



Revista de Ciencias Humanísticas y
Sociales (ReHuso)

E-ISSN: 2550-6587

rehuso@utm.edu.ec

Universidad Técnica de Manabí
Ecuador

Trampuz, Juan Pablo; Cedeño López, Gabriela
COMUNICACIÓN INCLUSIVA: UNA CORRESPONSABILIDAD DE MEDIOS,
PERIODISTAS Y ACTORES
Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuso), vol. 5, núm. 2, mayo-agosto,
2020, pp. 122-135
Universidad Técnica de Manabí

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=673171025011>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

COMUNICACIÓN INCLUSIVA: UNA CORRESPONSABILIDAD DE MEDIOS, PERIODISTAS Y ACTORES

Autor:

Juan Pablo Trampuz¹
Gabriela Cedeño López²

Dirección para correspondencia: juan.trampuz@uleam.edu.ec

Fecha de recepción: 12 de febrero del 2020

Fecha de aceptación: 21 de abril del 2020

Fecha de publicación: 2 de mayo del 2020

Citación/como citar este artículo: Trampuz, J., y Cedeño, G. (2020). Comunicación inclusiva: una corresponsabilidad de medios, periodistas y actores. *Rehuso*, 5(2), 122-135. Recuperado de: <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Rehuso/article/view/1684>

Resumen

La inclusión en los medios de comunicación representa una compleja necesidad en un entorno cada vez más condicionado por los recortes en las plantillas periodísticas, la reconfiguración en los modelos de negocios, los cambios en la producción informativa, pero también por unas crecientes demandas sociales. En este contexto, el presente artículo plantea examinar los desafíos y avances en la implementación de prácticas inclusivas en los medios, con énfasis en los espacios informativos o periodísticos, entendiendo a estos como elementos clave en la configuración de la denominada opinión pública. Con este propósito, se plantea un análisis bibliográfico descriptivo a partir de la revisión de textos científicos, publicaciones periodísticas, manuales de comunicación y periodismo inclusivo del ámbito iberoamericano, así como las normativas pertinentes en Ecuador, las cuales son analizadas a partir de las reflexiones y experiencias personales de los autores, y contrastadas con los criterios de tres personas vinculadas con el tema. Este ejercicio, ha permitido identificar algunos de los principales retos que representa la búsqueda de una comunicación y un periodismo que contribuya a la no discriminación, la inobservancia a las disposiciones legales y falta de reflexión desde el ejercicio periodístico; por otro lado, las respuestas a estas deficiencias bien podrían configurarse a la luz de una corresponsabilidad entre las empresas mediáticas, los profesionales de la información y los actores sociales.

Palabras clave: acceso a la información; comunicación de masas; discapacidad; discriminación; medios de información; periodismo.

INCLUSIVE COMMUNICATION: A JOINT RESPONSIBILITY OF THE MEDIA, JOURNALISTS AND ACTORS

Abstract

Inclusion in the media represents a complex need in an environment increasingly conditioned by cuts in periodic templates, reconfiguration in business models, changes in the production of information, but also by growing social obligations. In this context, the present article proposes to examine the challenges and advances in the implementation of inclusive practices in the media, to emphasize in

¹ Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Correo electrónico: juan.trampuz@uleam.edu.ec

² Unidad Educativa Stella Maris, Ecuador. Correo electrónico: gabriela.cedeno@smaris.edu.ec

the news or journalistic spaces, to understand these key elements in the configuration of public opinion. With this purpose, a descriptive bibliographic analysis is proposed based on the review of scientific texts, journalistic publications, communication manuals and inclusive journalism in the Ibero-American sphere, as well as the pertinent regulations in Ecuador, whatever they are analyzed from the reflections and personal experiences of The authors, and contrasted with the criteria of three people linked to the topic. This exercise has allowed us to identify some of the main challenges represented by the search for communication and journalism that contributes to the promotion of non-discrimination, non-compliance with legal provisions and the lack of reflection from the journalistic exercise; on the other hand, the responses to these deficiencies could well be configured in the light of a correspondence between medical companies, information professionals and social actors.

Keywords: access to information; disability; discrimination; journalism; mass communication; journalism.

Introducción

Constantemente, los medios de comunicación y el periodismo son señalados como promotores de discursos que generalizan y estereotipan a diferentes sectores, principalmente aquellos que no cuentan con un espacio privilegiado en el debate social (Perujo, 2002), incluso como promotores de la criminalidad, hipersexualidad o el deterioro de las capacidades intelectuales (De Fleur y Ball-Rokeach, 1993); mientras que, por otro lado, se los cuestiona debido a los amplios espacios que brindan a los actores y posturas que coinciden con sus intereses y pertenecen a los grupos dominantes (Checa, 2012). Por esta razón, Vega y Martín (1999), afirman que este panorama configura “un círculo vicioso de aparente comunicación, donde siempre pierden los más débiles” (p.112).

En este escenario, resulta complejo pretender establecer modelos que fomenten la inclusión en los medios y el periodismo, tal como se demanda constantemente desde diversos sectores, principalmente vinculados con ámbitos como la cultura, género, migración y las discapacidades. A lo que debe sumarse también la propia transformación que vive la esfera comunicacional, que se configura bajo el surgimiento de nuevos actores³, con procesos mucho más dinámicos e interactivos, al punto de difuminarse la frontera entre los medios y los no-medios (Bauman, 2007).

En este punto, es necesario recordar que los medios de comunicación son instituciones eminentemente sociales, es decir, se configuran a partir de un permanente contacto con sus entornos (Real, Martín-Pena y Parejo, 2020), y se conciben en muchas ocasiones como un espejo, un tamiz o una ventana de lo que ocurre en sus contextos (McQuail, 2000). Por lo que, sin pretender buscar una justificación a las deficiencias latentes en los medios y el periodismo, no es menos cierto que estos desequilibrios representacionales e incluso la invisibilización de algunos actores, no es más que el reflejo de lo que ocurre en un ambiente altamente inequitativo y discriminatorio, del cual también el actor comunicacional forma parte. Evidenciando esta articulación entre diferentes estamentos de la sociedad, Soto (2015) destaca un paralelismo entre los avances conceptuales sobre discapacidad en los sistemas educativos con los discursos emitidos en los medios sobre este tema.

En este escenario, son numerosas las iniciativas que han intentado generar una comunicación más inclusiva, como el desarrollo de campañas, programas, capacitaciones, manuales o guías de estilo, y cuya efectividad se ha visto condicionada por diversos factores. Estas luchas, muchas veces enarboladas desde los propios colectivos, la academia, las entidades públicas o los propios

³ Cabrera, Codina y Salaverría (2019), a partir del criterio de 70 expertos, plantean a los nuevos medios como: “una organización periodística que forma parte de un ecosistema mediático alternativo al tradicional, que se caracteriza por emplear formatos narrativos nuevos, por mantener una interacción fluida y ágil con la audiencia, por una apuesta por la calidad informativa, y por un carácter innovador, que afecta no solo a los contenidos sino también a la configuración interna del medio y tiene capacidad de adaptación y experimentación” (p.1515).

profesionales del gremio, se plantean conscientes de que es a través de una mayor participación y más clara representación de los grupos minoritarios o vulnerables que se puede contribuir a la creación de una corriente de opinión que impulse la generación de cambios tanto a nivel social, como en las estructuras y normativas del Estado.

Conscientes de que tanto la comunicación como la inclusión son términos que contemplan un sinnúmero de enfoques e interpretaciones, este trabajo aterriza, por un lado, en los segmentos informativos o periodísticos de los medios de comunicación, mientras que, por el otro, se centra en la inclusión de las personas con discapacidad física, intelectual, sensorial o social. Bajo esta delimitación, se busca en las siguientes páginas reflexionar sobre las funciones sociales de los medios de comunicación; las luchas, avances y desafíos generados en la búsqueda de espacios informativos más inclusivos. Finalmente, se plantean, algunas reflexiones que podrían orientar la consecución de este objetivo que debería ser entendido como común.

Metodología

Bajo estos lineamientos, el presente trabajo se presenta como una investigación de tipo descriptiva, fundamentada en una revisión documental, entrevistas y la reflexión sobre las experiencias profesionales de uno de los autores; esta combinación apunta a complementar y contrastar la información recabada desde cada uno de estos procesos.

Respecto a la revisión documental, esta incluyó el análisis de documentos académicos como tesis, libros, artículos y ensayos; documentos normativos e institucionales como leyes, así como guías o manuales de estilo; además de publicaciones periodísticas escritas y audiovisuales. La entrevista se aplicó de manera no estructurada a un fotoperiodista y redactor corresponsal de un medio nacional, el editor de un periódico local, y una intérprete de señas en una estación televisiva nacional, a quienes se le pidió sus criterios respecto a la inclusión de personas con discapacidad, en lo que respecta al acceso a los medios y sus representaciones.

Finalmente, la información recabada a partir de estas dos técnicas fue analizada a partir de las propias reflexiones y vivencias personales, tanto en el ámbito periodístico como docente de uno de los autores de este trabajo, un proceso que ya ha sido aplicado en estudios que abordan temas complejos y profundos (Lizasoain y Lieutenant, 2002).

Desarrollo

Funciones sociales de los medios de comunicación

Para De Fleur y Ball-Rokeach (1993), entender las características de los medios de comunicación requiere visualizarlos como un sistema social, que opera dentro de otro sistema social; en esta dinámica, ambos se construyen mutuamente, aportando, reclamando, cuestionando y brindando los insumos necesarios para sus funciones básicas, lo que McQuail (2000) denomina interdependencia.

Por su parte, Castells (2009) señala la necesidad de tomar en cuenta que estos actores gozan de una enorme diversidad, ya que no opera de la misma manera una estación televisiva nacional que una local, una radio comercial frente a una comunitaria, o un periódico oficialista frente a un opositor, por lo que siempre resultará complejo establecer generalizaciones en un ecosistema tan diverso.

Bajo esta lógica, se debe reconocer que los medios de comunicación no son los únicos actores – ni un elemento uniforme – que configuran el discurso público, entendido como la práctica social del lenguaje (Castelló, 2008), sino que, en palabras de Castells (2009), forman parte de una serie de parainstituciones estatales, desde donde emana buena parte de los discursos disciplinarios que configuran un orden social; para Lull (2009) estos entes, como “la escuela, organizaciones sociales o

políticas, los sindicatos, los grupos religiosos, las fuerzas armadas y los medios de comunicación” (p.52) son, en realidad, los encargados de sustentar el *statu quo*.

Bretones (1997) y, más recientemente, Mora (2016), han sintetizado las cuatro interpretaciones dadas a las funciones que cumplen los medios de comunicación en la sociedad, y cuyas características se bosquejan en la siguiente tabla.

Tabla 1. Líneas de investigación sobre las funciones sociales de los medios de comunicación			
Función	Descripción	Investigación	Teorías
Función manipulativa	Los medios desempeñan una función manipuladora en la conducta de los individuos para favorecer los intereses de las clases dominantes	Se centra en las causas y efectos, aunque poco contrastadas	La aguja hipodérmica
Función movilizadora	Los medios cumplen un rol catalizador en la sociedad, a partir de una acomodación entre los mensajes y las motivaciones	Pasa de los efectos a las funciones de los medios	Flujo de comunicación en dos pasos
Función de control social	Los medios forman parte del proceso de control social a través de la gestión de la opinión pública	Se enfoca en la opinión pública, selección y jerarquización de la información	La teoría de la espiral del silencio y la <i>agenda setting</i>
Función de reproducción cultural	Los medios cumplen un papel reproductivo, a través de la “construcción” de significados. Configuran una “realidad”.	Aborda las mediaciones, audiencias activas, análisis del discurso	<i>Cultural Studies</i>
Fuente: (Mora, 2016, pp. 32-38)			

Más allá de las diferencias en estos cuatro enfoques, en mayor o menor medida, todos están condicionados por los cinco filtros que han sido identificados por Chomsky y Herman (1990) en su modelo de propaganda, siendo estos: la concentración de los medios, la dependencia de la publicidad, sometimiento a las fuentes oficiales y corporativas, existencia de grupos de presión, y una ideología global dominante (Chomsky y Herman, 1990). Evidentemente, estos tamices se configuran también como escollos para alcanzar una comunicación inclusiva, ya que anteponen los intereses corporativos en desmedro del bien común. Algunos de estos aspectos se esbozan en el siguiente apartado.

Los desafíos de las prácticas inclusivas en los espacios informativos

Características de los medios de comunicación

A mediados de 2013, en el marco de los habituales cruces de acusaciones entre presidentes latinoamericanos y medios de comunicación, el periodista de CNN, Camilo Egaña dijo, en referencia al primer mandatario peruano, “Señor presidente: las buenas noticias no venden, no le importan a nadie. La gente es así”. Lo aseverado por este conocido presentador, de una de las cadenas informativas más influyentes en el ámbito latinoamericano, pone en evidencia que los medios son, en definitiva, un negocio, más allá de las prácticas de responsabilidad social que, en mayor o menor medida, implementen estas empresas.

Imagen 1. Camilo Egaña: “las buenas noticias no venden”

Periodista de CNN: “Las buenas noticias no venden y no le importan a nadie”

Por @cdperiodismo

Publicado el 21 de junio del 2013



Fuente: Clases de Periodismo (2013)

Respecto a esta afirmación, preocupa sí, que desde los medios se pretenda deslindar la responsabilidad respecto a los tipos y calidad de contenidos que acaparan sus programaciones, para pretender poner esta carga sobre los usuarios, lectores o audiencias; cuando en realidad se trata de una corresponsabilidad entre oferta y demanda. Sin embargo, es real la influencia de aquello que Villamil (2008) denomina la *dictadura del rating*, que hace referencia al poder que tiene la medición de las audiencias - y que posteriormente se traduce en mayores ingresos publicitarios - en casi cada decisión que se toma en un medio televisivo o radial; mientras que en los impresos, esta camisa de fuerza se traduce en la venta de ejemplares.

Sobre este fenómeno, Martín-Barbero (2006) advierte que “poco a poco la dictadura del rating va a revelar las trampas de su populismo y el profundo efecto de distorsión en la calidad y diversidad de la programación” (p.67); luego, el mismo autor sentencia que esta presión es la que ha terminado por acabar con los espacios para los grupos diferenciados y minoritarios, para priorizar aquello que gusta o interesa a la mayoría.

Si bien, en Internet existe una mayor diversidad de medios y portales informativos, así como el surgimiento de un paradigma que deja atrás el criterio profesional aislado para ser más sensibles a la participación ciudadana (Pérez, Arroyas & Zamora, 2020), y prioriza la innovación, adaptación, creatividad y nuevas relaciones con la audiencia (Cabrera, Codina, & Salaverría, 2019); algunos autores, como Amorós (2019), advierten sobre la presencia de una nueva dictadura en el ciberespacio, la del clic:

Una dictadura que empuja al periodismo a fabricar cada vez más y más noticias, a incorporar al circuito informativo informaciones que antes se descartaban por ser poco exactas y contrastadas y a enfocar su titular y redacción de manera cuanto más llamativa o seductora posible para captar la atención y conseguir el clic. (p.25).

Esta corriente, lleva a que muchos medios informativos dejen a un lado, lo que para Kovach y Rosenstiel (2012) es el primer y más confuso principio del periodismo: la búsqueda de la verdad; para desarrollar técnicas que muchas veces contravienen con la ética profesional y priorizan la generación de contenidos virales (Amer, 2018), es decir, aquellos que tienen una capacidad de difundirse ampliamente y de manera rápida, sin que necesariamente esto signifique que aportan al bien común.

Características de la noticia

Alex Grijelmo (2014) afirma que la noticia tiene su origen en hechos recientes de tipo sorprendentes, estremecedores, paradójicos y trascendentales. Si bien, el énfasis que se le puede dar a una o varias de estas características dependerá en buena medida del criterio del periodista y, principalmente, de la línea editorial del medio, lo cierto es que muchos de los aspectos importantes que ocurren en la sociedad no son ni sorprendentes ni estremecedores. De ahí que temas como la elaboración de políticas públicas e, incluso, ciertos tipos de delitos como los relacionados con la corrupción no gocen del mismo espacio que otros temas sin la más mínima importancia, pero con un alto valor espectacular (Sartori, 2012).

En el afán de construir estas historias sorprendes y estremecedoras, los comunicadores se lanzan en la búsqueda de aquello que, en medio de lo cotidiano, pueda encajar en estos parámetros, de ahí que tanto el sensacionalismo como el amarillismo⁴, sean prácticas que priman en buena parte de los medios comerciales.

¿Por qué resulta tan atractivo el sensacionalismo para los medios de comunicación? Un estudio desarrollado por Graber (2007) determinó que en Estados Unidos solo el 7% de las noticias captaron mucho la atención del público, la mayoría de ellas, contenidos que provocaban miedo en las audiencias. Es decir, cuando se estimulan las emociones de las personas, especialmente el odio, la ansiedad, el miedo y la euforia, se tiene un mayor impacto.

Lo identificado por Graber (2007) respecto al consumo y retentiva de los contenidos informativos, se relaciona con el hecho de que las emociones juegan un papel central en el funcionamiento del cerebro humano, incluso en la razón (Ferrés, 2013). De ahí que, este mismo autor, plantee la necesidad de una educación mediática que atienda las emociones, toda vez que estas pueden ser utilizadas en beneficio propio o de los demás.

Imagen 2. Titular islamófobo que apela a emociones negativas como el odio y el miedo



Fuente: twistislamophobia.org

⁴ El Consultorio Ético de la Fundación Gabo aclara la diferencia entre ambos términos, en ocasiones utilizados como sinónimos: el sensacionalismo, se dirige solo a los sentidos o sensaciones de las personas y los estimula, particularmente el oído y la vista, porque se piensa que eso es lo que atrae a los receptores de información, que solo quieren ver y oír, pero que no utilizan su inteligencia ni su sensibilidad social. Mientras que, el amarillismo es la tendencia de destacar las noticias de crímenes y catástrofes; esta práctica tiene un origen comercial, “porque parte de la creencia de que así se venden más ejemplares o se obtiene una mayor sintonía, limita el objetivo de la información periodística e impide que el receptor conozca los aspectos más profundos y sólidos de los hechos”. <https://bit.ly/38P9AhC>

Por contradictorio que parezca, el sensacionalismo, ha sido el detonante para empezar a visibilizar a las personas con discapacidad, aunque de manera bastante básica; sin embargo, también se configura como una de las principales limitantes para avanzar hacia una comunicación inclusiva.

Simplificación del discurso

Otra de las características es la simplificación del discurso periodístico. Por ejemplo, una nota informativa en televisión se contabiliza en segundos, por lo que en muchas ocasiones temas tan complejos como un femicidio, la aprobación de una nueva ley, o una protesta social, deben ser contados en un minuto o menos. Lo que demanda de una reducción extrema de la información, por lo que a duras penas se podría alcanzar a responder preguntas como el qué, quién, cómo, cuándo y dónde, y pocas veces abordar el porqué, con qué antecedentes y consecuencias de los hechos.

Sartori (2012), quien es bastante crítico principalmente con el medio televisivo, se refiere a este fenómeno como subinformación, es decir, cuando la información es “totalmente insuficiente que empobrece la noticia” (p.88). Esta simplificación conduce a que también se busquen explicaciones sencillas como *Mujer asesina a patadas y puñetazos a su esposo por “ojo alegre” en hotel de Iztacalco*⁵, o realizar insinuaciones que podrían crear estigmas, incluso en las personas con discapacidad:

Imagen 3. Titular destaca condición autista de un autor de tiroteo



Fuente: RPP Noticias

Titulares de este tipo, ponen en evidencia dos factores que, según De Fontcuberta (2006), están presentes de manera recurrente en la agenda periodística como son la disyunción -separa lo que está ligado- y la reducción -unifica lo que es diverso-, que simplifican excesivamente los hechos sobre los que se pretende informar; por lo que, en lugar de contribuir en su comprensión, termina muchas veces distorsionándolos y haciéndolos mucho más incomprensibles, configurando lo que este mismo autor denomina una realidad como mosaico.

Otro elemento clave es la terminología utilizada en el discurso periodístico. Por un lado, están aquellos que, por desconocimiento o por otras razones, utilizan términos despectivos como *discapacitados*, y por otro, aquellos que en el afán de maquillar la realidad o por el temor de no cometer algún error, se llenan de eufemismos. Esta última práctica, que implica una depuración terminológica de todo aquello que podría despertar susceptibilidades, es bastante habitual en temas espinosos que llevan al periodista a imponerse una sutileza en su narrativa (Perujo, 2002).

⁵ <https://heraldodemexico.com.mx/cdmx/mujer-asesina-esposo-patadas-punetazos-ojo-alegre-hotel-pantitlan-iztacalco/>

Por contradictorio que parezca, al suavizar la realidad con eufemismos condescendientes, se impide ver la discapacidad de frente, tal como lo afirma Fernández (2006), en su Guía de estilo sobre discapacidad para profesionales de los medios de comunicación, invitando a utilizar sin temor términos directos como “personas con discapacidad física o con problemas de movilidad” o “personas ciegas”, o de “silla de ruedas” (p.40). En esta misma línea, la Red contra toda forma de discriminación (2011) en su Guía de periodismo inclusivo, identifica a los eufemismos como innecesarios, aclarando que el término adecuado es “persona con discapacidad” (p.15), ya que esta condición tampoco puede definir integralmente al ser humano, por lo que tampoco es recomendable usar *discapacitado*.

Precarización laboral

La pérdida de ingresos por concepto de publicidad ha puesto a los medios de comunicación en una encrucijada, donde muchos han optado por reducir sus plantillas periodística, despedir a los profesionales con mayor experiencia para contratar mano de obra más barata, y recargar de trabajo a las cada vez menos numerosas salas de redacción.

¿Por qué resulta necesario hablar sobre las condiciones laborales de los periodistas como un desafío para la comunicación inclusiva? Porque algunos estudios, como el de Gómez, Gutiérrez y Palau (2015), han identificado que la mengua de la calidad de contenidos queda asociada con la precarización laboral de los profesionales de la información. En un ambiente sobrecargado de trabajo, donde un solo periodista debe cumplir roles y generar determinado número de contenidos, que anteriormente les correspondía a dos o tres colegas, difícilmente se podrá profundizar para ir más allá de lo anecdótico al hablar de discapacidad.

En esta línea, Díaz-Nosty (2011) señala que, en el marco de los ajustes económicos, empresas mediáticas han optado por despedir a periodistas con amplia experiencia y cualificados -que demandan también mejores condiciones laborales-, para contratar a recién graduados -dispuestos a trabajar bajo peores condiciones y que se traduce en un ahorro de hasta el 75% para el empleador-. Queda entonces por profundizar si la pérdida de este recurso humano, con mayor experticia, en las salas de redacción, se traduce en una pérdida en la calidad de los contenidos informativos y, más específicamente, en el desmedro de una comunicación inclusiva; o si, por el contrario, representa una oportunidad para trabajar con profesionales abiertos al cambio y dispuestos a implementar prácticas más incluyentes.

Des-vínculo empresa y academia

Las críticas desde la empresa periodística contra la academia han sido una constante a nivel mundial. La universidad, a menudo es señalada por vivir en una permanente desconexión con lo que verdaderamente ocurre en los escenarios laborales y de contar con programas de formación desfasados (Trámpuz, 2018), más aún en un ámbito como la comunicación que demanda de profesionales capaces de desenvolverse en un escenario en permanente evolución, por lo que autoras como Palomo y Palau-Sampio (2016) resaltan la figura del periodista adaptativo. Por su parte, Díaz-Nosty (2011) habla de una burbuja académica, caracterizada por una excesiva oferta académica en la formación periodística incompatible con la realidad y que termina afectando el mercado laboral.

En el tema que nos compete, los programas de formación de los periodistas deben generar competencias comunicativas para desmontar estereotipos que dificultan los derechos e inserción de los grupos minoritarios o vulnerables (Acosta, Costales, Meisoza & Borges, 2015). Sin embargo, parecen ser escasos los puntos de encuentro entre la academia y los medios para reflexionar sobre este factor, fundamental en la responsabilidad social de los comunicadores como actores sociales.

“Me pusiste entre la espada y la pared” respondió el editor consultado, cuando se le preguntó sobre esta temática, reconociendo que no es un tema central en las salas de redacción, donde prima una

presión constante por la generación de contenidos informativos. Por otro lado, el fotoperiodista no recordó haber recibido formación específica durante su etapa en la carrera de Periodismo, cuya malla curricular no incluye ninguna asignatura que aborde específicamente el tema. Bajo estos criterios, la comunicación inclusiva no parece ser un tema de preocupación en los medios y, tampoco, en las aulas de clases de los centros universitarios.

En este panorama, autores como Álvarez (2012), afirman que es necesario formar periodistas especializados que no solo analicen temas complejos, como la discapacidad, inclusión y desarrollo, sino que también planteen posibles soluciones. Sin embargo, queda por responder si los medios de comunicación están dispuestos a incluir en sus plantillas -cada vez más ajustadas- a profesionales con este perfil, y las características que debería tener un programa de formación de este tipo. Pero, en definitiva, esto representaría un enorme avance en la construcción de una comunicación inclusiva.

Medios de comunicación y discapacidad: avances y retrocesos

En el contexto internacional, las personas con discapacidad han ido ganando, de a poco, mayor presencia en la agenda informativa de los medios de comunicación (Álvarez, 2012). Sin embargo, las representaciones de la discapacidad son diversas y estas pueden depender de la línea editorial del medio o de las capacidades y estilo del periodista. Al respecto, luego de analizar los contenidos de diario La Nación de Costa Rica, Retana y Zárate (2018) señalan que la discapacidad en negativo es la representación predominante, para lo cual se recurre constantemente a verbos como perder, arrebatar, sufrir, padecer. Además, en menor grado identifican otras representaciones como no victimizadora, en positivo, o historias de vida motivadoras.

El estudio histórico de la relación entre los espacios informativos y la discapacidad ha planteado cuatro etapas para explicar lo sucedido a lo largo del siglo XX (Ledesma, 2008): fase compasiva o filantrópica, donde se visibiliza a la discapacidad es una desgracia; fase de reconocimiento de derechos, se amplía para establecer una responsabilidad no solo de las familias, sino también de la sociedad y el Estado; etapa de la integración, donde se evidencia un mayor interés por el tema, e implica otros aspectos como lo educativo, profesional y social; y la etapa de la igualdad, que apunta a sensibilizar la opinión pública acerca de los derechos de las personas con discapacidad y de la protección contra la discriminación.

Si bien, estas fases han sido identificadas en el contexto europeo, de ninguna manera pretende ser una medida uniforme para todos los actores mediáticos, ya que también deben considerarse las características del contexto específico de cada país o región. Sin embargo, al pasar revista sobre lo que ocurre en Ecuador, parece que la mayoría de los actores transitan todavía por la primera y segunda fase; mientras que las dos siguientes, se muestran reservadas para programas de investigación periodística que ocasionalmente abordan la discapacidad, o para los nuevos medios que puedan surgir en el ciberespacio especializados en estos temas.

En lo referente a lo normativo, en Ecuador claramente hubo un avance en el acceso a los contenidos informativos con la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación en 2013, y reformada en el 2019, donde se establece el Derecho al acceso de las personas con discapacidad, en su Artículo 37, en los siguientes términos:

Se garantiza el derecho al acceso y ejercicio de los derechos a la comunicación de las personas con discapacidad. Para ello, los medios de comunicación social, las instituciones públicas y privadas que conforman el sistema de comunicación social desarrollarán progresivamente, entre otros, los siguientes mecanismos:

- a) Uso de subtítulos;
- b) Incorporación de un recuadro adecuado para la interpretación de lengua de señas ecuatoriana;

- c) Sistema braille; y,
- d) Otros sistemas desarrollados o a desarrollarse.

Pese a que esta disposición se emitió hace ya siete años, su progresividad ha sido extremadamente lenta. El uso de subtítulos es casi inexistente en los medios ecuatorianos, del sistema braille no hay registros de su implementación, mientras que el recuadro de lenguaje de señas es limitado, en ocasiones, a los noticieros, aunque con falencias. Mucho menos, se han desarrollado otras prácticas innovadoras.

“En los últimos años se le toma menor importancia al lenguaje de señas en la televisión ecuatoriana... ningún medio cubre toda su programación” comenta una intérprete de señas al consultarle sobre este mecanismo que parece haberse estancado e, incluso, retrocedido. Lo más preocupante es que, en algunos casos, no existe una preocupación por generar verdaderos mecanismos de acceso para las personas con discapacidad a los contenidos de los medios audiovisuales, sino cumplir parcialmente la Ley. Al comentar sobre lo que opinan los televidentes con discapacidad auditiva sobre el espacio destinado al lenguaje de señas en la televisión nacional, la intérprete manifestó que muchos de ellos se sentían frustrados, ya que el recuadro donde aparecen es tan pequeño que no alcanzan a distinguir las señas, por lo que terminan cambiando de canal o apagando la televisión.

Quizás el mejor ejemplo en este aspecto sea la televisión pública, que desde el 2013 cuenta con un espacio donde la presentadora principal de un segmento específico se comunica a través del lenguaje a señas.

Imagen 4. Presentadora en lenguaje de señas en Ecuador Tv



Fuente: canal YouTube Ecuador Tv

Conclusiones

La relación de interdependencia nos lleva a determinar que la comunicación inclusiva debe ser una búsqueda conjunta entre medios, periodistas y actores involucrados con la discapacidad, entre los que se cuentan los colectivos, gremios, organizaciones, instituciones educativas y, desde luego, a las instituciones del Estado. En este sentido, ninguno de los actores puede quedarse de brazos cruzados y esperar a que sean las empresas comunicacionales, o los organismos estatales, los que en solitario generen una transformación en beneficio de la inclusión, ya que los medios avanzan o retroceden de la mano con la sociedad.

Sin embargo, las características propias de los medios deben llevar a las organizaciones y colectivos de personas con discapacidad a tomar un rol mucho más protagónico, e incursionar en el escenario

comunicacional. Las nuevas tecnologías dan la oportunidad a cualquier persona o colectivo de contar con una plataforma con tanto o mayor alcance que casi cualquier medio convencional. Al respecto tomamos las palabras mencionadas por el investigador Mauro Cerbino: “no se puede dejar la representación de la realidad exclusivamente a los medios de comunicación”. Es decir, sin descuidar la participación en los espacios informativos tradicionales, se debe apuntar a crear nuevas alternativas comunicacionales en escenarios como el digital que, hasta ahora, figura como un mundo de enormes capacidades.

En el contexto ecuatoriano, respecto a la presencia de las personas con discapacidad, claramente estas han ganado mayor espacio, pero también se advierte que buena parte de sus representaciones se centran en lo anecdótico, compasivo o en el reclamo de sus derechos elementales, sin llegar todavía a algunas de las fases más avanzadas identificadas por Ledesma (2008), en las que hoy debería ponerse mayor énfasis. Por otro lado, la accesibilidad a los espacios informativos parece no haber tenido el carácter progresivo que estableció la Ley Orgánica de Comunicación; muy por el contrario, en los últimos años se evidencia el retroceso en uno de los pocos elementos implementados, como es el lenguaje de señas que cubre una minúscula parte de la programación televisiva nacional y, en muchas ocasiones, bajo condiciones de visualización deficientes.

Por su parte, las facultades de Comunicación, y la universidad en general, deben asumir con mayor énfasis el desafío de formar profesionales con un enfoque inclusivo, no solo en lo concerniente a la discapacidad, sino también a la interculturalidad, género o la migración. La experiencia nos dice que, a través de normativas -como la Ley Orgánica de Comunicación-, poco se puede avanzar si los principales actores involucrados no toman conciencia sobre la importancia de generar espacios comunicacionales más inclusivos; por lo que resulta necesario que, desde su formación profesional, los futuros periodistas y comunicadores cuenten con las herramientas cognitivas necesarias para integrarse en su construcción colectiva.

En este punto, surge la incógnita de ¿cómo formar a los periodistas para una comunicación inclusiva?, al respecto, consideramos que más allá del conocimiento teórico, de las normativas, guías, manuales y demás documentos que enriquezcan su formación, es necesario llevar al estudiante de manera constante a ese encuentro con el Otro, como un acto fundamentado, según el maestro Ryszard Kapuściński (2007), en el diálogo, la igualdad y la diferencia. Palpar e informar sobre los problemas que aquejan a las personas con discapacidad, sus anhelos, la falta de aplicación de sus Derechos y su igualdad en la diversidad, puede ser una de las mejores formas para que el futuro periodista interiorice la comunicación inclusiva no como una imposición, sino como uno de los fundamentos del ejercicio periodístico.

Referencias bibliográficas

- Acosta, M., Costales, Z., Meisozo, N., y Borges, A. (2015). Sexualidad y discapacidad: enfrentando estereotipos desde el documental audiovisual. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*, 26(3), 273-279.
- Álvarez, A. (2012). *El tratamiento de las informaciones sobre Discapacidad e Inclusión y Desarrollo Sostenible en los periódicos tinerfeños*. Universidad de La Laguna: Servicio de Publicaciones.
- Amer, P. (2018). *El clickbait como estrategia de marketing en los medios de comunicación digitales*. (Tesis de Maestría). Universidad de Barcelona, Barcelona, España.
- Amorós, M. (2019). Los medios de comunicación contra las noticias falsas: todo es falso, ¿salvo el periodismo? *Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid*, 7(38), 21-41.

- Bauman, Z. (2007). *Tiempos líquidos*. Tusquets: Barcelona.
- Bretones, M.T. (1997). *La comunicación política mediática y sus dimensiones sociales* (Tesis doctoral). Universidad de Barcelona, Barcelona, España.
- Cabrera, M., Codina, L., & Salaverría, R. (2019). Qué son y qué no son los nuevos medios. 70 visiones de expertos hispanos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 14(74), 1506-1520. <https://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2019-1396-79>
- Castelló, E. (2008). *Identidades mediáticas. Introducción a las teorías, métodos y casos*. Madrid: Editorial UOC.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Checa, F. (2012). *El medio mediado. Una mirada crítica al discurso mediático*. Quito: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.
- Chomsky, N. & Herman, E. (1990). *Los guardianes de la libertad*. Barcelona: Grijalbo.
- Clases de Periodismo (2013). *Periodista de CNN: "Las buenas noticias no venden y no le importan a nadie"*. Recuperado de <https://bit.ly/2SROpV2>
- De Fleur, M., & Ball-Rokeach, S. (1993). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- De Fontcuberta, M. (2006). Simplificación periodística: la realidad como mosaico. *Cuadernos.info*, 8(19), 30-35. Recuperado de <https://doi.org/10.7764/cdi.19.121>
- Díaz-Nosty, B. (2011). *Libro negro del periodismo*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.
- Espinar, E., Frau, C., González, M., y Martínez, R. (2006). *Introducción a la sociología de la comunicación*. Alicante: Universidad de Alicante.
- Fernández, J. (2006). *Guía de estilo sobre discapacidad para profesionales de los medios de comunicación*. Recuperado de <https://plenainclusionmadrid.org/recursos/guia-de-estilo-sobre-discapacidad-para-profesionales-de-los-medios-de-comunicacion/>
- Ferrés, J. (2013). Cambio de paradigma en la educación mediática. Cuatro razones y una conclusión. En D. Aranda, A. Creus, & J. Sánchez-Navarro, (Eds.), *Educación, medios digitales y cultura de la participación* (pp. 37-46). Madrid: Editorial UOC.
- Gómez, J., Gutiérrez, J., & Palau, D. (2015). Los periodistas españoles y la pérdida de la calidad de la información: el juicio profesional. *Comunicar*, 22(45), 143-150.
- Graber, D. A. (2007). The road to public surveillance: Breeching attention thresholds. En W. Russell, G. Marcus, A. Crigler, y M. MacKuen. *The affect effect: Dynamics of emotion in political thinking and behavior*, (265-290). Chicago: University of Chicago Press.
- Kapuscinski, R. (2007). *Encuentro con el otro*. Barcelona: Anagrama.
- Kovach, B., y Rosenstiel, T. (2012). *Los elementos del Periodismo*. Buenos Aires: Aguilar.

- McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Ledesma, J. (2008). *La imagen social de las personas con discapacidad*. Madrid: Grupo Editorial Cinca.
- Lizasoáin, O. & Lieutenant, C. (2002). La Pedagogía Hospitalaria frente a un niño con pronóstico fatal. Reflexiones en torno a la necesidad de una formación profesional específica. *Estudios sobre Educación*, 2(3), 157-165.
- Lull, J. (2009). *Medios, comunicación, cultura. Aproximación global*. Madrid: Amorrortu.
- Martín-Barbero, J. (2006). Recepción de medios y consumo cultural: travesías. En G. Sunkel (Coord.) *El Consumo Cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación*, (pp. 47-71). Caracas: Convenio Andrés Bello.
- Mora, B. (2016). *La radio universitaria como servicio público a la ciudadanía: el caso de Uniradio-UHU*. (Tesis doctoral). Universidad de Huelva, Huelva, España.
- Palomo, B., & Palau-Sampio, D. (2016). El periodista adaptativo. Consultores y directores de innovación analizan las cualidades del profesional de la comunicación. *El profesional de la información*, 25(2), 188-195. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.mar.05>
- Pérez, P., Arroyas, E., & Zamora, R. (2020). La construcción de la agenda de los cybermedios. Estudio comparativo con las preferencias temáticas de lectores y usuarios de Twitter. *Revista Latina de Comunicación Social*, 12(75), 225-244. Recuperado de <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1424>
- Perujo, F. (2002). Discapacidad y medios de comunicación; entre la información y el estereotipo. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 7(8), 249-277.
- Real, L., Martín-Pena, D. & Parejo, M. (2020). La radio universitaria como herramienta de inclusión social: OndaCampus en contextos como la cárcel y barrios desfavorecidos. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 47(12),135-153. Recuperado de <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i47.07>
- Red contra toda forma de discriminación (2011). *Guía de periodismo inclusivo. Red Contra Toda Forma de Discriminación*. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/305318272_Guia_de_Periodismo_Inclusivo
- Retana, D., & Zárate, N. (2018). *Análisis de la representación de la discapacidad en el discurso periodístico: estudio de caso del diario La Nación*, (Tesis de pregrado). Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.
- Sartori, G. (2012). *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- Soto, A. (2015). Periódicos y discapacidad: conformación de una imagen. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21(2), 1241-1254. Recuperado de http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n2.50912
- Trámpuz, J. P. (2018). La formación del periodista en el contexto de la convergencia. *REFCaLE: Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa*, 5(3), 17-28.

Vega, A. y Martín, R. (1999). Los medios ante la discapacidad: más allá de los estereotipos. *Comunicar*, 12(6), 111-116.

Villamil, J. (2008). Contra la dictadura del "rating". Derechos de las audiencias. *Revista Mexicana de Comunicación*, 21(114), 15-16.

Contribución de los autores:

Autor	Contribución
Juan Pablo Trampuz	Concepción y diseño, redacción del artículo y revisión del artículo
Gabriela Cedeño López	Adquisición de datos, análisis e interpretación