## COMUNICACIÓN INCLUSIVA E ACCESIBLE.

· Que é o esquema circular da comunicación?

Hoxe en día, a comunicación non é lineal senón circular. Os cidadáns convertémonos en emisores de mensaxes e, grazas a Internet, temos máis poder que nunca. Ou polo menos, iso é o que pensamos.

· Como é o receptor?

O receptor da comunicación pública é un ser diverso, temos diferentes formas de percibir e procesar a información. As persoas con discapacidade teñen hábitos moi parecidos aos do resto da poboación.

· Como ten que ser o emisor?

O emisor escoita antes de emitir mensaxes. É importante que as administracións teñan empatía coa diversidade cidadá, só así se comunicará ben. Comunicar ben é entender ao cidadán.

· Como ten que ser a mensaxe?

A mensaxe ten que ser accesible e inclusiva. Terá en conta os dereitos das persoas con discapacidade, as súas necesidades e tamén os obxectivos de comunicación. Así será moito máis eficaz.

## MENSAXE CON INFORMACIÓN FIABLE, COMPLETA E RIGUROSA SOBRE A ACCESIBILIDADE UNIVERSAL

Esta característica da mensaxe é importante porque a información de accesibilidade é a clave para as persoas con discapacidade e as súas familias. Non basta con dicir que unha contorna ou servizo é accesible, hai que informar dos elementos que aportan esa accesibilidade, con detalles e imaxes.

## REPRESENTATIVO DA DIVERSIDADE FUNCIONAL

En mensaxes que mostren a persoas, hai que visibilizar ás persoas con discapacidade. É importante facelo con respeto e sen paternalismo, sen estereotipos negativos e cun enfoque normalizado e positivo.

## PERCEPTIBLE PARA TODAS AS PERSOAS

As campañas de comunicación teñen que ter unha mestura de medios que se dirixan, polo menos, ao oído, á vista e ao tacto.

Programa Fomento da Accesibilidade na Deputación Provincial de A Coruña

# Di Coruña **accesible**

## COMUNICACIÓN INCLUSIVA

30 novembro 2018
[sala JUANJO GALLO]

Deputación DA CORUÑA

## CONCEPTOS CLAVE.

· Por que falar de marketing ao sector público?

Os cidadáns somos cada vez máis exixentes cos servizos que recibimos e eximos que estes satisfagan as nosas necesidades. O marketing comercial desenvolveu unha serie de ferramentas e metodoloxías moi útiles para coñecer as necesidades dos consumidores e definir servizos que as satisfagan. Isto pode aproveitarse dende o sector público.

Por outro lado, o marketing social desenvolveu métodos para cambiar e mellorar hábitos e conductas. Se unha administración quere que os cidadáns coñezan os seus dereitos pero tamén coñezan as súas obrigacións e as cumpran, hai que usar o marketing e comunicar para todos.

· Que é o Marketing Inclusivo?

Definimos o marketing inclusivo como o marketing que pensa en todas as persoas. Un enfoque de marketing que deseña estratexias e ofertas que tratan de resolver as necesidades de todas as persoas e non só as da maioría. Trátase de coñecer a diversidade do cidadán para deseñar servizos que se adapten a todas as formas de funcionar.

· Que é a discapacidade?

Dende a Convención dos Dereitos das Persoas con Discapacidade (ONU, 2006) entendemos que "A discapacidade xérase cando hai unha persoa con deficiencias funcionais. Ante un produto, servizo, contorna ou actitude que non ten en conta esas limitación ao funcionar e impídelle participar en igualdade de condicións que o resto".

· Quen é o cidadán diverso?

Sabemos que o 40% da poboación necesita accesibilidade para poder levar unha vida cómoda, segura e autónoma. O accesible non é unicamente necesario para as persoas con discapacidade. Hai outros colectivos que tamén funcionan de modo diverso, é dicir, de modo diferente. Son as persoas maiores, as persoas de talla baixa, as embarazadas en avanzado estado de xestación, pais e nais con carro, etc.

Os grupos de diversidade son: físicas, visuais, auditivas, cognitivas e orgánicas.

· Que necesidades ten o cidadán diverso?

As necesidades do cliente diverso afectan a todas as actividades humanas que teñen que ver coa contorna. Así, na Deambulación, Aprehensión, Localización e Comunicación pode existir dificultades dependendo da diversidade que a persoa teña.