



**Universidad Nacional de Nordeste**

**Facultad de Humanidades**

**Licenciatura en Comunicación Social**

**Trabajo Final de grado**

**Director de Tesis: Dr. Miguel Ángel Vilte**

**Alumno: Nelson Brian Cristaldo**

**Título:**

***Estrategia de Comunicación Integral para abordar  
temas de discapacidad en la Fundación La Colmena,  
Corrientes***



## Resumen

Esta tesis en la modalidad intervención tuvo como objetivo general analizar las estrategias de comunicación en la Fundación La Colmena para fortalecer su imagen institucional y mejorar la comunicación externa. El marco metodológico se dividió en tres etapas: en la primera, lxs miembrxs de la fundación participaron en encuentros para entender el rol del comunicador/a y expresar sus inquietudes, lo que llevó a la elaboración de un diagnóstico sobre actividades y segmentación del público objetivo. Se comunicaron los cambios propuestos en una reunión, y se realizó un taller comunicacional que permitió a los diferentes grupos de trabajo establecer acuerdos mutuos.

En la segunda etapa, se recopiló la información de estas reuniones para crear diversas piezas comunicacionales, como noticias y videos, enfocadas en la concientización sobre el trato hacia personas con discapacidad. Además, se produjeron podcasts con recomendaciones y se idearon dos actividades promocionales en un taller, buscando siempre la participación activa de lxs miembrxs de La Colmena en la creación y planificación de nuevas propuestas.

En la tercera etapa, se fortaleció la comunicación externa mediante colaboraciones con medios locales y participaciones en programas radiales y televisivos, lo que ayudó a potenciar las actividades promocionales definidas anteriormente. Como resultado final de este proceso, se creó una Guía de Buenas Prácticas de Comunicación que resume los aprendizajes y estrategias desarrolladas, asegurando una mejor implementación de las acciones comunicacionales en el futuro.

Este plan mejoró el diálogo interno en La Colmena y promovió un ambiente más colaborativo. A través del análisis realizado, se identificó que las decisiones se concentraban en pocas personas, lo que reveló una necesidad urgente de intervención externa para mejorar la comunicación interna. La Guía de Buenas Prácticas fue una solución clave para abordar las falencias en el sistema comunicacional actual, estableciendo directrices claras sobre cómo comunicar efectivamente.

Finalmente, se propusieron actividades para visibilizar el trabajo de la fundación. Estas iniciativas no solo buscaron captar la atención de la comunidad, sino también reflejar los valores fundamentales de La Colmena, capacitando a sus miembros para interactuar eficazmente con los medios y diversificando las voces que representaron su causa.

**Palabras clave:** Intervención comunicacional; políticas de Comunicación; imagen institucional; discapacidad y voluntariado.

**Índice:**

Introducción.....	4
Diagnóstico y delimitación del problema comunicacional.....	5
Objetivos.....	14
Marco teórico.....	14
Estrategia de intervención .....	20
Planificación de las prácticas y etapas y pasos seguidos en la ejecución del trabajo....	20
Evaluación de los resultados.....	33
Testimonios adicionales.....	35
Conclusiones y recomendaciones.....	37
Referencias bibliográficas.....	41
Anexo 1- Guía de buenas prácticas de comunicación .....	42
Anexo 2- Agenda de periodistas y medios locales.....	43
Anexo 3- Documentación respaldatoria (Decreto de interés legislativo) .....	45
Anexo 4- Producción de Podcast.....	46
Anexo 5- Noticias.....	46
Anexo 6- Contenidos para Instagram.....	47
Anexo 7- Registro fotográfico.....	48

### **Introducción:**

El presente trabajo de grado, bajo la modalidad intervención, se centra en una intervención destinada a optimizar la comunicación interna y externa para mejorar la organización en los miembros de la Fundación La Colmena, desde una perspectiva de comunicación estratégica. Esta institución desempeña un papel fundamental en la sociedad, ya que surgió como respuesta a las necesidades derivadas de la exclusión y discriminación que enfrentan las personas con discapacidad. Su misión es promover el respeto por los derechos a través de diversas iniciativas.

Los integrantes de esta fundación contribuyen para transformar la realidad social de manera voluntaria a través de sus profesiones o tiempo libre, participando en programas, eventos y actividades que buscan transformar la realidad social. La mayoría son personas con discapacidad o familiares directos, lo que refuerza el sentido de comunidad y compromiso compartido. Este esfuerzo colectivo se sustenta en los aportes de recursos, ideas y energía de muchos individuos que desean avanzar juntos hacia un cambio significativo.

Además del acompañamiento a personas adultas con discapacidad y sus familias, la organización se enfoca en resolver problemas específicos y fomentar la reflexión crítica sobre las políticas públicas. Uno de los ejes centrales del trabajo es la incidencia en la formulación de políticas públicas y decisiones institucionales basadas en la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad. Esto busca garantizar que los derechos sean efectivamente aplicados en contextos reales.

En Argentina, el acceso al Certificado Único de Discapacidad (CUD) está reservado para quienes presentan deficiencias motrices, sensoriales, intelectuales o mentales que limitan su participación plena en la sociedad. Al 2 de marzo de 2022, el Registro Nacional contaba con 1.503.779 personas con CUD vigente; entre ellas, 46.002 presentan Síndrome de Down, representando el 3% del total.

Los datos revelan una diversidad significativa en las discapacidades: el 26% corresponde a discapacidades físico-motrices, mientras que otras categorías incluyen deficiencias sensoriales auditivas (9%), visuales (5%) y físicas-viscerales (7%). A pesar del alto número registrado, existe un porcentaje considerable de la población que no cuenta con este certificado, lo que limita su acceso a derechos fundamentales.

Es importante destacar que la nueva Ley de Discapacidad está diseñada desde un enfoque en los Derechos Humanos, incorporando perspectivas de género,

interseccionalidad e interculturalidad. Esta legislación promueve un modelo social que reconoce a las personas como sujetos activos con derechos humanos plenos, abogando por entornos accesibles y universales.

### **Diagnóstico y delimitación del problema comunicacional**

Este diagnóstico surge de la ejecución del proyecto en 2023 y se realiza antes de iniciar la implementación en marzo de 2024. Para el desarrollo del trabajo se empleó el modelo de auditoría en comunicación propuesto por Etkin (2012), cuyo objetivo es investigar y optimizar los sistemas y prácticas comunicacionales tanto internas como externas de una organización. Esta auditoría ofrece insumos valiosos para la planificación estratégica, ya que permite realizar un análisis profundo de la realidad organizacional y de los desafíos específicos que enfrentan las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSCs). A su vez, es esencial incorporar un diagnóstico exhaustivo que abarca varios ejes fundamentales para proporcionar un contexto claro sobre el estado de la organización y fundamentar las decisiones estratégicas a seguir.

#### **□ Descripción de la realidad organizacional**

La Colmena es una fundación sin fines de lucro que se basa en el modelo social de la discapacidad desde el abordaje de los Derechos Humanos (adoptada por la Convención Internacional de los Derechos de las Personas con Discapacidad). La sede de la organización se encuentra en el Ex Regimiento, Av. 3 de abril 200, ciudad de Corrientes.

Respecto a su organigrama, La Colmena está compuesta por una presidenta, Natalia Livieres, una secretaria, Paula Prieto y una Tesorera, Gabriela Ojeda. A su vez, exhibe un equipo de gestión que toma todas las decisiones de la organización. Luego, el grupo técnico interdisciplinario interviene en la elaboración de material informativo, contribuciones y asesoramiento; al igual que en la planificación de temas a abordar en las acciones de difusión y comunicación.

El sistema de objetivos de la fundación se basa en generación y fortalecimiento de la accesibilidad en entornos; formación de Recursos Humanos con perspectiva de discapacidad y Derechos Humanos e Incidencia en políticas públicas. Al mismo tiempo, los proyectos y actividades se dividen en 3 ejes:

-Acompañar a las personas con discapacidad y sus familias para así contribuir a pensar la realidad que viven, desde las posibilidades de desarrollar una vida autónoma más que desde las carencias e imposibilidades, a través del enfoque de derechos y evitando la segregación.

-Desarrollar las habilidades personales para proyectos de vida independiente y asociativa, donde caben la inspiración y la autonomía de las personas, siempre con mirada inclusiva e interseccional.

-Promocionar, capacitar y articular actividades que permitan la participación activa de las personas mediante la producción de accesibilidad y la valoración de la diversidad como enriquecedora de las relaciones y posibiliten la convivencia armónica.

Del mismo modo, 60 familias participan actualmente de los talleres y actividades que brinda la fundación. Mediante algunas observaciones, se evidenció que también asisten diez familias de distintas localidades correntinas: (2 de Mercedes, 2 de Monte Caseros, 4 de Goya, 1 de San Cosme e igual cantidad en Santa Rosa). Cabe aclarar que también existen contactos con otras familias que siguen las redes de la Fundación, realizan consultas y descargan los materiales de la página web.

Otro de los públicos externos que plantea La Colmena son las empresas, socios y los distintos colaboradores. La fundación efectúa publicaciones en Facebook e Instagram para invitarlos a donar y “posibilitar la realización de más proyectos”. Pues, la organización se financia mediante donaciones y, a su vez, la difusión que ofrecen las redes sociales posibilita la realización de más proyectos (por única vez o de forma mensual). Las transferencias se efectúan a través de: donaronline, cafecito.app y depósitos y/o transferencias.

Siguiendo con el aspecto de difusión, desde la fundación, cuentan también con un grupo de WhatsApp que utilizan como intercambio de información y en el que participan actores internos y externos. El mismo está compuesto por más de 60 profesionales de Corrientes Capital y de distintas localidades. Además, comparten las publicaciones de las redes sociales y comentan los futuros proyectos. Las familias con algún tipo de dudas sobre discapacidad, pueden unirse al grupo para consultar y ser asesorados.

Asimismo, crearon un emprendimiento asociativo de inclusión sociolaboral denominado “Yateieco”, una marca propia que nació como un espacio de creación donde personas con y sin discapacidad producen y aprenden unas de otras. El producto principal es el eco envoltorio de alimentos, elaborado con tela de algodón impregnada con aceite de coco y cera virgen de abeja, producido agroecológicamente en Corrientes y alrededores.

Las personas que reúnen ciertas características y que pertenecen a Yateieco pueden formar parte del programa estatal “Promover la igualdad de oportunidades de empleo”. Este ofrece acompañamiento a personas con discapacidad en el desarrollo de su

proyecto ocupacional para insertarse en empleos de calidad y/o desarrollar emprendimientos de manera independiente.

### **□ Problemática de la OSC**

La presidenta de la fundación, Natalia Livieres, define a esta institución como “un espacio de formación y un instrumento de cooperación para el cambio de mirada de la comunidad acerca de las personas con y en situación de discapacidad”. Todo comenzó cuando su hija Lucía nació con síndrome de Down, los médicos le dijeron que hiciera estimulación temprana de manera urgente y es allí donde conoció a la terapeuta María Inés Pacheco. El trabajo que realizaba Inés estaba centrado en la familia, no en el niño/a, ni en su discapacidad, explicó Livieres.

Esta modalidad de trabajo le generó ciertos problemas con la obra social. A partir de dichas diferencias surgió la necesidad de crear una organización. Por este motivo, Livieres, buscó puntos en común con distintas instituciones, pero sentía que no respondían a sus necesidades. Livieres trabajó arduamente durante dos años, luego de los cuales logró contactar con madres en su misma situación y profesionales (¿solo de la salud?) con los que oficialmente formó la Fundación La Colmena en julio de 2018. Constituida por un grupo de voluntarios/as que ven a la discapacidad desde una perspectiva de derechos humanos y una construcción social.

De forma general, se produce una situación de discapacidad ante una sociedad que no está preparada para la diversidad y, en forma particular, cuando el entorno de una persona no está preparado para dicha diversidad. Ante la falta de adaptabilidad, la respuesta es eliminar las barreras que hacen que se produzcan las situaciones de discapacidad, pero es un camino muy largo, ya que desde muy temprana edad ocurren esas situaciones en las cuales hay barreras emocionales, físicas, normativas, etcétera que dificultan que las personas puedan tener una vida plena. Se debe pensar en la inclusión, en la diversidad, en la riqueza de la diversidad para la vida en general, no a partir de una discapacidad en particular.

### **□ Descripción de la identidad visual y conceptual**

De acuerdo con las entrevistas realizadas en la organización:

Identidad Conceptual: Responsabilidad, solidaridad, integridad y cooperación. Creen firmemente en la potencialidad del trayecto personal e individual para las personas con condiciones particulares o en situación de discapacidad. Piensan que mediante la formación propia y de los demás integrantes de la sociedad en todos los ámbitos

posibles, lograrán generar las oportunidades y posibilidades de desarrollo necesarias para una vida inspirada y autónoma.

**Visión:** Pretende ser una organización activa e innovadora, referente en materia de formación y orientación para crear condiciones de igualdad de oportunidades para todas las personas, independientemente de su condición de participar activamente en y por el bien de la sociedad.

**Misión:** Promover una sociedad equitativa, acompañando el desarrollo de estilos de vida autónomos y activos de todas las personas en la sociedad desde la perspectiva del modelo social de la discapacidad, generando un espacio de formación con aporte interdisciplinario, y participando de proyectos estratégicos en el ámbito local, nacional e internacional.

**Identidad Visual:** Si bien aún no poseen un manual de marcas, sí presentan identidad corporativa. El logo es un grupo de 3 celdas, similares a las de un panal de abejas. Los colores diversos y sus respectivos complementarios componen la paleta de esta imagen. Las celdas simbolizan al equipo de personas que, desde su propio lugar y singularidad, enriquece el desarrollo de la organización con su aporte. Nadie sobra, nadie está sin actividad, todos y todas crean, creciendo y aprendiendo nuevas habilidades que enriquecen a esta gran familia.

Son un equipo organizado, como las abejas dentro de la colmena, que van desarrollándose con conciencia y entendimiento, aportando cada cual, según sus habilidades, lo que la colonia necesita para funcionar y producir todas las riquezas que se pueden ofrecer. El abrazo resume la idea de acompañamiento, solidaridad y compromiso, en igualdad de condiciones.

#### **□ Análisis y evaluación de las comunicaciones**

**Comunicación interna: actividades y materiales.** (Forma en la que se organizan actualmente).

- Equipo de gestión: Diseño y planificación de actividades. Realización de comunicaciones y trámites, recolección de información. Procesamiento de las sugerencias y tomas de contacto de la comunidad.
- Mesa Técnica Interdisciplinaria: Planificación de temas a abordar en las acciones de difusión y comunicación.
- Equipo Permanente: Personas que colaboran a través de su profesión, actividad laboral o tiempo libre en distintos programas, actividades o eventos en forma

voluntaria. Tareas de administración, inscripciones, trámites, redacción, diseño, búsqueda de información y comunicación. Elaboración de propuestas y proyectos. Recaudación de fondos. Actividades de apoyo para cuidado y juegos de niños y niñas durante los encuentros.

#### Comunicación externa: actividades y materiales.

- Equipo de Gestión: Venta de productos para el sostenimiento. Comunicación a través de su página web y redes sociales, mencionadas a principio, y actividades de difusión.
- Mesa Interdisciplinaria: Elaboración de material informativo, contribuciones y asesoramiento a requerimiento. Folletos de Educación Sexual Integral, Chamamé Sencillo, Manual de Directrices para una cultura inclusiva en la educación y Cuadernillo informativo sobre el Certificado Único de Discapacidad con texto en Lectura Fácil. Libros y películas sugeridas.
- Equipo permanente: Tareas de organización de charlas, cursos, encuentros. Difusión de información. Realización de talleres creativos y elaboración de elementos didácticos y alimentos para ser ofrecidos en ferias y exposiciones para recaudación de fondos.

#### **Descripción de la imagen actual**

La edad de los jóvenes con discapacidad que participan ronda entre los 17 y los 35 años, de los cuales, ocho respondieron que conocieron La Colmena a través de algún miembro de la Fundación. Nueve dijeron que fue por medio de un amigo/a y tres comentaron que fue gracias a los cursos y talleres que brinda la fundación.

En cuanto a cómo se enteran de las actividades: diez personas respondieron que son avisadas por el grupo de WhatsApp, seis reciben la información por redes sociales en general, pero dos especificaron que se comunican por Facebook y dos por Instagram. En cuanto a la frecuencia: ocho afirmaron que reciben diariamente, cinco mensualmente, cinco esporádicamente y dos ocasionalmente.

De acuerdo con lo que subrayaron los encuestados, ocho coinciden en que la información que ofrece la Colmena tiene que ver con los Derechos Humanos de las personas con discapacidad, formación y acciones para lograrlos, orientación a familiares y asesoramiento en cuestiones legales y burocráticas, políticas inclusivas y educativas, actividades y talleres, entre otras. Los otros dos hicieron énfasis en la importancia del trabajo en equipo y en la venta de productos del emprendimiento YATEI ECO.

Con relación a los canales de comunicación, siete personas afirman que la información se transmite a través de las redes sociales y personalmente. Los otros tres respondieron que la divulgación se realiza de boca en boca, explicando los objetivos de la misma. De esos siete, solo dos nombraron las redes que más utilizan. Esas redes son: Grupo de WhatsApp, Correo electrónico, Facebook, Instagram, YouTube y la página web.

Conforme a los materiales y herramientas que ofrecen, seis comentaron sobre el trabajo que realizan con la Lectura Fácil. Es una herramienta de accesibilidad cognitiva destinada a hacer accesible la información escrita a las personas con dificultades de comprensión lectora. Otros, comentaron que también se brinda terapia, seguimiento, contención y materiales que se pueden descargar desde la página. El resto explicó el desarrollo del emprendimiento YATEI ECO, que permitió crear una fuente de trabajo, lo cual tiene que ver con el objetivo de fomentar una vida independiente. Todos coinciden en que las decisiones las toma Natalia Livieres (presidente), Paula Prieto (secretaria) y Gabriela Ojeda (tesorera), junto con el equipo de gestión, conformado por cuatro personas.

#### **□ Problemáticas de identidad, comunicación e imagen**

Después de analizar distintos tipos de materiales de comunicación, se pudo demostrar que no existía una estética visual definida en cuanto a colores, tipografías y estilos. Por lo cual se evidenció que no cuentan con integrantes que conozcan de edición de contenidos digitales. Tampoco poseían una estrategia comunicacional. En este sentido, la organización no efectuó un aprovechamiento de los reels o carruseles, formatos que cuentan con mayor alcance en plataformas como Instagram.

Cabe indicar que trataron de apuntar a un público amplio, no definido. La redacción y estructuración de textos presentaron desorden sintáctico en las oraciones, colocan mucho texto y el mensaje se pierde, etc. No reflejaron un cronograma de contenidos y tampoco están orientados a convencer a los socios/colaboradores. No fueron textos persuasivos, sino, simplemente descriptivos de los productos que venden. Por último, no aplican contenidos específicos en cada red.

En este fluograma se observa de manera secuencial, cómo se relaciona La Colmena con otras instituciones para lograr un objetivo en común. Asimismo, los equipos que lo integran y los que están fuera de la fundación.

## Fundación La Colmena

Brian Cristaldo-2023



### Referencias:

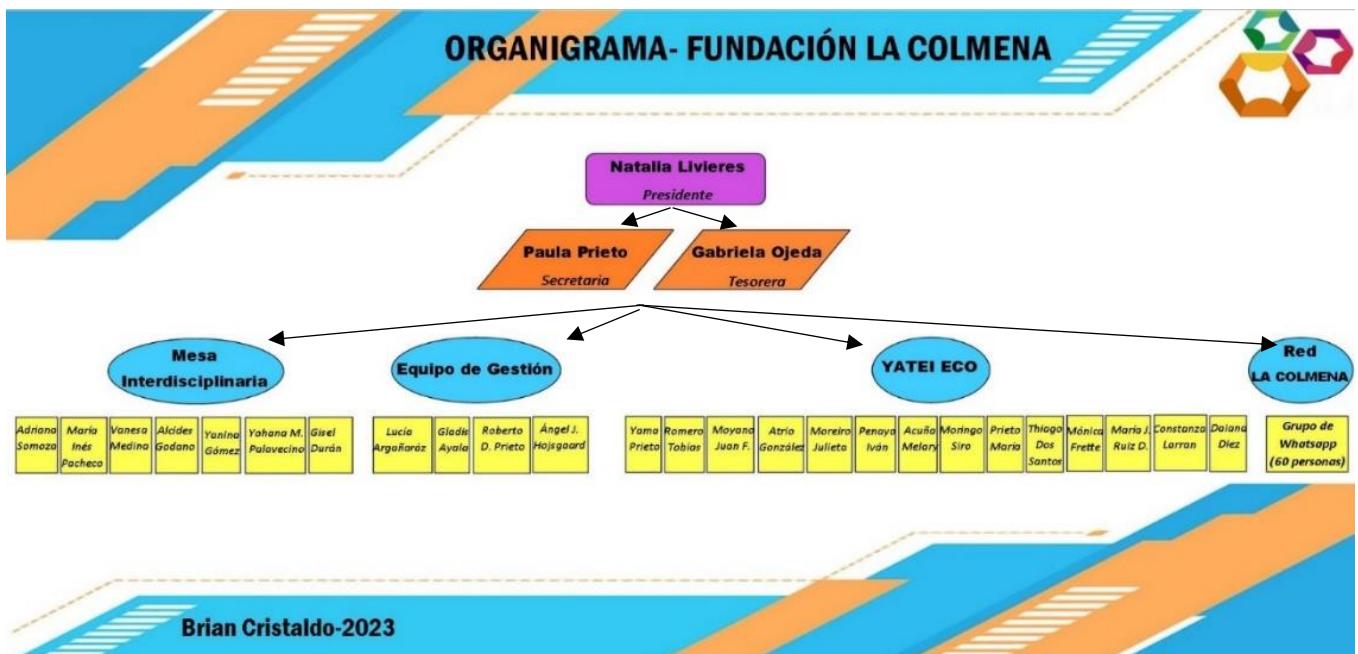
→ Flechas de ida (Comunicación Semi-horizontal)

↔ Flecha en doble dirección (Intercambio Horizontal)

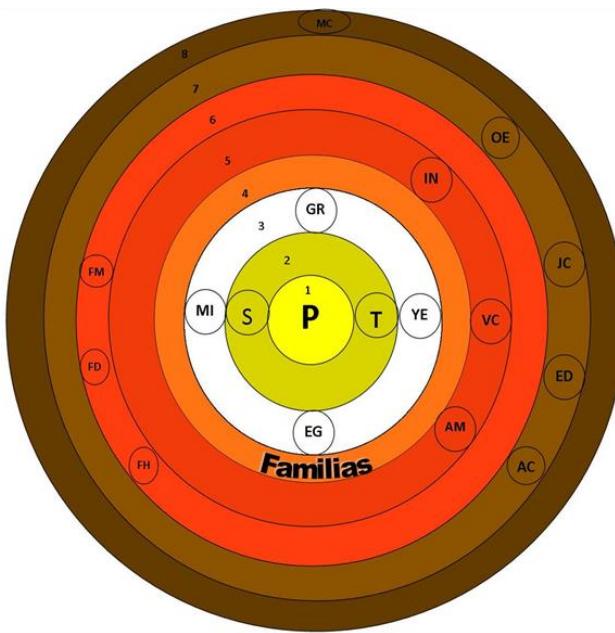
Tensión

— Vínculo constante  
- - - Vínculo esporádico

Pertenecen a la Fundación  
No pertenecen a la Fundación



### □ Mapa de actores



**Referencias:** Accesos internos:

Todo lo que está dentro del círculo blanco (1 a 3)

1\_P: Presidente (Natalia Livieres)

2\_T: Tesorera (Gabriela Ojeda) y S: Secretaria (Paula Prieto)

3\_GR: (Grupo Red de la colmena)

YE: Yatei-Eco

MI: Mesa interdisciplinaria

EG: Equipo de gestión

Accesos Externos: Todo lo que está fuera del círculo blanco (4 a 8)

4\_Familias /Beneficiarios

5\_Tipos de Colaboradores: AM:

Amigo Adherente: IN: Inadi

Socio Protector: VC: Vicegobernación de Corrientes.

6\_Instituciones Educativas: FH: Facultad de Humanidades; FD: Facultad de Derecho y FM: Facultad de Medicina

7\_Otras Instituciones: OF: Oficina de Empleo; ED: Equipo Docente; AC: Asociación Chupetes; JC: Junta Catequesis Especial 8\_MC: Municipalidad de Corrientes.

### **Delimitación del problema comunicacional**

En el diagnóstico, se identificó que los objetivos de la fundación eran dispersos, lo que generaba confusión sobre las actividades que realizaban. La falta de una política de comunicación definida resultó en la ausencia de directrices claras acerca de qué comunicar, cómo hacerlo y en qué momentos.

Además, se constató que no existía un documento escrito que estableciera una perspectiva general de comunicación; en cambio, solo se contaba con lineamientos que abordaban aspectos puntuales en momentos determinados. Esta situación complicaba la coherencia y consistencia en los mensajes emitidos por la organización.

Con relación al análisis de la comunicación institucional, se observó que la información se publicaba en función de las necesidades inmediatas de la fundación, basándose en una planificación que respondía a sus actividades y reuniones semanales. No se contaba con una producción sistemática de mensajes ni con un manual de marcas que facilitara la identificación y promoción de su imagen. Asimismo, el público objetivo no era definido de manera específica, sino solo en términos generales, lo que limitaba la efectividad del mensaje comunicacional.

El relevamiento realizado también mostró que no se aplicaban herramientas adecuadas de planificación comunicacional. Como resultado, no se producían contenidos para medios locales, lo que llevó a que muchos periodistas no conocieran ni las actividades ni la misión de la fundación. Además, se detectó la necesidad de diversificar el contenido en las redes sociales para hacerlo más atractivo y relevante para el público meta, buscando así una mayor claridad en las propuestas y objetivos presentados.

En consecuencia, la pregunta central que organizó esta intervención fue:

***¿Cómo mejorar la planificación de la comunicación interna y externa de la Fundación La Colmena?***

**Objetivo general:** Analizar estrategias de comunicación en la fundación La Colmena para fortalecer la imagen institucional y la comunicación externa en el plazo de 7 meses.

**Objetivos específicos:**

- Definir las políticas de comunicación y fomentar espacios para la planificación de las actividades en la Fundación de manera organizada entre sus integrantes.
- Fortalecer la imagen institucional.
- Reforzar la comunicación externa a través de los medios locales.

### **Marco Teórico**

La perspectiva teórica que enmarca este trabajo es la Comunicación Estratégica, que se centra en la comunicación como un proceso integral que incluye la planificación, gestión y evaluación en profundidad del aspecto comunicativo de las organizaciones (Massoni, 2011). Esta visión otorga importancia a la investigación, el análisis y la adaptación de estrategias para alcanzar objetivos específicos en diferentes contextos.

Según Uranga (2007), es fundamental comprender a los sujetos sociales como artífices de procesos históricos y culturales, inmersos en una sociedad estructurada donde se configuran relaciones y experiencias colectivas. Por lo tanto, es esencial considerar las prácticas sociales como experiencias de comunicación.

La comunicación se define como un proceso de producción, intercambio y negociación de formas simbólicas. En otras palabras, se entiende que la comunicación se configura a través del tiempo, teniendo en cuenta las relaciones entre sujetos en contextos sociales y culturales. Por este motivo, Massoni (2011) describe la comunicación “como encuentro social” (p. 6).

Uranga (2007) plantea que la comunicación actúa como integración social, construyendo una trama de sentidos entre los actores, tanto a nivel individual como colectivo. Estos sentidos son los que configuran los modos de entenderse dentro de un marco social.

En este sentido, se requirió una comunicación donde las personas con y sin discapacidad fueron escuchadas y posteriormente instruidas de manera empática sobre cómo actuar en las problemáticas detectadas en La Colmena. Se pueden observar en los objetivos que no estaban claros y eso limitaba el accionar de la fundación. Esto

generó lazos comunicacionales sin aislar a ninguna persona en la fundación, evitando así futuros fallos comunicacionales.

De esta manera, se habla de comunicación comunitaria; no se busca imponer un conocimiento determinado ni elegir arbitrariamente, sino llegar a un acuerdo común sobre lo necesario y correcto respecto a sus intereses. Para ello, fue crucial plantear una “estrategia de comunicación que implique la búsqueda de un cambio sociocultural situado, guiado por valores y objetivos de transformación construidos conjuntamente” (Massoni, 2000, p. 19).

La comunicación para el cambio social debe partir de la reconstrucción de la memoria y generar comunicaciones inicialmente informativas y luego recíprocas, atendiendo a los intereses de quienes las reciben. Esto es fundamental para comprender el sentido del cambio (Uranga, 2007). Reconocer al individuo dentro del marco relacional permite elaborar un proceso basado en el conocimiento, la expresión y el fortalecimiento de valores. Por ello, fue necesario conocer y reconocer el campo social donde se realizó el trabajo, considerando las prácticas sociales, los procesos de resignificación y cómo emisores y receptores construyeron sus propios espacios discursivos.

La estrategia se define entonces como un determinado curso de acción que busca alcanzar una meta específica. (...) se ocupa de la manera más efectiva de alcanzar una meta a partir de las herramientas disponibles y del contexto en que se desarrolla. (...) apunta a generar la capacidad para responder a un entorno que cambia de manera muy rápida (...). Una estrategia de comunicación ofrece un marco conceptual y práctico para responder a una situación determinada aplicable en diferentes momentos, mientras que una campaña ofrece un paquete de procesos y acciones puntuales que responden a un problema específico, incluso con la aplicación de elementos provenientes de una estrategia. (Rodríguez et al., 2002, pp. 26-28)

Otro postulado relevante para esta propuesta es la definición de planificación estratégica. Mintzberg (2013) señala que la planificación es “un proceso con beneficios específicos en contextos específicos” (p. 27).

Beltrán (1968) indica que “la estrategia de comunicación es un conjunto de decisiones respecto a qué va a ser comunicado, a quién, cuándo, para qué y cómo” (p. 7). Rovere (1993) sostiene que una planificación estratégica debe plantear cuestiones como: “¿Quiénes deciden? ¿Quiénes planifican? ¿Con qué aliados? ¿Qué planes tienen? ¿En qué contexto se está planificando? ¿Con qué capacidad de convocatoria?” (p. 8).

(Rovere, 1993) define la planificación estratégica como “un ejercicio de reflexión-acción que uno o más actores sociales realizan a partir de sus experiencias para diseñar intervenciones o mejorar sus prácticas”. Esta planificación considera la producción social como consecuencia de la interacción entre fuerzas sociales presentes o ausentes en algún punto específico.

Por lo tanto, Rovere (1993) afirma que “la planificación estratégica se define por el uso de herramientas analíticas y sintéticas con una lógica centrada en los actores” (p. 10). Con este proyecto comunicacional se busca “encontrar caminos hacia soluciones a problemas definidos como necesidades por los sujetos involucrados en esta realidad” (Abatedaga, 2013).

La comunicación interna se define como el conjunto de funciones y actividades que emergen del proceso de significación y desempeño compartido, desarrollado por los miembros del público interno para crear la cultura organizacional, en función de los objetivos de la institución (Peña, 2011, p. 7).

Mientras que Pinto (2017), expone que la comunicación externa es abordada por, quien sostiene que este concepto, desde las Ciencias de la Educación, está dirigido a públicos externos (clientes, proveedores, competidores, administración pública) a través de publicidad, donaciones, actividades y promociones. Su objetivo es informar sobre la cotidianidad y la actividad institucional, ofrecer contenidos a la opinión pública y transmitir valores.

En relación con la intervención comunicacional, Uranga (2012) sostiene que intervenir implica participar activamente en un ámbito o escenario específico. A partir de esta perspectiva, se comprende que lo primero que se debe realizar es un diagnóstico que analice la situación actual de la institución. Es esencial enfocarse en la red de procesos comunicacionales en los que participan y llevan a cabo sus prácticas sociales.

Igualmente, las prácticas sociales se entienden como acciones colectivas — organizadas o no, conscientes o no— en las que intervienen varios actores aportando sus saberes, intereses y poderes. Estas prácticas generan formas de interacción que provocan consecuencias sociales, económicas, culturales y políticas (Uranga, 2012, p. 19).

A través de la interacción con los miembros de La Colmena, se construyeron nuevos procesos de interacción que facilitaron cambios de índole social y cultural. Estos cambios surgieron desde el ámbito interno de la institución e impactaron directamente

en el contexto externo. Fue fundamental entender que los actores externos formaron parte de procesos de comunicación en constante dinámica; así, su primera función consistió en detectar y comprender el dinamismo presente en la organización junto con todas sus fortalezas y debilidades. El espacio público donde estuvo inserta esta institución reunió un conjunto complejo y dinámico de características culturales, sociales y económicas que impactaron en la toma de decisiones diarias de los actores que conformaron la estructura interna de La Colmena.

### **Discapacidad**

La mayoría de este colectivo elige denominarse “Personas con Discapacidad”, tal como se establece en la Convención de los Derechos de las Personas con Discapacidad. Sin embargo, esta no es la única denominación válida, ya que el concepto está en constante evolución y existe una amplia gama de investigaciones críticas que visibilizan conceptos aún en tensión dentro de este campo.

Es fundamental aclarar que no se utiliza el término “Discapacitados”, ya que la condición no define a una persona. Ante todo, se trata de personas. Asimismo, es inapropiado emplear expresiones como “personas especiales”, “alumnos con capacidades diferentes” o eufemismos similares, que imponen etiquetas y categorizaciones innecesarias y estigmatizantes sobre el individuo.

La Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, que posee rango constitucional en nuestro país desde 2006, establece que “la discapacidad es el resultado de la interacción entre las características de una persona y el entorno en el que vive, es decir, la sociedad”. Esta definición se inscribe dentro del modelo social de la discapacidad, que se centra en las barreras y los derechos humanos, y es superadora del modelo rehabilitador que aún persiste en las prácticas cotidianas.

Este modelo se basa en la idea que la discapacidad es una construcción social. Esto implica entender que existe una diferencia entre la diversidad funcional de una persona —que puede ser física, mental, sensorial o intelectual— y la desventaja que surge cuando dicha persona intenta interactuar en sociedad.

Desde esta perspectiva, se propone eliminar las desventajas y las barreras para lograr la plena inclusión y participación de todas las personas en todos los ámbitos de la vida, incluida, naturalmente, la escuela. Sin profundizar en este aspecto, cabe mencionar que existe una visión crítica sobre este modelo debido a la homogeneización y a la

consecuente invisibilidad de la tensión entre los conceptos de “normalización” y “otredad”.

Otros conceptos apropiados para utilizar en este contexto incluyen “diversidad funcional”, “inclusión social” y “accesibilidad universal”, que enriquecen el entendimiento sobre las múltiples dimensiones de la discapacidad y promueven un enfoque más integral hacia los derechos y necesidades de las personas con discapacidad.

### **Estado del arte**

En los trabajos y proyectos dirigidos a la formación de personas con discapacidad en los ámbitos de la comunicación, el aprendizaje y la integración (laboral, social y cultural), se identificaron tres áreas temáticas que se vincularon entre sí. En torno a la formación se plantearon tres ejes temáticos interrelacionados. Estas investigaciones proporcionan un marco teórico sólido y ofrecen perspectivas prácticas que enriquecen la comprensión de las dinámicas comunicativas.

En primer lugar, se abordó el eje de Comunicación y discapacidad, que evidenció aportes significativos como un manual sobre comunicación y discapacidad, relacionado con el compromiso desde la información, además de un modelo pedagógico y didáctico propuesto por Piantoni (1991).

En segundo lugar, en el eje de Voluntariado y experiencias de comunicación, se consideró el estudio de caso realizado en la Licenciatura en Comunicación Intercultural de la Universidad Intercultural del Estado de Tabasco, llevado a cabo por Nieto y Pérez Vargas (2018). Asimismo, se citó el trabajo de Mateos (2012), quien se centró en la comunicación popular dentro del Programa de Voluntariado Corporativo. También se incluyó un trabajo relacionado de Perlán y Chiavaro (2013), que apuntó al desarrollo de una intervención de comunicación popular en Dolores, Buenos Aires.

En tercer lugar, en el eje de Comunicación estratégica y discapacidad, se halló otro estudio de caso realizado por Obradovich y Cobarrubia (2016), quienes abordaron la gestión de programas de inclusión laboral para personas con discapacidad en la municipalidad provincial de Arequipa, así como su impacto social e imagen en la población de la zona metropolitana.

Además, se encontraron aproximaciones teóricas y trabajos que recuperaron experiencias de intervenciones en espacios específicos. Concretamente, Massoni (2013) definió la comunicación estratégica “como encuentro social” (p. 3). Siguiendo esta línea, Uranga (2007) planteó una comunicación como integración social, donde se

construye una trama de sentidos entre los actores, tanto a nivel individual como colectivo. Estos sentidos configuraron los modos de entenderse dentro del marco social.

Se observaron también experiencias como el Plan de Comunicaciones del CONADIS en Perú, propuesto por Vilma (2022). Este documento estableció lineamientos, estrategias y actividades comunicacionales junto con sus objetivos generales y específicos, permitiendo identificar al público objetivo. Esta forma de trabajo respecto a la definición de públicos resultó relevante para la intervención propuesta en "Planificar para comunicar: Una propuesta integral de comunicación en la Fundación La Colmena" de la ciudad de Corrientes.

Igualmente, se diseñaron y elaboraron herramientas que facilitaron la ejecución de estrategias y actividades para la producción de productos y servicios comunicacionales; esto resulta aplicable a esta intervención debido a que la fundación no es muy conocida por los medios locales.

Sumado a lo anterior, Miranda (2019) buscó desarrollar mejoras en la comunicación interna para obtener una mayor participación y una visión compartida. También trabajó en la comunicación externa para que la sociedad conociera a las personas con discapacidad desde una perspectiva positiva. En este sentido, detalló ciertas recomendaciones a considerar para desarrollar un buen plan de comunicación: tener una misión clara, útil y motivadora; así como dar importancia a mejorar la imagen como un elemento fundamental para el trabajo y desarrollo de la fundación.

Finalmente, se seleccionó el trabajo de Aguirre et al. (2019) titulado "Puentes de comunicación para padres". Esta intervención comunicacional local planteó delimitar objetivos clave que sirvieron como referencia al aplicar este proyecto. Además, propuso realizar capacitaciones sobre diferentes manejos de programas audiovisuales y herramientas para llevar a cabo la producción de videos, imágenes y flyers comunitarios que ayudarán a difundir información más atractiva hacia las familias y la comunidad en general. En este sentido, se concluyó que esta modalidad de intervención resultaba idónea para alcanzar los objetivos pretendidos al permitir comunicar saberes a los integrantes de la institución mediante acciones concretas. Es decir, a través de actividades específicas como charlas capacitadoras y talleres.

## **Estrategia de intervención**

La ejecución de este trabajo se llevó a cabo a través de un plan estructurado en tres etapas, cada una con estrategias metodológicas específicas que permitieron abordar los objetivos propuestos.

### **Primera etapa: Diagnóstico y Participación**

Los miembros de La Colmena participaron en encuentros para entender el rol del comunicadxr y expresar sus inquietudes, lo que llevó a la elaboración de un diagnóstico sobre actividades y segmentación del público objetivo. Se presentaron y comunicaron los cambios propuestos en una reunión con la fundación, y se realizó un taller comunicacional que permitió a los diferentes grupos expresar sus necesidades y establecer acuerdos mutuos.

### **Segunda etapa: Posicionar externamente a la fundación**

La información de estas reuniones fue recopilada para crear diversas piezas comunicacionales, como noticias y videos, enfocadas en la concientización sobre el trato hacia personas con discapacidad. Además, se produjeron podcasts con recomendaciones y se idearon dos actividades promocionales en un taller, buscando siempre la participación activa de los miembros de La Colmena en la creación y planificación de nuevas propuestas.

### **Tercera etapa: Fortalecer la comunicación externa**

Finalmente, se fortaleció la comunicación externa mediante colaboraciones con medios locales y participaciones en programas radiales y televisivos, lo que ayudó a potenciar las actividades promocionales definidas anteriormente. Como resultado final de este proceso, se creó una Guía de Buenas Prácticas de Comunicación que resume los aprendizajes y estrategias desarrolladas, asegurando una mejor implementación de las acciones comunicacionales en el futuro.

### **Planificación de las prácticas y etapas y pasos seguidos en la ejecución del trabajo**

Para el desarrollo del trabajo se empleó el modelo de auditoría en comunicación propuesto por Etkin (2012), cuyo objetivo es investigar y optimizar los sistemas y prácticas comunicacionales tanto internas como externas de una organización. Esta auditoría ofrece insumos valiosos para la planificación estratégica, ya que permite realizar un análisis profundo de la realidad organizacional y de los desafíos específicos

que enfrentan las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSCs). A su vez, es esencial incorporar un diagnóstico exhaustivo que abarca varios ejes fundamentales para proporcionar un contexto claro sobre el estado actual de la organización y fundamentar las decisiones estratégicas a seguir. Cabe destacar que el diagnóstico realizado en la etapa de proyecto fue reelaborado.

## Interacción con los destinatarios

### Primera etapa

En esta parte, los objetivos específicos son definir las políticas de comunicación y fomentar espacios para la planificación organizada de las actividades dentro de la Fundación entre sus integrantes. Como primera acción del proyecto se organizó un encuentro virtual con todos los integrantes de La Colmena para compartir el diagnóstico inicial y clarificar el rol del comunicador.

A través de las encuestas realizadas, se evidenció que la percepción sobre la comunicación dentro de La Colmena no era horizontal como se pensaba. Las decisiones eran tomadas únicamente por tres personas: la presidenta, la secretaria y la tesorera. Este hallazgo fue revelador, ya que las respuestas obtenidas reflejaban un discurso homogéneo que no coincidía con los comportamientos observados en la práctica. Esto subraya la necesidad de una intervención externa para introducir herramientas nuevas y mejorar la comunicación interna.

Con el propósito de escuchar las inquietudes de los miembros y compartir la visión organizacional, se organizaron dos encuentros adicionales en el mismo mes. Estos espacios permitieron a los integrantes expresar sus opiniones y contribuir activamente al proceso, alineándose con el enfoque participativo propuesto por Massoni (2017). Además, se llevaron a cabo varias reuniones con los miembros de la fundación para comunicar los cambios que se implementarían en la organización, asegurando así un flujo constante de información.

Para facilitar una mejor comprensión entre las diferentes áreas de La Colmena se realizó un taller comunicacional denominado **“Nuestra meta”** centrado en el camino lógico. Este taller permitió a cada área expresar sus necesidades, requerimientos, posibilidades y limitaciones, estableciendo acuerdos mutuos que favorecieron una colaboración más efectiva. Como resultado, se elaboró un diagnóstico exhaustivo que permitió identificar las actividades realizadas por cada área y segmentar adecuadamente al público involucrado.

## Segunda etapa

### *Taller de prensa y comunicación*

Durante el proceso de comunicación, se realizaron varios cambios significativos con el objetivo de reforzar la comunicación externa a través de los medios locales. Para alcanzar este propósito se llevó a cabo una capacitación denominada “**Quiénes somos, de dónde venimos y a dónde vamos**”, centrada en la elaboración de gacetillas de prensa y en la identificación de las noticias que realmente interesan a los medios.

En esta capacitación, se utilizaron recortes de diarios que contenían historias de vida relacionadas con la discapacidad, así como invitaciones a diversos eventos de la ciudad. De acuerdo con el autor y experto en comunicación, Manuel Castells (2009), “la comunicación es un proceso de significación que se construye en interacción con otros”, lo que recalca la importancia de comprender cómo las historias pueden resonar con el público. Los participantes aprendieron a identificar los elementos básicos de una gacetilla, cómo redactar adecuadamente, armar citas y epígrafes, tomar fotografías efectivas y publicar en redes sociales.

“La jornada resultó muy beneficiosa” y “todos los miembros de la fundación manifestaron sentirse identificados con las historias compartidas”. Rápidamente, comenzaron a pensar en el próximo evento que tenían planeado realizar y pusieron en práctica los conocimientos adquiridos.

Fue un viaje transformador, en términos de habilidades comunicativas y también en la forma en que los voluntarios se relacionan con el concepto de discapacidad. La consigna de este taller fue clara y profundamente significativa: “**¿Qué mensaje te gustaría dejar a la sociedad sobre la discapacidad?**”. A través de esta pregunta, pudieron expresar sus reflexiones y experiencias, convirtiendo sus palabras en un vehículo de cambio.

Una de las declaraciones más conmovedoras fue: “*Los jóvenes y adultos con discapacidad forman parte de nuestra sociedad y es nuestra obligación propiciar espacios amorosos donde puedan desarrollar sus habilidades*”. Esta afirmación resuena con la idea de inclusión, recordando que cada persona, sin importar sus capacidades, merece un lugar donde pueda florecer.

Otra declaración fue: “*Las personas con discapacidad necesitan grupos en donde estén en contacto con pares con quienes compartir, lograr vivencias, inquietudes y expectativas*”. Esta frase destaca la importancia de la comunidad y el apoyo mutuo.

Un testimonio particularmente inspirador fue: “*La discapacidad fue un motor de cambio en mi vida; actualmente soy feliz con mi cuerpo. Pedir ayuda y formar parte de La Colmena me llevó a cambiar mi mirada sobre la discapacidad y a ser consciente de que es una tarea de la sociedad en conjunto*”. Este relato muestra cómo enfrentar desafíos puede llevar a un crecimiento personal significativo.

Una declaración contundente fue: “Una persona con discapacidad no necesita que la victimicen; necesita herramientas para desenvolverse día a día”. Esto refleja una verdad fundamental.

Las **devoluciones** sobre el taller fueron igualmente emotivas y reveladoras. Un participante comentó: “*Me pareció muy interesante la manera de ordenar nuestros mensajes. Nos encantaron las ideas para reflexionar sobre cómo podemos comunicarnos y expresarnos ante los medios de comunicación*”. Este tipo de reflexión muestra cómo el taller no solo les proporcionó herramientas prácticas, sino también una nueva forma de pensar sobre su mensaje.

Otro participante mencionó: “*La experiencia de hoy me sirvió para organizar las ideas y poder ordenar las prioridades sobre qué cosas debo comunicar sí o sí*”. Aquí radica uno de los logros más importantes del taller: ayudarlos a clarificar su voz y enfocarse en lo que realmente importa al comunicar sus experiencias.

Finalmente, uno más expresó: “*Esta experiencia me pareció muy productiva, ya que aprendimos a comunicar lo importante de cada actividad de la Fundación desde la mirada de la discapacidad para que sea una sociedad más reflexiva*”. Este comentario encapsula el objetivo del taller: fomentar una comunicación significativa que no solo informe, sino que también inspire reflexión y cambio social.

### **Agenda de medios locales**

En esta etapa de crecimiento, una más de las iniciativas fue la creación de una agenda de periodistas y medios de Corrientes Capital, una actividad que no solo fortalecería la presencia de la fundación en el ámbito mediático, sino que también establecería puentes con quienes tienen el poder de amplificar las voces de aquellos quienes trabajan de manera voluntaria.

Parte del diagnóstico realizado previamente reveló una realidad preocupante: muchos medios locales no conocían La Colmena ni sus actividades. Esta falta de visibilidad nos impulsó aún más a trabajar en nuestra agenda. La tarea principal era investigar y

compilar una lista de contactos: periodistas locales, programas radiales y canales de televisión.

El objetivo fue crear un recurso invaluable que nos permitiera gestionar participaciones en distintos medios y dar a conocer nuestras acciones. A medida que íbamos sumando contactos a nuestra lista, la emoción crecía; cada medio representaba una oportunidad para contar historias de vida.

### **Tercera etapa**

#### ***Contenidos inclusivos***

En la actualidad, la construcción de una imagen institucional sólida es fundamental para cualquier organización que busque generar un impacto positivo en la sociedad. La Colmena, como fundación dedicada a la inclusión y apoyo de personas con discapacidad, se enfrenta al desafío de comunicar efectivamente su misión y los valores que la sustentan. En esta etapa del proceso comunicacional, el objetivo principal fue fortalecer dicha imagen a partir de las historias vividas por sus miembros.

Al escuchar las historias de los integrantes de la fundación, se forjó un vínculo emocional que no solo conecta a los miembros con sus familias, sino que también establece un puente hacia la comunidad. Estas narrativas no son meros relatos; son testimonios que iluminan realidades muchas veces invisibles en nuestra sociedad.

Con el aprendizaje adquirido sobre herramientas comunicacionales efectivas, surgió la idea de crear contenidos inclusivos que pudieran ser compartidos en diversas plataformas. La producción de noticias, videos para Instagram y podcast centrados en el trato hacia personas con discapacidad buscaron informar y sensibilizar a la audiencia sobre la importancia de la inclusión. Como señala Manuel Castells (2009), “la comunicación es una herramienta clave para construir una sociedad más equitativa”. Así, cada contenido creado se convierte en un pequeño ladrillo en la edificación de una cultura más inclusiva.

La colaboración con el diario *República de Corrientes* permitió llevar estas historias a un público más amplio. Al contar con la libertad de publicación en la sección Sociedad, pude compartir relatos conmovedores y relevantes que invitan a la reflexión sobre las vivencias de personas con autismo, síndrome de Down, discapacidades auditivas y visuales, entre otras. Este proceso fue gratificante e impactó profundamente en los lectores, quienes comenzaron a reconocer y valorar estas historias que se vieron reflejadas en los comentarios en las redes sociales.

Uno de los proyectos más emocionantes fue el podcast titulado: "**Abejas que inspiran**", donde los efectos sonoros evocan la actividad vibrante de una colmena. Esta producción tocó los corazones; muchos oyentes manifestaron su emoción al escuchar las historias compartidas. La conexión emocional es innegable: lágrimas y risas se entrelazan mientras se identifican con las experiencias narradas. Al compartir estas historias en la plataforma *SoundCloud*, logramos que las voces de nuestros miembros lleguen a audiencias diversas.

### **Promoción de actividades**

Como parte de la actividad, nos propusimos pensar en dos actividades de promoción que no solo captaran la atención de la sociedad, sino que también reflejaran los valores de la fundación. Recuperamos la información de los encuentros anteriores y, tras un animado intercambio de ideas, surgió una propuesta brillante: dictar un curso de lengua de señas dirigido a emprendedores y comerciantes. Imaginamos cómo este curso facilitaría la comunicación inclusiva y también abriría nuevas oportunidades para aquellos que buscan conectar con una audiencia más amplia.

La segunda actividad que se planteó fue la organización de un evento destinado a posicionar externamente a la fundación. Este evento serviría para dar a conocer el trabajo de la fundación y para crear un ambiente donde las personas pudieran compartir sus experiencias y aprender unas de otras. Es importante resaltar que, en este proceso, se capacitó a los miembros de La Colmena para establecer vínculos efectivos con los medios gráficos, radiales y televisivos. Aprendieron a hablar con elocuencia y a comunicar su mensaje de manera breve y concisa, utilizando la agenda mencionada anteriormente.

### **Curso: Señas que conectan**

Inspirados por la necesidad de visibilizar algunas dificultades, organizamos un encuentro en el que participó un grupo de jóvenes sordos que compartió sus experiencias con dos profesoras que actuaron como intérpretes, Lorena Miño y Caro Verrastro.

Durante esta actividad, se grabó una conversación donde ellos expusieron los obstáculos que enfrentan a diario. Al publicar el video, este se viralizó rápidamente, revelando la angustia y frustración que sienten al no poder ser entendidos en situaciones críticas, como cuando son víctimas de robos o sufren accidentes. Por ejemplo, relataron cómo, al acudir a una comisaría o a un centro médico se encuentran con la imposibilidad

de comunicarse eficazmente. Asimismo, mencionaron la impotencia que sienten al ir a un bar o comercio y ser incapaces de realizar un pedido debido a la falta de comprensión del personal.

A raíz de estas inquietudes, se planificó y llevó a cabo el curso "**Señas que conectan: estrategias para el emprendimiento y comercio accesible**", impulsado por la Fundación La Colmena. Este curso comenzó el 24 de octubre y tuvo lugar en el antiguo Regimiento N.º 9. La actividad representó una oportunidad de aprendizaje; fue un llamado a transformar la comunidad en un espacio más inclusivo y accesible para todos.

Con una duración de dos meses y 30 participantes, esta capacitación fue pionera en la ciudad y no solo otorgó un certificado al finalizar, sino que también proporcionó materiales prácticos para ser utilizados en los negocios. La idea es que esta capacitación continúe en los próximos años.

Las docentes a cargo del curso fueron dos referentes en el ámbito de la Lengua de Señas Argentina (LSA). Por un lado, Soledad Acosta, una persona sorda y hablante nativa de LSA, quien compartió su rica cultura y conocimientos con los participantes. Y, por otro lado, Mariana Lorena Miño, técnica superior en Interpretación de la Lengua de Señas Argentina, quien aportó su vasta experiencia en docencia y disertaciones. Juntas ofrecieron un enfoque integral que combinó teoría y práctica para garantizar que cada comerciante se sintiera preparado y empoderado.

Este curso responde a normativas argentinas como la Ley 26378 y la Ley 27710 —que reconocen la lengua de señas como un derecho fundamental— y también valida la identidad lingüística y cultural de las personas sordas en nuestra sociedad. El diseño del curso incluyó estrategias y señas básicas que facilitaron la atención al público independientemente de su capacidad auditiva. Esto benefició a los comerciantes al ampliar su clientela y promovió un entorno más acogedor.

Uno de los logros alcanzados durante este proceso fue la gestión para que el Honorable Consejo Deliberante de la Ciudad de Corrientes sancionara el curso "Señas que Conectan" y declarara el 24 de octubre como día de interés legislativo. Además, es importante destacar que un mes antes del lanzamiento del curso, se difundieron diversas notas y videos con el propósito de promover esta iniciativa. A medida que avanzamos hacia una mayor equidad social, resulta fundamental continuar impulsando iniciativas como esta, que fomenten el entendimiento mutuo y eliminen las barreras comunicativas.

### **Evento: Intervención artística con temática de discapacidad**

A partir de finales de septiembre se enviaron notas y solicitudes a diversas instituciones en busca de apoyo y colaboración. Esta actividad de promoción, que se realizó el 1 de noviembre resultó fundamental para la fundación, ya que fue su primer evento propio. Hasta entonces, solo participaban como invitados; en esta ocasión, se sintieron verdaderamente protagonistas. Cada paso dado resonó con los ecos de los talleres de comunicación que se habían impartido previamente. Utilizamos la agenda de medios que creamos para difundir nuestro evento, llevando nuestra voz a los medios y a la sociedad.

La intervención fue más que un simple acto artístico; fue un testimonio del poder transformador de La Colmena. Los miembros ya no eran solo participantes; se erguían con confianza sobre el escenario que habían creado juntos. La preocupación por no saber expresarse se desvaneció entre los colores y las emociones compartidas. A continuación, se van a mencionar quienes participaron del evento:

#### **Colaboradores del evento**

**Artistas del Conte:** más de 30 jóvenes artistas de 1º año de la Tecnicatura en Artes Visuales del Instituto Superior Josefina Contte se unieron en una sinfonía de colores y emociones. Con pinceles en mano y el corazón abierto, cada uno de ellos se dispuso a crear obras que no solo adornarían las paredes, sino que también contarían historias profundas sobre la discapacidad y la inclusión.

Cada cuadro que emergía de esa jornada era un reflejo de vivencias, luchas y esperanzas. Los estudiantes, con su energía contagiosa, transformaron el Ex Regimiento en una galería donde cada trazo narraba un relato único. La belleza de sus obras era tal que se decidió mantenerlas expuestas, permitiendo que sus mensajes impactaran en la comunidad.

La predisposición y el interés de los directivos, coordinadores y compañeros fueron fundamentales para este proyecto. Muchos de ellos se sintieron enriquecidos por la oportunidad de aprender a tratar con respeto y cariño a aquellos estudiantes que viven con autismo. Parte de la propuesta que se le hizo a este equipo artístico fue que asistieran a una **charla sobre discapacidad**, que se llevó a cabo el 18 de octubre, dos semanas antes del evento. La misma fue un hito clave; allí se despejaron dudas y se sembraron semillas de empatía e inspiración.

El taller fue un espacio para crear y un puente que unió a chicos sordos con sus compañeros oyentes. Juntos compartieron materiales y risas, demostrando que la inclusión florece cuando hay disposición para abrazar la diversidad. Así es como se generan cambios: al reconocer que cada uno tiene algo valioso que aportar.

Con el apoyo de la Municipalidad, se lograron conseguir atriles y acrílicos; los bastidores llegaron gracias a donaciones generosas y el único gasto del evento fue el alquiler del sonido. Esta colaboración cultivó nuevos vínculos entre los participantes, mostrando que cuando trabajamos juntos por una causa común, podemos lograr cosas maravillosas.

Asimismo, esos cuadros también fueron expuestos del 3 al 5 de diciembre en la Sociedad Española de Corrientes, brindando una oportunidad adicional para visibilizar los desafíos que enfrentan las personas con discapacidad.

**Músicos:** en un esfuerzo por favorecer la integración de personas con discapacidad, varios grupos se unieron para crear un ambiente de celebración y apoyo. Los alumnos del Instituto Superior de Música "Prof. Carmelo Horlando De Biasi" presentaron un espectacular show musical que abarcó diversos estilos y géneros regionales, demostrando que la música puede ser un puente hacia la inclusión.

Además, un grupo de jóvenes se sumó a esta noble causa y deleitaron al público con su show acústico. También participó La Correntada, un vibrante grupo de batucada que acompaña eventos solidarios y causas sociales; es importante destacar que algunos de sus miembros tienen discapacidad, lo que resalta aún más su compromiso con la inclusión y la visibilidad de todas las capacidades.

**Bailarines:** la tarde estuvo llena de ritmo y color, creando una atmósfera mágica que solo el folklore puede ofrecer. La participación del grupo Ballet Sentido Folklore y Ballet Paraná By Pirelli fue un verdadero regalo para los sentidos. Al ver a los bailarines en el escenario, se sentía una mezcla de alegría y admiración que llenaba el aire.

El Ballet Sentido Folklore tiene entre sus miembros algunos integrantes con síndrome de Down, demostrándonos que la danza es un lenguaje universal. Niños, adolescentes y jóvenes se unieron en un hermoso despliegue de movimientos y sonrisas, transmitiendo una energía contagiosa que hacía vibrar al público. Además, el Ballet Paraná By Pirelli presentó danzas contemporáneas que maravillaron a todos. Las sonrisas y aplausos impactaban en cada rincón, mostrando que el arte tiene el poder de unirnos sin importar nuestras diferencias.

**Espacio de visibilidad:** gracias a la dedicación de Camila, una joven estudiante del cuarto año del profesorado de ciegos y disminuidos visuales del Instituto de Formación Docente. Con su propia experiencia de disminución visual, Camila se propuso compartir conocimientos valiosos sobre el alfabeto Braille y el muñeco Braillyn, un recurso didáctico que ayuda a comprender el mundo de las personas con discapacidad visual.

Asimismo, los visitantes tuvieron la oportunidad de explorar diferentes texturas y aprender a utilizar el bastón, una herramienta fundamental para la movilidad. Camila guió a los participantes en esta experiencia, permitiéndoles ponerse en la piel de aquellos que enfrentan desafíos diarios. Ver a las personas vendarse los ojos y andar con los bastones por todo el Ex Regimiento fue un momento impactante e inspirador. Cada paso que daban era una lección sobre empatía y comprensión.

Al final del día, todos se llevaron consigo no solo nuevos conocimientos, sino también una profunda reflexión sobre la importancia de ver más allá de las limitaciones físicas y reconocer las capacidades y talentos que cada persona aporta al mundo.

**Stand de Lectura Fácil:** los asistentes también tuvieron la oportunidad de explorar un stand de Lectura Fácil, una herramienta maravillosa que abre las puertas a la cultura y al conocimiento para todos. Este recurso, diseñado específicamente para facilitar la comprensión de textos, es fundamental para aquellas personas que enfrentan desafíos cognitivos. Al desglosar conceptos complejos en un lenguaje más claro y directo, se fomenta la inclusión y se promueve el derecho a la educación y al aprendizaje. De este modo, los participantes del evento pudieron interactuar con materiales adaptados.

**Emprendimiento Yatei Eco:** este grupo de jóvenes perteneciente a la fundación presentó un fascinante proceso productivo de velas artesanales, ecoenvoltorios para alimentos e iniciadores de fuego. El emprendimiento no solo se enfoca en la sostenibilidad, sino que también promueve la vida independiente de las personas con discapacidad. Durante la presentación, los asistentes pudieron observar cómo se fabrican las velas y los ecoenvoltorios, aprendiendo sobre los beneficios de utilizar alternativas sostenibles en lugar de plásticos convencionales. Este tipo de iniciativas crean oportunidades laborales para personas con discapacidad, fomentando su autonomía y empoderamiento.

**Comunidad Sorda:** la comunidad sorda tuvo un espacio significativo en el evento, donde se destacó la inclusión y la accesibilidad para todos. En todo momento hubo sobre el escenario una intérprete que facilitaba la comunicación, asegurando que todos los asistentes pudieran seguir lo que sucedía.

Durante las presentaciones, se hizo hincapié en la importancia de aprender Lengua de Señas Argentinas (LSA). Además, se anunciaron cursos específicos destinados a emprendedores y comerciantes, lo que representa una oportunidad valiosa para fomentar la inclusión laboral y social. Aprender LSA no solo beneficia a quienes son parte de la comunidad sorda, sino que también enriquece a quienes interactúan con ellos, creando un puente de comunicación más efectivo y significativo.

En suma, fue conmovedor ver cómo las personas sordas se reunieron, compartieron experiencias y establecieron conexiones. Este espacio no solo les permitió reencontrarse, sino también relacionarse con otros emprendedores y asistentes al evento, fortaleciendo así una red de apoyo mutuo.

**Otros participantes:** El evento también contó con la valiosa participación de otros colaboradores que trabajan incansablemente por la inclusión y el bienestar social. Una de las organizaciones destacadas fue la Fundación **TEAmo**, cuyo objetivo es promover la plena inclusión social de las personas con autismo. Otro participante relevante fue **Bibliobar**, que brinda un servicio de comidas y bebidas, una iniciativa creada por un grupo de profesionales del hospital San Francisco de Asís, que cuenta con el apoyo del Ministerio de Salud Pública de la Provincia desde hace dos años. Por último, Agiru se presentó como un emprendimiento sociolaboral que proporciona un espacio para el trabajo artesanal, luchando por la inclusión social de personas con discapacidad.

### **Producto final: Guía de buenas prácticas de comunicación**

La elaboración de la Guía de Buenas Prácticas de Comunicación se presenta como una solución clave a varios problemas que enfrenta la Fundación La Colmena. A través de un exhaustivo proceso de recuperación de información en tres etapas, se identificaron las principales falencias en el sistema de objetivos de la fundación, el cual resultaba disperso y confuso debido a la amplitud de sus actividades. Esta falta de claridad impedía una comprensión adecuada del trabajo que realizan.

Uno de los problemas significativos más significativos en la Fundación era la ausencia de una política de comunicación bien definida. No existían directrices claras sobre qué comunicar, cómo hacerlo o cuándo. Además, no había un documento escrito que ofreciera una perspectiva general sobre la comunicación institucional; en su lugar, \*solo se contaba con lineamientos sobre cómo abordar cuestiones puntuales en momentos específicos.

El análisis realizado reveló que la información se publicaba en función de las necesidades institucionales y respondía a una planificación relacionada con sus actividades y reuniones semanales. Sin embargo, el público objetivo no estaba definido claramente; las comunicaciones se realizaban solo de manera general, lo que limitaba su efectividad.

En este contexto, la Guía establece directrices concretas sobre cómo La Colmena debe darse a conocer. Define momentos y medios adecuados para comunicar su misión y visión, segmenta al público y ofrece recomendaciones generales sobre el tratamiento y difusión de información relacionada con personas con discapacidad. Además, aborda estrategias para combatir los estereotipos habituales sobre discapacidad y presenta el modelo correcto a seguir.

Otro aspecto a destacar es que el último capítulo de la Guía fue elaborado en colaboración con María Carolina Verrastro, profesora en Educación Especial para Sordos e Hipoacúsicos. Ella aporta valiosas recomendaciones sobre cómo comprender mejor a las personas sordas y su entorno familiar, lo que añade un enfoque inclusivo y sensible al material orientativo que hemos creado.

La difusión de esta guía se realizará tanto en formato digital como impreso entre los miembros de La Colmena. Además, será una herramienta invaluable para cualquier futuro comunicadxr social que desee intervenir en la fundación, asegurando que todos estén alineados con una comunicación clara y efectiva.

### **Producción de podcasts**

Estas grabaciones no solo capturaron la esencia de la vida comunitaria, sino que también tocó los corazones de los oyentes. Al compartir historias auténticas y conmovedoras, logramos crear un espacio donde las emociones fluyeron libremente, permitiendo que lágrimas y risas se entrelazaran mientras los oyentes se identificaban con las experiencias narradas. Los beneficios derivados de "Abejas que inspiran" fueron significativos. La iniciativa fomentó la creatividad entre los participantes y también impulsó el desarrollo de habilidades en producción y narración.

Muchos oyentes manifestaron su emoción al escuchar las historias compartidas, generando un diálogo significativo sobre temas que a menudo permanecían en la sombra. En definitiva, "Abejas que inspiran" creó un puente emocional entre las personas, reafirmando el poder de la narración como herramienta para unir corazones y mentes en La Colmena.

## **Evaluación de los resultados**

La Fundación La Colmena enfrentó desafíos significativos en su comunicación tanto interna como externa, que limitaban su efectividad operativa. Antes de la intervención, se identificó una notable ausencia de políticas de comunicación, lo que generaba confusión entre los miembros del equipo y obstaculizaba la colaboración. Muchos no sabían cómo presentar sus iniciativas al público, lo que afectó negativamente su capacidad para atraer recursos y establecer alianzas estratégicas en el ámbito local.

Para abordar estas dificultades se implementó un proceso integral de intervención comunicacional que incluyó encuentros dinámicos, talleres participativos, eventos comunitarios, cursos formativos y estrategias digitales innovadoras. Este enfoque multifacético mejoró las habilidades comunicativas del equipo y fomentó un sentido de pertenencia y comunidad entre los participantes.

### **Metodología de Evaluación**

La evaluación se estructuró en dos fases: una evaluación parcial realizada a mitad del proceso y una evaluación final al concluir todas las actividades programadas. Durante ambas fases, se aplicaron encuestas online a 50 familias involucradas en la fundación y se llevaron a cabo entrevistas con 20 participantes seleccionados aleatoriamente. Los resultados fueron analizados para identificar tendencias emergentes y áreas que requerían mejora.

#### **Fase 1: Evaluación concurrente**

En esta fase inicial, que se realizó en el segundo mes de ejecución, se diseñó una encuesta online distribuida a las 50 familias involucradas. La encuesta incluía preguntas cerradas y abiertas para recopilar tanto datos cuantitativos como cualitativos. Se centró en aspectos clave como la percepción de las actividades realizadas, el nivel de satisfacción con los recursos comunicacionales proporcionados y la identificación de necesidades no abordadas.

Además, se realizaron entrevistas semiestructuradas con 20 participantes seleccionados aleatoriamente. Estas entrevistas permitieron profundizar en las experiencias individuales y recoger testimonios sobre el impacto de la intervención en sus vidas cotidianas. El uso de un muestreo aleatorio aseguró que las voces de diferentes familias fueran representadas, enriqueciendo así los datos recopilados.

Los resultados fueron analizados mediante métodos estadísticos descriptivos para las encuestas y un análisis temático para las entrevistas. Se identificaron tendencias emergentes, como un aumento en la satisfacción general con las actividades comunicacionales y una mayor participación en eventos comunitarios.

### **Fase 2: Evaluación Final**

La evaluación final se llevó a cabo al concluir todas las actividades programadas. Se repitió el mismo proceso que en la fase anterior, aplicando encuestas online a las mismas 50 familias. Sin embargo, se añadieron al proceso entrevistas con otros 20 participantes seleccionados aleatoriamente para garantizar otra perspectiva sobre los resultados finales.

En esta fase se incorporaron preguntas adicionales para evaluar el impacto a largo plazo de la intervención comunicacional. Se incluyeron ítems sobre cambios en la comunicación familiar y el uso de herramientas digitales para acceder a información relevante. Este enfoque permitió no solo medir la efectividad inmediata de las acciones implementadas, sino también su sostenibilidad en el tiempo.

Los datos obtenidos fueron analizados utilizando técnicas estadísticas avanzadas, incluyendo un análisis comparativo entre los resultados de ambas fases. Esto permitió identificar cambios significativos en áreas previamente señaladas y también nuevas oportunidades para futuras intervenciones.

### **Resultados**

1. Efectividad en la comunicación interna: un notable 85% de los encuestados afirmó que las nuevas políticas comunicacionales habían mejorado significativamente la claridad de la información. Este avance se tradujo en un aumento del 70% en la participación activa durante las reuniones, lo que indica un mayor compromiso por parte de los miembros.
2. Mejora del clima organizacional: el 100% de los participantes manifestó sentirse más valorado dentro del equipo, contribuyendo a crear un ambiente colaborativo y armonioso. Las relaciones interpersonales mejoraron visiblemente, fomentando un sentido más fuerte de comunidad entre los miembros.
3. Logros alcanzados: la intervención artística realizada el 1 de noviembre y el curso "Señas que conectan" fueron destacados como eventos clave dentro del proceso, con un 95% de satisfacción entre los participantes. Estos espacios no solo mejoraron las

habilidades comunicativas, sino que también fortalecieron los vínculos tanto entre los integrantes como con otras organizaciones locales.

4. Lecciones aprendidas: un significativo 45% de los participantes reportó haber adquirido nuevas habilidades en el uso de herramientas digitales para la comunicación, un área que anteriormente había sido poco explorada por el equipo.

5. Indicadores con resultados esperados: al finalizar el proceso, se registró un incremento del 90% en la participación activa en actividades organizativas y una mejora del 80% en el reconocimiento externo de La Colmena gracias a las estrategias comunicacionales implementadas.

### **Perspectiva del autor**

1. Definición clara de políticas comunicacionales: se estableció un cuadro sólido que guió todas las actividades realizadas, asegurando coherencia y dirección en cada acción emprendida.

2. Fortalecimiento de la imagen institucional: las estrategias implementadas lograron aumentar la visibilidad mediática en un 70%, mejorando significativamente la percepción externa sobre La Colmena y consolidando su reputación como una entidad comprometida con su comunidad.

3. Afianzamiento de la comunicación externa: se registró un incremento del 60% en las interacciones en redes sociales gracias a las piezas comunicacionales creadas, especialmente dirigidas a la comunidad sorda, lo que amplió su alcance e impacto.

4. Cumplimiento exhaustivo de objetivos: todos los objetivos planteados al inicio fueron alcanzados con éxito, evidenciando tanto métricas cuantitativas como cualitativas muy favorables que reflejan el compromiso del equipo.

5. Guía de Buenas Prácticas: este documento compila aprendizajes valiosos y estrategias exitosas que pueden ser replicadas o adaptadas fácilmente para futuras iniciativas, asegurando así una continuidad en el proceso de mejora.

Desde ambas perspectivas, la evaluación revela resultados positivos respecto al impacto logrado por las intervenciones comunicacionales en La Colmena. De este modo, se creó un espacio propicio para el crecimiento personal y colectivo entre sus miembros y también una base sólida para futuras acciones que aseguren su sostenibilidad e impacto a largo plazo. Las lecciones aprendidas servirán como guía para continuar fortaleciendo esta comunidad cohesionada con una identidad

comunicacional clara y efectiva, fomentando así un entorno donde todos puedan prosperar juntos.

### **Testimonios adicionales**

1. Livieres, N (2024): "Antes de la intervención de Brian, la comunicación era un verdadero caos. No teníamos claridad sobre cómo expresar nuestras ideas ni colaborar efectivamente. Sin embargo, gracias a las nuevas políticas comunicacionales implementadas, ahora siento que cada voz cuenta. He notado un cambio significativo en la participación durante las reuniones; todos están mucho más comprometidos. Este renovado espíritu de colaboración ha permitido que cada integrante se sienta parte fundamental del proceso, lo que ha enriquecido nuestras discusiones y decisiones.

De parte de todos los integrantes, te agradecemos de corazón todo el esfuerzo que le pusiste desde el primer día que asististe para realizar tu diagnóstico. Tu dedicación y profesionalismo han sido claves para generar un ambiente donde la comunicación fluye y se siente la confianza entre nosotros. Esta experiencia me ha emocionado profundamente, ya que hemos podido ver cómo cada esfuerzo valió la pena. Nos ayudaste a revalorizar el trabajo que ya veníamos realizando en nuestra lucha por los derechos de las personas con discapacidad, recordándonos lo importante que es nuestra labor y motivándonos a seguir adelante con más fuerza y determinación.

La intervención no solo ha mejorado las dinámicas internas; también ha fortalecido el compromiso colectivo hacia la misión de la Fundación. La capacidad de escuchar y ser escuchados ha transformado nuestra cultura organizacional, permitiendo que cada integrante aporte sus perspectivas únicas. Gracias a esta nueva forma de comunicarnos, estamos más unidos en nuestra causa y listos para enfrentar los desafíos que se presenten en el camino hacia una sociedad más inclusiva".

2. Ayala, G. (2024): "Al principio, me sentía completamente desorientada. La falta de información clara me desmotivaba bastante. Pero después de los talleres y actividades, ahora me siento parte de algo mucho más grande. La intervención artística del 1 de noviembre fue increíble; no solo mejoré en mi forma de comunicarme, sino que también hice amigos en el proceso".

3. Acosta, S. (2024): "La fundación siempre ha sido un apoyo fundamental para mí y mi familia, pero antes no sabía cómo involucrarme más activamente. Tras participar en el curso 'Señas que conectan', me siento empoderada para compartir mis experiencias y contribuir. La comunidad ha crecido y ahora hay un ambiente más cálido y acogedor".

4. Pacheco, M. (2024): "He trabajado en varias organizaciones y puedo afirmar que el clima organizacional en La Colmena ha cambiado radicalmente. Todos los participantes se sienten valorados, lo cual se refleja en la colaboración entre los miembros. Las herramientas digitales que aprendimos han sido clave para mejorar nuestra comunicación externa".
5. Ojeda, G. (2024): "Al principio, la visibilidad de La Colmena era bastante limitada. Gracias a las herramientas que aprendimos, hemos logrado aumentar nuestro reconocimiento en la comunidad. Este cambio no solo nos ayuda a atraer recursos, sino que también fortalece nuestras relaciones con otras organizaciones. Fue una experiencia hermosa".
6. Prieto, P. (2024): "Nunca imaginé que un taller pudiera transformar tanto mi perspectiva. Antes me costaba expresar mis ideas y sentía que no tenía voz. Ahora, tras participar en los encuentros, tengo más confianza y puedo aportar activamente en las discusiones. ¡Es asombroso ver cómo todos nos apoyamos mutuamente! Gracias Brian por tus aportes, paciencia y dedicación".
7. Valenzuela, M. (2024): "Me uní a La Colmena como voluntaria porque quería hacer algo significativo. La intervención artística fue una experiencia transformadora; no solo aprendí sobre comunicación, sino que también descubrí talentos ocultos en mí misma. La energía y el entusiasmo del grupo son contagiosos".
8. Frette, M. (2024): "La fundación ha logrado unir a personas de diferentes trasfondos y eso es invaluable. Con las nuevas políticas de comunicación implementadas, hemos podido organizar eventos que antes parecían imposibles. La colaboración ha aumentado significativamente y ahora nos sentimos más fuertes como comunidad".
9. Verrastro, C. (2024): "He observado un cambio profundo en la forma en que las personas se comunican entre sí. Los talleres han proporcionado herramientas prácticas que benefician no solo a los participantes, sino también a sus familias. Hay un renovado sentido de pertenencia y apoyo mutuo.
10. Prieto, Y. (2024): "Colaborar con La Colmena ha sido una experiencia enriquecedora para mí. La intervención del 1 de noviembre fue un hito; ver a tantas personas involucradas y expresándose artísticamente fue verdaderamente inspirador. La comunicación ha mejorado notablemente y eso se refleja en el impacto positivo que estamos generando en Corrientes, aunque hay mucho para seguir trabajando en materia de inclusión".

## Conclusiones y Recomendaciones

A lo largo de este proceso de intervención comunicacional en la Fundación La Colmena, que se extendió por siete meses, se logró una transformación significativa en la imagen institucional y en la comunicación externa de la organización. Este trabajo permitió establecer políticas de comunicación claras y efectivas, fomentando un ambiente de colaboración y participación entre todos los miembros, lo que trascendió el pasado liderazgo exclusivo de la presidenta.

Los resultados obtenidos evidenciaron que al implementar un sistema de evaluación interna y promover dinámicas de trabajo más organizadas, La Colmena fortaleció sus vínculos con otras instituciones y mejoró notablemente su comunicación tanto interna como externa. La presencia de un comunicador social con habilidades interpersonales y paciencia fue clave para guiar a los integrantes en este proceso, permitiendo que cada voz fuera escuchada y valorada. Las capacitaciones ofrecidas brindaron herramientas prácticas y ayudaron a los miembros a comprender el poder de las palabras en la construcción de su narrativa institucional.

Uno de los hallazgos más relevantes fue la necesidad urgente de definir una estrategia comunicacional coherente. Anteriormente, la falta de dirección en este aspecto había llevado a una dispersión en los mensajes y actividades, dificultando la conexión con el público objetivo. Sin embargo, se estableció un cronograma de contenidos que permitió una mejor planificación y ejecución de las acciones comunicativas. De esta manera, la fundación pudo aprovechar formatos modernos y efectivos como podcast, reels y carruseles en redes sociales para captar la atención del público, algo que antes no se había explorado adecuadamente.

A pesar de estos avances, fue decisivo continuar trabajando en ciertas áreas para consolidar lo logrado. Por ello, se formularon las siguientes recomendaciones:

**Establecer plazos claros:** la fundación debería fijar metas a corto y largo plazo para asegurar el cumplimiento efectivo de sus objetivos. Esto permitiría mantener el enfoque y medir el progreso en sus iniciativas.

**Realizar eventos anuales:** organizar al menos dos eventos por año contribuiría a fortalecer la visibilidad e impacto de La Colmena. Estos eventos debieron ser diversos y creativos, aprovechando el talento interno para explorar nuevas oportunidades.

**Utilizar los medios de comunicación efectivamente:** continuar utilizando medios locales para compartir historias inspiradoras sobre personas con discapacidad y problemáticas

relevantes ayudaría a sensibilizar al público y crear una conexión más profunda con la comunidad.

Delegar tareas: fomentar un ambiente donde se pueda delegar responsabilidades eficientemente es esencial. Las reuniones deben transformarse en espacios productivos de diálogo colaborativo que estimulen el trabajo en equipo.

Fortalecer vínculos externos: seguir generando alianzas con otras organizaciones, "pues esto" permitió ampliar recursos y el apoyo mutuo. Este tipo de colaboración es vital para el crecimiento sostenible de La Colmena.

Incluir a personas con discapacidad: asegurarse que las personas con discapacidad participen activamente en todas las actividades garantizó que sus necesidades fueran consideradas y promovidas adecuadamente.

**Evaluaciones constantes:** implementar evaluaciones periódicas sobre las actividades realizadas ayudó a identificar áreas de mejora y ajustar las estrategias según fuera necesario.

Superar barreras gubernamentales: trabajar proactivamente para reducir obstáculos con la Municipalidad de Corrientes o entidades gubernamentales facilitó el acceso a más recursos y apoyos necesarios para llevar a cabo sus proyectos.

Con una estrategia clara y un compromiso renovado hacia la inclusión y el trabajo en equipo, la fundación se mostró lista para enfrentar los desafíos del futuro con confianza y determinación. A través de un enfoque estratégico basado en la comunicación efectiva y el aprendizaje conjunto, se establecieron las bases para una organización más cohesiva y orientada hacia el crecimiento colectivo.

Sin embargo, aunque hubo buena predisposición por parte de todos los miembros de La Colmena, se vivió una constante negociación para llevar a cabo las reuniones sin postergarlas en exceso, buscando alternativas viables. La situación se complicó aún más debido a que brindaban muchas charlas en diversos sectores, lo que desbordó las capacidades del equipo. Como señala Fernández (2018), "la falta de políticas bien definidas puede llevar a una sobrecarga de trabajo y a la insatisfacción del personal".

Otro conflicto que se presentó fue una constante tensión entre los miembros de la fundación y la Municipalidad de Corrientes; ya que las organizaciones son muy celosas del crédito gubernamental. No obstante, fue posible mediar entre las partes y llegar a un acuerdo mutuo que benefició tanto a La Colmena como al municipio.

A lo largo de este proceso se evidenció la importancia de la comunicación inclusiva, que es fundamental para reflejar la verdadera diversidad de nuestra sociedad y cumplir con la promesa de "no dejar a nadie atrás". Es crucial entender que presentar a las personas con discapacidad como frágiles o vulnerables no solo es injusto, sino que también contribuye a su marginación. Desmantelar el mito que sus vidas son menos valiosas o de peor calidad es esencial para avanzar hacia una sociedad más equitativa. Asimismo, debemos evitar el enfoque de "superhéroes", que minimiza la experiencia cotidiana de estas personas.

Adoptar una representación más justa y realista es vital; al reconocer su humanidad, valor y diversidad de experiencias, podemos construir un futuro más inclusivo. Las interacciones realizadas durante este proceso generaron beneficios significativos, modificando gradualmente las perspectivas de los integrantes y fortaleciendo las relaciones interpersonales.

Aunque existió cierta actitud defensiva por parte de algunos miembros sobre la necesidad de cambiar ciertos aspectos, el diálogo abierto permitió comprender los beneficios que este proceso traería para todos. Como señala Massoni (2017), "la comunicación estratégica permite crear espacios de diálogo donde todos los actores se sientan escuchados y valorados".

En cuanto al uso de las redes sociales, su implementación y actualización es útil para que la fundación gane visibilidad y el público pueda conocer sus objetivos y actividades, y así poder participar. Pero no deben desplazarse otras maneras de llegar a las personas como los eventos y capacitaciones. Como señala Orihuela (2013) "las redes sociales no son el fin, sino un medio", lo que nos orientó a ampliar la visión sobre la comunicación y a no centrarnos únicamente en estas plataformas digitales. En este sentido, un aspecto a destacar fue el aprendizaje sobre la redacción de citas, donde se pudo apreciar el poder del lenguaje para influir en los demás y conectar con audiencias más amplias.

El contacto con otros que comparten experiencias similares puede ser profundamente sanador; al compartir luchas y expectativas, se construyen puentes hacia una mayor empatía y comprensión. La participación activa en comunidades como esta fundación empodera a los individuos para redefinir su relación con su propia identidad, convirtiéndose en narradores efectivos de sus historias. Este proceso no solo desafía estigmas, sino que también promueve una mayor comprensión e inclusión en nuestra sociedad.

Las historias compartidas abarcan desde experiencias cotidianas hasta logros significativos, desafiando estigmas asociados a las discapacidades y demostrando capacidades individuales. Cada relato invita a reflexionar sobre cómo contribuir a una sociedad más empática. Además, estas narrativas fortalecen la imagen institucional y crean un espacio donde todos pueden sentirse vistos y escuchados.

En la última etapa de la intervención, se notó una mejora significativa en el discurso y la participación; cada detalle fue considerado meticulosamente antes y después del evento. Se fomentó la participación no solo de la presidenta, sino también de otros miembros del equipo para diversificar las voces que representan a las personas con discapacidad.

En esta aventura colectiva, cada miembro asumió su rol con compromiso; al igual que en una colmena donde cada abeja tiene su tarea, aquí cada uno aportó su talento y energía, apoyándose mutuamente. Para seguir avanzando hacia una comunicación verdaderamente inclusiva, es recomendable continuar promoviendo espacios de diálogo abiertos y formativos que permitan a todos expresar sus historias y experiencias. Así podremos trabajar juntos hacia un futuro donde cada voz cuente y cada historia importe.

Finalmente, uno de los logros destacados fue la identificación y capacitación de una joven dentro del equipo para continuar con la comunicación institucional de la fundación, asegurando así la sostenibilidad del proceso iniciado durante esta intervención comunicacional.

## Bibliografía

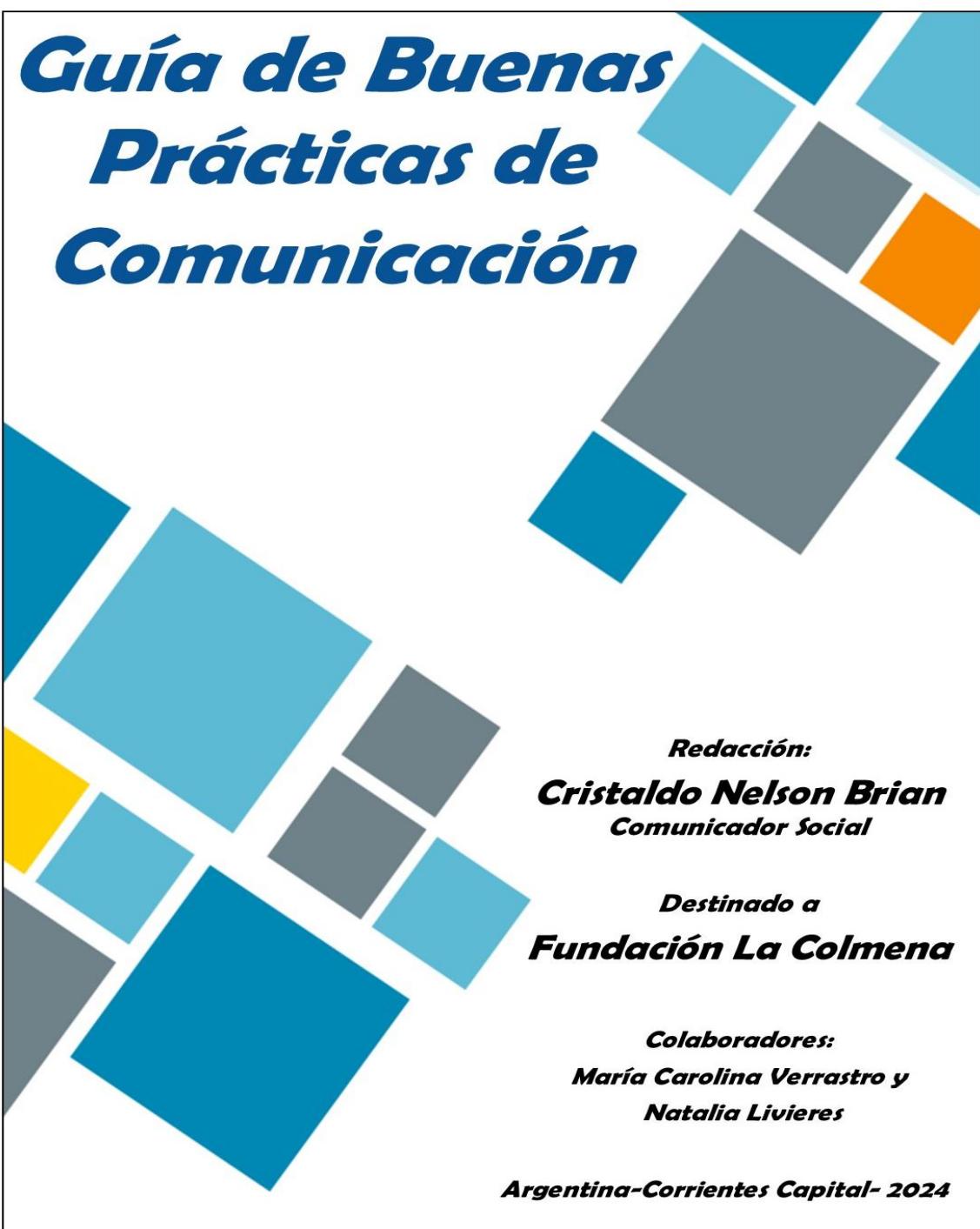
- ⊕ AGUIRRE ALVIS, J., Terán, R. & Ramírez, A. (2013). *Manual sobre comunicación y discapacidad: el compromiso desde la información Universidad Católica Boliviana “San Pablo”*. La Paz, Bolivia, Servicio de Capacitación en Radio y Televisión para el Desarrollo / SECRAD Programa por el Derecho a la Comunicación e Información.
- ⊕ AGUIRRE, C., Álvarez, N., Benítez, L. & Pereyra, U. (2019). *Puentes de comunicación para padres de autistas*. APADEA (Asociación de Padres de Autistas de Corrientes).
- ⊕ ETKIN, M.E. (2012). Comunicación para organizaciones sociales. De la planificación a la acción. Buenos Aires, Argentina. La Crujía.
- ⊕ MASSONI, S. (2013). *Metodología de la Comunicación Estratégica. Del Inventario al Encuentro Sociocultural*. Editorial Homosapiens.
- ⊕ MATEOS, C. (2012). *El rol de la comunicación en un Programa de Voluntariado Corporativo*. Trabajo final de licenciatura en Comunicación Social de la Universidad de San Andrés. Departamento de Ciencias Sociales.
- ⊕ NIETO, Gerson & Vargas, A (2018). *Voluntariado, complemento en la formación integral del modelo intercultural. Caso: Licenciatura en Comunicación Intercultural*. Universidad Intercultural del Estado de Tabasco.
- ⊕ OBRADOVICH, C. & Cobarrubia, J. (2016). *Comunicación estratégica en la gestión de programas de inclusión laboral de personas con discapacidad de la municipalidad provincial de Arequipa y su impacto social e imagen en la población de Arequipa metropolitana*. Universidad Nacional de San Agustín.
- ⊕ PACHECO, M., Medin, I., Gómez, V., Durán, G., Livieres, N. (2021). *Manual de directrices para una cultura inclusiva en la educación. Recopilación de prácticas inclusivas frente a las situaciones de discapacidad, basada en experiencias positivas*. Fundación La Colmena.
- ⊕ PERLÁN, M. & Chiavaro, C. (2013). *Proyecto de Voluntariado sobre Comunicación Popular en Dolores*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social ISSN: 1852-9569
- ⊕ URANGA, W. (2007). *Mirar desde la Comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales*. Mimeo, Buenos Aires.
- ⊕ VILMA, A. (2020). *Plan de comunicación del CONADIS (Perú)*. El Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad. CONADIS.

## ANEXO 1: Guía de Buenas Prácticas de Comunicación

Este documento proporciona directrices claras sobre cómo La Colmena debe promocionarse. Establece los momentos y medios más adecuados para comunicar su misión y visión, segmenta al público objetivo y ofrece recomendaciones generales sobre el manejo y la difusión de información relacionada con personas con discapacidad. Además, incluye estrategias para desafiar los estereotipos comunes sobre la discapacidad y presenta un modelo a seguir adecuado.

Cristaldo, N. (2024). *Guía de buenas prácticas de comunicación*.

<https://drive.google.com/file/d/1zudOje76uEnfq9bet5AOiCz37Cz2GWRF/view?usp=sharing>



Uno de los logros obtenidos en este proceso fue la gestión que llevó al Honorable Consejo Deliberante de la Ciudad de Corrientes a sancionar el curso "Señas que Conectan" y a declarar el 24 de octubre como un día de interés legislativo.



**Municipalidad de la Ciudad de Corrientes  
Honorable Concejo Deliberante  
“1994/2024-30 AÑOS DE LA REFORMA CONSTITUCIONAL”**

Corrientes, 24 de Octubre de 2024.

## **DECLARACIÓN N° 371**

### **VISTO:**

La serie de cursos de Lengua de Señas Argentina "Señas que conectan", Y;

### **CONSIDERANDO:**

Que, estos cursos de Lengua de Señas Argentina (LSA), denominados "Señas que conectan" serán brindados por la Fundación La Colmena, para capacitar a grupos específicos, siendo dictados por Soledad Acosta, quien es una persona sorda hablante natural del idioma, junto a la intérprete y docente en Lengua de Señas Argentina Mariana Miñio y se destacan por la importancia de formarse y aprender a comunicarse de otra forma, acercándonos así al concepto del diseño universal pregonado por la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, contribuyendo a fortalecer el vínculo y la sociabilidad en nuestra ciudad para todas las personas.

Que, el primer curso a dictarse se denominará "Señas que conectan: Estrategias para el emprendimiento y comercio accesible", y se dictará por el transcurso de 2 meses, dando inicio al mismo el día jueves 24 de Octubre del 2024, en el horario de 13:30 a 15:00 horas, en el Espacio de la Memoria-Ex Regimiento 9 de la ciudad de Corrientes, y será una nueva excelente oportunidad para formarse dirigido a comerciantes y emprendedores.

Que, el curso se desarrollará en forma presencial en la sede de la Fundación La Colmena, ubicada en el Espacio de la Memoria de nuestra ciudad, y la modalidad incluye dinámicas participativas y recursos prácticos para la aplicación directa en el ámbito comercial, donde los participantes recibirán certificados de asistencia y aprobación, al cumplir con la totalidad del curso.

Que, este primer curso de otros a realizarse, tiene como objetivo central capacitar a emprendedores, comerciantes y personal de atención al cliente en la LSA para facilitar la comunicación efectiva con la comunidad sorda, promoviendo así la equidad en el acceso a bienes y servicios, y sensibilizando sobre la importancia de la equidad en la atención al público y el derecho a la comunicación accesible, según las normativas de accesibilidad comunicacional vigentes a nivel nacional.

Que, en nuestro país, la discapacidad auditiva afecta a un 18% de la población con discapacidad, lo que se traduce en barreras diarias para estas personas al momento de interactuar en entornos comerciales y de servicios.

Que, las normativas vigentes, como la Ley N° 26.378 y la reciente Ley N° 27.710, reconocen a la LSA como parte del patrimonio lingüístico y cultural del país y garantizan el derecho a la comunicación equitativa y este curso apunta a cumplir con dichas normativas, capacitando a las personas en el uso de la LSA, contribuyendo así a una sociedad más accesible y equitativa.

Que, debemos destacar la importancia de la formación en accesibilidad comunicacional para avanzar en la implementación efectiva de políticas públicas que promuevan la inclusión de personas con discapacidad. Siendo estos cursos herramientas claves para garantizar la equidad en el acceso a servicios, cumpliendo con las normativas vigentes y promoviendo un entorno accesible en los ámbitos públicos y privados.



**Municipalidad de la Ciudad de Corrientes  
Honorable Concejo Deliberante  
"1994/2024-30 AÑOS DE LA REFORMA CONSTITUCIONAL"**

Corrientes, 24 de Octubre de 2024.

**DECLARACIÓN N° 371**

Que, en este contexto, la difusión de estas herramientas y aplicación de estas políticas, tienen un rol crucial para que las personas sordas puedan ejercer plenamente sus derechos en igualdad de condiciones.

Que, es de vital importancia y una función indelegable del Municipio acompañar todas las capacitaciones y cursos que tengan por objetivo la implementación de políticas públicas efectivas que promuevan la inclusión de las personas con discapacidad y se desarrolle en el ámbito de la Ciudad.

Que, resulta de interés para el Honorable Concejo Deliberante (HCD) promover lo expuesto.

**POR ELLO:**

**EL HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE  
DE LA CIUDAD DE CORRIENTES  
SANCIONA CON FUERZA DE DECLARACIÓN**

**Señas que conectan**

**ARTÍCULO 1º:** DE INTERÉS del Honorable Concejo Deliberante, la serie de cursos de Lengua de Señas Argentina "Señas que conectan", los cuales se brindarán por la Fundación La Colmena en el Espacio de la Memoria-Ex Regimiento 9 de la ciudad de Corrientes y tienen por objetivos capacitar a grupos específicos y contribuir a la formación de la comunidad en general.

**ARTÍCULO 2º:** LA presente Declaración será refrendada por la Señora Secretaria del Honorable Concejo Deliberante.

**ARTÍCULO 3º:** REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.

DADO EN EL RECINTO DEL HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE DE LA CIUDAD DE CORRIENTES A LOS VEINTICUATRO DÍAS DEL MES DE OCTUBRE DEL AÑO DOS MIL VEINTICUATRO

Esc. MARTA I. RACHMANO  
Secretaria  
Honorable Concejo Deliberante  
Ciudad de Corrientes



Esc. MARCOS AMARILLA  
Presidente  
Honorable Concejo Deliberante  
Ciudad de Corrientes

El diagnóstico realizado anteriormente puso de manifiesto una realidad preocupante: muchos medios locales desconocían La Colmena y sus actividades. Esta falta de visibilidad nos motivó aún más a avanzar en nuestra agenda. Nuestra tarea principal consistió en investigar y elaborar una lista de contactos que incluyera periodistas locales, programas de radio y canales de televisión.

## Contactos de Medios y Periodistas Locales

Periodistas	MEDIOS GRÁFICOS Y WEB	Celular
Ernesto Fernández (Fito)	Información General Época	3794-281685
Silvio Schivalochi	Información General	3794-821255
Alejandro Duete	Información General	3794-092043
Gabriela Villordo	Web de Época Y Radio 2	3795-164245
Monica Pared	Web de Época (Turno mañana)	3794-759252
Luz Flores	Web de Época (Turno tarde)	3794653076
Araceli Almirón	Web de Época (Turno noche)	3794702010
Agustín Gómez (Jefe de Redacción)	El Litoral	3794617887
Verónica Marisol Tossutti	El Litoral	3731438738
Diego Sabao (Jefe de redacción)	República de Corrientes	3794-800729
Daniel Caram	Corrientes Hoy	3794-728311
Diego Navarro	Nea Hoy	3794-879950
Diego Petruszynski	UNNE noticias	3772-535150
Daniela Noguera	Libertador	3794-038279
MEDIOS RADIALES		
Guatavo Altamirano	Sudamericana	3794269519
Juan Bondaz	Sudamericana	3794201254
Luján Sena	Sudamericana	3794062397
Sachiel Campos	Sudamericana	3794687920
Eva Aceval	Radio Horizonte 106.1	3794890107
Gabriel Casco	Telenord y Continental	3794-622228
Paula Escalante	La Red y Continental	3794-766968
Karina Rodríguez	LT7	3794692069
Diego Romero	LT7 Y Continental	3794597744
Roberto Ojeda	LT7	3794534088
Lisandro Moreira	Radio 2	3794607401
Carlos Simón	Radio 2	3794527507
Marcos Contreras	Radio 2	3774444026
Darío Ramírez	Continental	3794158345
Facundo Pastor	Cadena de Radio	3794358595
María Mercedes Vázquez	Continental	3794799452
Belén Da Costa	El Litoral	3772445674
Francisco Villanueva	Radio Unne	3794554899
TV		
Noelia Maciel	Sudamericana y 5 TV	3794913201
Laura Trivia	5TV	3794524861
Rocío Sánchez (movilera)	Somos Corrientes	3794-267830
Constanza Pérez Ruiz	Escenarios TV	3794-068594
Streaming		
Guadalupe Sánchez	By Streamers	3794898131
Gerardo Álvarez	By Streamers	3794916425

#### **ANEXO 4: Podcast “Abejas que Inspiran”**

Al difundir estas historias en la plataforma SoundCloud, logramos que las voces de nuestros miembros llegaran a audiencias diversas.

Cristaldo, N. (2024). *Fundación La Colmena*. <https://soundcloud.com/colmenactesss>

#### **ANEXO 5: Publicación de noticias**

La colaboración con el diario República de Corrientes nos permitió llevar estas historias a un público más amplio. Además, se realizaron publicaciones en otros diarios, ampliando aún más el alcance de estas importantes narrativas. Visitar los siguientes enlaces:

1. República de Corrientes. (2024, 21 de octubre). Dictarán un curso de lengua de señas para emprendedores y comerciantes. <https://www.republicadecorrientes.com/58040-dictaran-un-curso-de-lengua-de-senas-para-emprendedores-y-comerciantes>
2. Radionord. (2024, 26 de octubre). Hay un sector que merece ser incluido y su derecho a la comunicación debe ser garantizado. [https://www.continentalcorrientes.com/noticia/64306\\_livieres-hay-un-sector-que-merece-ser-incluido-y-su-derecho-a-la-comunicacion-debe-ser-garantizado.htm](https://www.continentalcorrientes.com/noticia/64306_livieres-hay-un-sector-que-merece-ser-incluido-y-su-derecho-a-la-comunicacion-debe-ser-garantizado.htm)
3. República de Corrientes. (2024, 28 de octubre). El impacto de Soledad Acosta en la educación inclusiva. <https://www.republicadecorrientes.com/58225-una-carta-que-resuena-el-impacto-de-soledad-acosta-en-la-educacion-inclusiva>
4. República de Corrientes. (2024, 6 de noviembre). Juan Martín y su Misión 3D, al servicio de quienes más lo necesitan. <https://www.republicadecorrientes.com/58492-el-arte-de-ayudar-juan-martin-y-su-mision-3d-al-servicio-de-quienes-mas-lo-necesitan>
5. República de Corrientes. (2024, 18 de noviembre). La inspiradora historia de Paula y su viaje hacia la aceptación. <https://www.republicadecorrientes.com/58775-voces-de-esperanza-la-inspiradora-historia-de-paula-y-su-viaje-hacia-la-aceptacion>
6. República de Corrientes. (2024, 18 de junio) Braillín, el juguete que se inventó hace 22 años para aprender el sistema Braille. <https://www.republicadecorrientes.com/54139-braillin-el-juguete-que-se-invento-hace-22-anos-para-aprender-el-sistema-braille>
7. República de Corrientes. (2024, 25 de noviembre). María Valenzuela, una joven ciega que lucha por construir un mundo más accesible. <https://www.republicadecorrientes.com/58944-maria-valenzuela-una-joven-ciega-que-lucha-por-construir-un-mundo-mas-accesible>
8. República de Corrientes. (2024, 9 de diciembre). La belleza del autismo a través de los ojos de Lucía. <https://www.republicadecorrientes.com/59282-abrazando-al-monstruo-la-belleza-del-autismo-a-traves-de-los-ojos-de-lucia>

9. República de Corrientes. (2024, 20 de noviembre). Pirotecnia cero: Una campaña por la inclusión de las personas con autismo. <https://www.republicadecorrientes.com/59344-mas-luces-menos-ruidos-una-campana-por-la-inclusion-de-las-personas-con-autismo>

10. República de Corrientes. (2024, 1 de abril). El autismo necesita de la sensibilidad amorosa y la mirada de toda la sociedad. <https://www.republicadecorrientes.com/51222-el-autismo-necesita-de-la-sensibilidad-amorosa-y-la-mirada-de-toda-la-sociedad>

11. República de Corrientes. (2024, 1 de marzo). La Colmena anunciará su agenda para la inclusión de personas con discapacidad. <https://www.republicadecorrientes.com/50184-la-colmena-anunciará-su-agenda-para-la-inclusion-de-personas-con-discapacidad>

12. República de Corrientes. (2023, 8 de agosto). Una película sobre discapacidad fue elegida por el certamen Sembrando Cine. <https://www.republicadecorrientes.com/42155-una-pelicula-sobre-discapacidad-fue-elegida-por-el-certamen-sembrando-cine>

13. República de Corrientes. (2023, 19 de julio). Yateico: Emprendimiento inclusivo ofrece un bono contribución. <https://www.republicadecorrientes.com/41307-emprendimiento-inclusivo-ofrece-un-bono-contribucion>

14. República de Corrientes. (2023, 7 de junio). Más de 3000 personas participan del congreso provincial sobre discapacidad. <https://www.republicadecorrientes.com/39502-mas-de-3000-personas-participan-del-congreso-provincial-de-discapacidad>

#### Intervención Artística del 1/11

15. República de Corrientes. (2024, 10 de octubre). Organizan un encuentro artístico por la convivencia. <https://www.republicadecorrientes.com/58306-inclusion-organizan-un-encuentro-artistico-por-la-convivencia>

16. Radio Dos. (2024, 28 de octubre). La Colmenea realizará un encuentro artístico por la convivencia. [https://www.radiodos.com.ar/177648-la-colmenea-realizara-un-encuentro-artistico-por-la-convivencia#google\\_vignette](https://www.radiodos.com.ar/177648-la-colmenea-realizara-un-encuentro-artistico-por-la-convivencia#google_vignette)

17. Época. (2024, 28 de octubre). Fundación La Colmena prepara una jornada de arte y comunidad. <https://www.diarioepoca.com/1336467-fundacion-la-colmena-prepara-una-jornada-de-arte-y-comunidad>

18. El Litoral. (2024, 30 de octubre). La Colmena realizará un encuentro artístico por la convivencia y la inclusión. <https://www.ellitoral.com.ar/radio/2024-10-30-10-26-0-la-colmena-realizara-un-encuentro-artistico-por-la-convivencia-y-la-inclusion>

#### ANEXO 6: Contenidos para Instagram

A partir del aprendizaje adquirido sobre herramientas de comunicación efectivas, surgió la idea de crear contenidos inclusivos que pudieran ser compartidos en diversas plataformas. Uno de estos contenidos fue la producción de videos para Instagram, los cuales lograron generar un impacto positivo en la sociedad. Visitar el siguiente enlace: Cristaldo, N. (2024). *Contenidos para Instagram*. [https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1H\\_mESzR5rmk\\_cbl32IqUohpr-2bEHZ17](https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1H_mESzR5rmk_cbl32IqUohpr-2bEHZ17)

## ANEXO 7: Registro Fotográfico- Encuentros y Talleres



## Participación en los medios



## Curso: Señas que conectan



## Intervención Artística - 01/11/2024



Cristaldo, N. (2024). *Resumen de la intervención artística.*

[https://drive.google.com/file/d/1YSeRwC2DVoXRWA9y220kQA6TYcX3j6xg/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1YSeRwC2DVoXRWA9y220kQA6TYcX3j6xg/view?usp=drive_link)



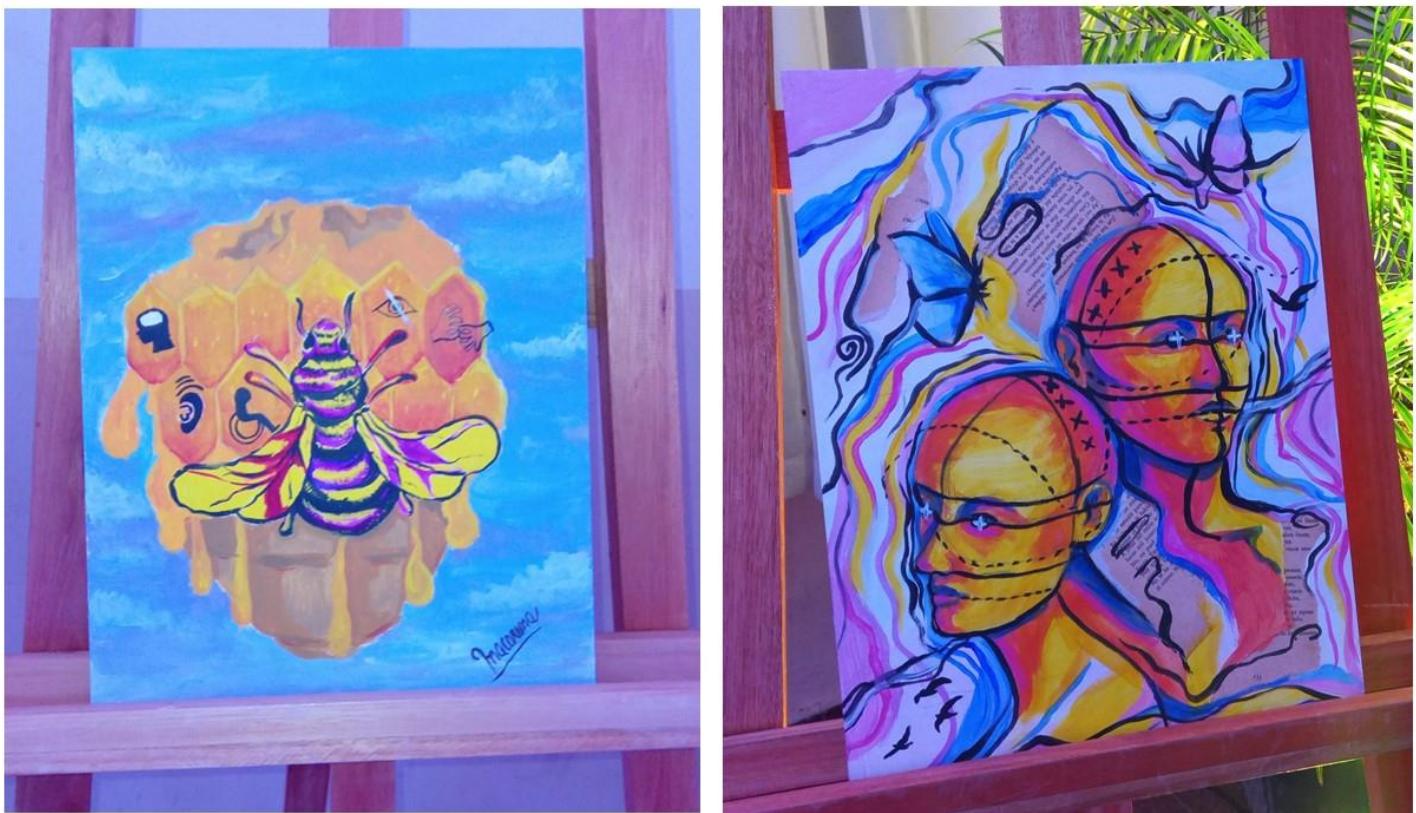
## Intervención Artística - 01/11/2024



## Exposición de Arte “Corrientes al Lienzo” - (3 al 5 de diciembre)



## Exposición de Arte “Corrientes al Lienzo” - (3 al 5 de diciembre)



## Exposición de Arte “Corrientes al Lienzo” - (3 al 5 de diciembre)



# ***Guía de Buenas Prácticas de Comunicación***

***Redacción:***

***Cristaldo Nelson Brian***  
***Comunicador Social***

***Destinado a***

***Fundación La Colmena***

***Colaboradores:***

***María Carolina Verrastro y***  
***Natalia Livieres***

***Argentina-Corrientes Capital- 2024***

## INTRODUCCIÓN

La elaboración de esta Guía de Buenas Prácticas de Comunicación se presenta como una solución fundamental para abordar diversos problemas que enfrenta la Fundación La Colmena. A través de un proceso exhaustivo de escucha activa y recuperación de información, que incluyó encuentros virtuales y presenciales, talleres de comunicación, capacitaciones, cursos, eventos y actividades, se lograron identificar las principales falencias en el sistema de objetivos de la fundación. Este sistema resultaba disperso y confuso debido a la amplitud de sus actividades.

Uno de los problemas más significativos era la ausencia de una política de comunicación bien definida. No existían directrices claras sobre qué comunicar, cómo hacerlo o cuándo. Además, no había un documento escrito que ofreciera una perspectiva general sobre la comunicación institucional; en su lugar, solo se contaba con lineamientos sobre aspectos puntuales en momentos específicos.

El análisis realizado reveló que la información se publicaba en función de las necesidades institucionales y respondía a una planificación relacionada con sus actividades y reuniones semanales. Sin embargo, el público objetivo no estaba definido claramente; las comunicaciones se realizaban solo de manera general, lo que limitaba su efectividad.

En este contexto, la Guía establece directrices concretas sobre cómo La Colmena debe darse a conocer. Define momentos y medios adecuados para comunicar su misión y visión, segmenta al público y ofrece recomendaciones generales sobre el tratamiento y difusión de información relacionada con personas con discapacidad. Además, aborda estrategias para combatir los estereotipos habituales sobre discapacidad y presenta el modelo correcto a seguir.

Un aspecto destacado es que el último capítulo fue elaborado en colaboración con María Carolina Verrastro, profesora en Educación Especial para Sordos e Hipoacúsicos. Ella aporta valiosas recomendaciones sobre cómo comprender mejor a las personas sordas y su entorno familiar, lo que añade un enfoque inclusivo y sensible a la guía.

La difusión de esta guía se realizará tanto en formato digital como impreso entre lxs miembrxs de La Colmena. Además, será una herramienta invaluable para cualquier futurx comunicadxr social que desee intervenir en la fundación, asegurando que todxs estén alineados con una comunicación clara, efectiva e inclusiva.

# Capítulo 1

## ¿QUÉ ES COMUNICACIÓN?

COMUNICACIÓN BREVE, INTERESANTE Y SENCILLA

Si comunicamos algo a alguien, por el medio que sea, pero ese alguien (lo que entendemos por públicos) no lo entiende, no existe la comunicación. Además, aunque nos pueda entender, si no nos escucha porque no le interesa el mensaje o porque lo alargamos tanto que aburrimos, sigue sin existir comunicación.

Podemos contar cosas, dar noticias o informar, pero la comunicación nos pide que quien recibe el mensaje nos responda. Puede responder con:

- Una toma de conciencia
- Un cambio de mentalidad
- Una nueva actitud ante nuestra fundación
- Apoyos determinados
- Incluso con críticas (esa respuesta es lo que en comunicación se llama feedback o devolución) (Hargie, 2011).

Así que los contenidos deben llamar la atención, despertar el interés y mover a la acción. Se llama **comunicación externa** a la que realizamos con los públicos que no son de nuestra organización, como, por ejemplo: otras ONG y la población general, pero no olvidemos que siempre la realizamos con objetivos muy definidos (Kotler & Keller, 2016).

Se llama **comunicación interna** a la que dirigimos a los públicos que pertenecen a nuestras organizaciones, como son:

- Personas con discapacidad
- Familias
- Socios y socias
- Profesionales
- Personas voluntarias
- Personas o grupos de personas.

El objetivo, por lo general, es transmitir los valores de la organización, mejorar las relaciones entre nosotrxs y unir nuestras fuerzas para cumplir mejor nuestra misión (Miller & Steinberg, 1975). Pero también hay objetivos puntuales: una convocatoria, una propuesta, entre otras.

### ¿PARA QUÉ LA COMUNICACIÓN?

En general, todo tiene que conducirnos a mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad y la de sus familias. La comunicación es una herramienta más para conseguirlo porque el silencio, lo único que comunica es... QUE NO ESTAMOS (Fisher & Ury, 1981).

## DEBEMOS DARNOS A CONOCER.

Mejor si nos conocen fuera (comunicación externa) de nuestra organización porque así saben lo que somos, lo que hacemos y para qué estamos trabajando. Gracias a la comunicación y a que por medio de ella nos damos a conocer, tendremos una mayor facilidad para conseguir los apoyos que necesitamos.

Pero primero debemos conocernos entre nosotros/as (comunicación interna), porque es la única forma de intercambiar experiencias y evolucionar.

¿Cómo si no podemos saber que lo que hacemos lo hacemos bien? Necesitamos unirnos para ser una referencia en el mundo de la discapacidad, de la calidad de los servicios y de la legitimidad de las reivindicaciones. También debemos establecer vías de comunicación en la propia fundación para impulsar y compartir los proyectos.

## ¿POR QUÉ ESTA GUÍA?

Para que sigamos unas pautas que nos hagan más eficaces en la comunicación con las familias, con las personas con discapacidad, con la sociedad, con las instituciones, etc. En fin, con todos nuestros públicos. Somos miles de organizaciones con nombres distintos y profesionales diversos, pero con una idea común: que las personas con discapacidad cuenten con oportunidades en igualdad de condiciones; eso es con todos los apoyos y aceptación necesarios para ocupar su lugar en la sociedad (Oliver & Barnes, 2010).

## ¿CUÁL ES SU UTILIDAD?

En esta guía se encuentran unas claves sobre cómo podemos hacer comunicación para que se sepa QUÉ y CÓMO somos Y LO QUE QUEREMOS. Debería usarse como un manual:

-Para nosotros/as que trabajamos en La colmena; seguiremos las mismas pautas y unificaremos criterios. Así nuestros mensajes se identificarán unos con otros y sumándolos nos potenciaremos.

-Para profesionales externos que presten servicios y hagan su aporte a la Fundación con el objetivo de conducir la imagen de la entidad en línea con lo definido en esta guía.



## Capítulo 2

# "QUIÉNES SOMOS, DE DÓNDE VENIMOS Y A DÓNDE VAMOS..."

La presidenta de la fundación de La Colmena, Natalia Livieres, define a esta institución como “un espacio de generación de oportunidades mediante la formación la de cooperación para el cambio de mirada de la comunidad acerca de las personas con y en situación de discapacidad”.

Desde un comienzo, con la co-fundadora María Inés Pacheco, trabajaron arduamente dos años, luego se fueron formando los contactos con otras madres y profesionales, hasta que la fundación nace formalmente en julio de 2018, como un grupo de voluntarios/as que ven a la discapacidad desde una perspectiva de derechos humanos y una construcción social.

“La sociedad que no está preparada para la diversidad, o si el entorno de una persona no está preparado, se produce una situación de discapacidad. Entonces se trata de eliminar esas barreras para que no se produzca la situación de discapacidad, pero en eso es un camino muy largo porque desde muy temprano ocurren esas situaciones en las cuales hay barreras emocionales, físicas, normativas, etcétera; para que las personas puedan tener una vida plena”, comentó.

“Se debe pensar en la convivencia en la diversidad, en la riqueza de la diversidad para la vida en general, no a partir de una condición de discapacidad en particular. La Colmena es una fundación sin fines de lucro que se basa en el modelo social de la discapacidad desde el abordaje de los Derechos Humanos (adoptada por la Convención Internacional de los Derechos de las Personas con Discapacidad)”, destacó.

Su sistema de objetivos se basa en generación y fortalecimiento de la accesibilidad en entornos; formación de Recursos Humanos con perspectiva de discapacidad y Derechos Humanos e Incidencia en políticas públicas. Al mismo tiempo, los proyectos y actividades se dividen en 3 ejes:

-Acompañar a las personas con discapacidad y familias para contribuir a pensar la realidad que viven, desde las posibilidades de desarrollar una vida autónoma más que desde las carencias e imposibilidades, a través del enfoque de derechos y evitando la segregación.

-Desarrollar las habilidades personales para proyectos de vida independiente y asociativa, donde cabe la inspiración y la autonomía de las personas, siempre con mirada inclusiva e interseccional.

-Promocionar, capacitar y articular actividades que permitan la participación activa de las personas en su comunidad, mediante la producción de accesibilidad y la valoración de la diversidad como enriquecedora de las relaciones y que se posibilite la convivencia armónica.



## ¿CUÁL ES LA VISIÓN Y MISIÓN DE LA COLMENA?

**Misión:** Promover una sociedad justa y equitativa, con entornos que permitan a todas las personas desarrollar su proyecto de vida con calidad, como ciudadanas de pleno derecho, empoderando a personas con discapacidad para vivir de manera autónoma y activa. Esto se logra mediante:

- Formación interdisciplinaria y acompañamiento en el desarrollo de estilos de vida independientes.
- Proyectos estratégicos que promuevan la igualdad de oportunidades y la participación.

**Visión:** Ser una organización pionera y referente en la promoción de la inclusión y accesibilidad cognitiva, liderando el camino hacia una sociedad donde todas las personas, especialmente aquellas con discapacidad, puedan participar plenamente y desarrollar su máximo potencial. A través de nuestro trabajo innovador en lectura fácil y asesoría en accesibilidad cognitiva, vislumbramos un futuro donde:

- La información sea accesible y comprensible para todas las personas.
- Las personas con discapacidad puedan tomar decisiones informadas y autónomas.
- La sociedad valore y celebre las diferencias y la diversidad como riqueza.
- Nuestros servicios y apoyos sean modelo para otras organizaciones y comunidades.

*Nuestro compromiso es seguir innovando y mejorando para que la inclusión y la accesibilidad sean una realidad para toda la población, en todos los ámbitos de la vida.*

### UNA MIRADA DIFERENTE SOBRE LA DISCAPACIDAD

Consideramos la discapacidad como una característica de la relación entre persona y sociedad, que se organiza de una manera que no toma en cuenta a todas las personas, estableciendo múltiples barreras que generan exclusión sin proporcionar apoyos para superarlas (Oliver, 1996). La mirada no está puesta en las limitaciones de las personas, sino en el diseño de estrategias para superar los obstáculos y limitaciones (García, 2017).

### A DÓNDE VAMOS

Si vamos a comunicar, tenemos que saber qué somos, qué queremos ser y cuál es nuestra vocación como fundación. Es importante que quienes hacemos comunicación en esta institución tengamos en cuenta que nuestro trabajo es y quiere seguir siendo: una fundación que defiende los derechos de las personas con discapacidad, proporciona servicios y es agente de cambio social. Por eso, esta guía quiere ayudar a todos los que nos sentimos parte de La Colmena a comunicar a los públicos externos y a nuestras entidades lo que somos, lo que hacemos, lo que pensamos, de la mejor forma posible. En definitiva, comunicar con calidad.

## Capítulo 3

# EL PLAN DE COMUNICACIÓN

PARA CONSEGUIR LOS OBJETIVOS DE LA FUNDACIÓN

*Cuando no tenemos un plan, no sabemos hacia dónde dirigirnos; podemos pasear sin rumbo. El paseo sin rumbo en comunicación es una pérdida de energía y tiempo, a veces incluso de dinero y, sobre todo, es posible que "ese paseo" esté perjudicando nuestra imagen (Autored, 2021).*

El plan de comunicación se elabora cuando se tiene un plan estratégico de la entidad; pero si este no existe, será la dirección la que debe marcar los objetivos que se quieren conseguir con la comunicación.

### OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN

**¿PARA QUÉ** hacemos una acción?

Los objetivos serán la respuesta a esta pregunta: ¿qué queremos conseguir con la acción o acciones de comunicación? Cuanto más definidos estén estos, más eficaz será la comunicación (Autored, 2021). El objetivo final de cualquier acción de nuestras organizaciones es contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad y la de sus familias. Sin embargo, cuando emprendemos acciones concretas será en razón de:

**Objetivos corporativos.** Relacionados siempre con la organización como tal y en su conjunto, haciendo uso de la imagen corporativa.

**Estos pueden ser de carácter externo:**

- Posicionamiento de la organización ante un hecho concreto.
- Pronunciamiento como agente de cambio social.
- Difusión de los fines de la organización, etc.

**O de carácter interno:**

- Acciones para la cohesión,
- Para el incremento del sentido de pertenencia,
- Para la puesta en común de la misión, la filosofía, los valores de la organización, etc.

**Objetivos puntuales**, vinculados a servicios y programas. Son los que responden a necesidades concretas de la organización:

- Difusión de un programa determinado.
- Realización de jornadas.
- Presentación del plan de empleo.
- Encuentros de autogestores.

Como en el caso de los objetivos corporativos, pueden ser de carácter interno o externo; dependerá siempre del público implicado.

## **ES MÁS EFICAZ LA COMUNICACIÓN CON UN SOLO CONTENIDO, UNA IDEA.**

### **¿QUÉ vamos a decir?**

Debemos establecer qué queremos comunicar y si los contenidos seleccionados son comunicables. Hay que tener claro que no todo lo que interesa a la organización interesa al resto de la población, aunque sí puede ser de gran interés para algunos públicos: seleccionemos públicos en razón de los contenidos.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016).

## **CADA PÚBLICO NECESITA UN LENGUAJE**

### **PÚBLICOS**

**A QUIÉN** se lo vamos a decir: Son los receptores, las personas a las que deseamos hacer llegar el mensaje. En nuestras organizaciones, los públicos objetivo de nuestras comunicaciones pueden ser:

#### **Internos**

- > Familias asociadas
- > Personas con discapacidad
- > Profesionales de nuestra organización
- > Voluntarios y colaboradores
- > Directivos (¿son las autoridades?)
- > Asociaciones
- > Federaciones
- > Confederación

#### **Externos**

- > Entidades afines (organismos y organizaciones)
- > Población general
- > Profesionales relacionados con nuestro ámbito: psicólogos, pedagogos, psiquiatras, etc.
- > Profesionales de los medios de comunicación
- > Administraciones públicas
- > Empresas, posibles patrocinadores.



## ¿DE QUÉ FORMA ? CON INGENIO, CON SEDUCCIÓN, MOTIVANDO

**CÓMO** se lo vamos a decir: Aquí está la clave del éxito, porque la misma información, dependiendo de que esté bien o mal transmitida, puede resultar eficaz o ineficaz. Lo más recomendable es que la comunicación esté apoyada por profesionales. Si no disponemos de los medios necesarios para contratar este servicio planteemos lo siguiente: ¿qué le puede interesar a las personas que queremos llegar? Enfoquemos la comunicación desde su interés no desde el nuestro. (Berlo, D. K. (1960).

**DÓNDE** lo vamos a decir: Elegiremos el medio más directo para llegar a nuestro público, que es quien debe recibir nuestro mensaje. Por tanto, el primer análisis será saber dónde se encuentra y qué vehículo nos pondrá en contacto con él: nota de prensa, folleto, carta, cartel, radio, reuniones, etc. Los medios estarán condicionados por los recursos con los que contemos; pero nuestras organizaciones pueden moverse en el terreno del patrocinio o en la solicitud de espacios a los medios de difusión, ya sea con contenidos/noticia mediante negociación de espacios sobre tarifa o gratuitos.

**CUANDO** lo decimos: Ante un hecho noticioso debemos actuar rápidamente, facilitando a los medios los datos necesarios en el mismo momento en que la noticia se produzca. Si deseamos obtener una respuesta inmediata de un público muy definido que tenemos registrado en nuestra base de datos nos dirigiremos a él por medios directos.

Si nuestra comunicación persigue lograr respuestas de la opinión pública —cambios de mentalidad, apoyos, reconocimiento hacia las personas con discapacidad intelectual— debemos buscar una fórmula para tener una permanencia en comunicación construyendo una estrategia que nos permita asomarnos a la opinión pública en repetidas ocasiones y además creando elementos de comunicación dirigidos a públicos influyentes: profesionales de los medios, políticos, sindicatos y profesionales del campo social.



## Capítulo 4

# LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

*Son los vehículos que utilizamos para comunicar; claro que no hay mejor comunicación que la personal, pero llegar a un público extenso nos obliga a utilizar medios que nos conduzcan a muchas personas (Castells, 2009).*

Llamamos medios, en principio, a todos los vehículos que utilizamos o podemos utilizar para comunicar algo a nuestros públicos. Pero el concepto de medio de comunicación de masas se aplica a los medios de difusión general: prensa, radio, televisión. No debemos descartar, sin embargo, en cada plan que hagamos la utilización, con ética, de cualquier medio que nos conduzca a nuestro público. Así que es conveniente tener en cuenta todos ellos y seleccionarlos con acierto.

No vamos a enviar un mensaje por radio para reunir a nuestros asociados; sin embargo, si queremos llegar al público general debemos seleccionar los medios de difusión, con contenidos de interés para los medios o realizar campañas publicitarias (dependiendo del objetivo y de los recursos que tengamos).

En comunicación interna utilizaremos por lo general los medios directos, PERO SIEMPRE CON MUCHO INGENIO para lograr el interés de quien lo recibe (González & Muñoz, 2018).

En comunicación externa, cuando queremos alcanzar a un público muy amplio tendremos que utilizar los medios de difusión general. Pero si nuestro objetivo es llegar a un público segmentado (por edad, por profesión, por zonas), recurriremos a medios directos o medios locales.

### RECUERDE

**Fomentar la inclusión laboral:** Promover la contratación de personas con discapacidad en los medios de comunicación locales. Esto no solo diversifica las perspectivas, sino que también ayuda a derribar estereotipos y prejuicios.

**Capacitación en temáticas de discapacidad:** Ofrecer talleres y capacitaciones para periodistas y comunicadores sobre la representación adecuada de las personas con discapacidad. Esto puede incluir aspectos como el lenguaje inclusivo y la importancia de evitar estigmas.

**Producción de contenido inclusivo:** Incentivar la creación de programas, reportajes y artículos que aborden temas relacionados con la discapacidad desde una perspectiva positiva, mostrando historias inspiradoras y logros.

**Accesibilidad Multimedia:** Asegurar que todos los contenidos audiovisuales sean accesibles, incluyendo subtítulos, lenguaje de señas y descripciones auditivas para personas con discapacidades auditivas y visuales.

**Colaboración con organizaciones locales:** Trabajar en conjunto con organizaciones que defienden los derechos de las personas con discapacidad para asegurar que sus voces sean escuchadas y sus necesidades sean representadas en los medios.



**Espacios de debate público:** Crear espacios en los medios para el debate sobre políticas públicas relacionadas con la discapacidad, invitando a expertos, activistas y personas con discapacidad a compartir sus perspectivas.

**Campañas de sensibilización:** Desarrollar campañas de sensibilización que informen al público sobre los derechos de las personas con discapacidad y promuevan el respeto y la inclusión social.

**Monitoreo crítico:** Establecer un sistema de monitoreo crítico sobre cómo se trata el tema de la discapacidad en los medios locales, identificando áreas de mejora y reconociendo buenas prácticas.

**Uso de redes sociales:** Aprovechar las plataformas digitales para difundir información inclusiva, noticias relevantes y recursos útiles para las personas con discapacidad y sus familias.

**Promoción del acceso a información:** Asegurar que toda la información relacionada con servicios, eventos y recursos disponibles para personas con discapacidad sea fácilmente accesible, utilizando diversos formatos para llegar a más personas.



## Capítulo 5

# ¿QUIÉN Y CÓMO DEBE SER UN PORTAVOZ DE LA ORGANIZACIÓN?

Será la persona que hable en nombre de la entidad, por tanto, es indispensable que conozca bien no sólo nuestra organización sino el ámbito de la discapacidad y que sepa expresarse con soltura, naturalidad y que emplee la terminología apropiada. Si además de estas condiciones es familiar de una persona con discapacidad y tiene un cargo como directivo, tendremos al candidato o candidata idóneos (Oliver, 2018).

### Imagen Corporativa

Se dice que es la imagen corporativa la que nos hace ser: en comunicación, somos lo que la gente, nuestros públicos perciben de nosotros. Nuestra entidad será vista por la gente de una determinada forma; es la imagen percibida por las actuaciones que hayamos hecho durante tiempo. Va más allá de que conozcan qué hacemos, y del reconocimiento de la marca; implica también el cómo lo hacemos, la confianza que damos, la calidad y dimensión de nuestros servicios, lo que reivindicamos, en definitiva, el PARA QUÉ, el QUÉ Y el CÓMO (Kotler & Keller, 2016).

### ¿Cuál es la identidad corporativa de La Colmena?

La identidad corporativa es el rostro que tenemos: nuestra marca, logo, nuestros colores; es decir, los signos visuales que nos representan. Así cuando comunicamos algo, cuando editamos un folleto o un libro, debe ir firmado por nuestra identidad y obedeciendo a las pautas que esta identidad establece (Aaker, 1996).

#### Identidad Conceptual:

Responsabilidad, solidaridad, integridad y cooperación. Creen firmemente en la potencialidad del trayecto personal e individual para las personas con condiciones particulares o en situación de discapacidad. Piensan que mediante la formación propia y de los demás integrantes de la sociedad en todos los ámbitos posibles, lograrán generar las oportunidades y posibilidades de desarrollo necesarias para una vida inspirada y autónoma (Nussbaum, 2011).

#### Identidad Visual:

Si bien aún no poseen un manual de marcas, sí presentan identidad corporativa. El logo son 3 celdas similares a las de una colmena. Los colores diversos y con sus complementarios componen la paleta de esta imagen. Estas personas simbolizan el equipo de personas que, desde cada lugar y singularidad, enriquece el desarrollo de la organización con su aporte (Holt, 2004). Nadie sobra; nadie está sin actividad; todos y todas crean, creciendo y aprendiendo nuevas habilidades que enriquecen a esta gran familia.

Son un equipo organizado, como las abejas dentro de la colmena, que van desarrollándose en conciencia y entendimiento, aportando cada cual según sus habilidades lo que la colonia necesita para funcionar y producir todas las riquezas que se pueden ofrecer. El abrazo resume la idea de acompañamiento, solidaridad y compromiso en igualdad de condiciones.



## Capítulo 6

# RELACIÓN CON LOS MEDIOS

LOS CONTENIDOS DEBEN TENER INTERÉS PARA LA PRENSA.

DEBEN SER NOTICIA.

### ¿Por qué establecemos una relación con los medios?

1. Para difundir nuestras acciones, nuestro trabajo, actos, eventos, experiencias prácticas, etc.

Es fundamental ponerse en la situación de los medios de comunicación y tratar de pensar como ellos para ajustar toda la información que lancemos desde nuestra entidad a sus necesidades. Según López (2019), "la adaptación del mensaje a las características del medio es clave para maximizar su impacto".

2. Para atender las peticiones de información que nos solicitan los medios: qué número de personas con discapacidad hay en nuestra comunidad, qué servicios ofrecemos, nuestra opinión ante una nueva ley o un hecho que tenga que ver con la discapacidad, etc. García (2020) señala que "la relación proactiva con los medios permite posicionar a las organizaciones como fuentes confiables de información".

3. Para responder a posibles agresiones dirigidas a nuestra organización o a las personas con discapacidad. Como menciona Fernández (2021), "la defensa de la imagen institucional es crucial en un entorno mediático que puede ser hostil".

### RECUERDE

Debemos utilizar un lenguaje accesible a todos, buscar ejemplos nuestros de expresiones que no se entienden o que sería pertinente definir. Como sostiene Martínez (2018), "el uso de un lenguaje claro y directo es esencial para garantizar la comprensión del mensaje".

**Lenguaje accesible:** No utilizar palabras propias de la fundación que no se entienden fuera de él.

La información que lancemos a un medio no debe ser extensa. La premisa fundamental es que no saturamos con mucho texto. Si quieren ampliarlo contactarán con nosotros. Según Pérez (2022), "una extensión adecuada para una nota informativa suele estar entre 300 y 500 palabras".



## **CUANDO EL MEDIO CONTACTA CON NOSOTROS PARA SOLICITAR INFORMACIÓN:**

Debemos responder de la forma más rápida posible a los medios; de lo contrario, no volverán a recurrir a nosotros. Hay que tener en cuenta que los plazos de cierre de los medios son muy cortos; por lo tanto, hay que atenderles en el tiempo en el que ellos lo solicitan. Si no tenemos el dato exacto que nos piden debemos intentar darles otra alternativa; por ejemplo, que entrevisten a la persona experta en el tema por el que tienen interés, a un parent o madre o a una persona con discapacidad.

## **CUANDO HAY QUE ACTUAR Y PONERSE EN CONTACTO CON EL MEDIO:**

Este apartado pretende tipificar y fortalecer la respuesta de nuestra organización ante las posibles hostilidades o malas prácticas de los medios de comunicación con respecto a las personas con discapacidad. Con ello buscamos establecer una vía de entendimiento que permita sensibilizar rápidamente y efectivamente a estos profesionales sobre la problemática de la persona con discapacidad intelectual y las virtudes de nuestro movimiento.

### **¿CÓMO DEBE SER LA NOTA DE PRENSA?**

Breve, concisa y clara. Deberá encabezarse con un titular al que acompañe un antetítulo o subtítulo que complemente el contenido del titular. La noticia se iniciará con una "entradilla" de cinco o seis líneas en la que se concentren las principales ideas que respondan a las preguntas básicas: ¿quién? ¿qué? ¿dónde? ¿cuándo? ¿cómo? y ¿por qué? La nota debería tener entre 300 y 500 palabras como máximo (González, 2023).

## **LA COMUNICACIÓN COMO VEHÍCULO PARA LOGRAR NUESTROS OBJETIVOS**

Al principio de la Guía decíamos "...para que nos conozcan y reconozcan". Ahí nos referíamos a que tenemos que comunicarnos de forma activa con el exterior, para que así en el entorno social en el que estemos (pueblo, ciudad, provincia, comunidad autónoma...) sepan quiénes somos, qué hacemos y por qué, y además para que reconozcan nuestras siglas.

Pero, ¿por qué...? Pues desde luego no porque vayamos a vender una marca de refresco, ni una moto... Eso es más apropiado para empresas que fabrican y venden productos o servicios convencionales, aunque en algunas ocasiones también nos toque hacerlo. Como señala Kotler (2003) en "Marketing Management", la comunicación efectiva es clave para conectar con el público objetivo.

Nosotros vamos a hacer comunicación porque queremos promover cambios sociales. Queremos que la gente e instituciones que nos rodean cambien su forma de pensar y actuar hacia las personas con discapacidad intelectual, para que hagan suyos nuestros valores (solidaridad, inclusión, etc.), para que apoyen nuestras iniciativas o incluso actúen junto a nosotros (Ej: a través del voluntariado).

Según Freire (1970) en "Pedagogía del oprimido", la transformación social se logra a través de la concienciación y el diálogo crítico. Como menciona Castells (2009) en "Comunicación y poder", la comunicación no solo informa; también moviliza y genera conciencia social.

## Capítulo 7

# COMUNICACIÓN INCLUSIVA

La comunicación inclusiva y libre de estigmas de la discapacidad nos permite reflejar la verdadera diversidad de nuestra sociedad. También contribuye a cumplir la promesa de “no dejar a nadie atrás”, un elemento fundamental de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (Naciones Unidas, 2015). Asimismo, permite que las personas con discapacidad participen plenamente y en igualdad de condiciones en todas las esferas de la sociedad (World Health Organization, 2011).

Las personas con discapacidad incluyen a aquellas que, en sus particularidades sensoriales, físicas, psicosociales, intelectuales o de otro tipo, se encuentran con diversas barreras que impiden su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás (Oliver, 1996).

### COMBATIR LOS ESTEREOTIPOS

Los sesgos implícitos nos afectan a todos y se ven agravados por los mensajes ambiguos en los medios de comunicación y el mundo del espectáculo (Fiske & Taylor, 1991). La discapacidad resulta de la interacción entre las personas con sus particularidades y las barreras debidas a la actitud y al entorno que evitan su participación plena y efectiva en la sociedad (Shakespeare, 2006). Los estereotipos contribuyen a las barreras actitudinales y favorecen la discriminación contra las personas con discapacidad (Harpur, 2012).

Por ello, debemos reconocer y evitar los estereotipos habituales que representan a las personas con discapacidad como si fueran héroes o como personas que merecen nuestra compasión o que valen menos que las demás. Estos estereotipos afectan la percepción que tenemos de las personas con discapacidad y tienden a perpetuar su exclusión social (Barnes & Mercer, 2010).

Lo cual puede tener diversas repercusiones, entre ellas: que no se envíe a los niños con discapacidad a la escuela o que las escuelas no se construyan ni organicen teniendo presente la accesibilidad; que no se facilite información sobre salud sexual y reproductiva; herramientas para la participación; u otro conocimiento en diversos formatos accesibles para garantizar que todos los jóvenes con discapacidad tengan acceso a ella (UNESCO, 2017).

Que los empleadores tengan prejuicios a la hora de contratar a personas con discapacidad; que estas hagan frente a tasas más elevadas de violencia; y que persistan prácticas nocivas como el recurso generalizado a la esterilización y la institucionalización forzadas, así como la negación de posibilidades de elegir sus apoyos (Davis, 2013).



## RECUERDE

Es fundamental evitar los estereotipos que perpetúan una visión negativa o reduccionista de sus vidas. Según la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de la ONU, se reconoce que todas las personas, sin distinción, tienen derechos iguales y merecen ser tratadas con dignidad (ONU, 2006).

- Presentar a las personas con discapacidad como frágiles o vulnerables no solo es injusto, sino que también contribuye a su marginación. Como menciona Tom Shakespeare en su obra "Disability Rights and Wrongs" (2006), esta perspectiva puede llevar a la deshumanización y a una falta de reconocimiento de sus capacidades y contribuciones a la sociedad.
- Asimismo, la idea de que su vida es menos valiosa o de peor calidad es un mito que debe ser desmantelado. La investigación de Michael Oliver en "The Politics of Disablement" (1990) destaca cómo las barreras sociales y ambientales, más que la discapacidad misma, son las que limitan la calidad de vida de estas personas.
- Es crucial también evitar el enfoque de "superhéroes" que minimiza la experiencia cotidiana de las personas con discapacidad. En este sentido, el trabajo de Lennard J. Davis en "Enforcing Normalcy" (1995) señala cómo esta narrativa puede ser igualmente perjudicial al crear expectativas poco realistas sobre lo que significa vivir con una discapacidad.
- Por último, representar a las personas con discapacidad como un peligro perpetúa estigmas dañinos. El estudio realizado por Susan Wendell en "The Rejected Body" (1996) muestra cómo estas percepciones erróneas alimentan el temor y la exclusión social.

En resumen, es esencial adoptar una representación más justa y realista de las personas con discapacidad, reconociendo su humanidad, valor y diversidad de experiencias. Solo así podremos avanzar hacia una sociedad más inclusiva y equitativa.



## EJEMPLOS DE ESTEREOTIPOS HABITUALES

### ***“Las personas con discapacidad son incapaces”***

Este estereotipo insinúa que las personas con discapacidad son vulnerables, suponen una carga para la sociedad, la familia y los amigos, y necesitan protección porque se piensa que son incapaces de tomar decisiones, trabajar o aprender.

### ***“La vida de las personas con discapacidad es menos valiosa”***

Este estereotipo presupone que las personas con discapacidad tienen una calidad de vida inferior debido a su(s) deficiencia(s) y que, por lo tanto, su vida no merece la pena ser vivida.

### ***“Las personas con discapacidad son infrahumanas”***

Este estereotipo reivindica que las personas con discapacidad no tienen emociones ni sentimientos humanos y no comparten la dignidad humana común. Por ello, pueden ser deshumanizadas o cosificadas. A menudo, esta actitud da pie a prácticas abusivas como la colocación de grilletes, la experimentación médica y otras formas de violencia y abuso.

### ***“Las personas con discapacidad son peligrosas”***

A menudo se presupone que las personas con discapacidad representan un peligro para ellas mismas o para terceros. En muchas ocasiones, esta presunción se ha utilizado para justificar la aplicación de leyes relativas a la salud mental, tratamientos médicos forzados y la privación de libertad.

### ***“Las personas con discapacidad son extraordinarias/sobresalientes”***

Este estereotipo considera que las personas con discapacidad tienen una vida difícil y que, en consecuencia, todo lo que puedan lograr es gracias a su valentía y fortaleza: han “superado” su deficiencia. Es lo que suele conocerse como el fenómeno del “superhéroe”, según el cual estas personas son una fuente de inspiración y un modelo tanto para las personas con discapacidad como para las personas sin discapacidad.

## **MODELOS DE LA DISCAPACIDAD:** caritativo, médico y social.

La experiencia de las personas con discapacidad en la sociedad se ha explicado utilizando diferentes modelos de discapacidad que ilustran por qué las sociedades han atribuido ciertas funciones a las personas con discapacidad en un momento y un contexto determinados. El enfoque de derechos humanos se basa en el modelo social (Oliver, 1996).

**Modelo caritativo:** El modelo caritativo de la discapacidad considera a las personas con discapacidad como meros objetos pasivos de buenas acciones (beneficencia) o como receptores de asistencia social únicamente, en lugar de como individuos empoderados con igualdad de derechos (Barnes, 1991). Según este modelo, la discapacidad es un problema de la persona y no se considera a las personas con discapacidad capaces de subvenir ellas mismas a sus necesidades debido a sus deficiencias; más bien, se piensa que son una carga para la sociedad, que se muestra benevolente con ellas. Desde esta perspectiva, se considera que las personas con discapacidad son objeto de lástima, dependen de la buena voluntad de los demás y, por lo tanto, están desempoderadas y no tienen control sobre sus propias vidas, participando poco o nada en la sociedad. El resultado de este modelo es que las respuestas de la sociedad se limitan a la atención y la asistencia, y se reduce a las personas a meros receptores de caridad y protección social solamente, en lugar de asegurar el disfrute de sus derechos (Davis, 2006).

**Modelo médico:** El modelo médico rehabilitador de la discapacidad considera a las personas con discapacidad como objetos de intervenciones terapéuticas, como pacientes que hay que curar, y ve la discapacidad como un problema médico que debe resolverse o una enfermedad que debe tratarse (Shakespeare, 2006). Según este modelo, la discapacidad reside en el individuo y los médicos son los que mejor saben cómo corregir y manejar cualquier deficiencia, independientemente del consentimiento, la voluntad y las preferencias del interesado. Desde esta perspectiva, se considera que las personas con discapacidad se desvían de los estándares físicos y mentales y se patologizan sus comportamientos y actitudes. El efecto de este modelo es que las respuestas de la sociedad buscan la normalización y la disminución de las deficiencias como medio para posibilitar la participación, en lugar de tratar de eliminar las barreras (Groce, 2004).

**Modelo social:** El modelo social considera que la discapacidad es la consecuencia de la interacción del individuo con un entorno que no da cabida a las diferencias de ese individuo. Esa falta de cabida obstaculiza la participación del individuo en la sociedad. La desigualdad no obedece a la deficiencia, sino a la incapacidad de la sociedad para eliminar los obstáculos que encuentran las personas con discapacidad (Oliver & Barnes, 2012). Este modelo se centra en la persona, no en su deficiencia, y reconoce los valores y derechos de las personas con discapacidad como parte integral de la sociedad. Con arreglo al modelo social, la discapacidad no es un “error” de la sociedad, sino un elemento de su diversidad. La discapacidad es una construcción social: el resultado de la interacción en la sociedad entre los factores personales y los factores del entorno. La discapacidad no es un problema individual, sino el resultado de una organización errónea de la sociedad (Thomas, 2004).

**Capacitismo:** “Como sucede con el racismo, el sexism y el edadismo, el ‘capacitismo’ suele describirse como el sistema de creencias que origina las actitudes negativas, los estereotipos y el estigma que restan valor a las personas con discapacidad basándose en sus deficiencias reales o subjetivas” (Campbell & Oliver, 1996). El capacitismo considera que las personas con discapacidad merecen menos respeto y consideración, son menos capaces de contribuir y participar, y tienen un valor inherente inferior al de las demás personas. Si bien la opinión pública cuestiona cada vez más los discursos discriminatorios, el capacitismo sigue legitimando las formas de expresión y los comportamientos discriminatorios.

El capacitismo puede ser voluntario o involuntario, y puede estar arraigado en las instituciones, los sistemas y la cultura general de la sociedad. Coarta las posibilidades de las personas con discapacidad y menoscaba su inclusión en la vida comunitaria. La comunicación es un elemento clave a la hora de cambiar las normas y pasar de un modelo caritativo o médico a un modelo social o al enfoque de derechos humanos que debería guiar todas las comunicaciones (Kitchin & Lawton-Smith, 2009).



# Capítulo 8

## CONTENIDOS INCLUSIVOS

UN VIAJE HACIA LA EMPATÍA

Cuando hablamos de comunicación, es fundamental que todas las voces se escuchen, especialmente aquellas de las personas con discapacidad. No solo debemos incluirlas, sino que también es crucial destacar sus derechos. Este es nuestro punto de partida para construir un diálogo más inclusivo.

### Narración Positiva y Enfocada en Soluciones

La narración tiene un poder único para sensibilizar y abrir la imaginación hacia soluciones efectivas. Sin embargo, debemos ser sinceros sobre las barreras que enfrentan las personas con discapacidad. Como señala el autor y activista Paul Longmore, “la discapacidad no es lo que le ocurre a una persona, sino cómo la sociedad responde a ello”. Por eso, nuestras historias deben ser equilibradas y afirmativas.

Las Naciones Unidas enfatizan la importancia de reconocer la agencia de todos los grupos vulnerables. Así, al contar historias sobre personas con discapacidad, debemos mostrarlas como protagonistas activas en lugar de figuras pasivas. Es esencial reflejar su diversidad y experiencias, incluyendo voces de niños, adultos, hermanos y ancianos con discapacidad.

### Involucrando a los Verdaderos Protagonistas

Al crear relatos sobre personas con discapacidad, la clave es incluirlas en el proceso. Como dice el escritor y defensor de los derechos humanos, David Mitchell: “Las narrativas deben ser contadas por aquellos que las viven”. Esto asegura que las historias reflejen auténticamente sus experiencias desde su perspectiva.

#### RECUERDE

- Elabora relatos fácticos y positivos sobre las personas con discapacidad.
- Enfatiza las soluciones más que los problemas.
- Incluye diversas edades para representar la vida en todas sus etapas.
- Consulta e involucra a personas con discapacidad en la creación de sus propias narrativas.

Al representar a las personas con discapacidad, no necesitamos separarlas del resto de la sociedad. Todos tienen el potencial de ser independientes, productivos y sociables. Son parte integral de familias y comunidades diversas, como todos nosotros.

Las historias deben reflejar su vida cotidiana —ya sea como profesionales, estudiantes o trabajadores— en cada etapa de su vida: desde niños curiosos hasta padres sabios y abuelos llenos de historias.



## Reflexiones sobre la representación de las personas con discapacidad

Cuando hablamos de personas con discapacidad, es crucial que nuestras descripciones sean fieles y auténticas. En lugar de ver a este grupo como homogéneo, debemos reconocer la rica diversidad que lo compone. La interseccionalidad, un concepto popularizado por la académica Kimberlé Crenshaw, nos invita a considerar cómo diferentes aspectos de la identidad—como el género, la edad, la raza y la clase social—se entrelazan para crear experiencias únicas y complejas (Crenshaw, 1989).

Por ejemplo, una persona con discapacidad puede ser también una mujer indígena joven que enfrenta desafíos adicionales debido a su origen étnico y su situación económica. Esta realidad resalta cómo las barreras no son solo físicas, sino también sociales y culturales. Al adoptar un enfoque interseccional en nuestras narrativas, podemos reflejar mejor la diversidad de nuestra sociedad y visibilizar las múltiples formas de discriminación que enfrentan estas personas (Nash, 2008).

### La Importancia de la representación fiel

Es fundamental permitir que las personas con discapacidad expresen una gama completa de emociones—desde la alegría hasta la tristeza—sin reducirlas a su discapacidad o a los dispositivos que usan. Al centrar nuestra atención en su humanidad y en el propósito de sus historias, evitamos caer en estereotipos dañinos. Como señala el autor Tom Shakespeare, “la discapacidad no define a la persona; es solo un aspecto más de su vida” (Shakespeare, 2006).

### Consentimiento y privacidad

Cuando se trata de divulgar información sobre discapacidades, el consentimiento es clave. No debemos revelar detalles sobre la discapacidad de alguien sin su permiso expreso. Esto es especialmente importante en el caso de los niños; siempre debemos buscar la autorización de sus padres o tutores (Dunn et al., 2013). Además, los formularios de consentimiento deben ser accesibles para todos.

### Narrativa visual inclusiva

La narrativa visual puede ser una herramienta poderosa para promover la inclusión. Al mostrar a las personas con discapacidad en situaciones cotidianas y desempeñando diversos roles en sus comunidades, estamos ayudando a normalizar su presencia en nuestra sociedad. Es esencial enfocarnos en ellas como individuos antes que en sus discapacidades, utilizando un enfoque que priorice a “la persona” sobre “la discapacidad” (Barnes & Mercer, 2010).



## Capítulo 9

# LA COMUNIDAD SORDA

La comunicación es un pilar fundamental en la vida de todas las personas, y su importancia se magnifica cuando hablamos de individuos con discapacidad auditiva. Este capítulo fue elaborado en colaboración con María Carolina Verrastro, profesora en Educación Especial para Sordos e Hipoacúsicos. Es el resultado de años de experiencia y dedicación en el campo de la educación inclusiva. Carolina, que también es miembro activo de La Colmena, ha contribuido significativamente a la actualización de esta sección, que busca iluminar el contexto familiar, social, escolar y cultural de las personas sordas.

El propósito es ofrecer a todos los actores involucrados de la fundación una comprensión profunda sobre los desafíos y realidades que enfrentan las personas sordas. A través de un enfoque reflexivo y educativo, se pretende desmitificar la percepción errónea sobre la discapacidad auditiva y explicar por qué el aprendizaje de la lectura y escritura del español oral puede resultar especialmente arduo y complejo para los estudiantes. Esto es crucial para fomentar un ambiente inclusivo donde cada individuo pueda desarrollarse plenamente.

### La persona sorda y su entorno familiar

Para comprender el desarrollo y la comunicación de las personas sordas, es fundamental establecer una clara distinción entre **oír** y **escuchar**. **Oír** se refiere a la simple percepción de sonidos acústicos, mientras que **escuchar** implica un acto intencional que requiere atención y deseo. De hecho, se puede escuchar no solo con los oídos, sino con todo el cuerpo, utilizando diferentes sentidos para captar la información que nos rodea.

Desde el nacimiento, los seres humanos nos comunicamos a través de una variedad de formas: palabras, miradas, gestos y afecto. En el contexto del vínculo afectivo entre padres e hijos, esta comunicación va más allá del lenguaje verbal. La estructura psíquica de los niños sordos se desarrolla a partir de una rica combinación de estímulos visuales, táctiles y olfativos.

Un bebé sordo al nacer suele ser observado como tranquilo, pasivo y con un patrón de sueño prolongado durante sus primeros meses. Sin embargo, a medida que sus órganos sensoriales visuales comienzan a madurar, el niño empieza a interactuar con su entorno. A través de diversas experiencias corporales y la relación con su madre y su entorno, comienza a construir su comprensión del mundo.

Es importante destacar que en ocasiones el diagnóstico de sordera puede confundirse con el autismo, lo cual subraya la necesidad de una evaluación cuidadosa y comprensiva. El niño sordo aprende a relacionar sus experiencias visuales para entender lo que sucede a su alrededor; observa las expresiones faciales y el lenguaje corporal de quienes le rodean para captar los estados emocionales de su familia.

Cuando un niño sordo crece en un ambiente amoroso y contenedor, se desarrolla sin mayores dificultades. Este entorno positivo le permite aprender a "escuchar" con sus ojos, estableciendo conexiones significativas con su familia y construyendo una base sólida para su desarrollo emocional y social. La comunicación efectiva en este contexto es esencial para fomentar su bienestar y facilitar su integración en la sociedad.

## ¿Por qué la persona sorda no aprende a leer y escribir como un oyente?

La experiencia de las personas sordas que crecen en familias de padres oyentes es compleja y está llena de desafíos. Desde la infancia, estas personas enfrentan barreras comunicativas que les impiden desarrollar un vínculo emocional y afectivo sólido con sus padres. La falta de una lengua de señas adecuada limita no solo la comunicación, sino también el acceso a la cultura y a la identidad sorda. Esto puede llevar a sentimientos de aislamiento y frustración, ya que no pueden expresar sus necesidades y emociones de manera efectiva.

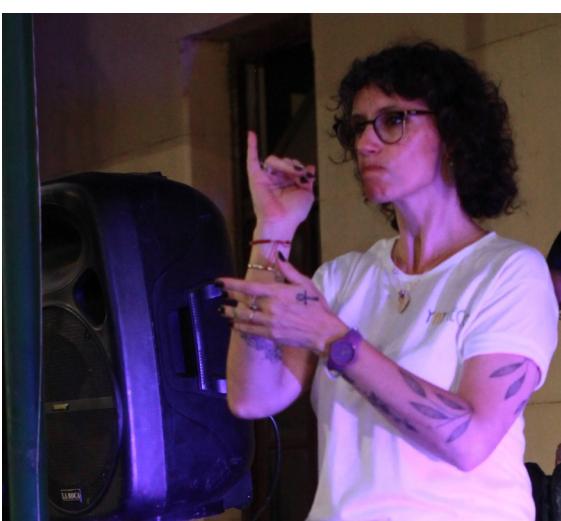
La observación de Martha Schorn sobre el sufrimiento psíquico es fundamental. La incapacidad para comunicarse puede generar una serie de problemas emocionales en los niños sordos, quienes a menudo deben buscar maneras alternativas de expresar su angustia, lo que puede traducirse en impulsividad o comportamientos desafiantes. Además, al depender casi exclusivamente del entorno escolar y terapéutico para su educación, estos niños pueden perder oportunidades valiosas para aprender y desarrollarse en casa.

Es preocupante que muchos padres no se sientan capaces de involucrarse activamente en la educación de sus hijos sordos. Cuando los padres no dominan la lengua de señas, a menudo delegan la responsabilidad educativa en otros, lo que puede resultar en un retraso en el desarrollo del lenguaje y habilidades sociales. Esto crea un ciclo donde el niño sordo siente que su voz no es escuchada ni valorada.

Los dispositivos auditivos como audífonos o implantes cocleares pueden ofrecer alguna ayuda, pero como mencionaste, su efectividad depende mucho del contexto y del apoyo familiar. Si los padres no están comprometidos a usar estos dispositivos como herramientas de comunicación activa, su potencial se ve limitado.

A pesar de estas dificultades, es inspirador ver cómo muchos jóvenes sordos encuentran maneras de reafirmar su identidad dentro de la comunidad sorda. La lengua de señas se convierte en un puente vital para conectar con otros y construir relaciones significativas.

Es crucial que en el ámbito educativo se reconozca esta realidad y se implementen estrategias que fomenten una comunicación más efectiva entre padres e hijos sordos. La inclusión de la lengua de señas en todos los aspectos de la vida familiar y escolar puede ayudar a fortalecer esos vínculos y promover un desarrollo más saludable y equilibrado.



## Recomendaciones para difundir contenidos sobre la comunidad sorda

**Talleres y Charlas:** Organizar talleres y charlas en escuelas, universidades y centros comunitarios para educar sobre la cultura sorda, la Lengua de Señas Argentina (LSA) y las realidades que enfrenta la comunidad sorda. Invitar a personas sordas para que compartan sus experiencias. Trabajar en conjunto con organizaciones locales que apoyen a la comunidad sorda. Esto puede incluir eventos conjuntos, campañas de sensibilización y recursos educativos.

**Uso de Redes Sociales:** Crear contenido atractivo en plataformas como Facebook, Instagram o TikTok que incluya videos en LSA, infografías sobre la cultura sorda y testimonios de miembros de la comunidad. Asegúrate de usar subtítulos y descripciones accesibles.

**Material Educativo Inclusivo:** Desarrollar y distribuir materiales educativos que incluyan información sobre la comunidad sorda, como folletos, carteles y guías en LSA y español. Estos pueden ser distribuidos en escuelas, bibliotecas y centros de salud.

**Proyecciones de Documentales o Películas:** Organizar proyecciones de documentales o películas que aborden la vida de las personas sordas, seguidas de discusiones para reflexionar sobre los temas tratados.

**Eventos Culturales:** Promover eventos culturales que celebren la lengua y cultura sordas, como exposiciones artísticas, ferias o festivales donde se pueda dar visibilidad a artistas sordos.

**Capacitación para Profesionales:** Ofrecer capacitación a profesionales de la educación, salud y servicios sociales sobre cómo interactuar adecuadamente con personas sordas y cómo adaptar sus servicios para ser más inclusivos.

**Campañas de Sensibilización:** Lanzar campañas de sensibilización en medios locales (radio, televisión, prensa) para informar a la población sobre las habilidades y contribuciones de las personas sordas a la sociedad.

**Creación de Grupos de Apoyo:** Fomentar la creación de grupos de apoyo donde personas sordas y oyentes puedan intercambiar experiencias, aprender juntos y construir una comunidad más unida.

**Promoción del aprendizaje de LSA:** Incentivar el aprendizaje de LSA entre los oyentes mediante cursos o talleres accesibles, promoviendo así un entorno más inclusivo donde se pueda comunicar efectivamente con personas sordas. Implementando estas estrategias, se puede contribuir a una mayor visibilidad y comprensión de la comunidad sorda en Corrientes Capital, promoviendo así una sociedad más inclusiva y respetuosa.

En conclusión, es fundamental reconocer que la persona sorda no puede ni debe ser vista como un futuro oyente, ya que su identidad y desarrollo se construyen en torno a su lengua natural y su comunidad. Aprender español es una necesidad ineludible para interactuar con el entorno oyente que a menudo no comprende su forma de comunicación, pero esto no debe eclipsar la importancia de la Lengua de Señas Argentina (LSA) como vehículo primordial para su desarrollo cognitivo, lingüístico y social.

Es esencial entender que la diversidad en las formas de comunicación no representa una deficiencia, sino una riqueza cultural que debe ser valorada. Proporcionar igualdad de oportunidades implica reconocer y respetar estas diferencias, promoviendo un enfoque educativo que integre tanto la LSA como el español. De esta manera, se favorece una verdadera inclusión que permita a la persona sorda prosperar en ambas comunidades, enriqueciendo su experiencia y potencial en un mundo cada vez más diverso.

## Agradecimientos

Al concluir esta Guía de Buenas Prácticas de Comunicación, no puedo evitar sentir una profunda gratitud por todas las experiencias vividas y las lecciones aprendidas a lo largo de este proceso. Este viaje fue crucial para mi desarrollo profesional como Licenciado en Comunicación Social, y estoy agradecido de corazón por la oportunidad que me brindó La Colmena.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a Natalia Livieres, presidenta de la fundación, y a cada uno de lxs miembrxs del equipo que, desde el primer día, me abrieron las puertas y me hicieron sentir parte de esta maravillosa familia. Su apoyo incondicional y su disposición para compartir conocimientos fueron fundamentales en mi crecimiento personal y profesional.

Cada etapa de este proceso fue un viaje de aprendizaje constante, lleno de pruebas y errores que me permitieron desarrollar habilidades que nunca imaginé tener. Más de dos años participando en la fundación han transformado mi perspectiva sobre la discapacidad y han enriquecido mi vida de maneras que no puedo describir con palabras. Al principio, enfrenté el miedo a equivocarme y a ofender, pero gracias a las herramientas, eventos y encuentros que compartimos, ahora me siento más preparado y comprometido a seguir trabajando desde mi lugar para difundir esta importante temática.

He sido testigo de los cambios significativos que se han producido en nuestra comunidad y del asombro en los rostros de cada participante al vivir esta experiencia tan enriquecedora. Me llevo conmigo los mejores recuerdos y una profunda admiración por el coraje y la dedicación que todos ustedes demuestran día tras día. Gracias por permitirme disfrutar cada desafío que se presentó en el camino.

Aunque mi tiempo aquí llegó a su fin, me quedo con la certeza de que hemos mejorado aspectos comunicacionales importantes, y confío en que todos continuarán aplicando lo aprendido para seguir avanzando. Sigan luchando por los derechos de las personas con discapacidad, abriendo nuevos caminos y fomentando una convivencia respetuosa basada en la confianza en sus capacidades.

Con cariño y gratitud.

**Brian Cristaldo**

