



Día Internacional de las Personas con Discapacidad

JUAN ANTONIO LEDESMA PERIODISTA ESPECIALIZADO EN TEMAS SOCIALES Y DISCAPACIDAD

► El presidente de la Comisión Social de la Discapacidad y Medios de Comunicación del Comité de Entidades Representantes de Personas con Discapacidad (Cermi) lleva más de una década especializado en temas relacionados con este colectivo. Recientemente presentó un decálogo de estilo dirigido a los medios de comunicación

«Hay que acercarse a la discapacidad sin prejuicios adquiridos, sin tabúes»

POR: **CARLOS FERNÁNDEZ**
FOTO: DP

EL PERIODISTA Juan Antonio Ledesma lleva más de diez años especializado en temas sociales y discapacidad. Hace unas semanas presentó en Santiago de Compostela un decálogo de buenas prácticas destinado a los medios de comunicación.

¿Cómo surgió la idea de realizar un catálogo de buenas maneras para tratar la discapacidad en los medios de comunicación?

El Cermi y la fundación Once llevamos trabajando desde el año 2007 en promover una imagen más normalizada de las personas con discapacidad en los medios de comunicación, porque hasta ahora está claro que salimos poco y, muchas veces, además de salir poco salimos mal. A lo largo de 2007 se creó el Comité de Apoyo a la imagen social de las personas con discapacidad en los medios de comunicación. Ahí están en este momento 33 entidades que representan a todos los actores del mundo de la comunicación: las televisiones, la radio, los periodistas, productores, anunciantes, guionistas... Sobre todo profesionales del mundo de la comunicación. Y una de las cosas que echaban en falta, aunque hay muchos libros de estilo, es un manual de consulta rápida, algo que no fuese un librito y fuese de lectura más fácil. Aprovechando que había entrado en vigor en España la convención de Naciones Unidas de los derechos de las personas con discapacidad, decidimos lanzar ese decálogo, muy básico pero también muy práctico, para que los periodistas y los profesionales de la comunicación que tienen que tocar estos temas tengan claro qué tipo de lenguaje y qué terminología es la adecuada para evitar eufemismos o palabras que ya no se utilizan. Esa era la base del decálogo y está funcionando bastante bien.

¿Cómo se puede consultar?

Está colgado en la web del Cermi y el objetivo es que el lenguaje sea adecuado a las circunstancias de ahora, acorde con la convención de Naciones Unidas, para que evitemos palabras que ya no se utilizan, como inválido, incapacitado o minusválido, y términos que a veces venimos arrastrando, que supone asociar la discapacidad con enfermedad y no es así necesariamente. En muchas noticias se ven palabras como 'sufrir', 'padecer' o 'está postrado'. Queremos

ver que la discapacidad es algo más que eso, pasar de ese enfoque médico, paternalista y asistencial a un enfoque de igualdad de derechos, ni más ni menos, y una de las herramientas son los medios de comunicación, que tienen un papel trascendental. De hecho, en la Convención de Naciones Unidas hay un artículo, el ocho, en el que se hace una mención expresa sobre el papel que deberían jugar los medios de comunicación.

¿Cuáles son las carencias más destacables en los medios de comunicación a la hora de tratar la discapacidad?

Son dos o tres. Primero, la discapacidad no está presente en los medios, tanto en la radio como en el cine, en la publicidad o en la televisión. Sale muy poquito, si tenemos en cuenta el porcentaje de población que somos las personas con discapacidad. Somos cuatro millones en España, más del 9% del total de ciudadanos. Si tenemos en cuenta las familias, estamos hablando de diez millones de personas. A pesar de que la española es una sociedad plural, la discapacidad sale muy poquito. Hay una especie de ostracismo mediático que hay que vencer. Por otra parte, hay que tratar la discapacidad sin prejuicios adquiridos, sin tabúes, y llamar a las cosas por su nombre, no tratar de ser tan formales. Situarse en el otro extremo de palabras que -como decía antes- están en desuso y no llamar a las cosas por su nombre nos conduce a eufemismos. Hay que hablar de personas ciegas, personas sordas, con discapacidad intelectual... No hay que tener miedo. Por otra parte, hay que entender que tiene que tener un enfoque transversal. En una persona lo más importante no es la discapacidad, esa puede ser una de sus características. La



Cermi

«El premio representa el reconocimiento a una década de dedicación casi exclusiva»

Usted recibió el premio Cermi 2010, ¿qué reconoce el galardón?

Llevo desde hace veinte años como periodista y la verdad es que en los últimos diez estuve relacionado con los temas de discapacidad. Es

el reconocimiento a esta última década de dedicación casi exclusiva. Es el premio más importante relacionado con la discapacidad que puede recibir un periodista. Además, dirige el portal **medular-**

digital.com, ¿qué servicios ofrece?

Es el portal de referencia para un colectivo muy específico, que es el de las personas con lesión medular. Fundamentalmente es una web de servicios y cuenta con el patrocinio de empresas importantes. Está dirigido no solo a las 40.000 personas con lesión medular que hay en España, sino también a todo el mundo de habla hispana. Tiene un consultorio médico, otro atendido por trabajadores sociales y un catálogo de productos.

Presencia en medios

■ No vale quedarse con la reivindicación permanente. Hay que tratar de salir más y con ese plus de igualdad de derechos»

Publicidad

■ Siempre digo a los anunciantes: mis euros valen lo mismo que los suyos»

discapacidad está en el empleo, en la cultura, en el ocio, en el acceso a las nuevas tecnologías. Tratamos de conseguir que los medios de comunicación se hagan eco de esto.

¿Hay avances en la forma de tratar a las personas con discapacidad en los medios?

En la última década se ha avanzado mucho. Sería un error, desde el Cermi, no reconocerlo. Siempre decimos que nos acercamos a los medios de comunicación como aliados, no como enemigos. No queremos ir con el palo en la mano. Las personas con discapacidad tenemos que pelear por hacernos visibles, mostrar de qué somos capaces y cuáles son nuestras inquietudes. No vale quedarse con la reivindicación permanente de dar lástima. Hay que tratar de salir más y con ese plus de igualdad de derechos y de normalidad, alejado de prejuicios que se siguen arrastrando.

¿A qué se deben esos prejuicios?

Es una herencia del pasado en la que la discapacidad se asociaba a enfermedad y penuria, pero es mucho más que eso. No se puede juzgar a una persona solamente por su discapacidad.

Hablamos del tratamiento periodístico de la información, ¿ocurre lo mismo con la publicidad?

En la publicidad, las personas con discapacidad aún son menos visibles, salvo en casos como la Once o las obras sociales. Si no, es raro que se aborde la discapacidad en la publicidad comercial. Hay una frase que siempre le digo a todos los anunciantes, que tienen que enfocarlo como un nicho de mercado. Mis euros valen lo mismo que los suyos, aunque no puedo caminar. Yo voy al cine, al supermercado, yo consumo. No se trata de meter la publicidad con calzador, pero de vez en cuando deberían tener en cuenta estas cosas.