero de 2018, de <http://revistas.uned.es/index.php/RDUNED/article/viewFile/11716/11163>

- Mano Alzada. (2017). *Cómo tratar noticias sobre personas con discapacidad*. Obtenido de <http://manoalzada.pe/especial/como-tratar-noticias-personas-discapacidad>
- MIDES. (2014). *Manual de Buenas Prácticas para el Trato y la Atención al público de personas con discapacidad en el ámbito de la salud*. (P. N. Ministerio de Desarrollo Social, Ed.) Montevideo, Uruguay. Recuperado el 28 de Junio de 2018, de <http://deres.org.uy/wp-content/uploads/Material-Buenas-practicas-en-la-atencion-PRonadis.pdf>
- Ministerio de Desarrollo Social. (2014). *Manual de buenas prácticas para el trato y la atención al público de personas con discapacidad*. Montevideo, Uruguay : MIDES. Recuperado el 30 de Enero de 2018, de <http://deres.org.uy/wp-content/uploads/Material-Buenas-practicas-en-la-atencion-PRonadis.pdf>
- Naciones Unidas. (2015). *Naciones Unidas*. Obtenido de Declaración Universal de Derechos Humanos: http://www.un.org/es/documents/udhr/UDHR_booklet_SP_web.pdf
- Narváez, J. (2009). *Teoría de la Comunicación* (Vol. I). Veracruz, México. Recuperado el 22 de Marzo de 2018, de <http://teoriacomunicacion.zonalibre.org/archives/Libro/UNIDAD%20I.pdf>
- Noticias Almeria. (31 de Marzo de 2017). Noticia. *Los plenos municipales ya en lengua de signos*, págs. <https://www.noticiasdealmeria.com/noticia/128769/capital/los-plenos-municipales-ya-en-lengua-de-signos.html>.
- Noticias Caracol . (13 de Julio de 2017). Obtenido de <https://noticias.caracoltv.com/bogota/encontrar-un-trabajo-una-odisea-para-quienes-sufren-de-alguna-discapacidad>
- Organización Mundial de la Salud, OMS. (Noviembre de 2017). *OMS*. (C. d. OMS, Editor) Recuperado el 16 de Enero de 2018, de Notas de prensa: <http://www.who.int/topics/disabilities/es/>
- Pacheco, J. (5 de Diciembre de 2016). *Gestiopolis*. Obtenido de Importancia de la comunicación organizacional: <https://www.gestiopolis.com/importancia-la-comunicacion-organizacional/>
- Pérez, J. (8 de Octubre de 2013). *La comunicación Organizacional*. Obtenido de BlogSpot: <https://lacomuorg.blogspot.com/>
- Pirela, J., Paz, A., & Paz, J. (Octubre de 2015). Comunicación Estratégica como herramienta potencializadora de la Responsabilidad Social en Organizaciones. *Revista Electrónica de Gerencia Empresarial*, 7(1), 17-40. Recuperado el 7 de Mayo de 2018, de <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=2&sid=9d8e795c-73de-4847-b533-d2400e2d01fb%40sessionmgr4007>
- Real Academia Española, RAE. (2014). *RAE*. Obtenido de Real Academia Española: <http://dle.rae.es/?id=A58xn3c>

- RGL. (21 de Enero de 2010). *Concepto de publicidad BTL*. Obtenido de Red Gráfica Latinoamericana: <http://redgrafica.com/El-concepto-BTL>
- Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson Educación de México S.A de C.V. Recuperado el 24 de Marzo de 2018, de https://psiqueunah.files.wordpress.com/2014/09/comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf
- Salud Auditiva Ecuador. (10 de Agosto de 2018). *Salud Auditiva Ecuador*. Obtenido de <https://www.facebook.com/SaludAuditivaEcuador/photos/a.565440036911551/1672342006221343/?type=3&theater>
- San Miguel, A. (2011). La Comunicación Institucional como reto para el cambio de la realidad social de la discapacidad. En R. Alcántara, S. M. Aránzazu, J. Manfredi, & J. T del Pozo Cruz, *Comunicación, Deporte y perosonas con discapacidad* (págs. 73-81). Sevilla, España: Astigi, SL. Recuperado el 09 de Abril de 2018, de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/46765/Pages%20from%20201601-1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sánchez, M. F. (6 de Mayo de 2016). *Gestiopolis*. Recuperado el 26 de Marzo de 2018, de Proceso Comunicativo y Comunicación Organizacional : <https://www.gestiopolis.com/proceso-comunicativo-comunicacion-organizacional/>
- Simón, V. (18 de Mayo de 2012). *Infotecarios*. Recuperado el 9 de Abril de 2018, de Bibliotecas Accesibles: Comunicación Inclusiva: <http://www.infotecarios.com/bibliotecas-accesibles-comunicacion-inclusiva/>
- Tironi, E., & Cavallo, A. (2006). *Comunicación Estratégica, vivir en un mundo de sueños*. Santiago de Chile, Chile: Tuarus. Recuperado el 8 de Abril de 2018, de http://181.112.151.230:8081/attachments/download/358/Comunicaci%C3%B3n%20Estrat%C3%A9gica_%20Vivir%20en%20un%20Mundo%20de%20Se%C3%B1ales.pdf
- UPLA. (27 de Noviembre de 2008). *Universidad de Playa Ancha*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2018, de <http://www.upla.cl/noticias/2008/11/26/lanzan-inedita-campana-por-una-educacion-inclusiva/>
- Valencia, L. (12 de Marzo de 2014). Breve historia de las personas con discapacidad. De la opresión a la lucha de sus derechos. Recuperado el 8 de Mayo de 2018, de <http://www.rebellion.org/docs/192745.pdf>
- Vanguardia. (19 de Agosto de 2013). *Vanguardia.com*. Obtenido de <http://www.vanguardia.com/santander/bucaramanga/221287-personas-con-discapacidad-visual-fabrican-las-escobas-de-la-emab>
- Vásquez, D. (2016). *Repositorio Institucional*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2018, de Dspace de la Universidad del Azuay: <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/6418/1/12557.pdf>

Vásquez, D. (19 de Julio de 2018). Campaña "Mejor prevenir que lamentar". (P. Hurtado, Entrevistador)

Anexo 1. Organigrama de la empresa

Entrevista a profundidad

Subgerente del Departamento de Comunicación

Lcda. Daniela Vásquez Durán

Lugar: Empresa Pública de Movilidad, Tránsito y Transporte de Cuenca, EMOV EP.

Fecha de la entrevista: 28 de mayo de 2018.

Temas de las entrevistas

- Organigrama de la Empresa EMOV EP

PREGUNTAS – Organigrama de la empresa	RESPUESTAS
Describe el organigrama de la EMOV EP	<p>El organigrama de la EMOV EP, tenemos la entidad reguladora digamos, la principal cabeza de la EMOV es el Directorio mismo que está conformado como presidente el señor Alcalde de Cuenca y lo conforman algunas otras personas como: representantes del sector de las cámaras ya sean de comercio de construcción, concejales y directivos que tengan que ver con movilidad, en este caso el Director de la Dirección Municipal de Tránsito, eso en el director; luego el gerente general dentro de la Gerencia General.</p> <p>Existen tres gerencias específicas que son: la Gerencia Técnica de Movilidad. La Gerencia de Transporte Terrestre y Tránsito y la Gerencia de Control de Tránsito y Transporte.</p> <p>De igual manera, a parte de las gerencias, existen Sub gerencias digamos que son un apoyo a la Gerencia</p>

	<p>General, tenemos la sub Gerencia de Asesoría Jurídica, Sub Gerencia Financiera, Sub Gerencia Administrativa, Sub Gerencia de TICS que es de Sistemas, Sub Gerencia de Talento Humano, Sub Gerencia de Comunicación y como asesores a la Sub Gerencia General la Sub gerencia de comunicación que el mismo conformado como son: Sub Gerente de Comunicación, un asistente administrativo, tenemos una persona de diseño gráfico, una persona que maneja logística, una persona que maneja redes sociales y una persona que maneja la comercialización de espacios publicitarios.</p> <p>La comunicación al ser una sub gerencia está directamente vinculada o es un área asistente de Gerencia General y es un apoyo a las diferentes áreas en cuanto a comunicación, por ejemplo: ningún mensaje, pieza gráfica y pieza comunicacional sale sin la aprobación del área de comunicación, todo coordinamos con el Gerente para emitir cualquier tipo de comunicado, mensaje, video, pieza grafica o campaña comunicacional es directamente con la coordinación del gerente general.</p>
--	--

Fuente: Fuente especificada no válida.

Anexo 2. Descripción de la Subgerencia de Comunicación

Entrevista a profundidad

Subgerente del Departamento de Comunicación

Lcda. Daniela Vásquez Durán

Lugar: Empresa Pública de Movilidad, Tránsito y Transporte de Cuenca, EMOV EP.

Fecha de la entrevista: 19 de julio 2018

- Descripción de la Subgerencia de Comunicación

PREGUNTAS – Departamento de comunicación	RESPUESTAS
Describa la Subgerencia de Comunicación	En la Subgerencia de Comunicación existen 6 personas dentro del departamento. Que son la Gerente es quien coordina el departamento, da las debidas lineaciones del departamento y las aprobaciones de toda la parte comunicacional, conjuntamente trabaja una persona que es como asistente de la Sub gerente que le ayuda con todo el tema operativo y tramitología interna, un diseñador gráfico quien se encarga de la imagen de la institución, trabaja también una persona para redes sociales especialmente Twitter y la repuesta a la ciudadanía por correo electrónico.
La comunicación entre las diferentes instituciones que conforman el Municipio, ¿Cómo se la ejecuta?	La comunicación entre los departamentos de comunicación de la corporación del Municipio es permanente, todos nos regimos a los diferentes lineamientos dados por la dirección de comunicación y por supuesto dados por el señor Alcalde, todo el tiempo estamos en reuniones y

<p>¿Cuáles son los canales que ustedes usan para comunicarse?</p>	<p>comunicación permanente.</p> <p>Los principales canales que tenemos son tradicionales. En primer lugar está el correo institucional por ahí se informa todo con mayor brevedad, de igual manera se utilizan carteleras y se usa la comunicación de forma personal, es decir los jefes son quienes informan a sus trabajadores.</p>
<p>¿Cómo departamento de comunicación, ustedes dan asesoría al señor Gerente General?</p>	<p>La asesoría es fundamental directamente al Gerente General en cuanto a imagen, a respuestas a las diferentes problemáticas, inconveniente o rumores de la empresa, entonces nos reunimos conjuntamente con el señor Gerente y conjuntamente con el determinamos los mensajes que como institución se transmite.</p> <p>También nos encargamos de establecer las líneas discursivas y el acompañamiento al jefe o al vocero que sea ese momento para discutir de las diferentes temáticas con los medios de comunicación.</p>
<p>¿Cómo es la relación que tiene la empresa con los medios de comunicación de la ciudad?</p>	<p>De igual manera nosotros nos encargamos en realizar el contacto permanente con los medios de comunicación ya sea en radio, televisión, y prensa escrita, además de realizar todo en cuanto a relaciones públicas, ahora que estamos en la era digital es sumamente importante reforzar las acciones comunicativas por medio de plataformas digitales como: Página Web, Facebook y Twitter.</p>
<p>¿La Subgerencia de comunicación trabaja en conjunto con otras áreas de la</p>	<p>Se trabaja conjuntamente con el área de seguridad y educación vial y movilidad no motorizada con ellos</p>

<p>empresa?</p>	<p>se desarrollan campañas y activaciones que realice la empresa, que son un complemento bastante importante para nosotros como departamento de comunicación.</p>
<p>¿Cuánta apertura tiene para relacionarse con las instituciones educativas?</p>	<p>La apertura es del 100%, nosotros todo el tiempo estamos las instituciones educativas públicas y privadas, sin embargo estamos en contacto permanente con las instituciones públicas, pero también se da apoyo en temas de seguridad vial a las instituciones privadas.</p>

Fuente: Fuente especificada no válida.

Anexo 3. Descripción de los Stakeholders

Entrevista a profundidad

Subgerente del Departamento de Comunicación

Lcda. Daniela Vásquez Durán

Lugar: Empresa Pública de Movilidad, Tránsito y Transporte de Cuenca, EMOV EP.

Fecha de la entrevista: 19 de julio 2018

PREGUNTAS – Stakeholders	RESPUESTAS
¿Cuáles son los Públicos internos y externos de la EMOV EP?	<p>Nosotros más o menos para la emisión de mensajes lo tenemos más o menos definido así, para el público interno: personal administrativo, personal y agentes de tránsito, personal de los controladores del SERT, y la gente que está en matriculación y RTV entra más o menos al tema de los administrativos por qué lo dividimos así? Es porque los canales para comunicar a ellos es distinto; porque es personal que ve las carteleras, es personal que tiene un correo electrónico, es personal que labora en planta por ejemplo el terminal terrestre en matriculación, en Capulispamba, aquí y demás.</p> <p>Pero en cambio los agentes de tránsito y personal del SERT llegamos de diferentes maneras, optamos muchas veces que es por el contacto directo, entre los jefes inmediatos y el personal operativo, ya que ellos no cuentan con un correo a la mano sino es a través de radio, del supervisor, entonces ellos básicamente son nuestros públicos</p>

	<p>internos.</p> <p>Existe un personal interno, pero no oficial, son las personas que trabajan en seguridad y limpieza, si bien son públicos internos, pero no son contratados por la empresa directamente.</p> <p>Ahora, los públicos externos podríamos decir que son la ciudadanía en general, también los conductores privados, las cooperativas de taxis, los transportistas de buses y de transporte en general, es decir, la ciudadanía.</p> <p>Por otro lado, los niños y niñas de instituciones, también los y las estudiantes de las universidades, quienes son un público importante con quienes se trabaja constantemente con temas de educación y prevención vial.</p>
--	---

Fuente: Fuente especificada no válida.

Anexo 4. Acción Comunicativa

Entrevista a profundidad

Subgerente del Departamento de Comunicación

Lcda. Daniela Vásquez Durán

Lugar: Empresa Pública de Movilidad, Tránsito y Transporte de Cuenca, EMOV EP.

Fecha de la entrevista: 2 de abril 2018

- **Acción comunicativa**

Preguntas: Comunicación interna	RESPUESTAS
¿Cómo realizan la comunicación interna dentro de las oficinas y los puntos de información?	En cuanto a comunicación interna de la EMOV no hay una área encargada de comunicación interna, es decir, no hay una persona específica para la realización de comunicación interna en cuanto a esas actividades que las realizamos, más bien se trabaja conjuntamente con Talento Humano y la Subgerencia de Comunicación y lo que se trata de hacer es mantener al público interno informado de los proyectos que nosotros ejecutamos y tratar de que ellos sean los primeros de sumarse a nuestras actividades comunicacionales externas como las campañas etc.
¿Cuáles son los canales comunicacionales que mantienen informado a sus trabajadores?	Los principales canales que tenemos son tradicionales. En primer lugar está el correo institucional, por ahí se informa todo con mayor brevedad, de igual manera se utilizan carteleras y se usa la comunicación de forma personal, es decir los jefes son quienes informan a sus trabajadores. La EMOV es una empresa que ha crecido muchísimo

<p>¿De qué manera la empresa se comunicó con sus públicos externos?</p>	<p>estamos con casi 750 empleados entre agentes de tránsito, controladores del SERT, personal administrativo, personal de la terminal terrestre, entonces se nos ha vuelto bastante complejo el poder llegar especialmente a quienes pasan en las calles, ya que cumplen su función en las vías y no tienen un correo institucional a mano entonces la comunicación es de manera personal con sus jefes.</p> <p>Al tener un público tan amplio, el canal más óptimo ha sido utilizar campañas comunicacionales masivas con actividades dirigidas a cada público.</p> <p>Por otro lado, la empresa se ha enfocado en utilizar medios digitales como son las redes sociales, y actualmente hemos apostado por un plan de pauta para comunicados, vídeos y campañas importantes.</p> <p>Una manera muy efectiva de llegar a los públicos externos ha sido viralizando videos y material gráfico creativo a través de <i>WhatsApp, Facebook y Twitter</i>. Por lo que la publicidad de la empresa no solo se ha centrado únicamente en la prensa, radio o televisión.</p> <p>También una forma efectiva de tener respuesta de todas las acciones de la empresa es a través de <i>Twitter</i>.</p> <p>Haber, en cuanto a relaciones públicas realmente tenemos una actividad bastante fuerte con los medios, esa es la ventaja de ser una empresa pública, entonces nuestro contacto con los medios es permanente, sin embargo, todo el tiempo nosotros</p>
---	--

	<p>enviamos boletines de prensa, y armamos temas importantes de la semana, mandamos a los medios, nosotros hacemos físicamente todos los días el análisis de las noticias en medios y hemos tratado de realmente tener una buena relación con los periodistas de siempre darles respuesta, para nosotros eso es fundamental.</p> <p>Comunicacionalmente hemos tenido resultados bastante positivos, los cuales se han podido medir a través de estadísticas y el nivel de conocimiento que tienen nuestras campañas, por ejemplo eso es algo que nosotros podemos sondear todo el tiempo con la ciudadanía y con nuestros distintos públicos, hemos tenido campañas que han sido de mucho impacto como “Mejor Prevenir”, “Sólo un ratito también está prohibido” que son actividades y campañas que de una u otra forma han llegado a la gente porque estamos en contacto muy directo con la misma.</p> <p>La EMOV se ha centrado en más que ser una empresa sancionadora que es parte de nuestra labor lamentablemente, hacer muchísima prevención, entonces a parte de las campañas comunicacionales, se han utilizado espacios donde se muestran mensajes todo el tiempo de: “no te subas en las veredas”, “no te estaciones en línea amarilla” “respeta los pasos peatonales” , que para nosotros ahora es un tema fundamental y le hemos dado muchísima fuerza, entonces todo el tiempo estamos hablando sobre temas de prevención, “no bebas mientras conduces”, “no uses el celular”.</p>
--	--

Fuente: Fuente especificada no válida.

Anexo 5. Procesos de comunicación dentro de la Subgerencia de Comunicación

Entrevista a profundidad

Subgerente del Departamento de Comunicación

Lcda. Daniela Vásquez Durán

Lugar: Empresa Pública de Movilidad, Tránsito y Transporte de Cuenca, EMOV EP.

Fecha de la entrevista: 19 de julio de 2018.

- **Proceso de comunicación dentro del Departamento de Comunicación**

PREGUNTAS	RESPUESTAS
Proceso de comunicación	
¿Cuál es el proceso de comunicación que lleva la empresa EMOV EP?	Nosotros como EMOV EP, siendo los emisores, lo primero es tener bastante definido qué mensaje vamos a emitir, es decir que es lo que queremos hacer, si es un mensaje de educación vial o un mensaje informativo, buscamos los canales en los que vayamos a difundir este mensaje, luego pasamos a la parte gráfica y lo adaptamos y posteriormente. Validamos los mensajes y finalmente, emitimos a la ciudadanía.
Nos referimos al proceso de comunicación como: emisor, receptor, mensaje, ruido, canal, retroalimentación.	Es más o menos lo que les explicaba, es decir, nosotros primero definimos los mensajes que se quieren enviar, luego lo codificamos y vemos como redactarlo, según la manera y al público al que lo queremos dirigirnos. Es importante mencionar que añadimos un paso en el proceso de comunicación, que es enviarlo por el sistema gráfico y al sistema auditivo, es decir, ponemos el mensaje en el sistema que queramos nosotros transformarle.

<p>Pero dentro de la decodificación siempre se da una retroalimentación</p>	<p>Hablando sobre los canales, dependen de la información por donde debe ser transmitida, es decir si es por radio, prensa o redes sociales.</p> <p>Tema del ruido es un poco complejo, ya que muchos nuestros mensajes son parte del sistema comunicacional de muchas empresas, además considero que tenemos demasiado ruido siempre, y esto genera en que nuestros mensajes como EMOV EP no lleguen a los públicos objetivos, debido a que existe mucha información y publicidad que recibe a diario la ciudadanía por diferentes canales de comunicación, sean estos transmitidos por empresas públicas y privadas.</p> <p>Ese es el principal ruido al que no solo la EMOV, sino las empresas nos enfrentamos, quienes reciben el mensaje es la ciudadanía en general, según el servicio y lo que queramos difundir como les comentaba.</p> <p>El receptor y ya la decodificación del mensaje es como lo reciben e interpretan la información la ciudadanía.</p> <p>Nosotros básicamente recibimos por página web, redes sociales y la ciudadanía que se acerca a las instalaciones cuando tienen cualquier duda o más que nada cuando empiezan a utilizar el servicio surgen estas consultas y de esta manera solventamos a través de redes sociales y correo electrónico y la respuesta permanente la ciudadanía.</p>
---	---

Fuente: Fuente especificada no válida.

Anexo 6. Matriz de comunicación por objetivos

Entrevista a profundidad

Subgerente del Departamento de Comunicación

Lcda. Daniela Vásquez Durán

Lugar: Empresa Pública de Movilidad, Tránsito y Transporte de Cuenca, EMOV EP.

Fecha de la entrevista: 19 de septiembre de 2018

- **Matriz de comunicación por objetivos (junio- diciembre 2019)**

PREGUNTAS	RESPUESTAS
	<p>Como les comentaba nosotros en las últimas campañas que estamos haciendo y estamos por lanzar una que se llama “Vale la pena” con respecto a la tarifa del transporte público entonces dentro de este material queremos destacar los beneficios que tienen las personas de atención prioritaria como: adultos mayores, estudiantes, personas embarazadas.</p> <p>Cuando son campañas generales y según la temática que estemos lanzando las piezas comunicacionales a utilizar son distintas, pero cabe recalcar que es bastante complicado el poder dar indicadores dirigidos a las personas que tienen discapacidad, sin embargo, no dejamos de lado que estas temáticas son sumamente importantes. Por ejemplo, en este cuento estamos utilizando graficas que sean alusivas a la discapacidad y al respeto al adulto mayor, con la intención de que se incluya de manera efectiva siempre y cuando sea posible.</p>

<p>De acuerdo a la campaña de mejor prevenir, ¿cuál fue el objetivo de esa campaña?</p> <p>Por ejemplo, ¿Cuáles eran esos públicos objetivos?</p> <p>¿Cuáles son los medios que utilizaron?</p> <p>¿Pero dentro de esta campaña no se tomó como atención prioritaria a las personas con discapacidad?</p>	<p>Bueno el objetivo de esa campaña era dar mensajes permanentes de educación y seguridad vial a la población cuencana, especialmente enfocándonos en temas de estado de embriaguez, el uso de casco, así como también el exceso de velocidad, mediante mensajes orientados a los distintos públicos.</p> <p>En esta campaña nos centramos en las personas que tienen mayor índice de accidentabilidad es decir a jóvenes entre 20 y 36 años, los mensajes eran bastante generales ya que nos dirigíamos a los conductores, además se realizaron varias estrategias de prevención y seguridad vial dirigidos a niños y adolescentes, lo cual resultó ser una campaña amplia que fue dirigida a los distintos públicos.</p> <p>Se utilizaron varias herramientas de publicidad para las campañas como: publicidad exterior, medios masivos, también estuvimos en la prensa, radio, material impreso, realizamos activaciones directamente con la ciudadanía y los distintos públicos en las diferentes vías de la ciudad, también estuvimos en bares, discotecas y activaciones mediante las diferentes redes sociales.</p>
---	--

<p>¿Por ejemplo, esta campaña Cuencanos más humanos trata sobre la inclusión?</p>	<p>Esta campaña no fue dirigida a las personas con discapacidad, sin embargo, tocamos temáticas generales las mismas que fueron emitidas por mensajes a toda la ciudadanía. No, de hecho, esta campaña trata sobre el respeto a los servidores públicos como agentes de tránsito y servidores del SERT, se trata de demostrar el respeto de doble vía que debe existir entre la ciudadanía y los servidores públicos y los agentes de tránsito. Esta campaña lo sacamos en noviembre del año anterior y realmente es un poco más para dar mensajes de conciliación y bajar un poco el tema de agresiones que se dan a nuestro personal por parte de la ciudadanía.</p>
<p>¿Qué campañas se pueden adaptar para las personas con discapacidad?</p>	<p>Dentro del cuento que se elaboró, tratamos de tocar el tema de inclusión en cuanto a la gráfica y material general alusivo a la discapacidad, pero cabe recalcar que no tenemos mensajes dirigidos específicamente a las personas con discapacidad.</p>
<p>¿Dentro de las políticas planteadas en la página web de la empresa, dice que siempre tendrán una ventanilla en los lugares de atención al público al servicio al cliente, la tienen, cuentan con ello?</p>	<p>La empresa lo está implementando, cabe recalcar que la EMOV EP no cuenta con muchas ventanillas que se dediquen a la atención al cliente, sino más bien en nuestra ventanilla de recaudación obviamente se da prioridad a las personas con cualquier tipo de discapacidad, pero no existe ninguna ventanilla que se exclusiva para ellos, sino más bien se da un trato especial a la persona que ingresa.</p>
<p>¿El personal de la EMOV está capacitado</p>	<p>que ingresa.</p>

<p>para recibir a las personas con discapacidad?</p>	<p>En el último año la EMOV ha impartido capacitaciones de manera permanente al personal justamente para personas o grupos de atención prioritaria, es por ello que nosotros no contamos con personal específico que reciba las personas que tienen discapacidad.</p> <p>Por otro lado, la empresa en el último año realiza capacitaciones a transportistas como son de taxi y buses urbanos; se realizan actividades muy interesantes en las que ellos experimentan lo que una persona ya sea no vidente o una persona con discapacidad no auditiva vive y siente.</p>
<p>¿Cómo parte de la corporación municipal, ustedes si destinan puestos de trabajo para personas con discapacidad?</p>	<p>Es importante que se perciban las limitaciones que tienen las personas con atención prioritaria y así nosotros también como EMOV poder incentivar que se les brinde un mejor servicio a estas personas.</p>
<p>¿En cuanto a las activaciones o campañas de publicidad, se han trabajado con personas que tienen algún tipo de discapacidad?</p>	<p>Claro que sí, nosotros tenemos varias personas que tienen ciertas discapacidades y por supuesto tienen los mismos derechos y son funcionarios que laboran día a día en la institución.</p> <p>De hecho, son varios miércoles de buenas prácticas de movilidad que llevamos realizándolos con personas de discapacidades distintas, con adultos mayores y niños de edad escolar y adolescentes de colegios.</p>

<p>De acuerdo a la señalización y al cumplimiento de las políticas de la institución, más o menos como es la estructura de la señalización para las personas que tienen discapacidad.</p> <p>¿Han pensado en hacer la página web mucho más inclusiva?</p>	<p>Sin embargo, se ha incluido a adultos mayores en el tema de buenas prácticas de movilidad</p> <p>Además, se realizó un simulacro en donde era un atropello a una persona con silla de ruedas lo cual fue muy importante ya que llamo la atención hacia la ciudadanía que se encontraba ese momento, realmente estamos trabajando con fuerza el tema de la discapacidad y la inclusión.</p> <p>Realmente en cuanto a la señalización sí está diseñado para personas “normo típicas” pero para personas no videntes, no existe una señalización específicamente diseñada para ellos, sin embargo, una persona con discapacidad motriz, si pudiera entender la señalética, pero para otros tipos de discapacidad como los No videntes, no existe algo específico.</p> <p>Me parece que, hasta diciembre de este año, las páginas web de hecho tienen que regirse ya a un sistema inclusivo, tiene algunos requisitos, por ejemplo, para las personas no videntes se utiliza otros colores, en donde se emplea un botón para que se haga de colores distintos, me parece que de blanco y negro para que se resalten algunas cosas, hay también si una personas con discapacidad sensorial, le van guiando a que servicio él quiere por medio de un botón. Se trabaja conjuntamente con el área de sistemas e</p>
---	---

<p>¿Incluyen a las personas de grupos prioritarios?</p>	<p>informática y de comunicación con diseño gráfico, estamos nosotros planteando una nueva página web, en los próximos uno o dos meses y ya con este nuevo sistema inclusivo.</p> <p>Nosotros trabajamos con instituciones o fundaciones, por ejemplo, ahora hicimos un par de proyectos con el IPCA, el cual entro a concurso y participó con un video de buenas prácticas de movilidad y quedaron en tercer puesto, ha salido a uno o dos miércoles de buenas prácticas de movilidad que han participado y también en cuenta para que sean partícipes en los eventos de la empresa.</p> <p>La estrategia utilizada es la comunicación masiva, sin quererlo hacer para fines comunicacionales, sino más bien se realizó una cobertura normal en redes sociales, prensa y radio eh siempre siendo los mismos canales de comunicación.</p>
---	---

Fuente: Fuente especificada no válida.

Anexo 7. Manual de medios de comunicación y discapacidad

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DISCAPACIDAD	
ANÁLISIS DE FORMA	OBSERVACIONES
DISEÑO	Simple
FORMATO	A4 - digital
GRÁFICA	Contiene gráficos
NÚMERO DE PÁGINAS	76, extenso
TIPOGRAFÍA	Arial
TAMAÑO DE LETRA	12 pts
CROMÁTICA	FULL COLOR
TÍTULOS	9 títulos
SUBTÍTULOS	33 subtemas
ANÁLISIS DE FONDO	OBSERVACIONES
ÍNDICE	Este manual contiene índice el cual consta de 9 temas generales y de 33 subtemas correspondientes a cada unidad.
PRESENTACIÓN	Dentro de este manual se pretende profundizar sobre temas de la discapacidad y los derechos que tienen las personas que tienen algún tipo de deficiencia, por lo tanto, la sociedad Paraguaya ha visto necesario que sea desde el ámbito de la comunicación que se generen cambios y que sean los comunicadores quienes, tengan una educación adecuada y a su vez puedan manejar un buen lenguaje al referirse a este grupo vulnerable, especialmente cuando estos accedan a cualquier tipo de información.

INTRODUCCIÓN	En su introducción se hace una crítica constructiva, en la que el manual busca que por parte de los comunicadores exista un mejor trato e interés por querer hacer un buen trabajo periodístico y que a su vez se preocupen por las personas que tienen discapacidad.
HISTORIA GENERAL DE DISCAPACIDAD	Las personas con discapacidad en la antigüedad durante el siglo 19 y finales de 1940, estas personas eran consideradas como inválidas o socialmente inútiles, por lo tanto, eran desplazadas de la sociedad.
HISTORIA DE LA DISCAPACIDAD	En Paraguay en el año de 1990, se pide que las personas profesionales de diferentes áreas, creen un país de inclusión para todos los seres humanos, el 14 de diciembre fue firmada la resolución 45/91 de la Organización de las Naciones Unidas, el cual pidió un cambio y de esta manera se erradique la discriminación a las personas con discapacidad.
DISCAPACIDAD EN PARAGUAY	Actualmente en Paraguay no existe una reforma y tampoco un porcentaje exacto de cuantos casos de discapacidad existen en este país. Además dentro de su constitución, sí establecen leyes, derechos y privilegios para las personas con discapacidad y su inserción laboral y educación, basándose en las leyes Universales como son la Organización Mundial de la Salud y las Organización de las Naciones Unidas.
TERMINOLOGÍA	El lenguaje muchas de las veces es desapercibido por la sociedad y también por los comunicadores, ya que al momento de armar la noticia o cualquier tipo de información no se utiliza un lenguaje adecuado o los términos correctos para referirse hacia este pequeño grupo de la sociedad.

<p>ÉTICA DE LA DIVERSIDAD</p>	<p>Esto se refiere a la ética que tiene cada persona en cuanto a la inclusión y a la diversidad de las personas, ya sean estas de género, capacidades o discapacidades especiales; por lo tanto esto se refiere a la aceptación que tiene una sociedad con respecto a estos temas, valorándolos por lo que son, o sea humanos.</p>
<p>ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN</p>	<p>La accesibilidad y la inclusión son términos parecidos, ya que entre ambos se busca la inserción y aceptación de las personas discapacitadas; quiere decir que este grupo necesita tener comodidades en cuanto a infraestructura, una correcta comunicación, metodologías en educación y el uso de diferentes utensilios para poder desarrollarse dentro de una sociedad.</p>
<p>CONSTRUCCIÓN DE LA NOTICIA</p>	<p>Los periodistas o comunicadores, por más que se esfuercen en realizar una buena y adecuada editorial, no se sienten seguros de que el lenguaje utilizado sea el correcto para referirse a uno u otro tema, por ende, no existe una terminología o referencias las cuales les permitan tener un enfoque más amplio y de esta manera tratar sobre temas de discapacidad. Por lo tanto, el tema de inclusión y discapacidad es una lucha para los derechos humanos con la intención de dignificar toda la diversidad humana. Se recomienda que el uso del lenguaje sea el indicado según el contexto de la noticia, es por esta razón que las personas que trabajan en comunicación sea un aporte para transformar la mentalidad de la sociedad y el trato que dan a una persona con discapacidad.</p>

<p>RECOMENDACIONES PARA PROFESIONALES DE COMUNICACIÓN</p>	<p>1. Dar la cobertura adecuada a temas de discapacidad. 2. Adaptar a la discapacidad como una característica de las personas. 3. Eliminar los prejuicios y estereotipos que tienen hacia la discapacidad. 4. Brindar una correcta y adecuada comunicación para las personas que tienen discapacidad y los demás lectores u oyentes.</p>
<p>SUGERENCIAS PARA LAS NOTAS</p>	<p>1. Conocer los aspectos socio-económicos, étnicos y religiosos de las personas discapacitadas. 2. El comunicador debería de interesarse por tocar temas a profundidad sobre los discapacitados. 3. Crear espacios de diálogo, información y educación para este sector vulnerable. 4. Realizar debates sobre una comunicación y educación que sea inclusiva en todos los aspectos (infraestructura e información, etc.) 5. Hacer partícipes de publicidad y notas periodísticas a las personas discapacidad.</p>

(Agencia Global de Noticias, 2010)

Anexo 8. Guía para una comunicación incluyente

GUÍA PARA UNA COMUNICACIÓN INCLUYENTE	
ANÁLISIS DE FORMA	OBSERVACIONES
DISEÑO	Simple
FORMATO	A5- digital
GRÁFICA	Contiene gráficos
PAGINAS	22 páginas
TIPOGRAFÍA	Calibri
TAMAÑO DE LETRA	12 pts.
CROMÁTICA	FULL COLOR
TITULOS	10 títulos
SUBTITULOS	27 subtítulos
ANÁLISIS DE FONDO	OBSERVACIONES
ÍNDICE	Este manual consta de 10 títulos y de 15 subtemas correspondientes a cada unidad.
INTRODUCCIÓN	Esta guía tiene como objetivo desarrollar pautas con un lenguaje correcto para que comunicadoras y comunicadores, puedan ejercer la comunicación de manera inclusiva y que a su vez puedan dirigirse a personas que tienen algún tipo de discapacidad y que los mismos al momento de recibir información sea entendible y con respeto hacia este grupo de personas.
VISIONES SOBRE LA DISCAPACIDAD	Una persona con discapacidad debe ser tratada como lo que es, " una persona", la misma que tiene derechos y deberes dentro de una sociedad. La discapacidad no debe ser motivo para excluir a las personas.

<p>TERMINOLOGÍA CORRECTA E INCORRECTA</p>	<p>En este apartado lo que se sugiere es que se visibilice a las personas y que se utilicen términos de respeto y consideración hacia este grupo de personas, además de tener la debida reflexión para referirse hacia ellos.</p>
<p>LEYES GENERALES Y DERECHOS UNIVERSALES</p>	<p>En el 2006 se creó una reforma en las Naciones Unidas, el cuál aprobó una ley para que las personas con discapacidad sean tratadas como personas y a su vez puedan ejercer sus derechos y obligaciones como cualquier persona de la sociedad. La Convención de los Derechos de las Personas con Discapacidad contempla que todas las personas con discapacidad deben ser tratadas con respeto, además de que deben ser incluidas en cuanto a educación, trabajo y salud.</p>
<p>COMUNICACIÓN INCLUYENTE</p>	<p>En este apartado nos sugieren tres pautas: 1. No levantar barreras sociales, sino más bien ayudar a que las personas con discapacidad tengan igualdad de condiciones. 2. Aceptar que se tiene discapacidad, pero como comunicadores, lo que deberíamos hacer es potenciar las habilidades que estas personas tengan. 3. propone que el comunicador se centre más en lo que una persona puede hacer, más no es su discapacidad y se los debe mirar como personas y seres humanos integrales que tienen inteligencia, organización, creatividad y expresiones para la construcción de una sociedad.</p>
<p>LENGUAJE</p>	<p>El lenguaje que se debería utilizar para referirse a las personas con discapacidad debería ser con respeto y referirse como humanos y personas que forman parte de nuestra sociedad como ejemplo citamos los siguientes: El niño discapacitado se cayó a una alcantarilla. (INCORRECTA) Pedro, un niño de 7 años con discapacidad física cayó en una alcantarilla (CORRECTA). Lo que pretende este apartado es que los comunicadores utilicen un lenguaje correcto y sin ningún tipo de discriminación.</p>

<p>REGLAS DE ORO PARA CONSTRCCIÓN DEL MENSAJE</p>	<p>La función de un comunicador es brindar una información clara, entendible, concisa y que sea de fácil entendimiento para el receptor. Evitando muletillas, un lenguaje excluyente y no sexista, evitar repeticiones de contenido y utilizar verbos presente. Además de evitar el sensacionalismo en las noticias, hacer un discurso periodístico más humano sin agredir o minimizar a las personas que tienen discapacidad, un comunicador también debe de presentar cosas positivas y ayudar a impulsar a este tipo de personas, para informar se debe estar capacitado y empaparse más sobre temas referentes a la discapacidad.</p>
<p>CRITERIOS PARA EL MANEJO DE IMÁGENES EN LOS MEDIOS</p>	<p>Evitar el uso de imágenes fuertes, evitar imágenes de instituciones, en el caso que sean menores de edad tapar sus ojos y guardar su confidencialidad, respetar los derechos de los niños. En el caso de las personas con discapacidad lo recomendable es potenciar sus logros, mostrarlos alegres, con esperanza y sobre todo exponerlos pero como personas con dignidad.</p>
<p>REFLEXIONES FINALES</p>	<p>El tema de generar una buena comunicación para personas con discapacidad, es que realicemos cambios en la sociedad y hacer que los empiecen a tratar como una persona y un ser humano que también siente y que a su vez tengan la misma atención. También lo indicado sería crear información adecuada en temas de discapacidad que sea de mucha utilidad para personas discapacitadas y sus familiares.</p>

INCORRECTO	CORRECTO
Solo hay una discapacidad, todos son iguales.	NO. Existen diversos tipos de discapacidad, con una sola denominación genérica. Sin embargo, cada uno de ellos debe ser comprendido de forma particular, especificando sus requerimientos, para cubrir con eficiencia las demandas en los diferentes entornos donde se desarrolla la persona con discapacidad y contribuir al mejoramiento de sus condiciones de vida.
Hay que darles limosnas. Las personas con discapacidad son objeto de la caridad del resto de la sociedad.	NO. Debemos garantizar el cumplimiento de sus derechos y de sus deberes y que la sociedad los reconozca como sujetos de derechos, con igualdad de oportunidades.
Hay que internarlos en una institución especializada	NO. Lo que debemos hacer es crear las condiciones para que construyan un proyecto de vida accesible y autónomo, en el marco de una sociedad incluyente.
Son incapaces, no pueden.	NO. Si pueden. Tienen dificultades específicas que no les permiten realizar con agilidad determinadas actividades de la vida diaria, de acuerdo a su discapacidad. Pueden, pero de diferentes maneras y contando con apoyos y/o ayudas técnicas adecuadas.
Es un problema individual	NO. Es un reto colectivo que implica la aceptación de la diversidad y la generación de un entorno amigable para equiparar las oportunidades.
Son una carga para la familia y para la sociedad.	NO. Cualquier ser humano sin oportunidades, tenga o no discapacidad, constituye una carga. Si la persona tiene oportunidades puede desarrollar sus capacidades, su autonomía e independencia para vivir con dignidad.

SE DICE	SE DEBE DECIR
Discapacitados, personas especiales, capacidades diferentes o especiales, inválidos, minusválidos, tullidos, rengos, sordomudos, paralíticos, lisiados, patojos, enfermitos, pobrecitos, PCD	PERSONAS CON DISCAPACIDAD
Grupos o sectores vulnerables	GRUPOS DE ATENCIÓN PRIORITARIA
Retrasado, débil mental, mongólicos, discapacitados mentales, inocentes, retardados, subnormales, morón, imbécil, idiota, shunshu, cretino.	PERSONA CON DISCAPACIDAD INTELLECTUAL
Personas normales y personas anormales	PERSONAS CON DISCAPACIDAD Y PERSONAS SIN DISCAPACIDAD.
Sordomudo, mudito	PERSONAS CON DISCAPACIDAD AUDITIVA O PERSONA SORDA
Defecto de nacimiento	DISCAPACIDAD CONGÉNITA
Mutilado, muco, cortadito, mocho	PERSONA CON AMPUTACIÓN (AMPUTADO)
Ciego, tuerto, cegetas, no vidente.	PERSONA CON DISCAPACIDAD VISUAL
Patojo, paralítico, tullido, etc.	PERSONA CON DISCAPACIDAD FÍSICA

(CIESPAL, 2011)

Anexo 9. Manual de buenas prácticas para el trato y atención al público de personas con discapacidad

MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA EL TRATO Y ATENCIÓN AL PÚBLICO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD	
ANÁLISIS DE FORMA	OBSERVACIONES
DISEÑO	Simple
FORMATO	A4 - digital
GRÁFICA	Tiene gráficos que aluden a la discapacidad de todo tipo
PÁGINAS	43, extenso
TIPOGRAFÍA	Calibri
TAMAÑO DE LETRA	12 pts.
CROMÁTICA	FULL COLOR
TÍTULOS	5 títulos
SUBTÍTULOS	17 subtítulos
ANÁLISIS DE FONDO	OBSERVACIONES
ÍNDICE	El índice de este manual consta con 5 temas generales y 17 subtemas que corresponden a cada uno
PRESENTACIÓN	Este material educativo constituye un aporte fundamental para seguir avanzando en la construcción colectiva de un Uruguay más justo e inclusivo. El manual es como uno de los puntos básicos para construir esa sociedad inclusiva que todos soñamos, específicamente en el caso de la comunidad sorda. Realizar un trámite en cualquier oficina puede llegar a ser de una dificultad extrema. Es por eso que las herramientas que encontrarán en el manual pueden llegar a marcar una gran diferencia que les va a brindar sobre todo independencia.

<p>INTRODUCCIÓN</p>	<p>El presente pretende ser un material informativo y formativo, dirigido a personas que se desempeñan en tareas de atención directa al público. Este manual es otra de las formas de concreción de una línea de trabajo que a partir de la perspectiva del paradigma de Derechos Humanos y del Modelo Social de la discapacidad. Este manual está orientado a personas que se desempeñan en tareas de atención al público tanto en la órbita de organismos públicos como en la órbita de instituciones privadas. Su finalidad es brindar un material actualizado y sistematizado con los requerimientos esenciales a la hora de establecerse la relación y la comunicación entre personas con y sin discapacidad</p>
<p>ASPECTOS GENERALES DISCAPACIDAD EN URUGUAY</p>	<p>En este punto se habla sobre los aspectos de la sociedad Uruguaya, donde se realizó un censo para determinar las condiciones de vida de una persona con discapacidad, también se llegó a resultados de una población con un gran índice de discapacidades y las limitaciones en el entorno.</p>
<p>INCLUSIÓN Y RESPETO A LA DISCAPACIDAD</p>	<p>En este apartado se refiere a los conceptos generales sobre "las buenas prácticas" que hace referencia "como las relaciones entre las personas que comparten la vida cotidiana de la sociedad que constituimos" y la manera en que estas "buenas prácticas" se ven reflejadas es en vínculo social o en el contacto diario con las personas que nos rodean, por esto es necesario que se establezcan códigos de participación que representen a un colectivo social que respondan a normas sociales básicas como por ejemplo: la forma de mirarnos, de actuar, de hablar, el tono de voz, los movimientos, entre otros, llegando así a un patrón de sociabilidad que va más allá de ser, sentir y hacer.</p>

DERECHOS HUMANOS	En este punto del manual se menciona el paradigma de los derechos humanos, el cual se refiere a que los derechos humanos son la base esencial de cualquier Estado de derecho y protección de todas las personas. Estos paradigmas son parte de la realidad cotidiana que ejercen una tarea de orientación de técnicos, políticos y de la sociedad en general, quienes tomarán de las ideas, de las sugerencias y representaciones de ese paradigma lo que les es instrumental para su desarrollo diario. Es por ello que para acatar este paradigma en el país, Uruguay, se vuelve un ejemplo en la participación efectiva para las personas con discapacidad.
MODELO SOCIAL DISCAPACIDAD	El Modelo Social constituye una mirada y una lectura que hace énfasis en las capacidades de las personas y no sus diferencias, lo cual es una nueva forma de entender y actuar en el campo de la discapacidad. Se trata de re-situar a cada persona en su singularidad.
CONCEPTOS CLAVES	En general, las palabras y/o terminologías que se usan en el diario vivir constituyen a cada sociedad, ya que se va construyendo e incorporando en el lenguaje compartido por ese colectivo social. Pero para poder hablar sobre la discapacidad es necesario incorporar vocablos que sean los correctos al momento de referirnos al tema, y para entender estas terminologías lo principal es que hay que saber que la discapacidad significa limitaciones o barreras de actitud y del entorno que evitan la participación plena de cada persona en igualdad de condiciones.
LENGUA Y LENGUAJE	En este apartado del manual menciona las leyes que reconocen el acceso a la información y de comunicación, el tipo de lenguaje que se manifiesta para las personas sordas, donde se establece que el lenguaje por señas es natural y corresponde a esta comunidad.

<p>DISEÑO UNIVERSAL</p>	<p>El reconocimiento de la existencia de distintas formas de funcionar, de la diversidad funcional, conlleva al desarrollo de diseños universales de diferente índole, que reconozcan esa diversidad, dónde se manifiesta en todos los recursos necesarios para cubrir las necesidades de las personas para su pleno desarrollo personal y social.</p>
<p>DISEÑO Y ACCESIBILIDAD</p>	<p>En este punto se habla sobre diversidad funcional- diseño universal - accesibilidad universal y se considera como un pilar básico de acciones para desarrollarse en un marco de trabajo anti-discriminatorio. La accesibilidad universal se rige por los siguientes puntos: 1. Adecuación funcional: son acciones orientadas a mejorar la distribución y optimizar el uso de espacios y artefactos. 2. Ajustes razonables: son las modificaciones y adaptaciones necesarias y adecuadas para garantizar a las personas con discapacidad el goce o ejercicio, en igualdad de condiciones con los demás. 3. Sistemas de apoyo: se vincula especialmente a los mecanismos necesarios para salvaguardar a las personas que por situación de discapacidad deben tomar decisiones y asumir responsabilidades con vinculación e implicación jurídica.</p>
<p>TIPOS DE DISCAPACIDAD</p>	<p>En esta sección se menciona a los tipos de discapacidad como situaciones de discapacidad con cualquier índole, es decir, situaciones de discapacidad de índole motriz, índole sensorial, índole intelectual, índole psíquica o mental, índole “múltiple” que responden a limitaciones de diferente índole (motriz, sensorial, cognitiva, psíquica).</p>

TERMINOLOGÍA GENERAL

El término consensuado es **“personas con discapacidad”**, trata de dar cuenta de que los derechos están dirigidos a las personas como sujetos y no a su condición o característica. Mientras que, otras terminologías quedan obsoletas como por ejemplo: “discapacitado”, “disminuido”, “invalido”, “pobrecito”, “minusválido”, “impedido”. Asimismo, también se exhorta evitar el uso de términos como: “valiente”, “valeroso”, “héroe”, “virtuoso”, “capacidad diferente”.

SITUACIONES DE DISCAPACIDAD DE ÍNDOLE MOTRIZ: En la atención al público, contribuimos a reducir la situación de discapacidad motriz manteniendo el siguiente trato y las siguientes prácticas:

CÓMO NO REFERIRNOS	CÓMO SI REFERIRNOS
PARALÍTICO LISIADO DEFORME POSTRADO	PERSONA CON DISCAPACIDAD MOTRIZ

SITUACIONES DE DISCAPACIDAD DE ÍNDOLE INTELLECTUAL Y/O DIFICULTADES EN LA COMPRESIÓN¹¹:

CÓMO NO REFERIRNOS	CÓMO SI REFERIRNOS
ENFERMITO DOWN MONGÓLICO RETARDADO RETRASADO MENTAL DEFICIENTE	PERSONA CON DISCAPACIDAD INTELLECTUAL

SITUACIONES DE DISCAPACIDAD DE ÍNDOLE SENSORIAL: A la hora de atender al público en situación de discapacidad de índole sensorial, contribuimos a reducir tal situación atendiendo a los siguientes aspectos:

CÓMO NO REFERIRNOS	CÓMO SI REFERIRNOS
SORDOMUDO MUDO LENGUAJE DE SEÑAS	PERSONA SORDA - SU LENGUA ES LA LENGUA DE SEÑAS
CÓMO NO REFERIRNOS	CÓMO SI REFERIRNOS
CIEGUITO NOVIDENTE	PERSONA CIEGA

SITUACIONES DE DISCAPACIDAD DE ÍNDOLE PSÍQUICA O MENTAL¹²:

CÓMO NO REFERIRNOS	CÓMO SI REFERIRNOS
BIPOLAR DELIRANTE ESQUIZOFRÉNICO HISTÉRICA ALIENADO DEMENTE TRASTORNADO LOCO	PERSONA CON DISCAPACIDAD MENTAL PERSONA CON SUFRIMIENTO MENTAL PERSONA CON PADECIMIENTO MENTAL PERSONA CON DISCAPACIDAD PSICOSOCIAL

(MIDES, 2014)

Anexo 10. Guía de buenas prácticas sobre personas con discapacidad para profesionales de la comunicación

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS SOBRE PERSONAS CON DICAPACIDAD PARA PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN	
ANÁLISIS DE FORMA	OBSERVACIONES
DISEÑO	Simple
FORMATO	A4, guía de formato digital
GRÁFICA	contiene símbolos
PÁGINAS	63 páginas, extenso
TIPOGRAFÍA	Arial y Times New Roman
TAMAÑO DE LETRA	14 pts.
CROMÁTICA	FULL COLOR
TÍTULOS	12 títulos
SUBTÍTULOS	14 subtítulos
ANÁLISIS DE FONDO	OBSERVACIONES
ÍNDICE	El índice esta compuesto por 12 ítems y 14 subtemas
PRESENTACIÓN	Esta guía ayudará a orientar a los profesionales de la comunicación en la manera en cómo se deben expresar para la elaboración de la información en los medios de comunicación, la misma pretende que se conozca la realidad de las personas con discapacidad, promoviendo una imagen clara sin prejuicios ni estereotipos. Esta guía se centra en el lenguaje, ya que el mismo influye en los cambios sociales.

<p>INTRODUCCIÓN</p>	<p>Es un manual práctico que permite el uso ágil sobre dudas que se plantean los profesionales de la realidad que los rodea, su uso ayudará de manera profesional a los profesionales de la comunicación al usar términos correctos para evitar la discriminación. La guía abarca pautas sobre el tratamiento básico informativo de la discapacidad en los medios; pautas de recomendación para redactar información; pautas del buen uso del lenguaje para relatar y escribir sobre los tipos de discapacidades (física, visual, auditiva, intelectual, enfermedad mental, etc.) y por último, se habla de pautas sobre la accesibilidad de la información. Esta guía termina en una exposición de terminología de manera adecuada frente a la inadecuada.</p>
<p>TRATAMIENTO INFORMATIVO DE DISCAPACIDAD EN MEDIOS</p>	<p>En este apartado del manual se enumeran una serie de consignas sobre la discapacidad. 1: enfermedad no es sinónimo de discapacidad. 2: la discapacidad es una condición. 3: la discapacidad es el resultado de la interacción con el entorno que los rodea, es decir las limitaciones del entorno y la comunidad debe adaptarse a ella. 4: el derecho de expresión por sí mismo y no depender de nadie</p>
<p>EL MENSAJE</p>	<p>El mensaje al ser redactado tiene que tener ciertas características inclusivas como: información accesible, lenguaje sencillo, tono adecuado que evite la conmisericordia, debe ser un mensaje descriptivo de la realidad, evitar términos de sobreprotección, evitar un lenguaje infantilizado, evitar la sobrevaloración de una persona con discapacidad, enfatizar en las capacidades y no limitaciones de una persona con discapacidad, debe informar sobre la accesibilidad en todos los ámbitos que pueda realizar una persona con discapacidad, el mensaje debe dar énfasis en la persona y no a los grupos y no usar términos incorrectos como: "autista", "paranoico/a" entre otras.</p>

<p>LENGUA, CÓMO ESCRIBIR Y HABLAR</p>	<p>Los medios de comunicación son quienes difunden y construyen el imaginario social en la forma en la que se habla y se escribe. Por ello, se recomienda introducir vocablos que ayuden y fomenten a una realidad igualitaria para que las personas con discapacidad participen y tengan igualdad de oportunidades. Dentro de este punto se habla sobre los derechos y leyes establecidas por las Naciones Unidas y sobre las Leyes establecidas en Andalucía, España</p>
<p>TIPOS DE DISCAPACIDAD</p>	<p>Existe una enumeración sobre los tipos de discapacidades los cuales son: 1. Discapacidad Física y se debe referir en los mensajes como: "persona con discapacidad motriz o motora", "persona con discapacidad física", "persona con discapacidad orgánica" y/o "persona con parálisis cerebral". 2. Discapacidad visual: se debe decir "persona con ceguera", "ciego/a", "persona con discapacidad visual". 3. Discapacidad auditiva: "persona sorda", "persona con sordera". 4. Discapacidad intelectual: "personas con síndrome de Down", "personas con discapacidad intelectual", "persona con trisomía 21". 5. Enfermedad mental: la información deberá usar términos como: "persona con enfermedad mental", "persona con problemas de salud mental", "persona con discapacidad consecutiva a una enfermedad mental" y/o "persona con trastorno mental grave". 6. Trastorno del Espectro Autista, se recomienda escribir o hablar con los siguientes términos: "personas con autismo", "persona con Trastornos del Espectro del Autismo (TEA)".</p>

<p>TRATAMIENTO DE LA IMAGEN</p>	<p>Una vez empleado el mensaje adecuado es necesario tener en cuenta la imagen a publicar, la cual deberá ser la más adecuada para describir a una persona con discapacidad. Como por ejemplo: emplear imágenes que demuestren la vida cotidiana de una persona con discapacidad: tareas domésticas, de recreamiento, trabajo, las cuales transmitan visiones positivas. Evitar imágenes melodramáticas, de niños, mostrar imágenes que demuestren los beneficios del entorno para una persona con discapacidad, se deberá realizar imágenes con signos para aquellas personas con discapacidad auditiva, ajustar la información a materiales gráficos para personas con discapacidad intelectual.</p>
<p>ACCESIBILIDAD</p>	<p>Las nuevas tecnologías hacen y permiten la accesibilidad a la información de manera fácil y rápida en igualdad de oportunidades, es por eso que se debe superar las barreras digitales para el uso de las mismas, ya que toda persona tiene derecho a participar en la sociedad y estar informado y de esta forma para que no se considere a la accesibilidad a la información como una barrera a la comunicación y al conocimiento. En este apartado del manual habla sobre como los medios de Andalucía deben estar comprometidos a una programación participativa, como por ejemplo en el canal sur de la ciudad muestra parrillas de programación presentada en lenguaje de signos, subtitulada y audio-descriptiva. Los subtítulos de prensa en la TV y en la Web debe tener estándares legales que tengan un registro, los audios-descriptivos se rigen a las normas generales de España. Lectura fácil, los materiales de información deberán tener la siguiente siglas para identificar la información accesible "LF". Web accesible: las páginas digitales deberán contar con recursos para que ayude a la comprobación si la página es accesible o no.</p>

TERMINOLOGÍA

De manera general y de acuerdo a cada discapacidad, se debe aplicar terminologías que no discriminen y fomenten el buen uso del lenguaje en todas sus formas:



		
DISCAPACIDAD FÍSICA Y ORGÁNICA	personas con discapacidad física personas con discapacidad orgánica personas con discapacidad motriz personas con movilidad reducida	"cojos" o "cojas" "paralíticos" o "paralíticas" "inválidos" o "inválidas"
	Usuario o usuaria de silla de ruedas "que va en silla de ruedas"	Postrado o postrada en una silla de ruedas
	persona de talla baja persona con acondroplasia	"enano" o "enana"
	discapacidad congénita / "discapacidad desde su nacimiento"	"defecto de nacimiento" "defectuosos" o "defectuosas"
PARÁLISIS CEREBRAL		
	persona con parálisis cerebral	"paralítico cerebral"

		
DISCAPACIDAD SENSORIAL AUDITIVA	personas sordas / persona con sordera / persona con discapacidad auditiva	Sordos o sordas Sordomudos o sordomudas
	lengua de signos	lenguaje de signos
	'Ley de lengua de signos y medios de apoyo a la comunicación oral para personas sordas'	Ley de lengua de signos
	audifono o implante coclear	"sonotone"
		
DISCAPACIDAD SENSORIAL VISUAL	personas ciegas ceguera personas con ceguera personas con discapacidad visual	Invidentes, mundo de tinieblas

ENFERMEDAD MENTAL		
	centro de salud mental/centro de día/ centro de rehabilitación	manicomio / psiquiátrico
	enfermedades mentales problemas de salud mental	enfermedades psiquiátricas
	ingreso hospitalario	reclusión / internamiento / encierro
	Descompensación de su enfermedad	"ataque" "brote"
	personas con enfermedad mental o personas con problemas de salud mental	"enfermo o enferma mental" "trastornado" o "trastornada", "perturbado" o "perturbada" "psicópata", "demente", "loco" o "loca"
persona con esquizofrenia personas que tiene depresión persona que tiene esquizofrenia	Esquizofrénico o esquizofrénica, depresivo o depresiva, Maníaco o maníaca, anoréxico o anoréxica, psicótico o psicótica,...	

TRASTORNOS DEL ESPECTRO AUTISTA		
	persona con autismo persona con Trastornos del Espectro del Autismo (TEA) personas con Trastornos del Espectro Autista (TEA) persona con TEA (una vez que se han explicado las siglas)	"autista"
ENFERMEDAD MENTAL		
	personas con enfermedad mental o personas con problemas de salud mental	"enfermo o enferma mental" "trastornado" o "trastornada" "Perturbado" o "perturbada" "psicópata" / "demente" / "loco" o "loca"
persona con esquizofrenia persona que tiene depresión persona que tiene esquizofrenia	Esquizofrénico o esquizofrénica, depresivo o depresiva, Maníaco o maníaca, anoréxico o anoréxica, psicótico o psicótica,...	

(Álvarez R. , 2013)

Anexo 11: Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas

El Manual de Buenas Prácticas Comunicacionales Inclusivas para un Departamento de Comunicación se lo puede encontrar como un producto adjunto al documento de esta tesis debido a que se trabajó con un formato diferente para que cumpla con los requisitos establecidos para su publicación

