

- GOFFMAN, Irving. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu, 2001.
- PAPPOUS, A.; GARCÍA, M.; CRUZ, F.; SCHMIDT, J.; MUÑOZ, A. y DELESELEUC, E. *La representación mediática de los/as deportistas paralímpicos: un análisis de las imágenes publicadas en la prensa escrita española durante los JP del 1996, 2000 y 2004. Proceedings of the 2nd International Conference on Adapted Sport (CIDA)*, Málaga, 2007, pp. 294-299.

CAPÍTULO 2.- RESPONSABILIDAD, DISCAPACIDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS: UN LÍMITE COMPLEJO

José Teodoro del Pozo Cruz³
Universidad de Sevilla

1.- INTRODUCCIÓN: DEL PERIODISMO SOCIAL A LA ESPECTACULARIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

¿Por qué se espectacularizan determinados acontecimientos trágicos cuando nos referimos a personas con discapacidad? ¿Contribuye a concienciar a la población en algún aspecto? ¿El lenguaje es capaz de cambiar la realidad social? Estas preguntas incluyen una preocupación ética y moral por las personas exhibidas y también un cuestionamiento sobre la eficacia de esta modalidad como recurso narrativo para educar a la sociedad. Coincidiendo con Melvin L. De Fleur y Sandra J. Ball-Rokeach (1993: p. 20) advertimos que el posible origen de las respuestas a los interrogantes anteriores se encuentran en el análisis de nuestros antecedentes y en el estudio de un presente más ínfimo:

³ José T. del Pozo es doctorando en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Actualmente desarrolla su labor investigadora en el campo de la comunicación y la salud, concretamente en su tesis sobre Estrategias y habilidades de comunicación en el ámbito sanitario y promoción de la salud con el profesor doctor D. Juan Luis Manfredi Mayoral. José del Pozo se licenció en Periodismo por la Universidad de Sevilla y es Máster doctorado con mención de calidad en Ciencias Sociales e Intervención Social. Multiculturalismo, interculturalidad y diversidad. Ha desarrollado su actividad como periodista en diarios como Diario de Sevilla, El Periódico Extremadura (Cáceres) o Diario Jaén, en este último especializado en reportajes y artículos relacionados con los mass media y la salud. Pertenece al Departamento de Periodismo II de la Facultad de Comunicación de Sevilla y es miembro investigador del S.I.C.A. y componente del Grupo de investigación "Estrategias de Comunicación". También es miembro del Comité Evaluador de la Revista Comunicación y Salud (RCyS).

“Aunque la experiencia de tiempos pretéritos no es una guía fiable para el futuro, es importante mirar hacia atrás y ver lo que pasó en algunos momentos importantes cuando la gente llegó a ser capaz de comunicarse por medio de formas radicalmente distintas. Parece, por tanto, adecuado empezar por el principio y rastrear en una breve visión de conjunto dónde y cuándo comenzó la comunicación humana, como mejoró en determinados momentos del pasado a lo largo de la prehistoria y de todo el desarrollo histórico, y cómo aquellos cambios tuvieron profundas implicaciones en la vida de la gente corriente”

1.1.- La comunicación, el punto de partida

La comunicación es, por ende, el punto de partida de los medios de comunicación, que no sólo transmiten información, sino que pueden inducir determinados comportamientos y conductas en la audiencia. (Viscardi, R. 2004). Nos dicen qué pensar. Es decir, trabajamos con la idea de que los medios de comunicación son parte de nuestra sociedad y, como tal, puede influir en la vida cotidiana de la audiencia.

Para comprender el papel protagonista que hoy ocupan los medios, necesitamos conocer su pasado, estudiar su presente y atisbar su futuro. Entendemos que el hombre, desde los jeroglíficos, la comunicación no verbal, la escritura, la imprenta o el papel, quería expresar sus emociones y obtener testimonios. Con el tiempo, y para dar respuesta a esas inquietudes, van a aparecer la radio, la televisión, el cine y la prensa escrita. La estación pionera fue EAJ-1 Radio Barcelona, llamada la emisora decana de la radio española por ser, precisamente, la más antigua. Por su parte, la prensa escrita fue el primer medio de comunicación de masas y el inicio del periodismo, una profesión que, a día de hoy, continúa congenerándose en su forma más superficial, pero con

un telón de fondo distinto que no puede soslayar la arbitrariedad que generan las noticias, reportajes y editoriales en los periódicos.

Vemos como el oficio del periodismo, paralelamente a la sociedad, experimenta cambios socioeconómicos desde sus orígenes. En el mundo de la comunicación, esta transformación se corresponde y hace más notable a principios del siglo XIX, con la Revolución Industrial, que implica no sólo avances tecnológicos, también socioeconómicos y culturales (Castells, M. 1998). En el plano comunicativo, la sociedad, acostumbrada a fuentes limitadas de información, evoluciona hacia un modelo comunicativo distinto, donde es posible producir, obtener y compartir información en todo momento y desde cualquier parte del mundo. Este nuevo ecosistema mediático, Manuel Castells (1998), en su libro *La era de la información: economía, sociedad y cultura lo define como “Sociedad de la Información”*.

Como consecuencia, la sociedad adquiere nuevas herramientas cotidianas y se modifican los hábitos, los valores, las conductas y las actitudes. Es decir, se produce un cambio en la cultura. (Castells, M. 1998). Esta nueva situación comunicativa y social (no olvidemos que los cambios se producen en todos los ámbitos de la sociedad), es importante porque supuso también una transformación en la cultura y, los medios de comunicación, como actores de esta ‘nueva’ sociedad creada a partir de la Revolución Industrial, empiezan a adquirir un papel importante, ya que pueden actuar como mediadores de la realidad social y llegar a modificar su cultura.

A nivel comunicativo, la prensa, la radio y la televisión no pueden quedarse atrás y se ven afectados, en su estructura y sus objetivos más intrínsecos, por la aparición de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) (Trejo, R. 2006). Es decir, el color, la rapidez en la transmi-

sión de la información o la tecnología audiovisual empiezan a describir nuevas formas de informarse y de comunicar. Las formas de comunicación cambian, evolucionan, y la información se convierte en una herramienta que se puede transmitir sin restricciones de tiempo, espacio o formato.

Para Raúl Trejo esta nueva situación es posible, en gran medida, gracias a la informática, que posibilita la digitalización de los mensajes y la aparición de nuevos medios como internet. Nos encontramos ante un nuevo 'invitado' en el panorama mediático. La aparición de este medio supone un cambio importante ya que, antes de la citada revolución tecnológica, existían escasas formas de acceder a la información. Las opciones de los sujetos sociales eran limitadas y había que decidir dentro de un catálogo muy acotado de fuentes de información. Ahora, el panorama es diferente y existen multitud de 'ofertas' informativas. Alsina (1995) advierte que depende del individuo, como actor social y lector empírico, reconocer los productos informativos de calidad y relevancia. Esta afirmación posiciona al sujeto social como receptor activo⁴, es decir, como individuo que participa en el proceso de comunicación y que, desde su perspectiva crítica, puede dejarse (o no) influir por el discurso mediático.

Otra consecuencia más de las NTIC es que, el fin último de los medios (informar, formar y entretener) comienza a cambiar y la objetividad y la rigurosidad empiezan a fluctuar en el aire. Es en este punto donde cobran especial relevancia las palabras de Kapuscinski (2002: p. 39): *"Con la revolución electrónica y de la comunicación, el mundo de los negocios descubre que la verdad no es importante, y que ni siquiera la lucha política es importante: que lo que cuenta, en la información, es el espectáculo"*

4 El receptor activo se encuentra dentro de la fase de consumo. Alsina (1995) señala tres: Producción, circulación y consumo.

Los ideales de periodismo social, objetividad y la transparencia informativa dejan paso a las interpretaciones y las valoraciones. El periodista se convierte en un mediador entre los Medios de Comunicación y la propia sociedad y, para Miguel Rodrigo Alsina (1995), puede construir una determinada realidad social que, en principio, debe ser compartida por sus lectores. Y es que, existen métodos y tratamientos discursivos muy claros que muestran cómo el periodismo ha tenido siempre una marcada influencia social y política en el desarrollo de un país (Bouza, F. 1998: p. 6).

En la actualidad, y como antaño, la selección de noticias por parte de los medios responde a determinadas estrategias comunicativas supeditadas a intereses de producción, económicos, políticos, sociales e ideológicos de los grupos de poder (públicos o privados) que determinan y negocian con los *mass media* qué es noticiable y relevante para la sociedad.

Para Vázquez Medel (2000), catedrático de la Universidad de Sevilla, los medios de comunicación, en busca de sus propios beneficios, pueden estar al servicio de la política o de las propias empresas privadas. Vemos como el tratamiento de la información (en su concepción más amplia) en los *mass media*, más allá de los diferentes soportes, formatos y modos en los que aparece, está sujeto a múltiples actores individuales, colectivos, derechos e intereses. Entre los actores podemos citar a las propias empresas mediáticas, el Estado, los periodistas, los trabajadores del ámbito y la sociedad civil.

Está compleja trama reúne diferentes interrelaciones que pueden escapar a este análisis descriptivo. Por tanto, nos vamos a centrar en la (ausencia) responsabilidad social que se le suponen a los comunicadores o empresas públicas o privadas (en contexto, contenido y forma) a la hora de abordar y difundir de forma honesta temáticas relacionadas con la Salud; ya sean hallazgos médicos, tratamientos innovadores o "fallecimientos mediáticos".

2.- OBJETIVOS

Conocer cómo un deportista profesional, que compite igual pero en disciplina diferente, valora el esfuerzo y compromiso de un deportista con discapacidad que hace el mismo trabajo

Reducir la distancia mediática, los estereotipos y la excesiva sensibilización con los deportistas con discapacidad

Mostrar a los futuros profesionales de la comunicación cómo es la representación mediática del deporte adaptado en los medios de comunicación

Resaltar la importancia de los medios de comunicación en la integración social de las personas con discapacidad y acercar a la audiencia deportistas de élite con discapacidad que explicarán su propia historia.

3.- HACIA UN DISCURSO RESPONSABLE

“La historia del periodismo y del desarrollo de la tecnología audiovisual autoriza a pensar que la ética de la información está sometida a una prueba de fuego. No es que cambien los principios básicos de la ética, pero sí las situaciones humanas que condicionan su apreciación y aplicación por parte de los profesionales de la información”. (Blázquez, N. 1994: p. 5).

Los principios éticos, al igual que la comunicación, evolucionan a lo largo de la historia. Por ende, y siguiendo a Niceto Blázquez, son necesarias nuevas corrientes éticas que responsabilicen el contenido discursivo de la información. Entra en escena de forma impetuosa el periodismo empresarial, donde los grandes magnates deciden qué difundir y qué realidad ‘crear’. La aparición de las NTIC no hace sino incrementar los recursos y el aditivo de las imágenes y el sonido aumentan las posibilidades de falsificación y manipulación de una forma casi ilimitada.

¿Qué papel desempeña en este ecosistema mediático la Ética? *“Corresponde al discurso ético afrontar estos retos sin miedo a los frívolos, sin concesiones a los pusilánimes y con respeto a los más débiles y perjudicados”* (Blázquez, N. 1994: p.17). Dada esta crisis de credibilidad en la información, surgen los códigos deontológicos para intentar paliar el agravio (Aznar, H. 2005). Vemos como es necesario incrementar el compromiso ético de cualquier actividad social que perpetúe en una responsabilidad con la propia sociedad (Harris, N. 1992). En este sentido, y teniendo en cuenta la importancia capital que los medios de comunicación tienen en nuestra visión del mundo (Casero, A. 2007), cada vez más se reformulan y surgen nuevos códigos y estrategias para evitar el excesivo protagonismo y violación de principios éticos en sucesos que aparecen de forma cotidiana en los *mass media* como pueden ser la discapacidad, la salud, la violencia doméstica o de género o la inmigración ilegal.

3.1.- La necesidad de establecer límites éticos en el lenguaje: discurso y periodismo responsable

“Sólo en libertad se puede hablar de responsabilidad” (Aguirre, M. 1988: p. 235). Decimos que una persona es libre cuando puede ‘decidir hacer’ entre diferentes posibilidades y, a su vez, hacerlo de forma consciente y responsable. *“La conciencia es la bisagra que une responsabilidad y libertad”* (Aguirre, M. 1988: p. 236). Aunque son muchas y amplias las aristas que definen responsabilidad y libertad, una perspectiva ética de estos conceptos colocan al comunicador como actor social: *“El servicio a los demás a través de un indesmayable velar por la verdad en la información debe ser norma segura para la toma de una decisión profesional”* (Aguirre, M. 1988: p. 239).

En este sentido, y coincidiendo con la perspectiva de la profesora Aguirre, surge la necesidad de incidir más en el filtro ético y moral de la información periodística en España.

Más aún si cabe al tener en cuenta que en nuestro país, durante el régimen franquista, no existió ningún código deontológico del Periodismo propiamente dicho. (Aznar, H. 2005).

Como bien señala el profesor Aznar, aunque España dejó atrás hace relativamente pocos años el período franquista, sí parece haber adquirido responsabilidad social en la comunicación y son numerosos los códigos éticos y deontológicos en los diferentes ámbitos de la comunicación. Asimismo, el profesor (Aznar, H. 2005) apunta en su libro *Comunicación responsable: La autorregulación de los medios* que es necesario, cada vez más, trabajar en la capacitación y formación de los profesionales mediáticos para mejorar, en libertad, la responsabilidad social de los propios profesionales y empresas mediáticas.

Por ello, existen una gran variedad de códigos en el ámbito de la comunicación que intentan cubrir distintos formatos, temáticas o contenidos. Ya sea en salud, guerras o inmigración. Aunque el abanico de códigos es amplio, en su contenido normativo existen similitudes entre ellos. Estudios como el de Barroso Asenjo (1994: p. 4) concluyen en otorgar relevancia a la semejanza de principios comunes en los códigos éticos:

“Quizás la conclusión más importante es la constatación de hasta qué punto las deontologías nacionales comportan tantos puntos comunes y poseen motivaciones y objetivos semejantes e idénticos. Más en concreto, el hecho claro y constatable de que detrás de estos documentos subyace un gran fondo común de grandes principios deontológicos que son universales”

En este sentido, los principales aspectos en común son: respetar la verdad y exactitud de la información; rechazar sobornos y prebendas, no violar la intimidad de las personas y el secreto profesional; y rechaza la calumnia y la difamación. (Aznar, H. 2005).

Nosotros, en nuestro análisis, nos centramos en los parámetros éticos y deontológicos utilizados en el Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística, el Código Deontológico del Sindicato de Periodistas de Madrid, de marzo de 2000; el Código Internacional de Ética Periodística y el Código Deontológico de la Federación Española de Asociaciones de la Prensa (FAPE).

4.- CONCLUSIONES

“Responsabilidad, discapacidad y comunicación” aborda desde una mirada crítica el papel de los medios y lo complementa con testimonios de periodistas y personas con discapacidad que aportan un punto de vista realista y cercano de dónde venimos, dónde estamos y hacia dónde nos dirigimos.

5.- BIBLIOGRAFÍA

- AGUIRRE, Marisa. (1988). *El deber de formación en el informador*. Ediciones Universidad de Navarra. Pamplona.
- ALSINA, Miquel Rodrigo (1995). *Modelos de la comunicación*. 2ª Edición. Tecnos. Madrid
- AZNAR, Hugo (2005). *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios*. Ariel. Madrid
- BERJANO, Enrique y PINAZO, Sacramento (2001). *Interacción social y comunicación*. Tirant lo Blanch. Valencia.
- BLÁZQUEZ, Niceto (1994). *Ética y Medios de Comunicación*. Biblioteca de autores Cristianos. Madrid.
- BOUZA, Fermín (1998). *La influencia política de los medios de comunicación: mitos y certezas del nuevo mundo*. Publicado en “El debate de la Comunicación”, Edición preparada por Juan Benavides Delgado, Funda-

- ción General de la Universidad Complutense de Madrid/ Ayuntamiento de Madrid, 1998. pp. 237-52.
- CASERO, Andreu (2007). "Discurso mediático, inmigración e ilegalidad: legitimando la exclusión a través de la noticia". En R. Zapata y Van Dijk, T.A. (Eds.), *Discursos sobre la inmigración en España: los medios de comunicación, los Parlamentos y las Administraciones*. (pp. 71-92). Barcelona: Fundación Centro de Información y Documentación Internacionales en Barcelona (CIDOB).
 - CASTELLS, Manuel (1998): *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Alianza Editorial. Madrid.
 - HERNÁNDEZ, Macarena (2002). *Cultura y comunicación en Andalucía: Las tecnologías desde el horizonte local*. Libros la Frontera . Sevilla
 - IRIBARREN, Jesús (1968). *El derecho a la verdad: Doctrina de la Iglesia sobre prensa, radio y televisión*. Editorial Católica. Madrid
 - Kapuscinski, Ryszard. (2002). *Los cínicos no sirven para este oficio*. Anagrama. Barcelona.
 - LIROLA, María (2008). "Entrevista al profesor Teun van Dijk". En María Martínez Lirola (Ed.), *Inmigración, discurso y medios de comunicación*. (pp. 15-22). Colectiva. Alicante.
 - LIROLA, María (2008). "Inmigración, discurso y medios de comunicación". Colectiva. Alicante.
 - MELVIN L. De Fleur y Sandra J. Ball-Rokeach. (1993). *Teorías de la comunicación de masas*. Paidós Comunicación. Barcelona.

- OKTAR, Lütfiye (2001): "The ideological organization of representational processes in the presentation of us and them". *Discourse and Society*, 14 (5); 313-346.
- PÉREZ, Rafael Alberto (2001) *Estrategias de comunicación*. Ariel. Barcelona.
- RAMONET, Ignacio (2001). "Control de la información. Información y comunicación en la era de la globalización liberal: El quinto poder". En Taller: *Comunicación y ciudadanía*. Foro Social Mundial de Porto Alegre. Porto Alegre (Brasil)
- REIG, Ramón (2002). *La comunicación en su contexto. Una visión crítica desde el periodismo*. Centro Andaluz del Libro. Sevilla.
- SOHR, Raúl (1998) *Historia y poder de la prensa*. Editorial Andrés Bello, Santiago de Chile.
- SUÁREZ VILLEGAS, Juan Carlos (2001) *Principio de ética profesional: a propósito de la actividad informática*. Tecnos, Madrid.
- TREJO, Raúl (2006). *Viviendo en el Aleph. La Sociedad de la Información y sus laberintos*. Gedisa. Barcelona.
- VAN DIJK, T. A. (1994). Conferencias: "Discurso, poder y cognición social". En: Special issue of *Cuadernos Maestría en Lingüística*. Núm. 2, Año 2. Colombia: Universidad de Cali.
- VÁZQUEZ MEDEL, M. A. (2000). *Los Medios de Comunicación y la construcción del imaginario social (raza, género e identidades)*. Recuperado el 8 de diciembre de 2009, de <http://huespedes.cica.es/aliens/gittcus/mmccis.htm>.

- VILLADA, Rojo (2003): "Producción periodística y nuevas tecnologías. Estrategias para la prensa ante la convergencia mediática". Sevilla: Comunicación social, Ediciones y publicaciones
- VISCARDI, Ricardo. (2004). *La comunicación: componente estructural de la diversidad cultural*. Redes. com. Revista de estudios para el desarrollo social de la comunicación. Núm. 2, 35-43.

CAPÍTULO 3.- CINE Y DISCAPACIDAD: LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD DEL OTRO. UN CASO DE ESTUDIO: LA VIDA SECRETA DE LAS PALABRAS (ISABEL COIXET, 2005)

**Beatriz Herrero Jiménez⁵
Mónica Tovar⁶**

Universidad Complutense de Madrid

1.- INTRODUCCIÓN

La discapacidad ha estado presente en el mundo cinematográfico desde sus orígenes. Sin embargo, esto no ha conllevado la elaboración de una Historia propia para este tipo de cine como, por ejemplo, sí la han tenido cinematografías de determinados países o, incluso, géneros como el musical, el *noir* o el de terror, entre otros. Así, lo más destacado de la producción que tiene a las personas con disfunciones como integrantes de sus argumentos, son dos aspectos: su denominación y los rasgos atribuidos a esos personajes.

⁵ Es licenciada en Periodismo y en Comunicación Audiovisual por la Universidad Carlos III de Madrid. Actualmente es estudiante de doctorado en la Universidad Complutense de Madrid, donde obtuvo la suficiencia investigadora con el estudio "El melodrama en disputa: identidad, representación y género en *Mi vida sin mí* de Isabel Coixet". Miembro del Seminario Interuniversitario de Investigación sobre Género, Estética y Comunicación Audiovisual, desarrolla sus investigaciones centrándose en la construcción de identidades marginales en la convergencia entre el género cinematográfico y el sistema sexo/género, así como en la ideología política implicada en todo texto audiovisual.

⁶ Es licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad Carlos III de Madrid. Estudiante de doctorado en la Universidad Complutense de Madrid, su interés investigador se centra en la música filmica. Miembro del Seminario Interuniversitario de Investigación sobre Género, Estética y Comunicación Audiovisual, actualmente se encuentra redactando su proyecto para obtener la suficiencia investigadora y que tiene como objeto de estudio a la música de la película *Los abrazos rotos* de Pedro Almodóvar.