

Fuente de Origen: Europa Press

Anunciantes animan a dar visibilidad a las personas con discapacidad en la publicidad

MADRID, 1 Feb. (EUROPA PRESS) -

La Asociación Española de Anunciantes (AEA) y un grupo de representantes del mundo empresarial y del sector de la discapacidad* coincidieron este miércoles en la necesidad de "visibilizar" en la publicidad comercial a las personas con discapacidad, un colectivo de cuatro millones de personas en España.

Así lo han puesto de manifiesto en la jornada 'Imagen de las personas con discapacidad en los medios de comunicación', organizada en Madrid por Fundación Repsol, Fundación Seres, Fundación ONCE y el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI), y en la que han participado más de setenta representantes del tejido empresarial, el movimiento asociativo de la discapacidad y profesionales de la comunicación.

El director general de la Asociación Española de Anunciantes, Juan Ramón Plana, ha asegurado en su intervención que la inclusión de las personas con discapacidad en los medios es "una necesidad y una oportunidad" y ha pedido a las empresas que aprovechen esta "gran oportunidad de visibilizar al colectivo de personas con discapacidad en planos de absoluta igualdad".

En este sentido, se ha referido a los directivos, tanto de empresas anunciantes como de medios de comunicación porque son ellos quienes tienen el "poder de convencer" para llevar a cabo iniciativas que saquen del ostracismo a las personas con discapacidad y normalicen la visibilidad del colectivo.

Durante la jornada, Juan Antonio Ledesma, presidente de la Comisión de Imagen Social de la Discapacidad del CERMI, ha sido el encargado de presentar el Decálogo para un uso apropiado de la imagen social de las personas con discapacidad, un documento cuyo objetivo final es lograr "visibilizar a las personas con discapacidad y hacerlo por el camino de la normalización".

"El reto es sacar del ostracismo mediático a las personas con discapacidad no por la vía de la imposición, sino de la persuasión y la implicación" para lograr avances tanto cuantitativos como cualitativos, según ha explicado.

Además, se ha referido al Comité de Apoyo a la Imagen Social de las personas con discapacidad en los medios, compuesto por un total de 33 entidades del ámbito de la comunicación, el cine y la producción audiovisual y ha pedido a medios y empresas

que pidan asesoramiento al Comité a la hora de abordar cualquier campaña o comunicación que aborde la discapacidad.

La Jornada ha sido inaugurada por el vicepresidente de Fundación Repsol, César Gallo; la directora general de Fundación SERES, Ana Sainz, y por el director general de Fundación ONCE y consejero delegado del Grupo Fundosa, José Luis Martínez Donoso.

César Gallo se ha referido a la "labor socializadora" de los medios de comunicación y ha insistido en la necesidad de normalizar la visibilidad de las personas con discapacidad en los medios. Por su parte, Ana Sainz ha subrayado que "hay que afrontar la imagen de las personas con discapacidad en los medios de comunicación como una integración real".

Finalmente, Martínez Donoso ha apelado al papel de los responsables de comunicación y RSC de las empresas para visibilizar de forma normalizada al colectivo de personas con discapacidad. Según ha remarcado, esta necesidad se potencia en momentos de crisis, en los que "hay que ser mejores" porque "lo que hoy es una ventaja competitiva, mañana puede ser un factor excluyente".