

COMUNICACIÓN, DEPORTE Y PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Una concienciación necesaria



Juan Luis Manfredi Mayoral,
Rocío Alcántara López,
Aránzazu Román San Miguel
José T. del Pozo Cruz
(Editores)

796

R

Universitarias de Comunicación,
y Personas con Discapacidad

Sevilla, 17y 18
de Febrero de 2011



Este libro es un bien público, nadie tiene derecho a subrayarlo ó anotarlo. Quién lo deteriore, estará obligado a reemplazarlo por uno nuevo.

015466267

659.3:796

JOR



COMUNICACIÓN, DEPORTE Y PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Una concienciación necesaria

130008931

Juan Luis Manfredi Mayoral
Rocío Alcántara López
Aránzazu Román San Miguel
José T. del Pozo Cruz.
(Coordinadores)

I Jornadas Universitarias de Comunicación,
deporte y personas con discapacidad

Ponencias

Sevilla, 17 y 18 febrero de 2011

Edición: Editorial Astigi, SL

Coordinación

Juan Luis Manfredi Mayoral, Rocío Alcántara López, Aránzazu Román San Miguel y José T. del Pozo Cruz.

Autores de los textos

Juan Luis Manfredi Mayoral, Rocío Alcántara López, José Teodoro del Pozo Cruz, Beatriz Herrero Jiménez, Mónica Tovar, Carlos Rubén Fernández, M^a Del Valle Carreras Álvarez, Aránzazu Román San Miguel, M^a Reyes Domínguez Lázaro, Pablo Miguel Castellanos, Jesús del Pozo Cruz, Borja del Pozo Cruz, Rosa María Alfonso.

Recopilación de textos: José Teodoro del Pozo Cruz

Diseño de la portada: Rocío Alcántara López

Depósito legal: SE-9331-2011

ISBN: 978-84-939541-0-9

Maquetación: TwinsStudio

Printed by Publidisa

Índice General

PRÓLOGO	7
<i>Juan Luis Manfredi Mayoral</i>	
Capítulo 1. Medios de comunicación y deporte adaptado. Reflexiones para una integración plena	13
<i>Rocío Alcántara López</i>	
Capítulo 2. Responsabilidad, discapacidad y medios de comunicación de masas: un límite complejo	21
<i>José Teodoro del Pozo Cruz</i>	
Capítulo 3. Cine y discapacidad: la construcción de la identidad del otro. Un caso de estudio: La vida secreta de las palabras	33
<i>Beatriz Herrero Jiménez</i> <i>Mónica Tovar</i>	
Capítulo 4. Comunicación y discapacidad	53
<i>Carlos Rubén Fernández</i>	
Capítulo 5. El deportista discapacitado a través de las Redes Sociales	63
<i>M^a del Valle Carreras Álvarez</i>	
Capítulo 6. La comunicación institucional como reto para el cambio de la realidad social de la discapacidad	73
<i>Aránzazu Román San Miguel</i>	
Capítulo 7. Importancia e influencia de la comunicación no verbal en situaciones de discapacidad	83
<i>M^a Reyes Domínguez Lázaro</i>	

Capítulo 8. El papel de los medios de comunicación en la integración social de las personas con discapacidad .. 95
Pablo Miguel Pérez Castellanos

Capítulo 9. Deporte y Discapacidad: las Ciencias del Deporte en el mundo de la discapacidad. Actitudes. Modalidades del deporte adaptado 107
Jesús del Pozo Cruz
Rosa M^a Alfonso Rosa
Borja del Pozo Cruz
José T. del Pozo Cruz

Capítulo 10. Dialéctica en el deporte adaptado: ¿Una cuestión de términos? 131
Borja del Pozo-Cruz
Jesús del Pozo-Cruz
José Teodoro del Pozo-Cruz
Rosa María Alfonso

PRÓLOGO

COMUNICACIÓN Y DISCAPACIDAD

En una sociedad democrática, en la que todos somos iguales y con los mismos derechos, no pocas veces las personas con discapacidad ven vulnerados esos derechos y suelen sufrir discriminaciones, involuntarias la mayor parte de las veces, relacionadas con la inadecuación de los espacios públicos a sus necesidades, la falta de sensibilidad de personas, empresas o instituciones, las dificultades para la inserción laboral, etc. El problema es viejo, nueva la decisión de acabar con él y lenta la aceptación e implantación de esta manera de concebir una sociedad más justa e igualitaria.

En no pocas ocasiones, el problema empieza en el lenguaje, en la manera de dirigirse a estas personas o en encontrar la palabra adecuada para referirse a sus discapacidades.

Desde que se ponen en marcha en España las instituciones y las medidas normativas y políticas para llevar a la práctica la igualdad real y efectiva entre todos los ciudadanos, el análisis del lenguaje se fija como uno de los objetivos de la mayoría de los planes de actuación, en paralelo con las medidas de formación e inserción laboral, de coeducación, de información, o de participación social y política. Se busca un lenguaje que respete, que no denigre, que haga visible y no oculte la presencia y la participación de los discapacitados en la sociedad actual.

Las personas con discapacidad ocupan espacios que antes no ocupaban, realizan funciones que antes no realizaban, se les reconoce facultades que antes no se les reconocía, y todo eso supone cambios en el lenguaje.

Por fortuna, el sistema lingüístico del castellano ofrece posibilidades y recursos que si se utilizan correctamente pueden contribuir a la igualdad y a la visibilización de las personas con discapacidad. Claro que para utilizar un lenguaje igualitario hay que defender la formación y no la imposición y empezar por desmontar prejuicios. No se tratar de acudir a lo "políticamente correcto", que siempre es efímero, sino de potenciar la conciencia y responsabilidad que como personas, como ciudadanos, tenemos para ayudar a transmitir una imagen plural, igualitaria y no estereotipada de la realidad.

Los periodistas, además, tenemos la obligación de ayudar a que se hagan realidad estos buenos deseos. Nuestra arma es el lenguaje, Un periódico diario utiliza más o menos ciento cincuenta mil palabras en cada número. La radio y la televisión, incluso si sólo nos referimos a los programas informativos, cada día hasta duplican ese caudal de vocablos. El idioma es, así, la principal herramienta de trabajo de los periodistas, convertidos en autoridades del idioma por la enorme difusión de nuestros trabajos y porque los lectores y oyentes nos utilizan como referente.

Semejante papel, o potestad —que en otras épocas correspondía a escritores de referencia y autoridad, como novelistas, poetas, ensayistas, gramáticos o filósofos — ha convertido a los periodistas en responsables principales de que el español permanezca como un instrumento de comunicación útil y claro.

Los periodistas tenemos la obligación de cumplir con dignidad el papel de autoridades del idioma que las circunstancias nos han deparado en este momento de la historia de nuestra lengua, aunque entre nosotros se encuentran algunos de los más destacados transgresores gratuitos de las normas gramaticales e inventores de un léxico creado a la medida de sus necesidades.

Por ello, las empresas en las que trabajamos, las empresas periodísticas, se convierten en instituciones responsables de una suerte de magisterio social que les permite reafirmar su función social de informar y formar, haciendo de sus Libros de Estilo no sólo textos de consulta sobre el uso y manejo del idioma, sino, y quizás sobre todo, de la valoración razonada de asuntos de interés general.

Los Libros de Estilo dedican mucha atención al idioma, quizás porque los medios, a pesar de los controles de calidad, están llenos de erratas, faltas de puntuación, errores en el uso del léxico, acentos ausentes o mal puestos, series de palabras que no significan nada, verbos mal conjugados, fallos en la concordancia, neologismos inútiles, ambigüedades innecesarias, zafiedades... Tales desmanes se reparten casi por igual en todo tipo de medios y en cualquiera de sus secciones.

Es seguro que los periodistas deseamos hablar y escribir lo mejor posible, aunque sólo sea para que el público entienda claramente lo que quieren decir, pero cometen innumerables errores achacables a la urgencia de su trabajo o quizás a un problema derivado de la mala educación gramatical recibida en los años de formación.

Biblioteca de Comunicación
 BSLIC

En realidad, los periodistas no cometen más errores que otros profesionales que también tienen el idioma como herramienta fundamental de su trabajo (políticos, profesores, abogados...), aunque su responsabilidad está más acentuada porque su influencia social es sin duda mucho mayor, no sólo en términos numéricos sino incluso porque, como dice Regis Debray, "son el nuevo clero de una sociedad cada vez más laica e incrédula pero que concede un amplísimo margen de confianza a lo que leen o escuchan en los medios informativos".

Por todo ello, los Libros de Estilo dedican buena parte de su contenido a la fijación de normas lingüísticas, no tanto como una suerte de resumen de la Gramática como de un recordatorio de aquellas reglas que pueden haber sido olvidadas o en las que resulta más fácil dudar e incluso equivocarse.

En los Libros de Estilo hay también normas profesionales que definen el estilo del medio, es decir instrucciones sobre cómo tratar la información y cómo elaborar el producto informativo. Además, en la medida en que los medios quieren transmitir a la sociedad la idea de que no son iguales a sus competidores, de que tienen señas de identidad diferenciadas y de que tienen personalidad y posición definida y razonada sobre los asuntos que conforman la actualidad, es natural que los Libros de Estilo tengan instrucciones para que la ideología del medio quede patente a sus consumidores.

Para ello, en los Libros de Estilo se incluyen aspectos normativos relacionados con la correcta elaboración y difusión de la noticia según las normas éticas y deontológicas del ejercicio del Periodismo. Podemos encontrar, por consiguiente, cuestiones relacionadas con el Derecho de la Información, la delimitación de hechos y opiniones, respeto a normas y usos sociales, respeto al honor y la intimidad, material embargado, protección de las fuentes, secreto profesional, etc.


Aunque las normas contenidas en los Libros de Estilo son dadas por la empresa, la aceptación pública por ésta de normas deontológicas consolidan ante el público la idea de que la información se elabora de acuerdo con unos patrones éticos que aportan objetividad y credibilidad, legitimando así también el libre ejercicio de la opinión, que, ella sí, puede tener la orientación ideológica que se quiera.

Con estos criterios en mente hemos revisado los Libros de Estilo de alguno de los medios de referencia y no hemos encontrado indicaciones concretas relacionadas con la discapacidad. Hay, naturalmente, abundantes recomendaciones sobre igualdad, respeto a minorías, utilización de términos que transmitan respeto y rechazo a palabras o expresiones que resulten insultantes o inadecuadas que bien podrían aplicarse a las personas con discapacidad, pero no hay instrucciones específicas sobre estos asuntos. A lo mejor no hacen falta, porque los medios ya no se equivocan en estos asuntos y es raro encontrar expresiones inadecuadas relacionadas con discapacidades, aunque habría que ver si a las personas afectadas les parece oportuno el tratamiento que se da a los temas que les afectan.

Por otra parte, ¿qué hacen en el ámbito de la comunicación las entidades que agrupan a personas con discapacidad?. ¿Difunden bien sus mensajes?, ¿Han conseguido en este terreno ser tratados como desean?. Cuando en los medios hay personas con discapacidad, ¿tienen un trato diferente, actúan ellos de forma especial, hacen que las empresas y los compañeros se acerquen al problema de otra manera?

El Grupo de Investigación en Estrategias de Comunicación trabaja en estas líneas. Nos interesa conocer el estado de la cuestión y evaluar si periodistas y medios están ayudando a la mejor comprensión de los problemas derivados de las discapacidades y a la aceptación de los afectados como ciudadanos.

nos de pleno derecho. Si no fuera así, quisiéramos ayudar en una tarea que nos parece ayudará a perfeccionar esta sociedad haciéndola más justa e igualitaria.



Prof. Dr. Juan Luis Manfredi Mayoral.
Director del Grupo de Investigación en Estrategias de la Comunicación.

CAPÍTULO 1.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DEPORTE ADAPTADO. REFLEXIONES PARA UNA INTEGRACIÓN PLENA.

Rocío Alcántara López¹
Universidad de Sevilla

1.- INTRODUCCIÓN

Definido por García Ferrando como una actividad física e intelectual humana, de naturaleza competitiva y gobernada por reglas institucionalizadas (1991:31), el deporte se ha convertido en los últimos años, no sólo en uno de los reclamos más importantes para los Medios de Comunicación a la hora de lograr grandes cuotas de audiencia, sino en una fuente de ingresos sin precedentes. Su importancia para los Medios es tal que, tal y como apunta González Ramallal, aunque la influencia mediática de las actividades deportivas empezó a ser estudiada en un primer momento desde ámbitos de conocimiento tan tradicionales como los son la economía o la política, “en el último cuarto de siglo su incidencia ha sido también abordada en relación con los modernos estilos de vida: ocio, educación, salud, moda, etc.” (GONZÁLEZ RAMALLAL, 2004: 271-280); algo que explica que sea la dimensión espectacular del deporte la que a los Medios de Comunicación

¹ Licenciada en Periodismo por la Universidad de Sevilla, 2001-2005, en estos momentos es Doctoranda del Departamento de Periodismo II. Tras haber ejercido varios años como profesional de la información en diversos Medios de Comunicación, fundamentalmente prensa especializada, hoy se dedica de lleno al ámbito académico donde prepara la defensa de su Tesis Doctoral en la línea de investigación ‘Estrategias de Comunicación’. Además, ha participado en números congresos como comunicante, posee varios capítulos en libros y ha formado parte de la Secretaría Ejecutiva de la Organización de varios Congresos y Jornadas. Es miembro investigador del S.I.C.A. y componente del Grupo de investigación “Estrategias de Comunicación En estos momentos tiene reconocida la suficiencia investigadora por la Universidad de Sevilla.