

Percepción de las personas con discapacidad sobre su representación en los medios de comunicación

The perception of people with disabilities regarding their portrayal in the media

Tamara Vázquez-Barrio; María Sánchez-Valle; Mónica Viñarás-Abad

Cómo citar este artículo:

Vázquez-Barrio, Tamara; Sánchez-Valle, María; Viñarás-Abad, Mónica (2021). "Percepción de las personas con discapacidad sobre su representación en los medios de comunicación". *Profesional de la información*, v. 30, n. 1, e300106.

<https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.06>

Artículo recibido el 08-05-2020
Aceptación definitiva: 06-10-2020



Tamara Vázquez-Barrio ✉

<https://orcid.org/0000-0003-2789-8554>

Universidad CEU San Pablo
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación
Paseo Juan XXIII, 3
20840 Madrid, España
tamarav@ceu.es



María Sánchez-Valle

<https://orcid.org/0000-0003-1497-2938>

Universidad CEU San Pablo
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Información
Pº de Juan XXIII, 3
28040 Madrid, España
mvalle.fhum@ceu.es



Mónica Viñarás-Abad

<https://orcid.org/0000-0001-8792-5927>

Universidad Complutense de Madrid
Facultad de Ciencias de la Información
Av. Complutense, 3
28040 Madrid, España
mvinaras@ucm.es

Resumen

Existe abundante bibliografía sobre el encuadre de las noticias relacionadas con la discapacidad, pero no sobre las percepciones que tienen las personas con discapacidad sobre cómo se las presenta en los medios de comunicación. En este artículo se difunden los resultados de una investigación en la que se constituyeron tres grupos de discusión con personas con discapacidad en octubre de 2019. Los objetivos eran conocer los frames mediáticos percibidos, las causas que los explican y las propuestas para que los medios aborden esta cuestión de manera inclusiva. Los resultados muestran que existe acuerdo en que la cobertura periodística se ha incrementado y que las personas con discapacidad han ganado protagonismo informativo. Afirman que han alcanzado el objetivo de la visibilidad, pero consideran que es necesario mejorar el tratamiento mediático para alcanzar la normalización. Perciben que la información sobre la discapacidad se caracteriza por ser sesgada, sensacionalista, estereotipada, despersonalizada y por presentar a las personas con discapacidad como un colectivo homogéneo. Las soluciones que proponen consisten en incorporar la discapacidad en la agenda mediática de manera plural, diversa y transversal; recordar que es una condición de la persona, pero no es lo que les define, y consideran imprescindible que los medios utilicen un lenguaje adecuado, que evite la discriminación y el paternalismo, pero también los eufemismos. Según los participantes en la investigación, la formación específica de los periodistas que cubren estas noticias sería una buena forma de conseguir que la información esté más ajustada a la realidad de los hechos. Con ello, los medios cumplirían una importante función social ayudando a normalizar y naturalizar la discapacidad entre los ciudadanos.

Palabras clave

Discapacidad; Frames; Personas con discapacidad; Percepción; Estereotipos; Discriminación; Diversidad; Inclusión; Tratamiento informativo; Medios; Cobertura periodística.

Abstract

An extensive literature has been dedicated to the framing of disability-related news but not to the perceptions of people with disabilities regarding their portrayal in the media. This article presents the results of a research study in which three discussion groups were held with people with disabilities in October 2019. The objectives were to gain knowledge regarding the perceived media frames and the causes that explain them and suggest proposals for the media to address disability in an inclusive manner. The results reveal a consensus regarding the fact that journalistic coverage has increased and that people with disabilities have gained prominence in the news. They state that they have achieved the objective of visibility but consider it necessary to improve media treatment to achieve normalization. They perceive the information regarding disability as biased, sensationalist, stereotyped, depersonalized, and presented in a way that portrays people with disabilities as a homogeneous group. The solutions they advocate consist of incorporating disability into the media agenda in a way that is pluralistic, diverse, and transversal, while remembering that a disability is a condition that a person has, not what defines them. They also consider it essential for the media to use appropriate language that avoids discrimination and paternalism, as well as euphemisms. Specific training of journalists who cover such news would be a good approach according to the participants in this study, to orient the information more toward the reality of the facts and thereby enable the media to carry out an important social function in helping to normalize disability among citizens and make it part of society.

Keywords

Disability; Frames; Disabled persons; Disabled people; Stereotypes; Perceptions; Discrimination; Diversity; Inclusion; News treatment; Media; Coverage.

Financiación

Este artículo es un resultado del *Programa Nuevos Escenarios de Vulnerabilidad Digital: Alfabetización Mediática para una sociedad inclusiva Provuldig2-CM*, Ref.: H2019/HUM-5775 cofinanciado por la Comunidad de Madrid y el Fondo Social Europeo.

Agradecimientos

A *Dircom* por poner en marcha el proyecto *Inclucom* y a las entidades colaboradoras que participaron en dicho proyecto: *Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (Cermi)*, *Fundación ONCE* y *Down España*. Gracias también a todos los participantes en los grupos de discusión de esta investigación

1. Introducción

Los estudios desde la academia y el sector profesional coinciden en la tarea que desempeñan los medios de comunicación para la normalización de la discapacidad en la sociedad. Los medios de comunicación determinan el discurso y las representaciones sociales en la opinión pública y, por lo tanto, su papel para conseguir visibilidad y sensibilización se convierte en fundamental (Vega-Fuente; Martín, 1999; Perujo-Serrano, 2002; Orero, 2017; Álvarez-Villa; Mercado-Sáez, 2015). Son estos un instrumento de información, divulgación y generación de opinión que juega un papel preponderante en el proceso de integración de las personas con discapacidad, siendo muy similar al que se ha registrado en otros segmentos sociales (Fundación A La Par, 2018).

Esta influencia de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública actúa al menos en dos niveles. El primero, en la selección de las noticias que aparecen en la prensa, tal y como estudia la teoría de la *agenda setting*, y el segundo, en el marco desde el que se abordan esas informaciones. En este sentido, para explicar cuál es el tratamiento informativo que reciben las noticias sobre la discapacidad en España, resulta útil recurrir a la teoría del *framing* como referencia sobre la manera en la que se elabora la opinión pública a partir de la información recibida a través de los medios de comunicación. De acuerdo con este planteamiento, los marcos o *frames* se entienden como las estructuras organizativas del mundo social que proporcionan sentido a los hechos sociales (Bouza, 1998). Parte de la premisa de que el proceso de construcción de significados es mediado y se inicia cuando los actores sociales trasladan su mensaje y enfoque a los medios de comunicación, estos lo proponen a los ciudadanos y, por último, son ellos los que realizan una interpretación del contenido.

El tratamiento informativo de la discapacidad es un tema que ha sido tratado por la bibliografía científica y por informes de asociaciones e instituciones (Fundación ONCE, 2010; Cermi, 2011; Fundación A La Par, 2018). No obstante, en el análisis de las informaciones publicadas en los medios se manifiesta que los periodistas no disponen de referencias que les indiquen cómo tratar esos temas, situación inquietante si tenemos en cuenta que la prensa tiene un papel decisivo en la transmisión de valores de representatividad de la discapacidad (Mercado-Sáez; Álvarez-Villa, 2012).

El tratamiento de la discapacidad en los medios de comunicación ha atravesado diferentes etapas. De forma sintética, a lo largo del siglo XX se pasó de una fase compasiva o filantrópica a la del reconocimiento de derechos de las personas con discapacidad, que dio paso a una etapa de la integración laboral y social (Juan-Antonio Ledesma en Soto-Rosales,

2015). La declaración del 2003 como Año Europeo de la Discapacidad fue el punto de partida para iniciativas que trataban de mejorar la visibilidad de las personas con discapacidad. Es en ese año cuando comienza la etapa de la igualdad (**Labio-Bernal**, 2006; Juan-Antonio Ledesma en **Soto-Rosales**, 2015).

A pesar de que se ha avanzado en el modo en el que los medios de comunicación informan sobre la discapacidad, existe preocupación entre este colectivo por el tipo de noticias y por los marcos desde los que se abordan. La falta de adecuación a la realidad, el exceso de estereotipación y superficialidad son algunos de los rasgos que provocan malestar y conflicto (**Rius-Sanchis**; **Solves-Almela**, 2010; **Sánchez-Valle**; **Vázquez-Barrio**; **Viñarás-Abad**, 2019).

Algunas aportaciones sobre este asunto centran la atención en el tratamiento que reciben las personas con discapacidad en los medios de comunicación (**Soto-Rosales**, 2015) ya sea en el análisis de las informaciones que aparecen en los medios escritos (**Rius-Sanchis**; **Solves-Almela**, 2010; **Mercado-Sáez**; **Álvarez-Villa**, 2012; **Holton**; **Farell**; **Fudge**, 2014; **Fraser**; **Llewellyn**, 2015) o audiovisuales (**Kim**; **Lee**; **Oh**, 2017; *Fundación ONCE*, 2010). Otros estudios se dirigen al análisis de sectores concretos como el del deporte (**Rius-Sanchis**; **Solves-Almela**, 2010; **Mercado-Sáez**; **Álvarez-Villa**, 2012) o atienden a las peculiaridades de discapacidades específicas (**Holton**; **Farell**; **Fudge**, 2014; **Fraser**; **Llewellyn**, 2015).

En la presentación de la discapacidad se encuentran perspectivas inadecuadas, aquellas que se realizan a partir de los aspectos negativos o limitativos, aludiendo a situaciones y escenarios principalmente de marginación (instituciones, asistenciales, hospitales, etc.) y con un tratamiento estereotipado (**Mercado-Sáez**; **Álvarez-Villa**, 2012). La utilización de clichés es una constante que reflejan diferentes informes sobre el tema como el de la *Fundación ONCE* (2010), que tras examinar la imagen que ofrecen los medios audiovisuales de la discapacidad concluye que todos los medios –radio, televisión, cine–, incluso la publicidad, muestran clichés asociados, por ejemplo, al síndrome de Down o a la silla de ruedas.

En relación con el tratamiento que reciben los deportes paralímpicos, es frecuente encontrar una representación desde un enfoque victimista, subrayando la función paternalista sobre la integradora, así como la transformación de un relato propiamente noticioso a novelesco e incluso épico, la personalización a través de historias de vida y la implicación afectiva del periodista que convierten a los deportistas paralímpicos en “superhéroes” (**Rius-Sanchis**; **Solves-Almela**, 2010). Por su parte, **Kim**, **Lee** y **Oh** (2017), tras analizar las transmisiones en televisión que cubrieron los eventos paralímpicos entre 1988 y 2012, pusieron de manifiesto que destacaban los temas optimistas, los atletas con discapacidad fueron las fuentes de información más frecuentemente citadas y coinciden con los autores anteriores en que el encuadre episódico era el estilo más empleado.

En relación con el autismo, **Holton**, **Farell** y **Fudge** (2014) encuentran señales estigmatizantes en el tratamiento de las noticias relacionadas con este trastorno y sugieren que los periodistas pueden estar creando un espacio amenazante para el autismo, particularmente en la utilización de marcos que perpetúan señales estereotipadas en más de dos tercios de las noticias. Por su parte, **Fraser** y **Llewellyn** (2015) analizaron las informaciones de los principales periódicos australianos entre 2004 y 2008, y encontraron que la prensa crea percepciones que niegan el papel de las personas con discapacidad como padres, especialmente en las que tienen una limitación intelectual, y señalan la necesidad de que exista un cambio, en línea con la *Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos de personas con discapacidad* de 2006.

Resultan muy esclarecedores los hallazgos de **Soto-Rosales** (2015) sobre las temáticas y marcos en el tratamiento de la discapacidad. El autor detectó que los temas que se abordaban en los medios eran los que tenían que ver con

- tecnología y recursos,
- violencia,
- problemas,
- causas y consecuencias de la discapacidad,
- artes y cuestiones de carácter educativo,
- mercado laboral,
- deportes,
- cuestiones de tipo familiar,
- sucesos,
- soluciones a la discapacidad,
- accesibilidad,
- historias de la vida, y
- sociedad inclusiva.

En lo relativo al *framing*, se manifiesta una tendencia a utilizar titulares llamativos e incluso sensacionalistas, recurriendo a los tintes emocionales con el objetivo de conmover y, en otras ocasiones, convirtiendo a la persona con discapacidad en una víctima. En cuanto al plano desde el que se trata la información, suele ser descriptivo o explicativo y, en un número menor de casos, intenta crear conciencia social. Igual que en otros estudios, se incide en la persistencia de imágenes estereotipadas y de mitos. No obstante, el autor considera esperanzador que una gran mayoría de las informaciones empleen un tono realista, no oculten las dificultades en la vida cotidiana de las personas con discapacidad, planteen soluciones y se aborden desde la óptica de la normalización.

En esta misma línea y referido a un estudio sobre los medios de comunicación valencianos, **Rius-Sanchis y Solves-Almela** (2012) concluyen que se han afianzado algunas de las tendencias positivas que habían encontrado en investigaciones anteriores. Un ejemplo es la presencia de la discapacidad como ítem noticioso transversal, lo que propicia mayor visibilidad. No se recluyen las noticias sobre discapacidad a las páginas finales de los diarios, aumentan las referencias a las soluciones y se aminoran las alusiones a los problemas. Desaparecen las mediatizaciones venales, así como la apelación a la piedad y la conmiseración y se nota un esfuerzo por no dañar la identidad de las personas con discapacidad protagonistas de las informaciones.

Atendiendo a la situación descrita, no resulta sorprendente que la queja más frecuente de las personas con discapacidad tenga que ver con la presentación de elementos amarillistas, a través de informaciones relacionadas con la crónica negra, que intentan apelar a aspectos emocionales y que aluden a la discapacidad como rasgo que aporta dramatismo al relato. A lo que añaden la inclusión de los

“elementos que despiertan el morbo e incrementan además la tensión narrativa del hecho” (**Labio-Bernal**, 2006, p. 39).

y la repetición de símbolos que no representan al conjunto de las personas con discapacidad como por ejemplo la utilización de la silla de ruedas (*Fundación ONCE*, 2010; **Labio-Bernal**, 2006).

Respecto al enfoque, las propuestas van dirigidas a la necesidad de potenciar en los medios a las personas con discapacidad (**Zalbidea-Bengoa et al.**, 2011). Entre los planteamientos para conseguir la normalización se encuentra evitar los *frames* condescendientes o humillantes, los clichés, el enfoque victimista, el lenguaje estigmatizante y abordar la información dentro de su contexto (**Labio-Bernal**, 2006). En definitiva, ofrecer una información normalizadora y accesible, mostrando el lado positivo de la discapacidad (**Rius-Sanchis; Solves-Almela**, 2010; *Cermi*, 2011; *Observatorio Estatal de la Discapacidad*, 2018; **Peñas; Hernández**, 2019), unido a crear una nueva actitud abierta e inclusiva, evitando eclipsar a la persona detrás de su discapacidad, sin equiparar discapacidad y enfermedad, evitando el sensacionalismo, y apostando por la inclusión desde la riqueza de la diversidad (*Fundación A La Par*, 2018) y su normalización en la sociedad (**Sánchez-Valle; Vázquez-Barrio; Viñarás-Abad**, 2019).

En este sentido, *Cermi* (2011) enfatiza que los medios deben adoptar una nueva actitud abierta e inclusiva, que se justifica en que las personas con discapacidad son parte de la sociedad y, por tanto, las noticias deben evitar connotaciones que perpetúen imágenes negativas, deben contextualizar la información para facilitar una imagen más real, utilizar un lenguaje correcto y conocer la propia diversidad que hay dentro de la discapacidad. **Peñas y Hernández** (2019) añaden a estas recomendaciones dar voz a los protagonistas y ofrecer una imagen dinámica y activa.

Tras esta revisión se observa que los estudiosos sobre este tema se han centrado en el análisis del encuadre de las noticias relacionadas con la discapacidad, pero no en las percepciones de este colectivo sobre cómo se les presenta en los medios de comunicación. Es este artículo se reflejan los *frames* percibidos por las personas con discapacidad y sus propuestas sobre cuál sería el marco adecuado para abordar la discapacidad en los medios de comunicación.

2. Metodología

En 2005 **Benavides-Delgado** (2005, p. 91) indicaba que

“el investigador no puede limitarse a observar lo que los medios dicen de la discapacidad, sino la forma como los discapacitados [sic.] se comprenden o se ven reflejados en aquéllos”.

Esta investigación persigue conocer la percepción de las personas con discapacidad sobre la representación que se hace de ellas y de la discapacidad en general, en los medios de comunicación.

Además de este fin último, se establecen los siguientes objetivos secundarios:

1. Detectar los *frames* sobre la discapacidad percibidos por las personas con discapacidad.
2. Explorar las causas de los encuadres mediáticos prevalentes.
3. Conocer las propuestas de actuación para mejorar la información sobre la discapacidad, porque la hipótesis, de acuerdo con los estudios previos (**Perujo-Serrano**, 2002; **Díaz-Aledo**, 2007; **Fernández-Cid-Enríquez**, 2010; **Soto-Rosales**, 2015) y con las guías que han elaborado varias organizaciones (*Fundación ONCE*, 2010; *Cermi*, 2011; *Fundación A La Par*, 2010), es que la información sobre la discapacidad es insuficiente, sensacionalista, está muy estereotipada y utiliza un lenguaje inadecuado.

Las preguntas de investigación de las que parte este estudio son las siguientes:

1. ¿La discapacidad recibe atención mediática suficiente?
2. ¿Qué temas y mensajes prevalecen en las noticias sobre la discapacidad?
3. ¿Qué imagen se proyecta de las personas con discapacidad?
4. ¿Se emplea el lenguaje adecuado? ¿Se utilizan términos discriminatorios? ¿Y eufemismos?
5. ¿Cómo influye la imagen que ofrecen los medios de comunicación en las personas con discapacidad?
6. En el supuesto de que la información sea inadecuada, ¿cuáles son las causas y cuáles las soluciones para un tratamiento informativo inclusivo?

Para alcanzar estos objetivos y dar respuesta a las preguntas de investigación se ha utilizado una metodología cualitativa. El instrumento para la recogida de datos ha sido el grupo de discusión. **Kruger** define el grupo de discusión como

“una conversación cuidadosamente planteada, diseñada para obtener información de un área definida de interés, en un ambiente permisivo, no directivo [...]. Los miembros del grupo se influyen mutuamente, puesto que responden a las ideas y comentarios que surgen en la discusión” (**Kruger**, 1991, p. 24).

La pertinencia del grupo de discusión para esta investigación radica en la posibilidad que este método ofrece para poder comprender discursos que serían inaccesibles a través de técnicas cuantitativas. Los grupos de discusión permiten indagar acerca de “(...) las percepciones, sentimientos y maneras de pensar (...)” de los participantes (**Krueger**, 1991, p. 24). Tienen una función principal:

“la búsqueda del significado de los fenómenos, la obtención de la palabra de los sujetos de la acción social, el lugar primordial del lenguaje, etc.” (**Callejo**, 2002, p. 410).

Se han realizado tres grupos de discusión constituidos por entre siete y diez, como es habitual en la práctica de la investigación mediante grupos de discusión (**Krueger**, 1991; **Morgan**, 1998; **Callejo**, 2001). Los participantes son hombres y mujeres, residentes en Madrid, con y sin discapacidad, aunque para este trabajo se ha tenido en cuenta solo la opinión de las personas con discapacidad¹.

Siguiendo las recomendaciones de **Morgan** (1996), se procedió a la homogeneización de preguntas y procedimientos utilizados con el fin de sistematizar el desarrollo de todos los grupos y permitir la comparabilidad entre ellos. Asimismo, previo al desarrollo de los grupos, se delineó un argumentario para orientar el discurso según líneas temáticas básicas para alcanzar los objetivos de la investigación. Este era lo suficientemente completo para obtener una aproximación a la cuestión sin olvidar ningún punto, pero lo suficientemente abierto para no condicionar los resultados y permitir que sus participantes se expresaran libremente respecto a los temas.

El argumentario de los grupos de discusión se estructuró en torno a seis grandes ejes de acuerdo con los objetivos y las preguntas de investigación:

1. Atención mediática.
2. Características del tratamiento informativo: temas y mensajes.
3. Protagonistas de las noticias.
4. Lenguaje utilizado.
5. Causas del tratamiento informativo.
6. Posibles formas de mejorar la información sobre la discapacidad.

El discurso de los grupos ha estado guiado, pero no condicionado, por dos moderadoras expertas que cuentan con amplia experiencia previa en la moderación de grupos de discusión con distintos tipos de públicos. La duración de cada reunión fue variable respondiendo a la conversación establecida entre los participantes. Las sesiones fueron grabadas y posteriormente transcritas para facilitar su análisis interpretativo. La información recabada se segmentó, para cada eje temático, a través de unidades gramaticales (frases o párrafos) y mediante las características de los participantes. Posteriormente se establecieron categorías. Finalmente se hizo la codificación del texto mediante un código de colores. Se procedió a la lectura profunda del texto asignando a cada unidad el código de la categoría que corresponde e identificando a cada participante. Una vez reunido el contenido de los tres grupos se ha comparado, buscando puntos comunes y discrepancias en las diversas líneas temáticas que se abordaron; de este modo, se ha explorado la relación entre las variables dentro de la población estudiada (**Onwuegbuzie et al.**, 2009; **Vallés-Martínez**, 1997). La última fase del proceso de análisis cualitativo ha consistido en inferir, a partir de los elementos más significativos extraídos de los discursos obtenidos, una serie de conclusiones vinculadas a los objetivos de la investigación y categorizadas por criterios temáticos. Para ejemplificar aspectos relevantes del contenido discursivo de los diferentes grupos de discusión se han incluido extractos de declaraciones de los participantes en los resultados.

Tabla 1. Ficha técnica de los grupos de discusión

Items	Grupo A	Grupo B	Grupo C
Número de participantes	9 participantes	9 participantes	10 participantes
Sexo	5 mujeres y 4 hombres	5 mujeres y 4 hombres	7 mujeres y 3 hombres
Edad	20-35 años (3) 36-50 años (3) 51-65 años (2)	20-35 años (2) 36-50 años (6) 51-65 años (1)	20-35 años (3) 36-50 años (6) 51-65 años (1)
Residencia	Madrid	Madrid	Madrid
Con o sin discapacidad	Heterogéneo (6 personas con discapacidad)	Heterogéneo (4 personas con discapacidad)	Heterogéneo (5 con discapacidad)
Tipo de discapacidad	3 físicas 3 sensoriales	2 físicas 1 sensorial 1 mental	2 físicas 3 sensoriales
Duración del discurso	100 min	110 min	113 min
Fecha	14 de octubre de 2019	17 de octubre de 2019	18 de octubre de 2019

3. Resultados

Las personas con discapacidad y sus entidades representativas consideran que los medios de comunicación han aumentado la atención mediática a la discapacidad. Existe acuerdo en que la cobertura periodística se ha incrementado y que las personas con discapacidad han ganado protagonismo informativo. Consideran el aumento de la visibilidad un éxito atribuible no solo a los medios, sino a la sociedad en general y, muy especialmente, al empeño de las diversas asociaciones y agrupaciones de personas con discapacidad.

“...no podemos decir que estamos fatal, sería mentira, sería injusto por el trabajo que hemos hecho las personas con discapacidad y por el trabajo que está haciendo la sociedad en general. En los medios de comunicación se ha avanzado” (Grupo A)

“desde *Cermi* llevamos como una década o más mirando la evolución del tratamiento de la discapacidad y efectivamente yo soy optimista” (Grupo A)

Una vez lograda la visibilidad mediática, emerge la necesidad de normalizar la discapacidad:

“si hemos avanzado en el cuantitativo ahora toca en el cualitativo” (Grupo B).

Señalan que es importante estar en los medios, pero no es menos relevante qué y cómo se cuenta la discapacidad. Consideran que es necesario mejorar el tratamiento mediático.

Una vez lograda la visibilidad mediática, emerge la necesidad de normalizar la discapacidad

“empezar a meter otros discursos, otras formas de hablar, otras formas de pensar en este tipo de foros, porque hay muchos armarios todavía cerrados. Hay muchos cuartos oscuros que tenemos que iluminar” (Grupo B)

El principal reclamo que hacen los participantes en los grupos es su derecho a la normalidad y critican que las informaciones relativas a la discapacidad tienden a referirse a aspectos extraordinarios, insólitos, extravagantes y sensacionalistas.

Del discurso emergen cinco características habituales en la información sobre la discapacidad y las personas con discapacidad. Los participantes en los grupos consideran de manera unánime que se deben combatir para conseguir la normalización. Esas características son:

Información sesgada. Existe un triple sesgo en la información sobre la discapacidad. El primero, respecto al tipo de mensajes que se transmiten, el segundo, sobre la forma de abordar la discapacidad y el tercero, en cuanto a las discapacidades sobre las que se informa.

En lo que respecta al primer sesgo, la discapacidad en los medios tiene fundamentalmente dos formas de presencia. La primera, identifica la discapacidad con un problema; la segunda, la vincula con la diversidad. Esta última es la que demandan los participantes en los grupos, pero de momento es minoritaria.

“reivindicar la discapacidad como forma de ser o con una condición más” (Grupo B)

La primera perspectiva es la más habitual en los distintos medios de comunicación. La discapacidad se asocia a enfermedad, limitaciones, marginación y dependencia. Las noticias suelen referirse a los problemas de accesibilidad, con mención expresa a barreras arquitectónicas, cognitivas y sociales. Es una información victimista y reduccionista centrada en los problemas. Demandan que se corrija ese sesgo enfatizando el enfoque que asocia discapacidad con diversidad. La discapacidad, en este encuadre, sería una característica más de la persona con discapacidad y no la única ni principal. Instan a que la discapacidad sea presentada como una expresión más de la diversidad social.

El segundo sesgo se observa en que en este tipo de informaciones lo accidental, que es la discapacidad, se muestra siempre como lo fundamental. Los profesionales de la información tienden a incidir en la discapacidad y a obviar todos los rasgos que las personas que la tienen comparten con el resto de los ciudadanos:

“yo primero soy persona” (Grupo A)

dice uno de los participantes. Es necesario

“reivindicar la discapacidad como una forma de ser o como una condición más”,

expresa otro (Grupo B). Piden que los medios ofrezcan una imagen de las personas con discapacidad en toda su complejidad.

También hay un sesgo en cuanto a las discapacidades sobre las que se informa. Las de tipo físico son las más presentes en los medios. La discapacidad se asocia a la silla de ruedas, ciegos o personas con limitaciones auditivas. Otras discapacidades menos conocidas y menos visibles no encuentran un espacio en los medios de comunicación. La desatención mediática a este otro tipo de limitaciones funcionales lleva a los participantes en los grupos a hablar de

“doble discriminación” (Grupo A).

“Cuando pensamos en una persona con discapacidad, ¿qué imagen nos viene a la cabeza? Alguien en silla de ruedas o un ciego, pero la realidad es muchísimo más amplia” (Grupo A)

“...hay mucha discapacidad intelectual invisible” (Grupo B)

Sensacionalismo. La información sobre la discapacidad se convierte en noticiable principalmente cuando acompaña a situaciones espectaculares, impactantes o dramáticas. Se busca el morbo, la espectacularidad en los titulares y en las imágenes. Se convierte en noticia lo inusual.

“Es importante estar en los medios, pero no es menos relevante qué y cómo se cuenta la discapacidad”

“si no tienes una *percha* o si no hay algo de morbo o lo que sea, al final no te lo compran, esto es así” (Grupo A)

No obstante, son conscientes de que en

“los medios de comunicación a veces la normalidad no es noticia” (Grupo A),

no vende. Asumen que las personas con discapacidad deben estar presentes cuando haya algo que lo justifique. No demandan sobreinformación, solo una cobertura proporcionada a la importancia de los hechos, pero con una mirada más amplia.

Información estereotipada. Del análisis de los grupos de discusión se deduce que los participantes perciben dos encuadres mediáticos específicos ligados a las personas con discapacidad: “víctima” y “superhéroe”.

El encuadre “víctima” está ligado a una construcción de la realidad en la que se asocia la discapacidad con la falta, el problema, la lástima, la enfermedad y la dependencia. Se les muestra como personas incapaces de hacer nada por sí mismas, personas que no pueden llevar una vida autónoma y que requieren asistencia. Se muestra la discapacidad como objeto de paternalismo. En cambio, para el encuadre alternativo, las personas con discapacidad se muestran como superhéroes, como personas talentosas y resolutivas a las que su experiencia vital las ha dotado de una sensibilidad especial y de una gran capacidad de superación. Relatan historias de logros y conquistas y las personas con discapacidad se presentan como modelos para los demás.

“...nos sacan siempre o como víctimas de madre mía que lo desahucian, que la silla se la queman, o como héroes..., y la mayoría de la gente con discapacidad es normal, ni sube el Everest a la pata coja ni le queman la casa” (Grupo A)

Aunque el acuerdo sobre la existencia de estos dos encuadres mediáticos es absoluto, hay participantes que observan una mejoría en el tratamiento informativo

“...hay más gente que está haciendo las cosas bien y que también se está dando voz a las asociaciones, al tema de reivindicar derechos, porque es verdad que no es todo o presentar historias de superación o solamente desgracias y yo creo que cada vez hay más espacios para que cuenten reivindicaciones en primera persona” (Grupo A)

“...se está transmitiendo a la sociedad una imagen como más positiva, más normalizada, fuera de estereotipos, siempre va a haber casos, la batalla del lenguaje, que esa es otra, y es verdad lo del superhéroe o la víctima, pero se está avanzando” (Grupo A)

Enfoques despersonalizados. Las entidades dedicadas a la discapacidad son una de las principales fuentes informativas para los medios (Peñas; Hernández, 2019) y el buen trabajo que han desempeñado ha permitido aumentar la visibilidad. Sin embargo, manifiestan que sería recomendable poner rostro a las noticias; dar voz a las personas con discapacidad, que solo se expresan con voz propia en las informaciones sobre casos ejemplares. Se insiste en la necesidad de que las personas con limitaciones funcionales sean convocadas para hablar sobre la discapacidad desde ángulos habitualmente no explorados: “visibilizar la discapacidad de una manera natural”, pero también sobre otro tipo de temas. Cuando se alude a personas con limitaciones en el funcionamiento intelectual, la ausencia de voz propia es todavía más evidente.

“...siempre se nos convoca (...) para hablar de discapacidad, nunca vemos en televisión a un ingeniero con discapacidad hablando de eso o a un directivo de conocimiento hablando de la institución” (Grupo B)

“...creo que lo mejor es que la imagen de la discapacidad sea real y positiva, y que cada uno aparezcamos en los medios en nuestros propios ámbitos profesionales” (Grupo B)

“...todas las organizaciones de discapacidad luchamos porque las personas con discapacidad hablen de lo que tienen que hablar, no sobre su discapacidad solamente” (Grupo B)

“...falta hablar de la discapacidad en primera persona, personas con TEA, personas con parálisis cerebral, grandes discapacidades yo no las veo en muchos foros. Tenemos casi siempre las mismas caras, los mismos discursos” (Grupo B)

Enfoques homogéneos. Los medios de comunicación muestran a las personas con discapacidad como un colectivo homogéneo, cuando cada persona es única. Las generalizaciones hacen daño y distorsionan. Todas las personas con discapacidad no son iguales y no se les puede atribuir capacidades, sentimientos y comportamientos comunes.

“...igual que hay gente sin discapacidad que se supera a sí misma cada día, intenta aprender cosas nuevas y otras que no, pues con discapacidad igual, hay gente que intenta aprender cosas nuevas, que intenta dar lo mejor de sí misma, intenta mejorar cada día y habrá gente con discapacidad que reivindique su derecho a ser lineal” (Grupo A)

“...se lucha por la discapacidad y está bien luchar en bloque porque bueno, pues a lo mejor somos un porcentaje menor de la sociedad y es lo que tenemos en común, pero es que las personas con discapacidad somos súper diferentes” (Grupo A)

El acuerdo sobre las características del tratamiento informativo de la discapacidad es absoluto, aunque se observan unas posiciones más críticas y otras más benevolentes con los medios de comunicación.

Los críticos denuncian errores en el uso del lenguaje en los medios y en la calle

“...se está utilizando un lenguaje en comunicación y en los medios de comunicación que no es el adecuado” (Grupo A)

“...hay muchos términos que, aunque ahora nos parecen sorprendentes, se siguen utilizando, la minusvalía es un término que está ahí y lo escuchas en la calle” (Grupo A)

“...cuando salió Urdangarín de la cárcel el titular era que Urdangarín salía de la cárcel para atender a disminuidos y cosas por el estilo, si es que no se escribe así (...) lo primero que tenemos que hacer es luchar contra esos prejuicios, y para luchar contra esos prejuicios hay que enseñar una imagen de la discapacidad y utilizar un lenguaje de la discapacidad correcto” (Grupo C)

La crítica se dirige a la utilización de términos discriminatorios, pero también al abuso del lenguaje políticamente correcto.

“...siempre peleando por sacar, y perdonar la expresión, la discapacidad del armario, y ahora que tenemos una convicción que lo respalda, ahora nos pasamos de frenada con unos eufemismos estúpidos, pero ojo, que hay medios de comunicación que en sus libros de estilo no dejan poner discapacidad, tienes que poner capacidades diferentes o diversidad funcional” (Grupo A)

“...utilizar capacidades diferentes, diversidad funcional, que está de moda, pero que a mí la verdad me suena, diversidad funcional, me suena como una máquina (...) Son eufemismos (...) Lo correcto es persona con discapacidad, como una persona ciega, una persona con discapacidad física, una persona sorda, lo que quieras, pero se subraya mucho lo de la persona para que no se ponga el acento en la discapacidad, no, soy una persona y tengo esto” (Grupo A)

Otros participantes en los grupos, estando de acuerdo en que hay amplios márgenes de mejoría, ponen el acento en que se ha avanzado mucho. Defienden que fiscalizar las noticias sobre discapacidad y presionar a los periodistas cuando cometen errores puede ser contraproducente, porque puede favorecer el apagón informativo cuando el objetivo es ser visibles.

“...al final corres el riesgo de convertirte en un colectivo incómodo” (Grupo A)

“...buscar a los medios de comunicación, de tratar con ellos como aliados, nunca convertirnos en un colectivo, no me gusta nada esa palabra, un colectivo coñazo” (Grupo A)

“...cierta flexibilidad porque a veces yo creo que castigamos demasiado a los medios de comunicación por errores de este tipo y la discapacidad de momento vende lo que vende” (Grupo C)

“...si un día un medio de comunicación dice algo que no queremos, tampoco ponerle en redes sociales como a veces ocurre, porque a lo mejor dicen: pues mira, a mí esto me resulta difícil de abordar y encima me lo están poniendo complicado pues al cajón, que tengo mil temas, entonces sí pero cuidado” (Grupo C)

“...hay tanta sensibilidad a flor de piel que dices: lo dejo, porque es que me voy a dedicar a otra cosa, no puedes” (Grupo C)

Los medios de comunicación son muy importantes para la visibilización, pero las personas con discapacidad que participan en la investigación no eluden su propia responsabilidad en la lucha por normalizar la discapacidad y en la denuncia de situaciones injustas, señalan que deben

“tomar las riendas del cambio” (Grupo A)

“Tenemos que reivindicarnos como somos” (Grupo B)

“...hacer denuncia activa de aquellos espacios donde no somos bienvenidos” (Grupo B)

“Se necesita hablar de la persona con discapacidad en primera persona” (Grupo A)

Hay personas con discapacidad que opinan que tiene que haber una implicación mayor por su parte, que deberían aflorar la discapacidad, porque son necesarios los referentes. Otros, en cambio, defienden la libertad individual de manifestar o no la discapacidad y recuerdan las barreras que hacerlo puede suponer.

“En toda mi trayectoria no he aflorado la discapacidad, cuando pertenecía al comité de diversidad en una empresa energética y ya era directiva intenté aflorarlo y una persona de recursos humanos, que yo creo que me quería bien, me recomendó no hacerlo, precisamente porque era directora (...) yo doy fe que no estaría hoy aquí si hubiera aflorado en el año 2000 o en el año 2001 que tenía discapacidad, estoy segura” (Grupo C)

La comunicación juega un papel fundamental, no solo como elemento para la transmisión de información, sino también en la formación de valores y opiniones entre la ciudadanía. En ello influye la información, pero también la ficción. Los participantes en los grupos valoran el papel de la ficción audiovisual y de la publicidad para normalizar la discapacidad. Hay menciones explícitas a lo que ha implicado la película *Campeones*. Consideran unánimemente que este film ha supuesto “un punto de inflexión clarísimo” (Grupo C), aunque también hay una persona que reflexiona sobre “el factor moda”.

“...hay una parte súper positiva, efectivamente, visibilizar, normalizar, son actores, hacen peliculones, y toda la emotividad, de repente, no, como cambia un poco la mirada (...) Pero luego pasa que se convierte en una moda, somos capaces de todo lo que tocamos destrozarlo un poco” (Grupo C)

Otra de las participantes en los grupos coincide con esta percepción de que la discapacidad está de moda

“...a mí me parece que es una sensibilización que ahora está de moda, por así decirlo, y entonces tienen que coger al ejemplo más claro o más evidente para el buenismo” (Grupo A)

No obstante, la percepción predominante es que la ficción tiene una capacidad demostrada para modificar las actitudes y los valores de los ciudadanos. Por este motivo, celebran que las personas con discapacidad empiecen a tener un lugar en series, anuncios y programas de televisión.

“...yo me acuerdo hace muchos años cuando en el *Aquí no hay quien viva* empezaron a aparecer los primeros personajes homosexuales, parejas de un mismo sexo y al principio todo el mundo se llevaba la mano a la cabeza. Y ahora ya es normal, y en todos los anuncios hay una pareja de chicas y una pareja de chicos. Y es verdad que ahora en todos los anuncios, si os dais cuenta, o en muchas de las campañas publicitarias, se empieza también a ver con naturalidad una persona con discapacidad” (Grupo A)

“Entonces sí que es verdad que poco a poco, con calzador, pero sí que se están consiguiendo cosas, y en esto que os decía yo de los anuncios que va por modas o no, pero llegará un momento en que se pase la moda y quede ahí, como que a nadie le va a sorprender el ver una persona con discapacidad de figuración en una serie...” (Grupo A)

4. Tratamiento mediático actual: causas y soluciones

De los grupos de discusión emergen dos causas del tratamiento informativo de la discapacidad. La primera es el desconocimiento que tienen los periodistas de la realidad de las personas con discapacidad. Señalan que no hay periodistas especializados trabajando en los medios y consideran que no están bien preparados para abordar la información relacionada con la discapacidad. La consecuencia son noticias, en muchos casos, despectivas y estigmatizantes, generadoras de prejuicios y paternalismos.

En segundo lugar, las condiciones laborales de los periodistas. Los participantes en los grupos reflexionan sobre la prisa, la inmediatez, la necesidad de mantener la audiencia y la simplificación de las informaciones que rigen en los medios de comunicación actualmente. Para combatir este contexto, las asociaciones han elaborado guías dirigidas a los medios de comunicación. Basándose en ellas, los periodistas podrán tratar estas noticias de una manera más profesional, favoreciendo la normalización y eludiendo estereotipos.

La primera solución que proponen los participantes en la investigación consiste en incorporar la discapacidad en la agenda mediática de manera plural y diversa. A los mensajes centrados en las limitaciones y problemas es necesario incorporar mensajes que aborden la discapacidad desde la perspectiva de la diversidad, la reivindicación y las soluciones. Además, es necesario que se hable de la misma de manera transversal, que no sea información destinada a “secciones gueto”, sino que se incluya incorporada a la información general.

Hay que recordar que la discapacidad es una condición de la persona, pero no es lo que le define. Insisten en que la información no debe centrarse en sus limitaciones, sino en sus capacidades personales, eludiendo las generalizaciones y los estereotipos. Para enfatizar su singularidad aseguran que es necesario dar voz a los protagonistas. Las fuentes institucionales y oficiales, así como la opinión de los expertos son relevantes, pero recomiendan que se ponga rostro a las informaciones dando voz a las personas con discapacidad.

El lenguaje no es neutral, con las palabras se integra o se margina. Los participantes en los grupos creen necesario que los medios eviten los eufemismos. Las personas con discapacidad rechazan la utilización de expresiones como personas con capacidades diferentes, personas con diversidad funcional, personas especiales, discapacitados, incapacitados, inválidos, minusválidos, disminuidos, invidentes o cualquier otra que trate de amortiguar la discapacidad. Según el manual de las normas de estilo del *Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (Cermi)* hay que desterrar todas estas expresiones que la inmensa mayoría de las personas con discapacidad y su movimiento rechazan, porque

“no describe la realidad, sino que resulta confuso e incluso en ocasiones pretende ocultar esa realidad, atacando el enfoque inclusivo y de defensa de derechos” (Cermi, 2011).

Existe acuerdo en que la expresión que mejor les define es la de personas con discapacidad, que acentúa la idea de que son, ante todo, personas. También hay unanimidad en el uso del término “inclusión” en vez de “integración”.

En la que denominan la “batalla por el lenguaje”, también señalan que se debe evitar el uso de palabras con carga negativa como “afectados”, “padecen”, “sufren” o “son víctimas de”, así como la utilización de diminutivos. Los medios deben alejarse del paternalismo y del lenguaje infantilizado.

5. Conclusiones

Los tres objetivos que persiguen las personas con discapacidad, en lo que respecta al tratamiento que le dan los medios a la discapacidad, son visibilidad, normalidad y naturalidad. El primero lo consideran cumplido. Afirman que durante los últimos años se ha incrementado la atención mediática a la discapacidad. Se trata de un éxito atribuible principalmente a las organizaciones y asociaciones de personas con discapacidad, en las que la creación de gabinetes de prensa y comunicación ha incrementado la visibilidad del colectivo y ha sentado las bases para provocar el comienzo de su normalización. Una vez conquistada la visibilidad, afirman que lo deseable es continuar avanzando en la normalización

de la discapacidad. Para ello es necesaria una información menos reduccionista, que explique la discapacidad desde sus múltiples facetas, no solo sobre los problemas y limitaciones, que advierten, es el enfoque más habitual.

En la investigación emergen tres tipos de sesgos en las noticias sobre discapacidad. La primera, referida al tipo de mensajes que se transmiten; la segunda, en la forma de abordar la discapacidad y la tercera, respecto a las discapacidades sobre las que se informa.

La discapacidad se convierte en noticia cuando acompaña a situaciones espectaculares, impactantes o dramáticas. Argumentan que los periodistas necesitan “una percha” que despierte el interés. Son conscientes de que “lo normal” no suele ser noticia y recalcan que no piden privilegios, solo reclaman estar en los medios cuando haya algo que lo justifique. Dicho de otro modo, no demandan sobreinformación, solo una cobertura proporcionada a la importancia de los hechos, pero con una mirada más amplia.

La discapacidad en los medios tiene dos formas de presencia. La más habitual identifica la discapacidad con un problema, la menos frecuente y ambicionada por los participantes en la investigación muestra la discapacidad como un elemento más de la diversidad social. Los encuadres mediáticos específicos ligados a las personas con discapacidad también son dos: “víctima” y “superhéroe”. El primero asocia la discapacidad con la enfermedad y la dependencia. En el encuadre alternativo, las personas con discapacidad se muestran como personas resolutivas y con una gran capacidad de superación. Ambos encuadres muestran una imagen estereotipada y acentúan la discapacidad frente a las cualidades personales que cada uno tiene. En las noticias lo accidental, que es la discapacidad, se muestra como lo fundamental.

La silla de ruedas, el perro guía o el bastón son tres imágenes icónicas de la discapacidad. Aunque estereotipadas, las discapacidades físicas encuentran más espacios en los medios. La discapacidad intelectual y las discapacidades no visibles apenas reciben atención mediática. Este hecho les pone en una situación de especial vulnerabilidad. Las personas que tienen una discapacidad no visible afirman sentirse doblemente discriminados, contrariamente a lo que pudiera pensarse.

Otra conclusión de la investigación es que los participantes en los grupos encuentran que la información sobre la discapacidad está sesgada, estereotipada, es sensacionalista, aparece despersonalizada y trata a las personas con discapacidad como un grupo homogéneo. Esta percepción coincide con los resultados de las investigaciones científicas y los informes de asociaciones e instituciones sobre el tratamiento informativo de la discapacidad analizadas en el marco teórico (*Fundación ONCE*, 2010; *Cermi*, 2011; **Soto-Rosales**, 2015; *Fundación A La Par*, 2018).

También coinciden los resultados de esta investigación con los estudios precedentes en la crítica hacia el lenguaje empleado en los medios de comunicación. Consideran que abundan los términos discriminatorios, pero también observan el abuso del lenguaje políticamente correcto. Defienden que deben evitarse las palabras con carga negativa, los diminutivos y otras formas de lenguaje infantilizado, así como los eufemismos. Existe acuerdo en que la expresión que mejor les define es la de personas con discapacidad y abogan por la sencillez y el lenguaje directo: prefieren que se hable de “discapacidad” en lugar de “capacidades diferentes” o “diversidad funcional”. También hay unanimidad en el uso del término “inclusión” en vez de “integración”.

En los grupos de discusión se plantean dos causas del tratamiento informativo de la discapacidad anteriormente descrito. La primera es la falta de formación especializada de los periodistas que cubren este tipo de noticias. El desconocimiento supone que se perpetúen estereotipos, se utilice un lenguaje inapropiado y se comentan errores en la información aportada. Además, supone incapacidad para seleccionar temas u ofrecer enfoques diferentes y más complejos. La segunda causa de los sesgos informativos es la precariedad laboral. Afecta a todos los periodistas y a la calidad de toda la información, también la centrada en la discapacidad. Los profesionales no disponen del tiempo ni de los recursos suficientes para elaborar noticias con cuidado y esmero.

A pesar de los múltiples márgenes de mejora en la información sobre la discapacidad, se muestran satisfechos con los éxitos logrados y optimistas respecto al futuro. Son muy conscientes de que la visión que muestran los medios de comunicación puede perpetuar prejuicios o, al contrario, ayudar a normalizar la discapacidad, ayudar a superar los estereotipos y los sesgos inconscientes. Reiteran que es necesario rehuir la generalización, la centralidad en los aspectos negativos y la utilización de un lenguaje discriminatorio o eufemístico, que traslada una imagen simplificada y cargada de valores negativos.

El gran reto es mantener los logros obtenidos y normalizar la imagen que proyectan los medios de comunicación. Para conseguirlo abogan por que no se enfoque la discapacidad como algo negativo, reivindican una información transversal sobre la discapacidad y piden que se utilice el lenguaje adecuado. Reconocen que les gustaría leer noticias que acentúen la persona y afirman que enriquecería y ayudaría a normalizar la discapacidad tener voz en los medios para hablar de temas ajenos a su discapacidad. Dos soluciones que en el corto plazo consideran que podrían ayudar a mejorar la información, y con ello la percepción pública sobre la discapacidad, son formar a periodistas especializados y conseguir elaborar una guía unificada. Existen

Los tres objetivos que persiguen las personas con discapacidad en lo que respecta al tratamiento informativo sobre la discapacidad son visibilidad, normalidad y naturalidad

diferentes documentos con recomendaciones sobre el tratamiento informativo. El objetivo sería tener solo uno, que atiende a las reivindicaciones de las personas con discapacidad y que aporte criterios claros y simples a las redacciones.

Los resultados de la investigación permiten concluir que existe una percepción unánime sobre el tratamiento informativo de la discapacidad. En los grupos participaron hombres y mujeres con diferentes discapacidades, y las impresiones sobre el modo en el que los medios cuentan a los ciudadanos todo lo relacionado con la discapacidad es muy parecido. No se han observado diferencias significativas en las opiniones sobre la visibilidad de la discapacidad en los medios, sobre los encuadres informativos percibidos y sobre el lenguaje utilizado. También coinciden en el análisis de las causas y posibles soluciones para una información más inclusiva. Se han detectado, no obstante, dos puntos de vista divergentes. El primero sobre la actitud hacia los medios de comunicación y el segundo sobre la estrategia que debería adoptarse en la relación con los mismos. Ambas posturas están equilibradas. La mitad de los participantes mantienen una posición crítica y la otra mitad se muestra más benevolente con los medios. Los primeros prefieren una actitud combativa y los segundos consideran que es mejor tener a los periodistas como aliados que como enemigos. Para ello defienden una postura menos fiscalizadora con la información sobre la discapacidad.

La discapacidad se convierte en noticia cuando acompaña a situaciones espectaculares, impactantes o dramáticas. Argumentan que los periodistas necesitan “una percha” que despierte el interés

Nota

1. La participación de personas con y sin discapacidad se explica porque este estudio forma parte de una investigación más amplia sobre la inclusión de las personas con discapacidad en el ámbito de la comunicación en España promovido por la Asociación de Directivos de Comunicación con la colaboración del *Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (Cermi)*, *Fundación ONCE* y *Down España*, con el apoyo del *Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social*.

6. Referencias

Álvarez-Villa, Ángels; Mercado-Sáez, María-Teresa (2015). “La representación mediática del deportista con discapacidad en el reportaje televisivo Informe Semanal, un estudio de caso”. *Revista mediterránea de comunicación*, v. 6, n. 1, pp. 27-43. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2015.6.1.03>

Benavides-Delgado, Juan (2005). “Transformaciones del audiovisual: La presencia de la discapacidad en los medios de comunicación”. *Revista Telos*, n. 62, pp. 89-95. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero062/la-presencia-de-la-discapacidad-en-los-medios-de-comunicacion>

Bouza, Fermín (1998). “Comunicación política: encuestas, agendas y procesos cognitivos electorales”. *Praxis sociológica*, n. 2, pp. 49-58. <https://www.ucm.es/data/cont/docs/471-2013-11-05-Comupoli.pdf>

Callejo, Javier (2001). *El grupo de discusión: introducción a una práctica de investigación*. Barcelona: Ariel. ISBN: 978 84 34428799

Cermi (2011). *Decálogo para una imagen social apropiada de la discapacidad*. http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/porta_social/index/assoc/cermi000/4.dir/cermi0004.pdf

Díaz-Aledo, Loles (2007). “La representación de la discapacidad en los medios de comunicación. Cómo lograr una presencia más adecuada”. En: Álvarez-Pousa, Lois; Villanueva, José; Barbarena, Tareixa; Reboiras, Óscar; Evans, Joám. *Comunicación y discapacidades: actas do Foro internacional sobre Comunicación e Discapacidades*. A Coruña: Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia, pp. 57-76. ISBN: 978 84 690 4140 6 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2386949>

Fernández-Cid-Enríquez, Matilde (2010). “Medios de comunicación, conformación de imagen y construcción de sentido en relación a la discapacidad”. *Política y sociedad*, v. 47, n. 1, pp. 105-113. <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO1010130105A>

Fraser, Vikki; Llewellyn, Gwynnyth (2015). “Good, bad or absent: Discourses of parents with disabilities in Australian news media”. *Journal of applied research in intellectual disabilities*, v. 28, n. 4, pp. 319-329. <https://doi.org/10.1111/jar.12142>

Fundación A La Par (2018). *Informe sobre el tratamiento de la discapacidad en las redes sociales de los medios de comunicación*. <http://fape.es/wp-content/uploads/2018/04/Informe-Periodismo-y-Discapacidad.pdf>

Fundación ONCE (2010). *Percepción y proyección de la imagen de las personas con discapacidad por los profesionales de los medios de comunicación*. https://sid.usal.es/idocs/F8/FDO24796/percepcion_imagen.pdf

Holton, Avery E.; Farrell, Laura C.; Fudge, Julie L. (2014). “A threatening space?: Stigmatization and the framing of autism in the news”. *Communication studies*, v. 65, n. 2, pp. 189-207. <https://doi.org/10.1080/10510974.2013.855642>

- Kim, Kyoung-Tae; Lee, Soonhwan; Oh, Eung-Soo** (2017). "Athletes with disabilities in the Paralympic Games: a framing analysis of television news". *Managing sport and leisure*, v. 22, n. 4, pp. 255-275.
<https://doi.org/10.1080/23750472.2018.1445976>
- Krueger, Richard A.** (1991). *Focus groups: A practical guide for applied research*. Beverly Hills, CA: Sage Publications. ISBN: 978 1 412969475
- Labio-Bernal, Aurora** (2006). "Del estereotipo al amarillismo: prácticas periodísticas incorrectas en el tratamiento de grupos sociales vulnerables". *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, n. 33, pp. 31-44.
<https://hdl.handle.net/11441/29596>
- Mercado-Sáez, María Teresa; Álvarez-Villa, Ángeles** (2012). "Deportistas paralímpicos en televisión, una representación mediática de la discapacidad". En: Mateos, Concha; Hernández, Ciro-Enrique; Herrero-Gutiérrez, Francisco-Javier; Toldano, Samuel; Ardèvol, Alberto-Isaac (coords.). *Actas IV Congreso internacional latina de comunicación social: Comunicación, control y resistencias*. Tenerife: Universidad de la Laguna, pp. 1-13. ISBN: 978 84 15698 06 7
http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_actas/023_Mercado.pdf
- Morgan, David L.** (1996). "Focus groups". *Annual review of sociology*, n. 22, pp. 129-152.
<https://doi.org/10.1146/annurev.soc.22.1.129>
- Observatorio Estatal de la Discapacidad* (2018). *Informe Olivenza 2017 sobre la situación general de la discapacidad en España*.
<https://observatoriodeladiscapacidad.info/attachments/article/110/Informe%20Olivenza%202017%20v5.7.pdf>
- Onwuegbuzie, Anthony J.; Dickinson, Wendy B.; Leech, Nancy L.; Zoran, Annmarie G.** (2009): "Qualitative framework for collecting and analyzing data in focus group research". *International journal of qualitative methods*, v. 3, n. 8, pp. 1-21.
<https://doi.org/10.1177/160940690900800301>
- Orero, Pilar; Pereira, Ana-María; Utray, Francisco** (2017). "Visión histórica de la accesibilidad en los medios en España". *Trans. Revista de traductología*, n. 11, pp. 31-43.
<https://doi.org/10.24310/TRANS.2007.v0i11.3096>
- Peñas, Esther; Hernández, Paz** (2019). *Guía de estilo sobre la discapacidad para profesionales de los medios de comunicación*. Madrid: Real Patronato sobre Discapacidad.
<https://plenainclusionmadrid.org/recursos/guia-de-estilo-sobre-discapacidad-para-profesionales-de-los-medios-de-comunicacion>
- Perujo-Serrano, Francisco** (2002). "Discapacidad y medios de comunicación; entre la información y el estereotipo". *Ámbitos*, n. 7-8, pp. 249-277.
<https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/9476>
- Rius-Sanchis, Inmaculada; Solves-Almela, Josep** (2010). "Discapacidad y comunicación: periodismo especializado para públicos diversos". *Comunicación y hombre*, n. 6, pp. 105-116.
<https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2010.6.121.165-176>
- Rius-Sanchis, Inmaculada; Solves-Almela, Josep** (2012). "Tratamiento de la discapacidad en los medios valencianos". En: *III Congreso internacional AE-IC*.
<https://bit.ly/2XvoFRn>
- Sánchez-Valle, María; Vázquez-Barrio, Tamara; Viñarás-Abad, Mónica** (2019). *Inclucom. Análisis de la inclusión y capacidades de desarrollo profesional de las personas con discapacidad en el ámbito de la comunicación en España*. Madrid: Asociación de Directivos de Comunicación.
<http://www.dircom.org/actualidad-dircom/item/10164-informe-inclucom>
- Soto-Rosales, Antonio** (2015). "Periódicos y discapacidad: conformación de una imagen". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, v. 21, n. 2, pp. 1241-1254.
https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n2.50913
- Vallés-Martínez, Miguel** (1997). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis. ISBN: 978 84 7738 449 6
- Vega-Fuente, Amando; Martín, Raquel** (1999). "Los medios ante la discapacidad: más allá de los estereotipos". *Comunicar*, n. 12, pp. 111-116.
<https://doi.org/10.3916/C12-1999-17>
- Zalbidea-Bengoña, Begoña; Pérez-Fuentes, Juan-Carlos; Urrutia-Izaguirre, Santiago; López-Pérez, Susana** (2011). "Los periodistas españoles ante el tratamiento informativo de los grupos minoritarios y desfavorecidos". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, v. 17, n. 2, pp. 457-476.
https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2011.v17.n2.38125