

Metodología para evaluar productos y servicios accesibles para las personas con discapacidad en un departamento de comunicación institucional

¹Soria, Andrea; ²Valenzuela, Sofía; ¹Célleri, Ámbar; ²Astudillo, Karen; ¹Dávila, Yolanda; ^{1,3}Peñaherrera Vélez, Ma. José; ¹Vélez-Calvo, Ximena.

¹Vicerrectorado de Investigaciones, Universidad del Azuay; ²Municipio de Cuenca; ³ Departamento de Biociencias, Universidad de Cuenca.

asoria@uazuay.edu.ec; svalenzuela@cuena.gob.ec; acelleri@uazuay.edu.ec; manu5554@hotmail.com; ydavila@uazuay.edu.ec; mpenaherrera@uazuay.edu.ec; xvelez@uazuay.edu.ec

INTRODUCCIÓN

Un departamento de comunicación institucional es un espacio estratégico dentro de cualquier organización, pues tiene la función de generar una buena imagen entre clientes, proveedores y colaboradores pero además de generar una correcta comunicación dentro de la empresa o institución (EAE, 2015). Los departamentos de comunicación deben promover los valores de la cultura inclusiva en sus instituciones (Antezana y Linkimer, 2016). Al ser los generadores de toda la información que se difunde interna y externamente, es necesario que sus productos y servicios respeten, valoren y construyan aperturas hacia la discapacidad.

Un departamento de comunicación genera importantes aportes, tales como, manejar la información y crear la mejor estrategia para dar mensajes claros. También es responsable de la identidad corporativa y de cuidar que los mensajes que se transmitan a nombre de la compañía se hagan en función de su, misión y visión, así como del objetivo y la necesidad en cada contexto que se comunique. Asimismo, debe estandarizar los procesos comunicativos que se generan al interior de la compañía, estableciendo canales y procedimientos para que la información fluya de manera correcta y eficaz en cada contexto (EAE, 2015). Sus objetivos también implican definir y mantener el contacto con los públicos objetivos de la comunicación así como analizar, controlar y medir todo lo relacionado con el aspecto comunicativo de la organización; por lo tanto, para que todo funcione adecuadamente, el área de comunicación debe depender directamente del órgano de mayor poder funcional dentro de la organización y su responsable debe tener acceso a la participación en las sesiones de trabajo a partir de donde se originarán los mensajes internos y externos a emitir (ESAN, 2016).

Un óptimo desempeño de esta área implica se cumpla una importante función interna, pues permitirá una mayor identificación de los trabajadores con la organización y aumentará el sentido de pertenencia. Por su parte, una pertinente función externa implica que se comunique de forma clara a los clientes potenciales y al público objetivo aportando credibilidad y positivismo (EAE, 2015).

Dado que la comunicación es una de las habilidades más importantes que tenemos como seres humanos, debe ser aprovechada en el mundo organizacional (Sanabria, 2015). Se habla mucho de las formas que deberían considerarse para que exista un buen flujo de comunicación dentro la empresa, ya sea desde la dirección a los empleados, entre los empleados y de los empleados a sus coordinadores (Sanabria, 2015). Una buena comunicación es clave al momento de resolver conflictos, para promover la confianza y un buen clima de trabajo, para favorecer el trabajo en equipo, la empatía, la asertividad, etc. (Sanabria, 2015).

En los últimos años se ha hablado mucho acerca de la comunicación desde la perspectiva de género, y desde hace muy poco desde la perspectiva de inclusión. La pregunta en este sentido es si la comunicación puede promover la igualdad. A esto se lo conoce como comunicación inclusiva y es aquella que busca, tanto en la comunicación verbal y no verbal que el lenguaje sea un motor de la igualdad y aporte a la visibilidad de las minorías en el ámbito empresarial (Sanabria, 2015).

Entorno a la discapacidad existen una serie de concepciones peyorativas así como un trato discriminatorio, situación que aún persiste en nuestro medio, pues no se ha puesto la atención que merece el tema de inclusión (Milenys, Espinoza y Frías, 2017). Existen varios ejemplos en los que se puede evidenciar la presencia de un lenguaje discriminatorio de uso frecuente en los medios de comunicación. Por ejemplo, el uso de términos inadecuados como “cojito”, “cieguito”, “tuerto”, “persona que sufre de retraso mental”, “loco”, entre otros (García y Bustos, 2015). A decir de algunos profesionales de la comunicación, el uso de términos inadecuados se genera por desconocimiento o por costumbre.

Adicionalmente, está el hecho de que los mensajes que transmiten los departamentos de comunicación institucional, no necesariamente llegan de forma eficaz a todas las personas que puedan requerir información (ESAN, 2016). Se evidencia entonces la necesidad de abordar el tema de comunicación inclusiva a nivel institucional, para que se generen los mecanismos

adecuados para que ésta se presente en los formatos requeridos por personas con distintos tipos de discapacidad, pero que además el mensaje además de pertinente considere la diversidad de este público y por lo tanto dignifique su condición (ESAN, 2016).

Algunas de las barreras más importantes que pueden presentarse para la comunicación de estos temas serán aspectos como la herencia social y cultural de las personas involucradas. En el fondo, existen varios aspectos que no están descritos específicamente y que son patrones heredados, lenguaje verbal y no verbal. Debido a esto los encuentros que se den en las organizaciones pueden ser considerados como actos ceremoniales o rituales en donde puede existir un “guion preestablecido” y por este motivo se pueden dar situaciones ineficientes como resultado de dichos encuentros (Dumbrava, 2013).

Además de las situaciones previamente mencionadas, entre otras barreras que pueden presentarse en los departamentos de comunicación están relacionadas con la personalidad, actitudes, nivel de educación, sistemas de valores y diferentes comportamientos que hacen difícil mantener un clima de armonía y sin conflicto (Holten y Kliem, 2015).

Un recurso que permite la aplicación de los principios de inclusión en la generación de propuestas son los principios de Accesibilidad Universal, pues permiten que la institución atienda y comunique a todos sus usuarios (Alonso, 2017). La accesibilidad busca la eliminación de todas las barreras que limitan la plena inclusión de las personas con discapacidad en los diferentes ámbitos de la vida cotidiana (Díaz, 2010; Comes et al., 2007).

Con referencia a la accesibilidad universal los productos comunicacionales deberían tener las siguientes características:

- Deben ser de uso equitativo, es decir, proporcionar las mismas formas de uso para todos, evitando segregar o estigmatizar a cualquier usuario, agradable para todos y que todos los usuarios cuenten con las mismas garantías de acceso, privacidad y seguridad (UNC, 2008).
- Deben acomodarse a un amplio rango de preferencias y habilidades individuales. Por ejemplo, servir tanto a diestros como zurdos, adaptar al ritmo de uso del usuario, facilitar la precisión y la exactitud (UNC, 2008).

- El uso simple e intuitivo debe garantizar que el producto comunicacional sea fácil de entender sin importar la experiencia, conocimientos, habilidades de lenguaje o nivel de concentración del usuario. Eliminando la complejidad innecesaria, siendo consistente con la intuición y las expectativas del usuario. Proporcionando información y retroalimentación eficaces durante y después de la tarea (UNC, 2008).
- La información que se transmita debe ser efectiva. Se puede utilizar diferentes medios para la presentación, maximizar la legibilidad de la información esencial, diferenciar los elementos de manera que puedan ser descritos por sí solos. Proporcionar compatibilidad con varias técnicas o dispositivos usados por personas con diversos grados de funcionalidad sensorial (UNC, 2008).
- Se deben minimizar los riesgos y consecuencias adversas de acciones involuntarias o accidentales ordenando los elementos para minimizar el peligro y los errores, advirtiendo acerca de los mismos en caso de que existieran (UNC, 2008).
- La información debe ser usada de forma cómoda y eficiente, minimizando la fatiga, permitiendo al usuario mantener una posición neutral de su cuerpo, reduciendo, o evitando el esfuerzo físico constante (UNC, 2008).
- El mensaje debe responder a un tamaño y espacio adecuado para el acercamiento, alcance, manipulación y uso, independientemente del tamaño corporal, postura o movilidad del usuario. Proporcionar una línea clara de visibilidad hacia los elementos importantes, para todos los usuarios de pie o sentados. Proporcionar un espacio adecuado para el uso de apartados de asistencia o personal de ayuda (UNC, 2008).

Los productos comunicacionales deben ser accesibles a las personas con discapacidad y su mensaje debe respetar a este colectivo considerando su diversidad en términos de equidad (Álvarez Pérez et al., 2013). Lograr la armonía entre los diferentes niveles de la empresa y entre los miembros de un mismo nivel, es una tarea que exige la atención priorizada de la alta dirección, la cual se alcanza cuando funciona correctamente la comunicación, estableciendo una red de información de mucha riqueza y participación que permita disponer de todos los elementos necesarios para tomar decisiones en el momento oportuno. Es indispensable una comunicación eficaz. Sólo a través de ella pueden realizarse el resto de los procesos, pues permite el logro de metas alcanzables, retadoras y gratificantes (ESAN, 2016).

MÉTODO

El objetivo del presente trabajo es diseñar una metodología que permita evaluar los procesos y la existencia de productos y servicios accesibles para las personas con discapacidad en un departamento de comunicación institucional. No se encontraron estudios que permitan evaluar estas prácticas institucionales, por lo que se decidió construir una metodología propia. Se realizaron revisiones bibliográficas en bases de datos (Ebsco, Proquest, Google Académico), para buscar metodologías y procedimientos que respondan al propósito de la investigación.

Se obtuvieron las siguientes metodologías (Véase Tabla 1):

Tabla 1. Revisión de metodologías que evalúan procesos y productos

METODOLOGÍA	EN QUE CONSISTE	USOS
AUTOR		
Diagrama de Pareto – Joseph Jurán	Curva 80% - 20% para organizar datos. (Imai, 2005)	Para centrar los esfuerzos en lo más importante, diferenciar problemas vitales de triviales.
Diagrama de Ishikawa – Kaoru Ishikawa	Estudio para localizar las causas de los problemas (Imai, 2005).	Para sugerir varias posibilidades que sean causantes de una situación no deseada.
Cuadro de Mando Integral – Robert Kaplan y David Norton	Modelo de gestión organizacional (Kaplan y Norton, 2000).	Como soporte de información periódica para la dirección de los procesos de la empresa, con base en indicadores de los factores clave de desempeño.
Modelo de Kano – Noriaki Kano	Teoría de desarrollo de productos y de satisfacción del cliente (López y Galvis, 2016).	Para clasificar las preferencias del cliente e 5 categorías de calidad: atractiva, unidimensional, requerida, indiferente, inversa, atributos básicos.

Diagramas de Control – Walter Shewart	Registrar de manera estadística los resultados de los procesos (Schewart, 1986).	Para supervisar el desempeño de los procesos de producción.
Gestión de Riesgos	A partir de un análisis, generar una matriz de riesgos para actuación dentro de una entidad (Molano y Arévalo, 2013).	Identifica y evalúa riesgos según su impacto potencial
PDCA – Edward Deming	Modelo sistemático para implementar un ciclo de mejora continua (Suárez, 2007).	Buscar formas de mejorar los procesos.
Gestión de la Calidad Total – Edward Deming	Varias herramientas estadísticas para graficar el funcionamiento de un determinado sistema o proceso (Suárez, 2007).	Identificar con facilidad los errores y encontrar maneras de mejorar los procesos.
FODA – Humphrey y Weihrich	Matriz donde se analizan las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de un proyecto idea (Koo, Yin, et al., 2011).	Conocer la viabilidad presente, futura y establecer estrategias de desempeño.
Metodología de Sistemas Suaves – Peter Checkland	Se compone de 7 etapas para definir “qué” es un problema y expresar “cómo” resolverlo (Checkland y Scholes, 1999).	Identificar situaciones problemáticas en donde es importante tomar en cuenta la subjetividad y el punto de vista de los involucrados.

Posteriormente se plantearon y analizaron modelos de evaluación y se desarrollaron discusiones con un equipo de expertos para determinar los procedimientos más relevantes para la consecución del objetivo planteado.

RESULTADOS

Se diseñó un proceso de tres etapas que se presentan en el Gráfico 1, y que es explicado a continuación.

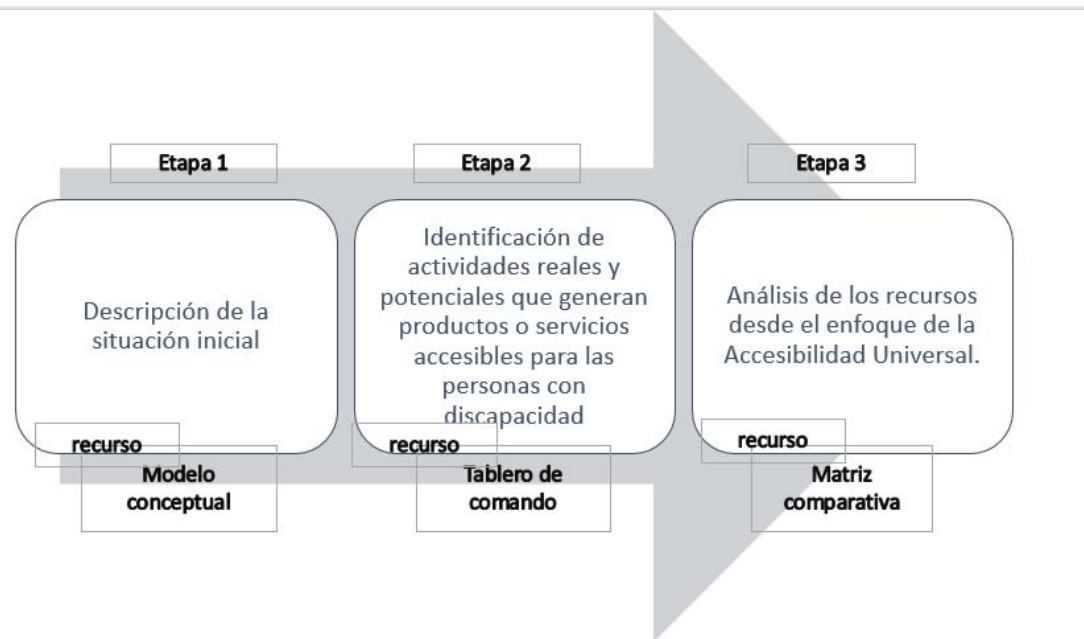


Gráfico 1. Proceso para evaluar la existencia de productos y servicios accesibles para las personas con discapacidad en un departamento de comunicación institucional

1. Descripción de la situación inicial

En esta etapa se pretende identificar todas las actividades que se ejecutan en el departamento a través de entrevistas y observación directa. Todas estas actividades se documentan en modelos conceptuales. Un modelo conceptual es una herramienta que se utiliza para representar fenómenos o sistemas, centrándose en los elementos más destacados del mismo y mostrando las interrelaciones entre ellos (Mondino, 2014). La importancia de un modelo conceptual reside en el hecho de describir el conjunto de actividades que un sistema debe realizar (Wilson, 1993). Estos modelos permiten tener una visualización ordenada de las actividades y los procesos a los que estas pertenecen. De este modo, se definen claramente las interrelaciones en las actividades generadas por los departamentos, los clientes o usuarios del proceso, sus actores, la transformación de insumos y sus responsables (Checkland y Scholes, 1999). De este análisis resulta un listado de actividades del departamento de comunicación.

2. Identificación de actividades reales y potenciales que generan productos o servicios accesibles para las personas con discapacidad

En esta segunda etapa se busca analizar las actividades desde dos cuestionamientos: 1. ¿Esta actividad debería generar servicios o productos accesibles, pues, el cliente o usuario podría ser persona con discapacidad? En consecuencia, se seleccionan las actividades que cumplen o deberían cumplir con este requisito. 2. ¿Qué productos o servicios están generando las actividades seleccionadas? A continuación, se identifican los recursos generados y se definen los que deberían realizarse.

Para lograr este objetivo se recomienda diseñar un tablero de comando que destacará los indicadores evaluados (Huerta, 2006). Esta herramienta identificará los recursos reales y potenciales que el departamento genera para las personas con discapacidad.

3. Análisis de los recursos desde el enfoque de la Accesibilidad Universal.

La tercera etapa tiene el objetivo de evaluar la accesibilidad de los recursos reales y potenciales al analizarlos desde los Principios de Accesibilidad Universal. Estos principios son considerados un modelo de intervención para la plena accesibilidad de las personas con discapacidad por medio de la Supresión de Barreras y el Diseño para Todos (Alonso, 2017). Los Principios de Accesibilidad Universal permitirán identificar si los recursos para las personas con discapacidad son accesibles y orientarán en el diseño de los nuevos recursos. Así pues, se busca eliminar o generar nuevas barreras (Alonso, 2017).

Se utilizará una matriz comparativa para evaluar el cumplimiento de estos principios. Esta matriz también orientará en la propuesta de alternativas.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La metodología de evaluación presentada permitirá que el departamento de comunicación institucional conozca el estado de los productos y servicios que genera, además podrá proponer, rediseñar o modificar sus recursos de manera que sean accesibles e inclusivos para las personas con discapacidad. La producción y desarrollo de estos productos y servicios está justificada por argumentos éticos y políticos en contra de la discriminación (Alonso, 2017); por argumentos legales sustentados en la actual Constitución del Ecuador como principio de Inclusión y Equidad (Asamblea Nacional Constituyente, 2008); por argumentos demográficos, pues en Ecuador la

población con discapacidad constituye el 5,6% (Conadis, 2014); y por argumentos económicos, pues las buenas prácticas de accesibilidad e inclusión en ámbitos como el urbanismo, han demostrado que la eliminación de barreras genera beneficios y ahorros para las personas con discapacidad y para beneficiarios indirectos, como sus familiares y comunidad. La metodología propuesta debe validarse realizando estudios empíricos que permitan reconocer su potencial e identificar las debilidades que necesitan corregirse. Así, esperamos que se generen observaciones, recomendaciones y discusiones que perfeccionen este recurso y contribuyan a que su aplicación responda al objetivo de su diseño.

REFERENCIAS

- Antezana, P., y Limkimer, M. (2016). *Caja de Herramientas Empresas Inclusivas*. Costa Rica: Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED), Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Organización Internacional del Trabajo (OIT).
- Alonso, F. (2017). Algo más que suprimir barreras: conceptos y argumentos para una accesibilidad universal. *Trans. Revista de traductología*, (11), 15-30.
- Álvarez Pérez, R., Bonachera Álvarez, E., Bustamante Muñoz, C., Galiana Carmona, T., González, S., Gómez Fernández, A., y - Vélez Mateo, C. (2013). *Guía de buenas prácticas sobre personas con discapacidad para profesionales de la comunicación. Andalucía*. Consejería de Salud y Bienestar Social.
- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República de Ecuador*. Quito: Registro Oficial.
- Checkland, P. y Scholes, J. 1999. *Soft Systems Methodology in Action*, Chichester, John Wiley & Sons, LTD.
- CONADIS. (2014). *Agenda Nacional para la igualdad en discapacidades*. Recuperado de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/Agenda-Nacional-para-Discapacidades.pdf>
- Comes, Y., Solitario, R., Garbus, P., Mauro, M., Czerniecki, S., Vázquez, A., ... & Stolkner, A. (2007). El concepto de accesibilidad: la perspectiva relacional entre población y servicios. *Anuario de investigaciones*, 14, 201-209.
- Dumbrava, G. (2013). Keying and Role Play in Business Communication: Gender, Age and Race Cues. *Annals of the University of Petrosani, Economics*, 99-106.
- Díaz, J. (2010). La accesibilidad a los medios de comunicación audiovisual a través del subtítulo y la audiodescripción. *Cooperación y diálogo*, 157-179.

- EAE Bussines School. El departamento de comunicación, la pieza clave en tu empresa (junio, 2015). Retrieved from EAE Bussines School: <https://retos-directivos.eae.es/el-departamento-de-comunicacion-la-pieza-clave-en-tu-empresa/>
- Universidad ESAN. El Papel del Área de comunicación en la Organización (septiembre, 2016). Retrieved from <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/09/el-papel-del-area-de-comunicacion-en-la-organizacion/>
- García, R., & Bustos, G. (23 de Febrero de 2015). *UDG Universidad de Guadalajara*. Obtenido de UDG Universidad de Guadalajara: <http://www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/article/view/229/345>
- Holten, S., & Kliem, H. (2015). Considerations on the causes of conflicts in the organization. *Academiei Fortelor Terestre*, 23-26.
- Huerta, J. (2006). *Discapacidad y Accesibilidad*. Lima: Fondo Editorial del Congreso del Perú.
- Imai, M. (2005). *La Clave de la Ventaja Competitiva Japonesa*, México, D.F., Compañía Editorial Continental
- Kaplan, R., & Norton, D. (2000). Using de Balanced Scorecard as Strategic Management System . *Harvard Business Review*, 1-13.
- Koo, H., Chau, K., Koo, L., Liu, S., Tsui, S., (2011). A Structures SWOT approach to develop strategies for the government of Macau, SAR. *Journal of Strategy and Management*, 62-81.
- López, A., & Galvis, Á. (Septiembre, 2016). *Repositorio Institucional Universidad de Cartagena*. Retrieved from Repositorio Institucional Universidad de Cartagena: <http://190.242.62.234:8080/jspui/handle/11227/3983>
- Milenys, R., Espinoza, J., & Frías, R. (2017). Evaluación del proceso de comunicación interna en la empresa turística. *Retos Turísticos*, 21-26.
- Molano, J., & Arévalo, N. (2013). De la salud ocupacional a la gestión de la seguridad y salud en el trabajo: más que semántica, una transformación del sistema general de riesgos laborales. *Innovar*, 21-31.
- Mondino, G. (2014). Modelos conceptuales y mentales, elementos para repensar la enseñanza y el aprendizaje. *Enfoques XXVI*, 57-78.
- UNC Universidad Nacional de Córdoba. Principios de Diseño Universal (abril, 2008). Retrieved from UNC Universidad Nacional de Córdoba: <https://blogs.unc.edu.ar/accesibilidad/accesibilidad/principios-de-diseno-universal/>
- Sanabria, C. (junio, 2015). *PrevenBlog*. Retrieved from <http://prevenblog.com/10-claves-para-una-comunicacion-inclusiva-en-la-empresa/>
- Schewart, W. (1986). *Statistical Method from de Viewpoint of Quality Control*. New York: Dover Publications.

Suárez, M. F. (2007). *El Kaizen: La Filosofía de Mejora Continua e Innovación Incremental detrás de la Administración por Calidad Total*, México, D.F., Panorama.

Wilson, B. (1993). *Sistemas: conceptos, metodologías y aplicaciones*. México, D.F., Megabyte.