

MONTSERRAT BALAS LARA

El tratamiento de la discapacidad en los medios de comunicación

La visibilidad de las personas con discapacidad
como factor de integración y normalización

*Treatment of disability in the media
The visibility of people with disability as
an integration and normalization factor*

PUNTO DE PARTIDA

¿Qué aportan los medios de comunicación a la discapacidad? Algo fundamental: la visibilidad de unas personas con unas circunstancias concretas, que viven una realidad en la que la discapacidad es un elemento más de la persona, jamás diferenciador o discriminador. No son altos o bajos, guapos o feos, listos o torpes... son personas como cualquier otras, únicas en su individualidad, como todos nosotros. Algunos con una movilidad reducida, otros con una pérdida sensorial que les impide ver u oír, a veces puede que no sean tan rápidos mentalmente como algunos de nosotros, o simplemente personas a las que les atribuyen unos estereotipos forjados en el desconocimiento.

Antes de ayer les llamamos subnormales o inválidos, ayer les llamábamos inútiles o minusválidos, hoy comienza a imponerse el término personas con discapacidad, y algunos apuntan como futuro al término personas con diversidad funcional. Los sujetos de estas denominaciones son ayer y hoy los mismos. Tan sólo ha variado algo fundamental: hoy esas personas están más cerca de la sociedad, son más visibles y ello es en gran parte posible gracias a los medios de comunicación.

La discapacidad o la minusvalía, ha sido hasta no hace mucho tiempo un territorio escondido a la sociedad, un trauma para la familia que albergaba a una persona con discapacidad, la cual sobrellevaba esta circunstancia en según que casos con gran abnegación. La persona con discapacidad por su parte, se topaba con el primer muro de discriminación en los límites de su hogar. Su vida se perdía en un submundo bajo la capa paternalista de la propia familia, nunca o casi nunca se reivindicaba su personalidad, su derecho a ser uno mismo, a amar y a reproducirse. En definitiva sus derechos como ser humano.

Nacieron asociaciones, generalmente de padres afectados, para lograr que sus hijos tuvieran una mejor calidad de vida. Su encomiable esfuerzo hizo llegar a las páginas de los periódicos historias de superación, la mayoría de las veces logros al alcance de una minoría dentro de la minoría.

Hace pocos años, muy pocos, ¿conocía el sordo los problemas del ciego para acceder a determinados servicios?, ¿conocía el joven en silla de ruedas los problemas de vida normal del ciego o del sordo?, ¿conocen ciegos, sordos, usuarios de silla de ruedas las dificultades para enfrentarse a la vida de paralíticos cerebrales, personas con daño cerebral o personas con las catalogadas enfermedades raras?...

Gracias al movimiento asociativo y a la férrea voluntad de las personas con discapacidad de hacerse visibles ante la opinión pública, desde hace unos años, entidades como la Fundación ONCE o el CERMI (Comité español de representantes de personas con discapacidad), han hecho posible la unión de los distintos colectivos afectados por alguna discapacidad, lo que les ha permitido conocerse mejor entre sí y juntos alcanzar mayores cotas de visibilidad en una sociedad cada vez más sensibilizada y solidaria. En esta clara apuesta de las personas con discapacidad por salir a la luz, los medios de comunicación se han constituido como la piedra de toque para lograr esa mayor visibilización de un colectivo que en España alcanza la cifra de 3.528.221 personas (INE) y en Europa supera los 38 millones (Eurostat).

Pero no se trata de una mayor visibilización sin más, se trata de conseguir trasladar una imagen de la discapacidad ajustada a la realidad, libre de estereotipos y prejuicios, descontaminada de paternalismos, exenta de connotaciones negativas. Una imagen en definitiva, que no vulnere los derechos fundamentales de las personas con discapacidad.

En este arduo empeño de las personas con discapacidad, los medios de comunicación tienen una importante responsabilidad, en tanto que intermediarios de excepción para hacer llegar a la sociedad una imagen respetuosa de este colectivo y aportar al mismo tiempo toda su influencia ante los poderes públicos y los líderes de opinión al objeto de conseguir que las personas con discapacidad sean ciudadanos de pleno derecho. Lamentablemente todavía hoy muchos discapacitados de este país no pueden acceder a derechos básicos como la educación, el empleo, la cultura o el ocio, lo cual constituye una vulneración de sus derechos humanos más básicos. Los estereotipos vinculados a determinadas discapacidades han contribuido negativamente a que los derechos fundamentales de esas personas hayan sido vulnerados.

La solución es más sencilla de lo que parece: acercarse con otra mirada a unas personas que aunque parezcan muy distintas a nosotros mismos, tienen las mismas ilusiones, desesperanzas o preocupaciones

que cualquiera; derribar barreras mentales ante lo desconocido de la discapacidad; vencer el miedo a entrar en contacto con experiencias vitales diferentes; huir de la discapacidad como algo peyorativo; desterrar estereotipos negativos o vejatorios de la imagen de las personas con discapacidad y aún menos sobreprotegerlas, porque a veces tener alguna discapacidad es sinónimo de entereza, creatividad para sortear los obstáculos que te ha dado la vida y motivación para aprovecharla al máximo en toda su intensidad.

Los medios de comunicación ejercen en la sociedad un notable poder, haciendo llegar su influencia a diversas esferas y aspectos de la vida social y, como bien señala Estrella Gualda, pueden socializar políticamente a la población, sensibilizar a la opinión pública, crear conciencia social y contribuir a su educación. Por su parte, los medios deberían ser acordes respecto a las nuevas condiciones de solidaridad, entendiendo "solidaridad" como algo diferente a la justicia, igualdad o libertad, concibiéndola como "valor" y, en este sentido, como guía o criterio que orienta nuestro criterio. Esto es, entender la solidaridad como la asunción de responsabilidades ajenas como propias, que se realiza con plena autonomía personal y compromiso hacia el inferior, para que éste pueda ejercitar su propia autonomía.

Es necesario en el camino de la normalización un aprovechamiento positivo de los medios. Como señala el profesor Antón Álvarez, los medios de comunicación no constituyen una realidad absoluta e inmutable, aislada de los públicos sobre los que actúa. Cualquier discusión sobre la intervención social y los medios de comunicación debe tener en cuenta que los medios forman parte del mismo entorno social del que hablan. Por ello resulta imprescindible una acción normalizadora en los medios para cambiar las actitudes hacia la discapacidad.

NADA SOBRE NOSOTROS SIN NOSOTROS

El profesional de los medios de comunicación debe conocer para informar, sentir para transmitir sentimientos. Periodistas, publicitarios, cineastas, productores, directores, escritores...deben asomarse a la discapacidad desnudos de prejuicios, desprovistos de las rémoras del pasado, dispuestos a introducirse en una realidad con aristas y peculiaridades que sólo puede conocerse a través del dialogo con sus principales protagonistas. Esta es sin duda la clave para avanzar en la normalización de las personas con discapacidad en los medios de comunicación.

El problema es el como. Tres millones y medio de personas en España reivindican una forma de información que de una u otra forma también reivindican sus familias.¿Creamos el periodista especializado? Hay gente

convencida de esta opción y así se ha expuesto en algunas jornadas temáticas, pero ¿la normalidad pasa por especialistas? Ciertamente que en determinadas discapacidades habrá que recurrir al interesado e incluso al profesional, pero no será distinto a cuando acude el periodista a los profesionales del derecho o especialistas en determinadas áreas de conocimiento.

Un periodista hoy sabe donde debe acudir para contrastar informaciones de todo tipo. La desventaja se produce cuando el tiempo y el espacio se reducen para hacer una noticia. Vivimos a la carrera y, si previamente nunca hemos estado cercanos a personas con discapacidad, podemos caer en el abismo de los prejuicios, imprecisiones y sentimentalismos o el tan empleado sensacionalismo de las noticias relacionadas con personas con discapacidad.

Tan incorrecto como el paternalismo puede llegar a ser la utilización de las personas con discapacidad que han conseguido un éxito presentándoles como auténticos héroes. Esto puede llegar a distorsionar la imagen de la discapacidad pues puede dar pie a pensar que todos los miembros de ese colectivo concreto pueden alcanzar esas cotas de éxito, cuando eso no es real. En todo caso el informador debe centrarse en la persona y no tanto en su discapacidad.

Huir de cualquier tipo de morbo es el mayor favor que se puede hacer a las personas con discapacidad. El mejor servicio que los medios de comunicación pueden hacer a la discapacidad es luchar a través de su capacidad de influencia y contribuir con su poder dispersor de la cultura a que las personas con discapacidad tengan un acceso normalizado a la cultura, a un empleo digno y a los bienes y servicios como cualquier otro ciudadano.

LENGUAJE Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La discriminación muchas veces, por no decir todas, nace de la palabra. En la memoria colectiva asoman términos como "anormal" o "subnormal", palabras con clara connotación negativa muy próximas a todos, que los profesionales de los medios deberían comenzar a abandonar para referirse a las personas con discapacidad.

Es aconsejable utilizar el término persona con discapacidad, pero si un periodista dice "minusválido" y traslada en el medio un mensaje positivo, no discriminatorio, el término puede llegar a convertirse en algo residual. Será siempre importante corregir el matiz para evitar que quien escucha o recibe la información pueda malinterpretar conceptos a causa de una determinada terminología inexacta o inadecuada.

Es práctica habitual, que se debe corregir dado que los medios imponen modas en el lenguaje y tienen un efecto multiplicador en la opinión pública, que los medios utilicen verbos o términos negativos asociados con

informaciones sobre personas con discapacidad. No es acertado el empleo de términos como “sufrir” o “padecer” una discapacidad. Cuando se describe a una persona con discapacidad se debe utilizar un lenguaje neutral.

El lenguaje tiene una influencia trascendental en nuestra percepción de la realidad, condiciona nuestro pensamiento y el de quienes nos escuchan. Tampoco es de recibo achacar toda la responsabilidad en el mal uso del lenguaje a los medios de comunicación. En muchas ocasiones el sentimiento paternalista primó en distintas organizaciones quienes llegaron a adecuar su lenguaje a la terminología utilizada por la sociedad.

Cierto es que los medios de comunicación a veces no utilizan la terminología adecuada por otros motivos: el tiempo y el espacio condicionan la información. Es más fácil titular una noticia con la palabra “minusválido” que con otra que diga “persona con discapacidad” o “persona con síndrome de Down”. Esto no es óbice para que el periodista en el cuerpo de la noticia se ajuste a una terminología adecuada y socialmente consensuada con el movimiento representativo de las personas con discapacidad. El saber que hay personas que se pueden ofender cuando se utilizan ciertos términos es una forma de empezar a modificar lo que es de uso común.

Los medios de comunicación deben ofrecer una imagen activa de las personas con discapacidad. Tradicionalmente se ha visto a este como mero receptor de ayudas, imagen que contribuía a fomentar la marginalidad del colectivo. Cuando lo cierto es que las personas con discapacidad pueden aportar y mucho a la sociedad en general y a la economía del país en particular. De hecho, de los 440.873 personas con discapacidad en edad de trabajar, 327.497 tienen un empleo (Encuesta sobre Discapacidades, Deficiencias y Estado de Salud. INE (2005).

Los medios deben esforzarse en mostrar a las personas con discapacidad como ciudadanos de pleno derecho e incluir a este colectivo en todo tipo de informaciones y no sólo en aquellas en la que la discapacidad sea el tema central. Sería importante que el periodista, al abordar temas sobre personas con discapacidad lo hiciese desde un enfoque contextualizado. Explicar las circunstancias del ambiente que rodea a la persona ayuda al público a comprender y acercarse al mundo de la discapacidad con mayor conocimiento y una visión normalizada.

MUJER CON DISCAPACIDAD

Si es escaso el tiempo y espacio que los medios dedican a la discapacidad, hacia las mujeres con discapacidad es prácticamente inexistente. Y cuando aparecen se les presenta en general como seres débiles, dependientes e inferiores. Su existencia gana en invisibilidad, pues al considerar que no encajan ni siquiera en los cánones tradicionalmente asig-

nados a su género, dejan de participar en actividades como las de sus iguales en edad y género: no se les considera en el papel de novias, madres, se les considera seres asexuados, sin belleza, se les niega la posibilidad de desarrollar un empleo digno. En concreto, de las 156.329 mujeres con discapacidad en edad de trabajar en España, sólo un 12,7% tienen un empleo (INE, 2005).

El Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI) tomó en su día conciencia de este problema de doble discriminación, y en su Plan Integral de Acción para Mujeres con Discapacidad para el periodo 2005-2008 se estableció una serie de objetivos para modificar esta situación a fin de evitar la divulgación sobre los mitos y concepciones erróneas hacia las niñas y mujeres con discapacidad. Entre las medidas que se pusieron en marcha está la realización de una campaña a través de los medios de comunicación de confrontación y desmantelamiento de la imagen errónea extendida de las mujeres con discapacidad. Otra medida, fue la promoción de encuentros con los profesionales de la comunicación, publicitarios y anunciantes, en los que se dieron mensajes claros sobre discapacidad y género, apostando por potenciar modelos positivos de mujeres con discapacidad en los medios de difusión pública.

BIBLIOGRAFÍA

- Jornadas (2003). *Medios de Comunicación y Discapacidad. Reto Informativo y Estrategias de Encuentro*. Madrid: El Nuevo Lunes- Fundación ONCE
- Fernández Iglesias, José Luis (2006). *Guía de Estilo sobre Discapacidad para profesionales de los medios de comunicación*, edición en prensa.
- Álvarez Ruiz, Antón (2003). *La Función Social de la Publicidad de la ONCE*. Madrid: Fundación ONCE.
- CERMI (2005) I Plan Integral de Acción para Mujeres con Discapacidad 2005-2008
- Gualda Caballero Estrella, Solidaridad y Medios de comunicación: una difícil articulación, *Comunicar* nº 15. Medios de comunicación y educación para la solidaridad, 23-24.
- Encuesta sobre Discapacidades, Deficiencias y Estado de Salud. INE (2005).

•

Montserrat Balas es Licenciada en Ciencias de la Información, en la rama de Publicidad y Relaciones Públicas (U.C.M); Master en Comunicación política (U.A.B.); Master en Gestión Publicitaria (U.C.M.); Master en Gestión y Dirección de Empresas (F.S.C), y Postgrado del Programa de Perfeccionamiento Directivo del IESE (Universidad de Navarra). En la actualidad es Directora de Cooperación de la Fundación ONCE. E-mail: mbalas@ya.com