



## Una reflexión para la acción

El tratamiento informativo de la discapacidad en los medios de comunicación constituye una responsabilidad fundamental en la construcción de una sociedad inclusiva, reconocedora y respetuosa con la diversidad. La forma en que se representa a las personas con discapacidad en informativos, programas, contenidos digitales y otros formatos audiovisuales tiene un impacto directo en la percepción social, la erradicación de estigmas y la garantía de sus derechos. La discapacidad no define a la persona como tal, sólo es una circunstancia que forma parte de su vida. Es obligación del Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) subrayar la necesidad de avanzar hacia una narrativa audiovisual comprometida con la igualdad, la accesibilidad universal y el reconocimiento pleno como ciudadanas de las personas con discapacidad.

Por todo ello, en cumplimiento de sus obligaciones en la defensa de la ciudadanía ante el contexto mediático, el CAA redactó unas recomendaciones sobre el tratamiento informativo de las personas con discapacidad en 2019. Ahora, necesariamente actualizadas, esas recomendaciones se contienen en esta GUÍA para cuya redacción se ha contado con la ayuda imprescindible de periodistas especializados y de asociaciones e instituciones de referencia en el ámbito de la discapacidad, a quienes el CAA agradece su generosidad y el rigor de su trabajo.

# INTRODUCCIÓN

Según datos del Instituto Nacional de Estadística, en España hay 4,38 millones de personas con alguna discapacidad, lo que supone un 9,2% de la población, un porcentaje inferior al promedio europeo, pero de evidente envergadura. Dentro de esos más de cuatro millones de personas son mayoría las mujeres (58,6%), sobre todo a partir de los 50 años. Con respecto a Andalucía, alrededor de 835.000 personas presentan alguna discapacidad, lo que supone un 9,8% de la población andaluza. Distribuidos por género, resultan un total de 58,1% de mujeres y 41,9% de hombres.

De acuerdo con el Observatorio Estatal de la Discapacidad, del total estimado de personas con discapacidad, alrededor de 1.580.000 estarían en edad laboral. Se estima, además, que unos 3,3 millones de hogares españoles tienen alguna persona con discapacidad y que no menos de 1.128.000 personas con discapacidad viven solas.

Las discapacidades relacionadas con la movilidad son las más frecuentes, seguidas por las que afectan a la vida doméstica, al autocuidado y a los sentidos, como la audición y la visión. También tienen presencia significativa las discapacidades vinculadas a la comunicación, al aprendizaje o a las relaciones interpersonales. Estas distintas formas de discapacidad evidencian una realidad diversa y compleja que requiere especial atención en el ámbito de la comunicación.

A tenor de los últimos informes elaborados por este Consejo sobre la presencia de la discapacidad en la programación televisiva, los informativos y la publicidad, se constata una infrarrepresentación en comparación con su peso demográfico en la sociedad. Esta falta de visibilidad de las personas con discapacidad es un hecho que no favorece la integración social y la erradicación de estereotipos que promueve nuestro ordenamiento jurídico. La adecuada presencia de la discapacidad en los medios de comunicación, en todos sus aspectos, es necesaria para la normalización de su presencia en una sociedad avanzada.

En definitiva, durante décadas los medios de comunicación han centrado su discurso en la necesidad de integración social de las personas con discapacidad. Hoy, sin renunciar a ese objetivo, con nuevos planteamientos, el objetivo es la **INCLUSIÓN REAL** poniendo más énfasis en el reconocimiento de la diversidad de la propia sociedad. Para ello es importante presentar la discapacidad como una parte relevante de esa diversidad e insistir en la igualdad de las personas con discapacidad como un deber legal y moral de toda la sociedad.

# RECOMENDACIONES PARA EL TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LA DISCAPACIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y DIGITAL

## 1 LENGUAJE ADECUADO Y RESPETUOSO.

El lenguaje no es neutral, puede contribuir a integrar o a marginar o, por el contrario, puede ayudar a evolucionar y cambiar. Por tanto, hay que utilizar un lenguaje adecuado que excluya discriminaciones. Frente a términos inapropiados cada vez más obsoletos como, por ejemplo, «deficientes», «minusválidos» o «retrasados», se debe emplear sencillamente el de «personas con discapacidad», expresión con la que ponemos énfasis en que hablamos ante todo de personas, las cuales todas son diversas. Por lo mismo, la utilización de términos como «persona normal», que lleva implícita la existencia de «personas anormales», no debe ser empleada. Por supuesto, es importante evitar el masculino genérico y usar un lenguaje inclusivo. Debemos evitar, asimismo, los términos paternalistas. De tal forma, en vez de «sufre discapacidad» o «padece discapacidad» es mejor emplear «tiene discapacidad». Si utilizamos sufrir o padecer estamos asimilando la situación de discapacidad a la de enfermedad y la discapacidad no es una enfermedad.

## 2 EVITAR LA ESTIGMATIZACIÓN Y LOS PREJUICIOS CON INFORMACIÓN PRECISA Y RIGUROSA.

Es importante evitar errores como considerar que una discapacidad sensorial o intelectual es una enfermedad o que discapacidad intelectual y enfermedad mental constituyen conceptos equivalentes. No olvidemos que las imágenes o creencias que los propios medios de comunicación proyectan sobre la discapacidad influyen directamente en las actitudes y opiniones del conjunto de la sociedad. Hay que evitar reforzar la vincula-

ción entre enfermedad mental, discapacidad y violencia, ya que esta asociación promueve los prejuicios hacia las personas con discapacidad.

## 3 ACCESIBILIDAD UNIVERSAL: FACILITAR LA COMPRENSIÓN.

Los medios de comunicación pueden contribuir a evitar aislamientos y promover la comunicación y la comprensión de contenidos por parte de las personas con discapacidad. En los textos informativos que van dirigidos de forma específica o prioritaria a este colectivo debe utilizarse un lenguaje claro, sencillo, que favorezca su derecho a la información.

Es necesario que los medios realicen un esfuerzo para ganar en accesibilidad mediante la utilización de subtítulos, lengua de signos, audiodescripción y otras fórmulas con las que generen interés y comprensión entre las personas con discapacidad.

Debe tenerse en cuenta lo dispuesto en el art. 2k de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social acerca de la accesibilidad universal. Esta incluye la que se hace efectiva a través de la lectura fácil, sistemas alternativos y aumentativos de comunicación, pictogramas y otros medios humanos y tecnológicos disponibles para tal fin.

Es importante también que los medios digitales, las aplicaciones y las redes sociales sean accesibles para personas ciegas así como los contenidos (vídeos e imágenes publicadas), dotándolos de texto alternativo. Las aplicaciones suelen tener la opción de agregar texto alternativo en las imágenes.

## **4** DIVERSIDAD DE FUENTES Y PLURALIDAD DE VOCES: MÁS EXPERTOS Y PROTAGONISTAS.

Resulta clave que las fuentes de información utilizadas no se limiten exclusivamente a las autoridades, entes oficiales o estudios reconocidos, sino que deben incluir también el valioso conocimiento que aportan las asociaciones relacionadas con los diversos colectivos del sector.

Estas asociaciones, que habitualmente cuentan con un conocimiento directo y actualizado de la realidad, desarrollan una intensa actividad y se convierten en fuentes clave para el acercamiento adecuado al mundo de la discapacidad. Es necesario incrementar las voces expertas, autorizadas y protagonistas, disminuyendo las ocasionales en aras a una información más veraz y rigurosa.

Además, se velará por la presencia equilibrada de distintos tipos de discapacidad y por la visibilidad de las mujeres con discapacidad.

Sería muy útil también difundir la información sobre los servicios públicos que existen a disposición de las personas con discapacidad en materia de servicios sociales, sanitarios, educativos...

## **5** IMAGEN REAL Y POSITIVA.

Los medios deben aportar noticias y perspectivas que reflejen una imagen realista y objetiva de las personas con discapacidad presentándolas como activas, participativas y con afán de independencia. No se trata de ofrecer una visión idealizada ni una perspectiva de heroicidad, sino una representación concreta y cercana que aborde tanto sus problemas como sus logros, compartiendo aspiraciones, trabajo e ilusiones comunes con el resto de la sociedad. Es importante, además, que las asociaciones dispongan de portavoces adecuados para transmitir esta realidad de manera efectiva y tengan más presencia en los medios.

## **6** DAR PROTAGONISMO A LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD. NORMALIZACIÓN, PARTICIPACIÓN Y TRANSVERSALIDAD.

Los espacios protagonizados y realizados por las propias personas con discapacidad o con una presencia destacada de ellas favorecen la inclusión. Son también las mismas personas con discapacidad, con sus experiencias y su deseo de expresarse y hacerse oír, quienes aportan una visión auténtica y enriquecedora de su realidad. Estos programas también familiarizan a los medios y a sus redactores con los problemas relacionados con la discapacidad.

Pero hay que avanzar hacia una presencia más normalizada en cualquier programa, no sólo en los realizados sobre discapacidad, con un enfoque transversal: existen muchas personas expertas de diferentes ámbitos del mundo técnico, científico, laboral, político, del deporte o de las artes que pueden tener su espacio, independientemente de que tengan algún tipo de discapacidad.

En este sentido, las personas con discapacidad deben incorporarse a las declaraciones habituales de las informaciones y aparecer de forma regular en las encuestas de testimonio.

Asimismo, hay que incorporar la discapacidad en la agenda de los medios más allá de los "Día Internacional de..." para contribuir a su normalización y acabar con la invisibilidad.

## **7** ROMPER ESTEREOTIPOS.

Circulan todavía estereotipos en torno a sufrimientos, infantilismo o dependencia de las personas con discapacidad, aunque la intención provenga del interés de los medios por contribuir a superar estigmas sociales y denunciar situaciones de desigualdad o contribuir a divulgar las reivindicaciones de derechos. Toda reivindicación se debe apoyar en el derecho a la igualdad, sin rasgos meramente emotivos o paternalistas. Hay que apoyar sin favorecer la sobreprotección, evitar el sensacionalismo y desterrar cualquier estereotipo en torno a la discapacidad.



# ANEXO: FUNDAMENTOS JURÍDICOS

El artículo 4 sobre las funciones del CAA de la Ley de 2004 por la que se crea, en su artículo 6, insta a “salvaguardar los derechos de los menores, jóvenes, tercera edad, personas con discapacidad, inmigrantes y otros colectivos necesitados de una mayor protección, en lo que se refiere a los contenidos de la programación y a las emisiones publicitarias”. Asimismo, el vigente Estatuto de Autonomía de Andalucía, de 2007, indica (artículo 131.1) que el CAA es “la autoridad audiovisual independiente encargada de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en los medios audiovisuales, tanto públicos como privados, en Andalucía, así como por el cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad”. Por su parte, la Ley Audiovisual de Andalucía de 2018, tanto en su exposición de motivos como en su articulado, dedica notable atención a la presencia de las personas con discapacidad en los medios y contempla con detalle la accesibilidad de las personas con discapacidad auditiva y visual a los medios informativos en su forma específica de acceso a la información mediante lengua de signos, audiodescripción, etc.

Asimismo, la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, establece diversas disposiciones para garantizar la accesibilidad y la inclusión de las personas con discapacidad en el ámbito de la comunicación audiovisual. Así dedica, entre otros, el artículo 7 a esta materia, estableciendo que la comunicación audiovisual favorecerá una imagen ajustada, respetuosa, apreciativa, inclusiva y libre de estereotipos de las personas con discapacidad. También señala que se promoverá la autorregulación para garantizar que la presencia de personas con discapacidad sea proporcional al peso y a la participación de dichas personas en el conjunto de la sociedad y que se garantizará la accesibilidad universal del servicio de comunicación audiovisual en los términos previstos en los títulos IV y VI. Por otro lado, la Convención Inter-

nacional de Derechos de las Personas con Discapacidad, aprobada por la Organización de Naciones Unidas y ratificada por España en 2007, recuerda en varios de sus artículos (8, 21, 24) la necesidad de alentar a los medios de comunicación, incluidos los que suministran información a través de Internet, que hagan que sus servicios sean accesibles para las personas con discapacidad.

Además, la Ley 4/2017, de 25 de septiembre, de los Derechos y la Atención a las Personas con Discapacidad en Andalucía, dedica su título XI a las obligaciones de los medios de comunicación. A tal efecto estipula que los medios deben reflejar “una imagen ajustada, respetuosa, plural e inclusiva de las personas con discapacidad” (art. 67.1) y que los medios “gestionados directamente por la Junta de Andalucía incluirán contenidos destinados a informar sobre la realidad social y necesidades de las personas con discapacidad” (art. 67.2). También señala que el CAA “elaborará anualmente un informe sobre el tratamiento de la imagen de las personas con discapacidad, así como las condiciones de accesibilidad universal, en los medios de comunicación audiovisual sujetos a su ámbito de actuación” (art. 67.3), obligación que el Consejo lleva a cabo regularmente.



Síguenos en:



[www.consejoaudiovisualdeandalucia.es](http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es)



Depósito legal: SE 2934-2025