

Deportistas paralímpicos en televisión, una representación mediática de la discapacidad

María Teresa Mercado - Instituto IDEAS. Grupo GIDYC. Universidad CEU Cardenal Herrera - mmercado@uch.ceu.es

Àngels Álvarez - Instituto IDEAS. Grupo GIDYC. Universidad CEU Cardenal Herrera- aalvarez@uch.ceu.es

Resumen: El tratamiento que los medios de comunicación dan a la discapacidad ha sido durante los últimos años una preocupación importante para las instituciones internacionales y españolas. La discapacidad como hecho noticioso se vio condicionada históricamente por el propio desarrollo del concepto de igualdad. A la estigmatización de las personas con discapacidad (PCD), siguió un tratamiento asistencial, centrado en la vertiente sanitaria, para llegar, en los últimos años, al reconocimiento de sus derechos: vida independiente, autonomía personal, integración laboral. En este contexto social y comunicativo, nos centramos en la imagen de la discapacidad que refleja el relato informativo televisivo sobre los deportistas paralímpicos.

El estudio “Tratamiento informativo de los Juegos Paralímpicos de 2008 en los medios españoles”, realizado por el Grupo de Investigación en Discapacidad y Comunicación (GIDYC) de la Universidad CEU Cardenal Herrera, concluía que la cobertura del deporte paralímpico en los informativos televisivos aparecía ligado casi exclusivamente a los valores asociados al universo deportivo: competición y disciplinas deportivas. Se presentaba a los paralímpicos como atletas, no como PCD. Ni se tendió al sensacionalismo ni se ofreció una imagen estereotipada. Debido a la particularidad del acontecimiento, también desaparecen reivindicaciones y problemas. Se trata de información deportiva en la que importa el resultado, los éxitos, las medallas.

Para profundizar en la comprensión de la representación televisiva de los deportistas con discapacidad, nos fijamos en un nuevo objeto de estudio: las piezas televisivas al margen de la dinámica noticiosa de la cobertura informativa de los Juegos. Esta investigación presenta los resultados de este análisis del tratamiento discursivo de los deportistas paralímpicos en televisión.

Palabras clave: Paralímpicos, Discapacidad, Medios, Televisión, Deporte

1. Introducción

La discapacidad ha adquirido una visibilidad creciente en España en los últimos años como consecuencia del trabajo conjunto de las instituciones y las asociaciones de personas con discapacidad (PCD). Las organizaciones del sector, antes centradas en la prestación de servicios de subsistencia con muy

escasos medios, empiezan a intuir en los años 80 que “los plazos para alcanzar sus reivindicaciones se acortan utilizando técnicas de sensibilización y de relación tanto con las instituciones sociales, como con los agentes que influyen en la opinión pública, con las instancias de gobierno y de representación política” (Barriga, 2008). Así, se han aprobado leyes de gran importancia como la de Ley de Integración Social de los Minusválidos (LISMI) en 1982 o la Ley de Promoción de la Autonomía Personal y Atención a las personas en situación de dependencia en 2006.

Los medios de comunicación tratan la discapacidad cada vez con mayor frecuencia y de forma progresivamente normalizada aunque los primeros estudios al respecto constataban como los medios trataban a las PCD y las propias discapacidades de una manera excesivamente simplificadora, estereotipada, superficial y/o errónea.

El primer estudio sobre la imagen social de la discapacidad ofrecida por los medios en España fue realizado por el profesor Pablo del Río en 1986 a instancias del Real Patronato de Prevención y de Atención a Personas con Minusvalía. Los resultados mostraron por un lado, una tendencia a la generalización, a la institucionalización y la burocratización de los conceptos que envuelven a la discapacidad. Por otro lado, se presentaba la discapacidad a partir de sus aspectos negativos o limitativos, en situaciones y escenarios principalmente de marginación (instituciones, asistenciales, hospitales, etc.) y con un tratamiento estereotipado que traslucía una “*consideración del tema como algo raro, morboso*” (1986:98).

Siguiendo las propuestas de Del Río, el Real Patronato sobre Discapacidad pone en marcha el Seminario Iberoamericano sobre Discapacidad y Comunicación Social del que surgieron las obras de referencia *Comunicación social en discapacidad. Cuestiones éticas y de estilo* (Casado, 2001), y *Cómo mejorar la comunicación social sobre discapacidad. Guía práctica para entidades* (Sánchez de Amo y Marqués, 2003). También impulsada por el Real Patronato, se realizaba la *Guía de Estilo sobre discapacidad para los profesionales de los medios de comunicación* (Fernández, 2007).

En la Universidad CEU Cardenal Herrera se organiza desde 1997 el seminario anual sobre Comunicación sin Barreras, en colaboración con la Generalitat Valenciana, el Real Patronato sobre Discapacidad, y distintas entidades en cada una de sus ediciones. En este seminario, Juan José Igartua (2004) alertaba de la parcialidad, ambigüedad, o incluso la negatividad que caracterizaba al tratamiento de la discapacidad, y sobre todo, de ser favorecedor de la formación y mantenimiento de estereotipos.

El estereotipo puede actuar de dos modos: alentando en la población general actitudes prejuiciosas y conductas discriminatorias hacia los grupos vulnerables (“una PCD no puede trabajar igual que una persona sin discapacidad”), y fomentando la interiorización del estereotipo entre las mismas PCD, y por ello, configurando parte de su autoconcepto.

Léséleuc, Athanasios y Marcellini (2009:81) afirman que las personas con discapacidad son “objeto de representaciones sociales globalmente negativas en las sociedades europeas, siendo consideradas como menos válidas”. En consecuencia, son objeto de una forma de estigmatización en la sociedad. El término “estigma” se aplica cuando una característica física de un individuo o de un grupo evoca una respuesta negativa por parte de las personas no portadores de esa característica. Por supuesto, los medios también “puede promover imágenes más positivas, contribuyendo así al proceso de inclusión de las personas con discapacidad” (Pappous, *et al.*, 2009: 33). En definitiva, los medios tienen un papel decisivo, en la transmisión de valores de representatividad de la discapacidad.

2. Discapacidad, deporte y televisión

Marcellini, Léséleuc y Gleyse (2003) consideran la práctica deportiva como parte de un proceso de desestigmatización de la discapacidad y de las PCD, tanto para ellas mismas como para su entorno social, es decir, contribuye al proceso de integración social de estas personas y a una mejor representación social. También DePauw y Gavron (1995) afirmaron que la práctica del deporte puede ser un elemento muy importante para promover la independencia, la autoestima y la integración social y laboral de las PCD.

La cobertura de los Juegos Paralímpicos (JJPP), convertidos en un importante evento deportivo gracias a la atención de los medios (Howe 2008: 135), puede contribuir al proceso de desestigmatización con la exposición masiva de estos deportistas, “según el lugar que les dediquen y los textos e imágenes que produzcan al respecto, los aspectos que elijan tratar o los que omitan” (Léséleuc, Athanasios y Marcellini, 2009:84).

El análisis del tratamiento de los JJPP en los medios ha sido objeto de estudio en diversas investigaciones. En el ámbito nacional, el Grupo de Investigación en Comunicación y Discapacidad (GIDYC) de la Universidad CEU Cardenal Herrera ha analizado el tratamiento informativo de los Juegos Paralímpicos de Pekín 2008 (Solves, 2012) en prensa, radio y televisión. En la construcción del relato televisivo en concreto, predominaba la representación de los deportistas paralímpicos como atletas. La cobertura de los Juegos se centraba en los resultados deportivos, sin caer en los estereotipos y favoreciendo por tanto la desestigmatización. Sin embargo, es necesario destacar que este discurso era el de la televisión pública, que contaba con los derechos de retransmisión y quien realizó una cobertura diaria de los JJPP en todos sus telediarios de TVE1 y en La 2 Noticias. En las cadenas privadas, los paralímpicos son invisibles o no se muestra a los atletas compitiendo o en el pódium. A pesar de que disponían de todo el material, proporcionado por el Comité Paralímpico Español, Antena 3 y Telecinco no ofrecieron ni un solo minutos sobre los JJPP; Cuatro y La Sexta emitieron tres piezas cada una en sus informativos (Mercado y Sánchez, 2012),

Otra investigación que compara la retransmisión televisiva de pruebas olímpicas y paralímpicas avala las conclusiones de Léséleuc, Athanasios y Marcellini, (2009), observando que cuando se trabaja con proporciones basadas en variables que estructuran la lógica interna de la cobertura mediática deportiva (número de participantes y medalla obtenidas) las cifras recabadas muestran que no hay discriminación respecto a la cobertura mediática de deportistas con discapacidad. En la lógica del tratamiento mediático deportivo, no se percibe una infrarrepresentación cuantitativa. “Si los Juegos Paralímpicos se consideran como una de las pocas oportunidades que tienen las personas con discapacidad para hacerse ver por los medios, los análisis bivariantes empleados han sido tajantes en sus resultados, y no han descubierto diferencias estadísticamente significativas entre las dos modalidades en lo referente a su media, por tanto, el tratamiento narrativo empleado en cada una de las pruebas puede concluirse como coincidente” (Sánchez y Mercado, 2011).

Como vemos entonces, la cobertura de los JJPP puede favorecer la normalización social. Sin embargo, las imágenes de los atletas paralímpicos son a menudo enmarcadas para ocultar la discapacidad a fin de que la persona se vea más capaz en el deporte (Ellis, 2009: 30). También se han cuantificado una menor presencia de discapacidades como la intelectual, la mental y la parálisis cerebral, y se dan casos de enmascaramiento de ciertas deficiencias. En cuanto a la visibilidad de elementos protésicos, la silla de ruedas aparece como un elemento paradigmático de la discapacidad, ocultando otros dispositivos. En ocasiones, los medios muestran a los deportistas paralímpicos como “superhombres en sillas de ruedas” (Goggin, 2008: 87-88).

Esta imagen es la de uno de los estereotipos descritos por Colin Barnes (1992: 12) como el del *super cripple* (el súper cojo); un estereotipo que atribuye cualidades mágicas o sobrehumanas a las personas con discapacidad. Barnes (1992:19) considera que estereotipos como este tergiversan la realidad de las PCD pero se muestra contradictorio en relación a cómo evitar los estereotipos en la representación de la discapacidad en televisión. Con frecuencia desalienta cualquier conexión entre la discapacidad física explícita y la representación social de la discapacidad. Advierte en contra de destacar la primera y también en contra de negarla u ocultarla a través de un enfoque centrado en la capacidad. Ellis recoge al respecto unas declaraciones de una atleta paralímpica reconociendo los matices de una identidad de la discapacidad que incluye lo físico en relación con los pantalones cortos que exponen su pierna amputada: “Es lo que tengo y tengo que vivir con ello, así que, ¿por qué no dejar que la gente lo vea?” (Ellies, 2009: 30).

Así, el estudio de la realización televisiva y de fotografías de PCD ayuda a entender el papel del discurso en la "construcción" de las personas con discapacidad y la de otros colectivos en riesgo de exclusión social, como son los inmigrantes (Mandell y Shaw, 1973: 353-362).

En definitiva, la representación mediática de los deportistas paralímpicos puede contribuir al proceso de normalización social, “según el lugar que les dediquen y los textos e imágenes que produzcan al respecto, los aspectos que elijan tratar o los que omitan” (Léséleuc, Athanasios y Marcellini, 2009:84). Según Thomas y Smith (2003, 176), a menudo los deportistas paralímpicos son enmarcados para ocultar la discapacidad a fin de que la persona se vea más capaz en el deporte. Hevey (1997: 213) afirma que el primer paso para ofrecer representaciones adecuadas de la discapacidad es incluir imágenes con mutilaciones y deterioro físico difíciles de ver. Según Ellis (Ellis, 2009:30) es necesario que el público se sienta incómodo con el fin de reconocer la existencia de la discapacidad en la sociedad.

3. Metodología

Vistos los resultados del análisis de las noticias que informaban en televisión de los Juegos Paralímpicos de Pekín en 2008, el objeto de estudio es ahora la tratamiento de los deportistas paralímpicos en los programas informativos en televisión fuera del marco temporal noticioso que impone la celebración de los Juegos.

En esta investigación las hipótesis de partida son:

H1: los deportistas paralímpicos no forman parte de la agenda mediática fuera de la cobertura de los Juegos.

H2: los rasgos discursivos tendentes a la estereotipación de los deportistas paralímpicos aparecen en las piezas televisivas no referidas a la celebración de los Juegos.

Los objetivos específicos de la investigación son:

1. Identificar las piezas informativas televisivas sobre deportistas paralímpicos no ligadas a la cobertura de los Juegos en las cadenas nacionales.
2. Descubrir los elementos discursivos presentes en la información televisiva que pueden contribuir al mantenimiento de los estereotipos en torno a las PCD.
3. Analizar los valores de la representación presentes en el relato a partir del tratamiento discursivo.

El Análisis de Contenido es la herramienta metodológica escogida puesto que el seguimiento de la cobertura de un tema en los medios y el análisis de su representación mediática es uno de sus principales campos de aplicación. Asimismo, la evaluación de la imagen de grupos sociales concretos es otra de las áreas de interés que trabaja esta metodología científica (Igartua, 2005: 193-195), como en nuestro caso, el de los deportistas paralímpicos. A pesar de que fue definido por Berelson (1952) como una “técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa de los contenidos manifiestos de la comunicación”, la diferencia entre análisis cuantitativo y cualitativo es débil porque los aspectos cualitativos se encuentran en toda investigación que parta de una teoría o premisa (Piñuel y Gaitán, 1995: 517-523). Así entendido, es muy propicio a nuestro objeto de estudio, por cuanto, y en palabras de Igartua y Humanes (2004: 75), “consiste en una técnica centrada en el análisis

de mensajes, por lo que puede considerarse el método por excelencia de investigación en comunicación”.

Para la aplicación del análisis de contenido es necesario definir en primer lugar la muestra objeto de análisis. En este trabajo, la búsqueda de las unidades de análisis ha sido una fase esencial y el primero de los objetivos propuestos. Comprobamos cómo los deportistas paralímpicos no forman parte de la agenda informativa de los medios ya que sólo encontramos una pieza en 2012. Dicha pieza respondía a los criterios iniciales de búsqueda con la palabra clave “paralímpico” (que no hubieran sido emitidos durante la celebración de los Juegos ni en la semana anterior o posterior) en los buscadores de las páginas web de las cadenas nacionales y en especial en las de sus programas informativos de distinta periodicidad (noticiarios y programas de reportajes). En el caso de *Informe Semanal*, *En Portada* y *Crónicas* de TVE1 se revisaron todos los programas emitidos disponibles en el archivo de la página web de TVE.

De ese modo se han localizado dos reportajes emitidos en la cadena pública, las unidades de análisis de esta investigación:

- Reportaje en el programa *Informe Semanal* titulado “Vivir sin límites” de 13 minutos de duración, ofrecido el 2 de marzo 2010 y localizado tras la revisión del contenido de todos los reportajes emitidos en el programa desde 2005.
- El perfil de la nadadora Teresa Perales emitido en el informativo de mediodía del Telediario de las 15 horas de TVE del 2 de noviembre de 2012 con motivo de la concesión a la nadadora de la Gran Cruz al Mérito Deportivo. La pieza tiene una duración de 1’10”.

Excluimos de esta muestra el programa *Paralímpicos* puesto que es producido por el Comité Paralímpico Español y se emite en el canal especializado Teledporte de RTVE en el marco del Plan ADO Paralímpico (ADOP). También descartamos contenidos sobre deporte adaptado ofrecidos en programas especializados como *El Mundo se mueve contigo* presentado por la ex deportista paralímpica Gema Hassen-Bey que se emite en La 2 desde marzo de 2010.

Teniendo en cuenta las palabras de Beth Haller (1998: 92), que afirma que “más importante que la cantidad de la cobertura del evento, es la retórica de las noticias”, identificadas las unidades de análisis, aplicamos la metodología desarrollada en el estudio sobre los Juegos Paralímpicos de 2008 en los medios españoles (Solves, 2012) estructurada del siguiente modo con el análisis cualitativo como eje central:

- Visionado de los vídeos
- Lectura y descubrimiento de temas emergentes
- Aplicación de un mapa de categorías.
- Análisis de las imágenes.
- Tratamiento e interpretación de los datos obtenidos.

3.1 Mapa de categorías

Para la elaboración del mapa de categorías que desvela los valores de representación en el discurso mediático de los paralímpicos se ha tomado como referencia la metodología establecida por Àngels Álvarez (2000), a partir de las definiciones de deporte.

El sociólogo M. García Ferrando define al deporte como “una actividad física e intelectual humana, de naturaleza competitiva y gobernada por reglas institucionalizadas” (García Ferrando, 1990: 31). Por su parte McPherson, Curtis y Loy (1989) describen al deporte moderno como una actividad física lúdica que a través de la exhibición de aspectos físicos busca el entretenimiento, la agitación y la intriga. Está institucionalizada, dirigida al éxito, racionalizada, profesionalizada, burocratizada y ha asumido un proceso de comercialización y cuantificación. Según Lagardera (1990:31), el deporte es una actividad práctica eminentemente laica, en la que los encuentros deportivos se sistematizan y se crea la noción de récord. Así, “el enfrentamiento ya no se produce únicamente entre los adversarios sino que entra a formar parte del encuentro un adversario abstracto: el tiempo”. Además, la reglamentación de la violencia, una de las aportaciones más originales y trascendentes del deporte a las sociedades contemporáneas, no sólo se institucionaliza sino que crea sus propias instituciones.

A partir de estas descripciones y rasgos surgen las distintas categorías que constituyen el mapa categorial que hemos aplicado a los distintos textos y que queda conformado por seis campos semánticos:

-El Político: hace referencia a los nexos entre deporte y política. Los gobiernos participan en la organización de la vida deportiva ya que ésta es capaz de generar bienestar, identidad grupal y prestigio a la comunidad o nación. Al mismo tiempo, la utilización del deporte como elemento de propaganda o exhibicionismo político se advierte en los Juegos Paralímpicos. Surgen las categorías: “Sentido de identidad” (como adhesión a un equipo o selección que representa la imagen de una comunidad, engloba patriotismo-nacionalismo-localismo), “Protección del orden” (manifestaciones tendentes a mantener la seguridad), “Favorecimiento de relaciones” (valor del deporte como vehículo de entendimiento y fraternidad) y “Prestigio político” (el deporte como construcción social que aporta prestigio y reconocimiento político).

-El Mítico: la raíz mágico-religiosa se descubre en el deporte hoy y así el ritual deportivo se asimila al ritual religioso, a expresiones ceremoniales que emparentan con leyendas, ídolos y símbolos. De este modo hoy el deporte se comporta como un agente de religiosidad civil al suscitar cohesión social y conciencia colectiva, tal y como lo hacía en las sociedades antiguas la religión. Las categorías que aparecen son: “Ídolos-leyendas”, como héroes o personajes legendarios con cualidades físicas o psíquicas casi sobrehumanas, que han protagonizado hazañas y que les llevan a emparentar con los mitos antiguos, la “Superstición” (relacionado con el valor de la suerte o la falta de ella) y la “Religiosidad” (corresponde a aquellos signos que expresan la creencia y el fervor religioso con relación al deporte).

-El Deportivo: comporta aquellos factores que aluden al deporte en su dimensión competitiva. Aspectos como condiciones de la competición, estado físico y psicológico del deportista, rivalidad, resultados, liderazgo, éxito, causas del resultado, estrategias, etc. Es el universo con mayor número de categorías.

Las que se aplican son: “Entretenimiento” (se enfatiza lo lúdico y la idea de disfrute), “Lo peculiar” (evoca el valor de lo raro a través de curiosidades, anécdotas...), “Ajeno al juego” (equivale a la organización deportiva. Se explican aspectos relacionados con el funcionamiento de la competición o con la organización del evento, entradas, condiciones meteorológicas ...), “Agón – Esfuerzo” (relacionado con la idea de lucha, sacrificio y sufrimiento que comporta la competición), “Estético” (se alude a la belleza de la realización deportiva), “Factor humano” (se proporcionan datos sobre la procedencia, edad, rasgos psicológicos, físicos...), “Cooperación/individualidad” (la competición como estructura en la que se mide la actuación y el rendimiento físico de un deportista frente a la de otros, ya sea de modo individual o a partir de un trabajo en equipo o colectivo), “Rivalidad” (se expresa la idea de confrontación), “Resultado” (Éxito-derrota: se subraya la retórica acerca del ganar y perder), “Proceso”: Causa/valoración, Estrategia/técnica (se esgrimen las razones de la pérdida o se analizan los aspectos que llevan a la victoria), “El mejor – Líder” (se refiere a la ubicación de un deportista, equipo o selección en la primera posición de la competición o tabla clasificatoria).

-El Mediático: En este grupo de categorías encontramos aquellas en las que se observa la presencia del medio o empresa y la del informador, ya sea de forma directa o indirecta.

En primer lugar, las “Marcas de proyección del medio” se observan teniendo en cuenta que el deporte es hoy una construcción cultural en la que intervienen con un enorme peso los medios de comunicación. Un enmarañado bastidor de relaciones de sumisión en las que sobrevuela la tesis del aprovechamiento mutuo. Estas marcas consisten en la exteriorización de líneas editoriales o ideológicas, cuestiones empresariales o profesionales. Así, se pueden describir relaciones de sinergias entre medios, cabeceras, emisoras o grupos y asimismo todas aquellas manifestaciones de autorreferencia en las que el comunicador habla de sí mismo con relación al trabajo de su cadena o de un compañero.

En segundo lugar, las marcas de “Espectacularización” o “Dramatización” que imprime de nuevo el periodista buscando una respuesta emotiva por parte del oyente. Intentar estimular lo sentimental, lo que es capaz de sacudir o afectar. Se consigue con el empleo de diferentes procesos formales como:

- Hacer prevalecer el valor de lo sorprendente o inusual.
- Elevar la menudencia a categoría de noticia.
- Someter a la información a un proceso de prolongación que afiance la intriga.
- Participar en la confección de contiendas.
- Alimentar pugnas y piques.

- Recurrir a la jerga belicosa.
- Literaturizar, novelizar, abusar de figuras retóricas y recursos literarios.
- Implicación anímica del periodista: El comunicador exterioriza sus sentimientos o estado de ánimo.
- Utilización de elementos extradieгéticos como música, efectos visuales, etc.
- Apelar a la vida privada del deportista ya sea en la propia narración del informador (voz en off) o de manera indirecta en la presencia de las historias de vida en las declaraciones (totales) de los protagonistas. Es el periodista quien selecciona los cortes que se ofrecen en el montaje de la pieza y quien provoca estas declaraciones durante la elaboración del reportaje. La vida extradeportiva, lo privado, a veces lo íntimo, es uno de los recursos narrativos más relacionados con la espectacularización de la información deportiva, y que adquiere otras connotaciones relacionadas con la estereotipación en el caso de los deportistas paralímpicos.
- El Ético: se define a la ética como la parte de la filosofía que se centra en el deber y en la moral. Por esta razón, integran este grupo aquellas categorías que manifiestan actitudes o comportamientos que se distancian de la norma y la penalización que la práctica perversa comporta (“Erosión del fair play”), que muestran el deporte como expositor de atributos positivos tales como la dedicación, el esfuerzo o la autosuperación (“Valor moral”), que aluden a las declaraciones o actitudes violentas (“Provocación-violencia”) o a la idea del triunfo, el ideal de progreso basado en la ética capitalista (“Moral del éxito”). También se estudian variables ligadas al comportamiento y a la actitud humana con relación a los valores de lo femenino y lo masculino en el ámbito deportivo (“Representación del género”).
- El Económico; el deporte es reducido a juicios economicistas que calculan el beneficio, la eficiencia, la productividad. El deportista es un trabajador más, especializado, dominado por la planificación y sometido a unas técnicas que perseveran en el máximo rendimiento. Se aplican fundamentos de racionalidad, que conllevan el contagio de una visión económica. Lo cuantitativo impera sobre lo cualitativo, y sobre la belleza de un movimiento o la perfección de una jugada. Las subcategorías son:
 - “Rendimiento”: Se atiende a coordenadas productivas, por lo que el mérito se entiende en función del rendimiento, un criterio que se cuantifica en términos de récords, goles, minutos, kilogramos, estadísticas. Productividad y racionalización al mismo tiempo.
 - “Gestión”: se relaciona con cuestiones de carácter administrativo, laborales, o burocráticas vinculadas al deporte a través de contratos, cláusulas, cesiones...
 - “Mercantilización”: se observa en la presencia de la visión comercial sobre el deporte a través de aspectos relacionados con derechos de imagen, traspasos, presupuestos, publicidad, etc.

“Tecnología, cientificismo racionalización, especialización”: se expresa una visión del cuerpo sometida a una visión instrumental, técnica, industrial, plasmada en sistemas de entrenamiento, tratamiento de lesiones, etc.

“Promoción social”: se subraya la imagen del deporte como instrumento de ascenso y movilidad socioeconómica.

3.2 Análisis visual

Para el análisis visual se seguirá el constructo teórico de Pappous (2009) en su análisis de fotografías de JJPP de Sidney (2000) y Atenas (2004). Se analiza qué se muestra y cómo se muestra.

En el primer caso, se observa si las PCD están practicando o no deporte.

-No actividad deportiva. Las personas con discapacidad (PCD) no aparecen desarrollando su disciplina deportiva, se encuentran fuera del lugar de competición o entrenamiento. Se incluyen las declaraciones de los atletas en su entorno personal (espacios de la vida cotidiana, vivienda, ciudad...).

-Práctica deportiva. Las PCD se muestran en acciones propias del desarrollo del juego o entrenamiento. Se incluyen las declaraciones de los atletas en su entorno profesional (entrenamientos, competiciones...).

Por otro lado, se analizan tipos de ángulo (frontal o normal, picado y contrapicado) y la composición para diferenciar tres variables:

- Se destaca lo adjetivo. Se señala explícitamente la discapacidad física o psíquica.

- Discapacidad no destacada. Las imágenes permiten percibir la discapacidad pero ésta no constituye el centro de impacto visual. En ocasiones, ni siquiera se percibe si no se presta atención.

- Discapacidad ‘camuflada’. Gracias al encuadre de la cámara o la posición del deportista no hay indicios de la discapacidad.

Para asegurar la fiabilidad y la validez de los instrumentos de análisis empleados y los datos obtenidos se ha realizado una triangulación de investigadores. El editor de un diario generalista de ámbito regional y un profesor doctor en Comunicación Audiovisual y cámara de televisión en activo han verificado el diseño metodológico.

Los resultados, discusión y conclusiones se recogerán en un artículo de investigación en curso.

4. Referencias bibliográficas

Álvarez Villa, A. (2000): *El discurso en el magacín deportivo radiofónico: modalidades enunciativas y valores en la representación del deporte. Análisis de los magacines deportivos Supergarcía, El Larguero, El Penalti y Radiogaceta de los Deportes*. Universitat Autònoma de Barcelona Bellaterra: Publicacions de la Universitat. Edición microfotográfica. Tesis Doctoral.

Barnes, C. (1992): *Disabling Imagery and the Media: An Exploration of the Principles for Media Representations of Disabled People*. Ryburn: Krumlin.

Barriga, J. (2008): “Imagen Social y visibilidad de la discapacidad”, en Ledesma, J. A., (ed.) *La imagen social de las personas con discapacidad*, Madrid: CERMI. pp. 15 y ss.

Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communications Research*. Nueva York: University Press.

Bogdan, R. y Taylor, S. (1989): “Relationships with Severely Disabled People: The Social Construction of Humanness”, en *Social Problems*, nº 36, pp. 135-148.

Casado, D. (2001): *Comunicación social en discapacidad. Cuestiones éticas y de estilo*. Madrid: Real Patronato sobre Discapacidad, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

Cooke, C.; Daone, L.; Morris, G. (2000): *Stop press! How the press portrays people with disabilities*. London: Scope.

Del Río, P. (1986): *La imagen de personas con deficiencias y el papel de los medios de comunicación*, Madrid: Real Patronato sobre Discapacidad.

DePauw, K. (2000): “Social-Cultural Context of Disability: Implications for Scientific Inquiry and Professional Preparation”, en *Quest*, nº 52, pp. 358-368.

DePauw, K.; Gavron, S. (1995): *Disability and sports*. Champaign Il: Human Kinetics Books.

Ellis, K. (2009): “Beyond the Aww Factor: Human interest Profiles of Paralympians and the media navigation of physical difference and social stigma”, en *Asia Pacific Media Educator*, nº 19, pp, 23-36.

Fernández Iglesias, J.L (2006): *Guía de estilo sobre discapacidad para profesionales de los medios de comunicación*. Madrid: Real Patronato sobre Discapacidad, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

Gaitán, J. A. y Piñuel, J. L. (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos*. Madrid: Editorial Síntesis.

García Ferrando, M. (1990). *Aspectos sociales del deporte. Una reflexión sociológica*. Madrid: Alianza Deporte, Consejo Superior de Deportes.

Goffman, E. (1963). *Estigma. La identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu.

Goggin, G. (2008). “Innovation and Disability”, en *M/C Journal*. Vol 11, nº 3.

Green, K. y Tanner, S. (2009): “Reporting disability”, en *Asia Pacific Media Educator*, nº 19, pp, 43-54.

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

- Haller, B. (1995): "Camera Angle and Media Representations of People with Disabilities", en *Media and Disability Interest Group, Association for Education in Journalism and Mass Communication. Annual Meeting*.
- Hardin, M. (1999): "From the Chair", en *Association of Journalism and Mass Communication Media and Disability Interest Group Newsletter*, nº 1.
- Hardin, M. (2006): "Disability and sports: (non)coverage of an athletic paradox", en Raney, A. y Bryant, J. (ed.), *Handbook of sports and Media*. pp. 577-587.
- Howe, D. (2008). "From Inside the Newsroom: Paralympic Media and the Production of Elite Disability", en *International Review for the Sociology of Sport*, nº 43(2), pp. 135-150.
- Igartua, J. J. (2004) : "Medios de comunicación de masas y discapacidad. De las representaciones audiovisuales a la difusión de representaciones sociales", en Seminario Sin Barreras:
<http://www.uch.ceu.es/sinbarreras/textos/jigartua.htm>
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Igartua, J.J. y Humanes, M. T. (2004): *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Klobas, L. (1988): *Disability drama in television and film*. Jefferson, NC: McFarland & Co.
- Lagardera, F. (1990): *Una interpretación de la cultura deportiva en torno a los orígenes del deporte contemporáneo en Cataluña*. Barcelona: Universitat de Barcelona. Tesis doctoral.
- Léséleuc, E.; Pappous, A. y Marcellini, A. (2009): "La cobertura mediática de las mujeres deportistas con discapacidad. Análisis de la prensa diaria de cuatro países europeos durante los Juegos Paralímpicos de Sidney 2000", en *Apunts. Educación física y deportes*, nº 97, p. 80-88. .
- McPherson, B.; Curtis, J. y Loy, J. (1989): *The social significance of sports: an introduction to the Sociology of Sport*. Champaign. Ill: Human Kinetics Books.
- Mendoza Laiz, N. (2007): "Tendencias de investigación en deporte y actividad física adaptada en el ámbito nacional". Málaga; 15-17, marzo, 2007, // *Conferencia Internacional sobre Deporte Adaptado*. Fundación Andalucía Olímpica, en línea: <http://www.paralimpicsport.org/cida2007/libro/2.2%20-%20Mendoza%2C%20Nuria.pdf>. Fecha de consulta 18 de octubre de 2012.
- Mercado, M. (2012): "La imagen de los Juegos Paralímpicos en la televisión", en Solves, Josep (Coord.): *Tratamiento de los Juegos Paralímpicos de 2008 en los medios españoles*, Madrid: Cinca Ediciones. Colección CERMI..

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

Pappous, A., et al. (2006): *La representación mediática de la mujer deportista discapacitada: un análisis de las imágenes publicadas en la prensa escrita española. Año 2005-2006*. Madrid: Instituto de la Mujer. Universidad de Granada.

Pappous, A., et al., (2009): “*La representación mediática del deporte adaptado a la discapacidad en los medios de comunicación*”, en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2900313>], consultado el 25 de julio de 2009.

Piñuel, J. L. y Gaitán, J.A. (1995). *Metodología general. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*. Madrid: Síntesis.

Sánchez de Amo, A. y Marqués, S. (2003): *Cómo mejorar la comunicación social sobre discapacidad*, Madrid: Real Patronato sobre Discapacidad, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

Sánchez, S. y Mercado, M. (2011): “*Narrativa audiovisual y discapacidad. Realización televisiva comparada de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Pekín 2008*”, en ZER.

Sanz Rivas, D. (2007): “*Investigación en el tenis en silla de ruedas de competición*”, *Conferencia Internacional sobre Deporte Adaptado*, Málaga: Fundación Andalucía Olímpica: <http://www.paralimpicsport.org/cida2007/libro/2.2%20Sanz%2C%20David.pdf> . Fecha de consulta 18 de octubre de 2012.

Smith, A. y Thomas, N. (2005): “*The inclusion of elite athletes with disabilities in the 2002 Manchester Commonwealth Games: an exploratory analysis of British newspaper coverage*”, en *Sport, Education and Society*, nº 10(1), pp. 49-67.

Solves, J. (Coord.) (2012): *Tratamiento de los Juegos Paralímpicos de 2008 en los medios españoles*. Madrid: Cinca Ediciones. Colección CERMI.

Thomas, N. y Smith, A. (2003). “*Preoccupied with Able-Bodiedness? An Analysis of the British Media Coverage of the 2000 Paralympics Games*”, en *Adapted Physical Activity Quarterly*, nº 20, pp. 166-181

* El presente texto forma parte de la línea de investigación del Grupo de Investigación en Discapacidad y Comunicación (GIDYC) de la Universidad CEU Cardenal Herrera, realizado en el marco de las Ayudas a la Investigación IDEAS Santander de la Universidad CEU Cardenal Herrera para el periodo 2011-2012.