

LA DISCAPACIDAD EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Luis Nishiumi Iwasaki

Licenciado de la Especialidad de Comunicación Audiovisual
Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación PUCP



Foto: Antonio Martínez (Archivo PROPCU)

La discapacidad en nuestro país es un fenómeno social complejo. Sectores de la sociedad ignoran la exclusión que sufren la mayoría de personas con discapacidad, o en su defecto, son indiferentes ante esta situación, comportándose como si no existieran, a pesar de que, según el Ministerio de Salud, casi la tercera parte de la población peruana tiene algún grado de discapacidad, y que todos somos plausibles de tenerla.

Existen muchas personas con discapacidad con activa participación en la sociedad peruana, sin embargo, esto no se da en la mayoría de veces, ya que son frecuentemente marginadas de sus derechos humanos elementales como son la educación regular y el acceso a un puesto laboral. Se estima que de 969 500 niños y adolescentes con discapacidad menos de 48 mil asisten a las escuelas y de este apenas 11 mil estudiaron en los colegios regulares en el año 2005.

Mientras que la tasa de desempleo llega al 76%, y de las personas con discapacidad que laboran, la mayoría es trabajador familiar no remunerado; además el 94% considera que su derecho a un trabajo digno es el que menos se cumple. Apenas el 2.25% está adecuadamente empleado.

Pero, ¿cuál es la imagen social que proyecta dicho colectivo en la sociedad? Para la construcción de una imagen social de la discapacidad intervienen el etnocentrismo de las personas sin discapacidad hacia los "otros" y la tendencia al estereotipo y al prejuicio. Estos son debido principalmente por la carencia de conocimiento sobre el tema y la falta de una estrecha relación interpersonal en la vida cotidiana con personas con discapacidad integradas a la sociedad. Cuanto menor es la información y el contacto con una realidad, las actitudes negativas son mayores.

Precisamente, el grado de conocimiento es un factor clave, porque si todos estamos in-

formados sobre sus derechos no cumplidos y las habilidades potenciales que tienen si se le da la oportunidad, entonces los estereotipos y prejuicios disminuirían, por consiguiente habría una imagen social más cercana a la realidad.

En dicha imagen, los medios de comunicación se convierten en uno de los principales productores de sentido, y depende de la visibilidad y del tratamiento que se le da al tema para que cada individuo seleccione e interprete los mensajes, y así en conjunto se construya o redefina un determinado imaginario.

Entonces, los medios de comunicación social son un espacio de información que al permitir visualizar los éxitos y problemas de las personas con discapacidad, contribuyen a que la opinión pública haga familiar lo desconocido, le preste mayor atención, y en ciertas oportunidades, se debata y posibilite acciones concretas en favor de una mayor inclusión y en contra de la discriminación hacia este sector de la población. Así mismo contribuiría a poner en agenda pública la reivindicación de sus derechos a la inclusión, la autodeterminación y la vida independiente

La Declaración de Madrid, aprobada en el marco del Congreso Europeo sobre Discapacidad de 2002, invitó a «los medios de comunicación a crear y fortalecer alianzas con asociaciones de personas con discapacidad, para mejorar la imagen de las personas con discapacidad en los medios de comunicación. Se debería potenciar la inclusión de informaciones sobre las personas con discapacidad en los medios de comunicación como reconocimiento de la diversidad humana. Al referirse a la discapacidad, los medios de comunicación deberían evitar enfoques de condescendencia o humillantes y centrarse más bien en las barreras a las que se enfrentan las personas con discapacidad y en la positiva contribución que las personas con discapacidad pueden hacer una vez que se eliminen estas barreras».

Sin embargo, algunos medios de comunicación social cuando visibilizan a las personas con discapacidad, incluso sin pretenderlo, distorsionan la realidad al utilizar los estereotipos y prejuicios como instru-

mentos de aproximación, lo que perpetúa un círculo de desinformación a la opinión pública y dificulta más su inserción en la sociedad, ya que son estas barreras invisibles para el desarrollo de las personas con discapacidad.

Por consiguiente, es imprescindible que los comunicadores de los distintos medios, quienes por lo general no son especialistas en el tema, tengan la rigurosidad necesaria para informar, a través de un tratamiento realista, la vida de las personas con discapacidad y los obstáculos sociales que enfrentan, sensibilizando a la comunidad sobre lo que es y no es discapacidad, y promocionar cambios de actitudes y de visión a largo plazo.

El informe de expertos redactado por Naciones Unidas tras el Congreso de Viena de 1982 propuso ocho recomendaciones de estilo y contenido:

1. Mostrar a las personas con discapacidad en una variedad de situaciones sociales ordinarias.
2. Admitir la curiosidad natural y ocasional incomodidad que las personas sin discapacidad experimentan con frecuencia al interactuar con personas con discapacidad.
3. Incluir a las personas con discapacidad como parte de la población general en el ámbito de los medios de comunicación, además de aquellos en los que su historia es el eje principal.
4. Evitar una imagen conmovedora y desamparada de las personas con discapacidad, poniendo énfasis en sus derechos como ciudadanos.
5. Describir a una persona con parálisis cerebral, retraso mental o ciega subrayando primero su personalidad y después su discapacidad.
6. Describir a las personas con discapacidad en el mismo estilo polifacético que a los demás.
7. Mostrar los éxitos y dificultades de las personas con discapacidad de un modo empírico, sin exagerar o llenar de emotividad la situación.



Foto: Antonio Martínez (Archivo PROPSU)

8. Los artículos y crónicas que informan sobre servicios disponibles para el público, deben hacerlo también sobre la disponibilidad de los mismos o similares servicios para las personas con discapacidad.

Por lo contrario, su invisibilidad en los medios de comunicación social hace perdurar la ignorancia y por lo tanto la inacción de parte de la sociedad ante la marginación y olvido que vive la mayoría de las personas con discapacidad. Una muestra de esto es cuando los medios de comunicación no hacen evidentes las dificultades de las personas con discapacidad para obtener plazas de trabajo por los prejuicios que tiene el empleador sobre la competencia de estas, en desmedro de su derecho al trabajo y a la igualdad de oportunidades.

Justamente, los medios de comunicación al transmitir una ideología, es decir, un estilo de vida y valores, representan cómo es el mundo actual o las creencias que se tienen sobre este al público, quienes las interpretan según su entorno cultural y social, su experiencia personal, sus saberes, sus necesidades e intereses.

No se afirma que los medios de comunicación son omnipresentes ni todopoderosos, que influyen en el pensar y actuar de un público pasivo, amorfo y manipulable; sino como plantea la doctora Teresa Quiroz "(...) es un ingrediente esencial para elaborar la agenda de temas, los asuntos de interés nacional, la jerarquía de los problemas, para ofrecer las imágenes que conforman parte del bagaje informativo de un ciudadano común."

También la imagen social afecta la identidad de las mismas personas con discapacidad, ya que si está distorsionada puede generar una baja autoestima y por ende en su aislamiento, en cambio, si es realista, puede impulsar a la búsqueda de su integración social y a tener una visión sobre la vida independiente, dejando de lado la vergüenza, la culpa y la lástima.

En los últimos años, tanto la educación inclusiva como las distintas campañas en favor de las personas con discapacidad han aportado para la construcción positiva de la imagen social. Esto debe ser complementado por los medios de comunicación ya que, como se mencionó antes, es un espacio vital para la construcción o redefinición del discurso imaginario de la discapacidad,

que a través de su visibilidad y de un enfoque informativo dado, contribuyen a que el resto de la sociedad elaboren una identidad más cercana de las personas con discapacidad.

Investigaciones

La temática de la discapacidad es actualmente materia de debate académico y político en el ámbito mundial. En el campo de la comunicación social también está adquiriendo interés global como lo demuestran las distintas investigaciones y realizaciones de congresos.

Entre las investigaciones en América Latina destacan:

- "La Guía de Estilo Periodístico sobre Discapacidad" de la periodista argentina Alejandra Noseda con colaboración de Gabriel Michi y Alfredo Bértola. Este guía complementa el manual de redacción de un medio periodístico, en donde se resumen las reglas para informar adecuadamente sobre las personas con discapacidad. Se puede obtener el documento en Internet en forma gratuita.

- "Los diarios y la discapacidad", realizado en 1998 por Alejandra Noseda, de Argentina, como tesis de licenciatura en la carrera de periodismo en la Universidad del Salvador.

- "Tratamiento de la discapacidad en la prensa asuncense", realizado en 1994 por María Ingrid Moías, de Paraguay, como tesis del Master en Rehabilitación de la Universidad de Salamanca.

- "Análisis de contenido sobre la cobertura y tratamiento del tema de la discapacidad en los diarios de alcance nacional en Chile", realizado en 1997 por Sergio Prenafeta y colaboradores, de Chile, bajo patrocinio del Fondo Nacional de la Discapacidad (FONADIS).

- "Discapacidad y comunicación: Hacia una nueva cultura de integración", realizado en 2000 por la Dra. Juana Alanís Ramírez, catedrática de la Universidad Autónoma de Coahuila, México.

- "Tratamiento del tema minusvalía en los medios de comunicación social", realizada en 1994 por Alicia Pacheco, como tesis de Licenciatura de la Universidad de Piura.