

ÓSCAR REBOIRAS LOUREIRO

## Medios de comunicación e discapitados

Visión dos colectivos de persoas con discapacidade

*Mass media and disabled persons  
A visión from disabled persons organizations*

**Resumo:** Os medios de comunicación teñen unha gran función social, ao poder conseguir a total e plena normalización das persoas con discapacidade. Non obstante, a miúdo o tratamento e as referencias na prensa non son as máis adecuadas segundo os colectivos de discapitados. Unhas veces isto sucede porque non hai un coñecemento por parte das asociacións e das federacións de como chegar aos medios e, noutras, porque a esixencia que se lle fai aos medios adoita ser demasiado alta.

**Palabras-clave:** discapacidade; persoa discapitada; medios de comunicación; percepción social; tratamento informativo.

*Abstract:* Mass media have a great social function, to the power to obtain to the total and total normalization of disabled people. Nevertheless, the treatment and the references in the press are habitually not adapted according to the disabled groups. Sometimes this happens because there is no a knowledge on the part of the associations and of federations of how to arrive at means and, in others, because the exigency that is done to him to means usually is too high.

*Keywords:* disability; disabled person; media; social perception; news coverage.

É habitual facer unha análise do tratamento que realizan os medios de comunicación de determinados temas, ver a valoración que reciben certos actores ou estudar a inclusión ou exclusión de determinados colectivos. Pero adoitamos esquecernos da outra visión, daquela que dá a experiencia no día a día. Por este motivo quixemos profundizar na visión que teñen dos medios de comunicación os colectivos de persoas discapacitadas. Deste xeito, a través de varias entrevistas en profundidade e de tests<sup>1</sup> decidimos coñecer de primeira man cal é a visión que teñen os discapitados dos medios do seu entorno, se consideran que son un vehículo normalizador para a súa total integración social ou se teñen algunha política de actuación nesta materia.

---

<sup>1</sup> As entrevistas en profundidade e os tests realizáronse no marco dun traballo de investigación para a Xunta de Galicia titulado *O tratamento das minorías: análise dos discapitados na prensa galega e propostas para unha mellora da integración social a través dos medios de comunicación*, e realizado por José Villanueva Rey, Tareixa Barberena Fernández e Óscar Reboiras Loureiro.

Así, a primeira pregunta era obrigada para todos. Queríamos saber se vían nos medios unha oportunidade para chegar á sociedade. A resposta foi case unánime tanto nas entrevistas longas como nas curtas, e así, todas as asociacións, menos unha, a Asociación Dano Cerebral "Sarela" consideran que os medios de comunicación son importantes para a súa asociación para chegar a ser coñecidos pola sociedade e polo tanto, conseguir a normalización do seu colectivo e dar información preventiva e asesoramento.

Non só se trata dunha oportunidade a nivel externo, para dar a coñecer as súas demandas e intereses, senón que é unha oportunidade interna, para todos aqueles que están a padecer os mesmos problemas ca eles e que descoñecen que se están a levar adiante iniciativas. Así, a voceira da Asociación Española de Enfermedades Musculares (ASEM), Carmen Vilaboa, e o seu presidente, Juan Luis Bouvy, afirman que "para nós é importantísimo (saír nos medios) porque das 3.000 ou 5.000 persoas afectadas por esta enfermidade en Galicia ou das 40.000 a nivel español, a porcentaxe de xente asociada é moi baixa. ¿Por que? Porque son enfermidades pouco comúns, raras. O que nos transmite toda a xente cando chega á asociación é que pensaban que estaban sós. O que tendrían que facer os medios de comunicación é dar a coñecer que hai una asociación que leva a problemática que eles teñen".

ASEM tamén considera os medios de comunicación como fonte da que beber e a que dar información. Desta maneira, os medios proporcionanlle información para estar documentados sobre as novidades doutros colectivos tanto galegos coma do resto de España. Trátase dunha maneira de coñecer todo o que está a pasar con respecto aos seus intereses.

Para outra asociacións, os medios tamén ofrecer a posibilidade de aumentar a súa capacidade económica, xa que ter difusión nos medios de comunicación tamén lles axuda a conseguir patrocinadores para as súas actividades e potenciar as causas que defenden, como poden ser a inserción laboral ou a desaparición de barreiras arquitectónicas.

En canto á percepción, coñecemento ou valoración que ten a sociedade da súa asociación son totalmente descoñecedores os colectivos entrevistados, ao non facer estudos de opinión, agás a ONCE. Este colectivo, o máis importante a nivel europeo e o máis profesionalizado a nivel comunicativo e de organización, explica que habitualmente adoitan realizar estudos para coñecer que imaxe ten a xente deles. "Actualmente estase facendo un a nivel nacional e normalmente fano axencias especializadas. A nivel rexional non, aínda que se engloba neses estudos a nosa comunidade autónoma", explica unha responsable de comunicación en Galicia.

As entrevistas longas mantidas con federacións e asociacións de persoas con discapacidade amosan que a situación na que se atopa cada unha en canto a recursos e interese pola comunicación é moi diferente. A que

máis interese e recursos ten, tanto por nome como por posibilidades económicas é a ONCE: “Temos delegacións territoriais en toda España, nas 17 comunidades autónomas, pero centralizado en Madrid. Dependente do Consello Xeral da ONCE hai unha Dirección Xeral de Comunicación e Imaxe. A Dirección Xeral de Comunicación e Imaxe está centralizada e dela dependemos os departamentos que estamos fóra de Madrid, que neste momento somos catro soamente: as tres comunidades históricas, Cataluña, Euskadi e Galicia, e Andalucía. Andalucía loxicamente pola súa extensión e pola súa incidencia na venda do cupón con toda a Costa do Sol. A dirección de comunicación encabézaa un director único e engloba dúas grandes áreas. Unha delas é a de prensa, que ten un xefe central, do que depende o gabinete de prensa. Hai un director técnico e despois hai outra área, que depende dese director técnico, en segunda instancia, porque en primeira sempre do director de comunicación, que engloba os departamentos de Publicidade, de Relación Públicas, o departamento de Protocolo, departamento de Deseño e departamento de Producción Interna. O departamento de Comunicación Interna adscribese xa máis ao gabinete de Prensa. E despois, no resto da Península, estes catro departamentos de prensa das tres comunidades históricas e de Andalucía, que dependemos directamente da Dirección de Comunicación central”

Pola súa parte, a encargada de comunicación da Federación de Asociación de Familiares e Enfermos Mentais de Galicia (FEAFES), Marta Rodríguez, explica que anteriormente a súa política comunicativa estaba orientada a interrelacionar os membros da federación, as 14 asociación galegas que a compoñen mediante un boletín dixital, unha páxina web e un boletín quincenal. A súa encargada de prensa explicou que a partir de agora farán máis comunicación externa dirixida aos medios de comunicación. Outra federación como a de persoas xordas de Galicia destina un xornalista a unha actividade concreta como é a elaboración dun boletín para as asociacións e publicar as noticias no teletexto da TVG e na TVE con respecto á comunidade xorda, ademais de levar a comunicación coa prensa.

Ademais, dende a Federación de Asociación de Xordos do País Galego (FAXPG) intentaron que a responsable de prensa tivera un certo coñecemento da súa problemática, aínda que foi algo complicado. Así o explica o seu presidente, Feliciano Sola. “Esta rapaza ten un familiar xordo, pero tampouco é moi coñecedora, non está moi integrada na comunidade xorda, está aprendendo Linguaxe de Signos, máis ou menos coñece e dominaa, pero está nunha fase de aprendizaxe. Iso tamén é importante de cara á súa formación e ao traballo aquí. Esta persoa ten un curmán xordo e ata que non participou nos cursos de Linguaxe de Signos case non se comunicaran entre si, non coñecía os problemas que tiña o seu curmán xordo nin tiña idea de que existira unha asociación que lo-

taba polas demandas das persoas xordas. Iso tamén inflúe, que coñezas a comunidade, para que traballes de determinada maneira”

Mais a posibilidade de ter unha persoa encargada da comunicación das federacións ou asociacións é un privilexio. Tanto Asem como Autismo Vigo explican que os seus recursos non chegan para ter máis dunha persoa encargada de toda a asociación (trámites, asistencia, etc), polo que a comunicación non é unha prioridade, esta situación de “precariedade” de recursos humanos fai que os propios asociados se encarguen da maioría dos asuntos. Explican que “non hai unha estratexia. Quixemos facela, pero tivemos medo porque somos unha asociación con poucos medios. Contactáramos cunha xornalista nun congreso e pensáramos en contratala, pero os nosos recursos son limitados”.

Así mesmo, aínda que non todas as asociacións teñen política comunicativa nin un encargado de prensa, todas traballan na elaboración dun dossier de prensa no que recollen as noticias sobre o seu colectivo e sobre outros colectivos que traballan sobre as mesmas problemáticas ca eles e tamén teñen relación fluidas cos medios, enviándolles notas de prensa ou convocatorias. É dicir, realizan labores de prensa pero non de maneira profesionalizada ou coñecendo as rutinas informativas dos medios.

En canto ás entrevistas breves, tamén hai disparidade entre as asociacións que teñen política comunicativa e as que non. Hai que esclarecer que por política comunicativa tamén se entende a consciencia de ter un plan estratéxico para levar a cabo diante dos medios de comunicación e que pode ser executado por calquera persoa da asociación consciente desta prioridade.

Para conseguir cobertura nos medios de comunicación, todas as asociacións son conscientes de que elas mesmas teñen que acudir a eles e non esperar que ocorra o contrario. A posta en relación cos medios é difícil. A Federación de persoas Xordas de Galicia explica como contactan cos medios, coincidindo coa maioría dos outros colectivos: “A verdade é que o facemos de varias formas: mandamos un fax, completámolo cun correo electrónico e a chamada telefónica tamén”. De todas formas, o que máis lles custa son as roldas de prensa, xa que afirman que teñen bastantes dificultades de convocatoria.

ASEM comenta que se a pesar de ser convocados os medios de comunicación, sexa por fax, email o telefonicamente, non veñen, envíanlles unha nota de prensa coa información da convocatoria. Desta maneira, asegúranse de que todos os medios dispoñan da información que queren difundir ao acabar o día e teñen que ser os propios medios os encargados de decidir se a difunden ou non. É dicir, non consideran que por ser un colectivo minoritario deban de ter preferencia no tratamento informativo: “Cando facemos unha rolda de prensa, damos unha nota de prensa máis completa para que recolla o que queremos dicir o mellor

posible. É a maior seguridade de que se recolla da mellor maneira posible. Facémolo para entregar aos que viñeron e para os que non viñeron, por se queren publicar algo”.

En canto a se teñen un modelo de nota de prensa as respostas son dispares. A xefa de prensa da ONCE en Galicia, Amparo Pérez, explica que non o ten, porque as informacións que envían son moi dispares. Non obstante, Feafes conta cun libro a nivel de confederación Nacional: “Si temos (libro de estilo). Este é a nivel da Confederación Nacional. Unha das cousas que estamos valorando estes días é un pouco adaptalo ao contexto galego, ou así, porque en principio isto é unha web sobre saúde mental para os medios de comunicación, ademais que pensa que é moi illexible, clara, e fala así un pouco a nivel de estilo, que tratamento mediático que se fai, etc. en noticias así que ás veces non están tratadas moi correctamente, con varias propostas novas... e despois hai tamén o das propias entidades, aquí tamén hai planos de comunicación, onde se valora cal é o soporte máis axeitado para comunicaren cada paso concreto, radio, televisión, prensa...”. Así mesmo, ASEM explica que teñen fórmulas escritas sobre a función da asociación, que sempre engaden á nota e que sempre usan un vocabulario moi coidado.

En canto á comunicación post-publicación, a presidenta de Autismo Vigo, Josefina Rodríguez, explica que sempre “damos as grazas aos medios cando viñen aos concertos ou ás ceas”. Pero trátase dun caso puntual, porque poucas son as asociacións que chaman para felicitar ao xornalista ou para queixarse despois da publicación dunha información. A xefa de comunicación da ONCE en Galicia tamén o fai, pero de maneira moi concreta: “Felicitei á xente, sobre todo cando é moi nova, que está comezando, con contratos en prácticas ou que conseguiron o seu primeiro contrato de seis meses, e que ves que se molestaron moito, que viñeron con interese e se preocuparon de documentarse e ademais a información lles saiu ben. A todos nos gusta e é como darlles ánimos, porque axuda. Non se me ocorre a un compañeiro destes de toda a vida dicirllo, porque xa sabe que normalmente o fai ben sempre”

En canto aos contactos, a maioría das asociacións considera que hai xornalistas, medios ou soportes que son máis receptivos á información das súas asociacións. Unha das reflexións das asociacións é que cada día é máis difícil manter un contacto fixo nos medios de comunicación, pola precariedade laboral. Así o indica a ONCE: “o que se intenta é manter relacións fluídas e permanentes cos medios de comunicación.(...) Nunha redacción é moi difícil que un redactor se manteña durante anos. Falas cunha persoa hoxe e chámala dentro de tres meses e xa non está aí. Hai persoas que te chaman e che avisan: ‘Non me renovan o contrato’ e esas cousas. Contactos si os temos, pero un contacto único non, porque non creo que sexa bo”.

En canto se a televisión, a radio ou os xornais son máis receptivos ás informacións sobre persoas con discapacidade as opinións son dispares. Mentres que uns se decantan polos xornais outros fano polas radios e poucos mencionan as televisións. No que son coincidentes a maioría das asociacións e da mellor acollida dos medios de comunicación local en contraposición aos rexionais e nacionais.

Para completar este apartado hai que mencionar que nas enquisas curtas ao preguntar que medio de comunicación trata mellor as informacións sobre persoas con discapacidade, os colectivos entrevistados decántanse pola prensa, internet e a televisión. É destacable a inclusión dos soportes electrónicos, no que hai publicacións escritas especializadas e que poden ser consultadas por colectivos específicos, como é o caso das persoas con discapacidade.

#### Medios que mellor tratan a información sobre discapacidade

Prensa	50%
Televisión	33%
Internet	33%
Todos	16%

Fonte: Elaboración propia

Unha das queixas das asociacións de persoas con discapacidade é a de que as información van mal situadas en seccións nos medios de comunicación. A ONCE, unha das asociacións que máis se relaciona cos medios, afirma que eles abarcan “moitísimas áreas. Unha persoa cega é coma ti ou coma min, é dicir, podemos ser noticia en calquera páxina ou en calquera sección dun medio. Non temos unha sección determinada”. De todas maneiras, a realidade indica todo o contrario, xa que, segundo explican, na maioría dos casos, as información aparecen sempre nunha sección fixa. É dicir, que case sempre aparecen nas páxinas de Sociedade ou tamén nas de Sucesos.

Outra das cousas que observan é que o tema non trascende a todo Galicia, senón que se quedan estancando. Dende ASEM sinalan que adoitán saír en local: “As nosas informacións, ao ser autonómicas tiñan que saír en Sociedade, pero cólleno sempre a nivel local, nas páxinas de Vigo, polo que en Moaña e Cangas, xa non saímos. Non chegan a ver que a asociación é autonómica. Unha boa política do xornalista é ver o ámbito da asociación. Aí hai un fallo do periodista. Non sei se é unha falta de profesionalidade do xornalista ou da liña editorial. Dentro da estratexia do periodista, tería que estar clasificar se a asociación é de ámbito

local ou autonómico, é dicir, se trata unha política local ou autonómico. Así, se facemos un curso de atención primaria tería que saír nas páxinas autonómicas ou se facemos un congreso, tamén en páxinas de Sociedad. A impresión que teño é que os periodistas non saben clasificar dentro do seu propio medio. Non se sabe clasificar a una asociación de ámbito local, provincial ou autonómico, cando si que saben clasificar a nivel do Concello ou da Xunta. Se os xornalistas desde a base soubesen onde teñen que ir as noticias, iso iría ben clasificado”.

Outra das apreciacións dos colectivos é que ás informacións sobre persoas con discapacidade lle dan máis espazo se hai polo medio algunha figura política e, como puntualizan en ASEM, “canto maior sexa o seu rango, mellor”. Mesmo, a importancia da política institucional por enriba dos colectivos é tanta que a Federación de Xordos explica que non é o mesmo que convoquen os medios eles mesmos que os gabinetes dos políticos para os mesmos actos. “Por exemplo, antes das eleccións convidamos a todos os líderes políticos, do PSdeG, do PPdeG e do Bloque para asistir aquí á sé, explicarlles un pouco as demandas do colectivo. A asistencia dos medios de comunicación era aplastante cando a convocaban eles. Cando a convocamos nós pois vén un ou dous xornalistas”.

Tamén hai unha queixa común da maioría das asociacións sobre o emprego de termos erróneos nos medios de comunicación á hora de referirse a persoas con discapacidade. Dende a Federación de Xordos do País Galego indican que “un profesional que se adique a falar da discapacidade creo que debería facer un curso intensivo para familiarizarse coa terminoloxía en primeiro lugar. Nun principio, o colectivo de persoas xordas, que nós nos denominamos agora así, falábase de xordomudos, despois de xordos, e agora o colectivo, o movemento asociativo aprobou recentemente o uso dunha linguaxe non sexista e pasamos a falar agora de ‘persoa xorda’, que é máis xenérico. Dentro do noso colectivo poderíamos falar de dous grupos, dunha discapacidade auditiva ou considerarnos unha minoría lingüística, hai dous puntos de vista para entender ás persoas xordas. Os xornalistas moitas veces non entenden ese concepto de minoría lingüística. Nós somos usuarios da Lingua de Signos, a nosa lingua natural é a Lingua de Signos, o cal conleva unha cultura propia, o que é inconcebible para moitas persoas, non entenden que exista unha cultura xorda como pode ser a lingua galega, que conleva unha cultura galega. Unha lingua oral galega conleva unhas tradicións, unha gastronomía, conleva ‘X’ factores que conforman esa cultura. E eu non sei se non o entenden, non o admiten ou un pouquiño das dúas cousas. É un traballo quizais de mentalización”.

Unha das preguntas máis reveladoras é na que as asociacións explican os cambios que lles gustarían percibir nos medios de comunicación

cando tratan de persoas con discapacidade. Así, vólvese a incidir na mala clasificación das noticias das persoas con discapacidade, xa que se inclúen en seccións diferentes á do resto dos cidadáns.

Dende a ONCE son rotundos: “Hai unha sección que para min é imposible, que é deportes. Non sei por que, igual polo perfil das persoas que integran as redaccións deportivas, pero en deportes a información é escasa e mala. Escasa por non dicir nula e a min incomódame moito”.

Outra das queixas máis comúns é o pouco espazo que se lle adica ás informacions e que non se menciona o nome do colectivo. ASEM explica que sería importante destacar o nome do colectivo ou o contacto para que as persoas que queiran formar parte del porque teñen a mesma problemática tivesen a man o teléfono e enderezo. Deste xeito, indican que “a miúdo botamos de menos que poñan datos de contacto dla asociación. Só o fan algúns medios se llo pedimos, ou que poñan o nome da asociación no titular”

A pesar das críticas aos medios de comunicación, as asociacións califican de aprobado as campañas de comunicación que emprenden e o seu reflexo nos medios de comunicación. Dende ASEM aseguran que “lles daríamos un aprobado. Nos medios de comunicación escritos e orais, e nas teles locais, a aceptación é boa. En xeral, a nos experiencia é que cando te dirixes a eles, sobre todo, en canto a barreiras arquitectónicas, se amosan interesados. Outra cosa é que despois o reflectan nos seus artigos. O periodista pode estar sensibilizado, pero hai que ter en conta a liña editorial. Tamén, depende do número de noticias que se publique ese día”.

O interese informativo que suscita un colectivo nunha tempada concreta é un dos puntos dos que se fixeron eco a maioría das entrevistas. É dicir, as asociacións teñen que coñecer as rutinas informativas para poder atopar os espazos ou saber as tempadas de demanda de información. Unha das asociacións que mellor o sabe é a ONCE: “Isto vai por etapas, vai por parroquias, vai en función da demanda dos medios, non da demanda social. Eu non me queixo do tratamento que teño nos medios, estou contenta, creo que nos tratan ben e quizais teñamos que facer máis do que facemos. O ‘non’ a verdade é que non o atopei nunca, ás veces non che dan o que pides, bueno, todo o mundo cre que necesita máis. Un xornal se ten setenta ou oitenta e pico páxinas, bueno, somos moitos... Pero ti podes crer que un día a túa información é a máis importante, pero iso non o podes decidir ti, posto que a túa labor é convencelos de que é importante. Pero despois é curioso, aínda que nos traten ben, que hai tempadas que adoitan ser os períodos vacacionais nos que temos unha maior facilidade de entrar na información”.

Ante a falta de medios de comunicación especializados sobre a discapacidade, as asociacións crearon os seus propios media cos que comu-



nicar ao resto de asociados ou a todas as persoas interesadas na discapacidade. O exemplo máis destacado é de novo o da ONCE: “Temos todos os meses a revista “Así somos”, unha revista interna, que ten todas as noticias que se producen na ONCE en toda España. Despois temos a revista “Perfiles”, que engadía antes a revista “Así somos” como suplemento central. Desglosáronse hai un ano, e “Perfiles” pasou a venderse en quioscos e deixámola como revista de información social para todas as discapacidades e o “Así somos” pasou a ser unha revista interna e exclusiva dos afiliados da ONCE. Despois, desapareceu a nosa radio, o Canal ONCE, que se creou cando a ONCE era a propietaria de Onda Cero. A través de Onda Cero, nós temos uns aparatos, unhas radios normais que teñen un botón que cando te situabas en Onda Cero e o pulsabas escoitabas Canal ONCE. Era unha canle de comunicación interna, de 24 horas ininterrompidas de programación, no que traballaban persoas cegas e deficientes visuais e tamén outros discapacitados fundamentalmente, xornalistas a maioría deles, e que estivo funcionando case 12 anos. Desde que a ONCE vendeu Onda Cero seguiu, no acordo de vendas mantívose Canal ONCE, seguiu ocupando as súas instalacións na redacción de Onda Cero e seguiu emitindo e morreu este en xullo de 2005”.

Nas entrevistas curtas amosan a importancia dos medios internos e como as asociacións teñen algún tipo de media. Así o 66,6% dos entrevistados dispoñen dunha revista ou boletín e dunha páxina web. Mentres que só o 33% non teñen ningún medio de comunicación interna.

#### *Medios de comunicación das asociacións*

Revista	66,6%
Páxina web	66,6%
Ningún	33,3%

Fonte: Elaboración propia

En canto á discriminación positiva das persoas con discapacidade para que saían máis nos medios de comunicación e así, potenciar a total integración na sociedade, todos os colectivos mostráronse de acordo. En ASEM téñeno claro: “Por suposto, mentras non haxa unha normalización, ten que haber discriminación positiva. Agora fálase máis das persoas con discapacidade”. Por último destacar que aínda que todos consideraban positivo a celebración do Ano Europeo da Discapacidade, tamén foron críticos coa pouca repercusión que tivo na realidade informativa. Moitos destacaron que non houbo apoio das institucións e administracións para facer unha gran campaña comunicativa, sobre todo, en Galicia.

## DECÁLOGO

Vistas algunhas respostas e a escasa profesionalización en materia de medios de comunicación, dende este traballo queremos establecer un decálogo de puntos e/ou recomendacións para as asociacións de discapacitados para poder utilizar no seu trato cos xornalistas e cos media:

1. A importancia dos medios para as asociacións: hai que ser conscientes que os medios dan información a discapacitados, para discapacitados e sobre discapacitados, así que hai que saber que para darse a coñecer e para facerse ver na sociedade da información os medios son a clave. Asemade os medios son un punto necesario, digamos o cuarto factor de socialización para educar a xente, polo que a información e poder ter acceso aos medios é importante. Así que se fai necesaria unha boa relación de reciprocidade entre o colectivo e/ou as asociacións e os medios.
2. Faise necesario coñecer a realidade da información dos discapacitados para poder facela ben, é dicir, requírese dun seguimento dos medios, de toda a información que sae neles para poder estar informados, deben facerse informes do que está mal e do que está ben na información diaria para poder subsanar dende a propia asociación e/ou federación ese problema no contacto diario cos medios.
3. A relación asociación-medio: nos medios de comunicación existen rutinas informativas que teñen que coñecer as asociacións para poder utilizalas no seu beneficio. A organización do traballo xornalístico e os eu exercicio diario consolidáronse a través de rutinas informativas que actúan como garantía e que, en ocasións, se transforman en factor de distorsión do proceso e afectan directamente aos contidos informativos que transmiten as audiencias. Actuar con rutina dentro da redacción consiste en executar un proceso de forma mecánica, sen momentos de reflexión ou cuestionamento das decisións que se deben tomar nin o porqué desas decisións. Así por exemplo a rutina é cando un xornalista recolle un fax cunha nota de prensa e a inclúe na actualidade, e sen pedir explicacións da súa procedencia ou sen cuestionar de onde ven ou o que di. Dado isato se as asociacións saben e coñecen as rutinas xornalísticas poden utilizalas para o seu propio beneficio e incluír novas na actualidade informativa diaria.
4. Faise imprescindible ter información feita, redactada, e unhas fontes localizadas e unha previsión informativa detallada para poder adiantarse a posibles temas que os medios demanden.

Hai que facilitar o traballo dos xornalistas para que non se converta nun obstáculo para a publicación de información, é dicir, se nos medios só atopan trabas para a realización ou a cobertura de información sobre os discapacitados, pois publicárase menos. Se o traballo está adiantado e realizado e ben definido, facilita a súa publicación.

5. A “localización do tema”: a información sobre o colectivo de xente con discapacidade sempre está moi tratado na sección ou no ámbito local, dado isto hai que “tirar” deses xornalistas para poder saír nos medios, hai que ser conscientes da demanda dos xornalistas máis próximos a nós para poder “utilizalo” no nos proveito. É dicir, a tendencia a tratar a temática das persoas con discapacidade no ámbito local debe ser aproveitada polas asociacións para introducir nos xornais próximos en espazo ao colectivo, novas que poidan visibilizar as persoas con discapacidade como parte da sociedade.
6. Hai que manter certa “complicidade” co medio, facilitarlle o traballo ao xornalista, que a noticia sobre o tema non se lle faga costa arriba.
7. Facer un dossier de prensa: coñecer o que sale nos medios sobre discapacitados para poder utilizalo en beneficio do propio colectivo, actividades, subvencións, actos, ... que lle poidan convir para facer eles propostas semellantes, como darse a coñecer, como conseguir os seus obxectivos... ademais de que serve para saber como é a súa propia imaxe nos medios.
8. A imaxe corporativa: faise imprescindible a creación dunha imaxe asociada á asociación/federación en tódolos ámbitos. Que a sociedade te recoñeza cun logo, cun son, ... para facer patente que estás na sociedade e así poder dar a ver o que fas.
9. Unha política comunicativa: faise necesaria unha persoa encargada que leve toda a política comunicativa, e esa figura debe ser un xornalista, pois coñece o mundo da comunicación (isto non saca que a asociación poida ter un grande equipo de comunicación).
10. Por último recalcar a necesidade de innovar e ser orixinais no tratamento informativo sobre o colectivo de discapacitados, hai que tentar vender a información dun xento novidoso, porque ao fin e ao cabo é un produto mercantil e os medios están saturados e a sociedade está sobreinformada, polo que lle hai que dar un plus á información para poder saír nos medios.

