

2 de cada 3 personas con discapacidad sienten falta de empatía social cuando salen de fiesta

[Multimedia](#)

Según un estudio sociológico, las personas con discapacidad disfrutan del ocio nocturno de forma mayoritaria, aunque un 33% menos de manera semanal que las personas sin discapacidad. El porcentaje de personas con discapacidad que se sienten a disgusto cuando salen de fiesta es el doble que entre la población sin discapacidad. De la mano de partners tan relevantes como Ilunion y Google, J&B lanza 'Mi Gran Noche', una película para concienciar a la sociedad sobre esta realidad

J&B presenta su última iniciativa bajo el nombre de '[Mi Gran Noche](#)', un proyecto cuyo objetivo es dar visibilidad a las barreras a las que se enfrentan las personas con discapacidad a la hora de salir de fiesta. Para ello, la marca ha lanzado un estudio para conocer los hábitos de ocio nocturno en las personas con discapacidad. Asimismo, J&B ha puesto en marcha diferentes iniciativas a largo plazo en las que participarán los mejores expertos del sector hostelero y tecnológico, así como especialistas en materia de inclusión social.

De esta manera, la marca da un paso más en su reivindicación de la celebración. Y sigue luchando para que nadie se quede fuera de la misma, algo que lleva abanderando más de dos años con iniciativas como '[Orgullo de Pueblo](#)' o 'She', que visibilizaban el 'sexilio' y trabajan por la inclusión del colectivo LGTBQ+ en la España Rural. Gracias a este nuevo proyecto, la marca continúa con su propósito de elevar la importancia de la celebración extendiendo también su apoyo a las personas con discapacidad para que puedan celebrar sin barreras de ningún tipo.

"La celebración y el ocio son más importantes de lo que se tiende a pensar a nivel social. No solo fortalecen los lazos entre personas, sino que fomentan un sentido de pertenencia y cohesión, algo fundamental en el ser humano como ser social. Celebrar siempre ha sido importante, pero si hay un momento relevante para ello es ahora, ya que parece que en el tiempo presente se olvida hasta vivir", afirma Alejandra Nuño, socióloga experta en salud y diversidad y colaboradora de J&B en el proyecto.

"El acceso al ocio nocturno no es un placer, sino algo fundamental para todas las personas, independientemente de su condición. En España, 4,3 millones de personas conviven con alguna discapacidad, lo que representa el 20,5% de los hogares españoles. La diversidad y la inclusión forman parte del ADN y el gran deseo como marca es que nadie se quede fuera de la celebración", afirma Úrsula Mejía-Melgar, Directora de Marketing de Diageo en el Sur de Europa.

Actitud social no inclusiva en el ocio nocturno

Según el estudio, tanto las personas con discapacidad (83%) como las personas que no presentan ninguna (84%) disfrutaban del ocio nocturno. Sin embargo, 2 de cada 3 personas con discapacidad reconoce que la actitud de la sociedad no es inclusiva con ellos, siendo la falta de empatía y de respeto algunos de los aspectos más resaltados. A esto se le añade la falta de seguridad a la que se sienten expuestas más de 1 de cada 5 personas con discapacidad.

Como consecuencia de ello, el porcentaje de personas con discapacidad que sale con una frecuencia semanal o mayor es un tercio menor que el de las personas sin discapacidad, y un 71% del colectivo afirma que saldría más a menudo si mejorase la inclusión y se abordasen las principales barreras que encuentran: la empatía (56%), la adaptación de los espacios (56%), un ambiente más sensibilizado (51%) y la disponibilidad de información clara y legible (45%) y sobre accesibilidad/adaptaciones de los locales (41%).

"Muchas veces parece que por convivir con una discapacidad no se pueda salir de fiesta. Despertamos en las personas sentimientos como el de la vulnerabilidad, la dependencia o la pena encasillándonos así en un estereotipo. Proyectos como este son necesarios para acabar con esa percepción social", explica Nina Roma, una de las protagonistas de la iniciativa.

Las grandes barreras: sociales y arquitectónicas

Aunque la falta de adaptación de los locales sigue siendo la principal barrera que destacan tanto las personas con discapacidad como aquellas sin discapacidad, las barreras sociales, como la falta de empatía por parte de la sociedad, les siguen muy de cerca (66%). Por orden de importancia, los principales problemas que señalan son la masificación de los espacios, las limitaciones de accesibilidad y la falta de formación e información por parte del personal.

Desde FAMMA, entidad colaboradora del proyecto enfocado en personas con discapacidades físicas y orgánicas, afirman: "vivimos en primera persona cómo estas barreras impiden disfrutar plenamente de la vida nocturna y festiva. La realidad de que muchos espacios que no están adaptados, pero más allá de los frenos físicos, consideramos imperativo sensibilizar y trabajar en sociedad para conseguir que todos, independientemente de su realidad y necesidades, puedan celebrar y disfrutar de experiencias sociales inclusivas y enriquecedoras", afirma Javier Font, presidente de la entidad.

Por su parte, Myriam Arnáiz, portavoz de Impulsa Igualdad, explica que "es necesario concienciar sobre la importancia de la empatía y comprensión en los espacios de ocio nocturno. En muchas ocasiones, las personas con discapacidad se ven expuestas a situaciones poco agradables que limitan su disfrute, algo que afecta no solo a personas con movilidad reducida, sino también a aquellos con discapacidades sensoriales o cognitivas. Seguro que, trabajando juntos, se puede construir un entorno inclusivo donde compartir momentos de alegría y celebración sin obstáculos", afirma.

Una visión positiva a largo plazo

Para dar solución a las demandas del colectivo derivadas del estudio, J&B ha

trabajado junto a ILUNION, entidad líder en transformación y diversidad, en la creación de una 'Guía práctica de Accesibilidad' para el sector hostelero que verá la luz en el mes de diciembre, así como módulos específicos en el programa de formación a personal de Diageo Bar Academy. Ambas acciones están destinadas a formar a los establecimientos para seguir progresando en materia de atención al cliente y de instalaciones.

Además, y para mejorar las herramientas con que cuenta ese 82% de personas con discapacidad que afirma tener que planificar al detalle su noche para tratar de superar algunas de esas barreras, la marca ha unido también sus fuerzas a Google para mejorar el acceso del colectivo a información actualizada y de calidad. Juntos trabajarán para animar a los establecimientos a completar los datos de accesibilidad de sus locales en Google Maps y, así, lograr que las personas con discapacidad puedan salir más tranquilas sabiendo que el local al que va está adaptado o tiene las características que le van a permitir disfrutar de una gran noche.
