

Fuente de Origen: Servimedia

Los medios deben proyectar una imagen normalizada de la discapacidad

Los alumnos del Máster asistieron el miércoles 1 de febrero a la Jornada "Imagen de las personas con discapacidad en los medios de comunicación", convocada por la Fundación Sociedad y Empresa Responsables (Seres), junto a Fundación ONCE, Fundación Repsol y Cermi. La alumna periodista Ana Belén Extremo nos informa de su contenido, acompañado de este reportaje fotográfico de sus compañeras de Máster Jaione Cia y Aima Tafur.

En la jornada "La imagen de las personas con discapacidad en los medios de comunicación", organizada por la Fundación Seres, la Fundación Repsol, la Fundación ONCE y el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (Cermi) han participado más de 70 representantes del mundo empresarial, del movimiento asociativo de la discapacidad y profesionales de la comunicación.

Esta jornada fue inaugurada por la directora general de la Fundación Seres, Ana Sainz; por el vicepresidente de la Fundación Repsol, César Gallo, y por el director general de la Fundación ONCE y consejero delegado del Grupo Fundosa, José Luis Martínez Donoso, quienes coincidieron en la necesidad de afrontar la imagen de las personas con discapacidad en los medios de comunicación como una integración real y de hacerlas visibles con normalidad en los medios.

A este encuentro también asistieron Pascual Olmos, director ejecutivo de Marketing Europa de Repsol, y Juana Manso, directora de Medios y directora de Gama de Marketing de Campofrío, quienes presentaron sendas campañas publicitarias protagonizadas por personas con discapacidad.

Otro de los ponentes en este acto fue el director general de la Asociación Española de Anunciantes, Juan Ramón Plana, que apeló tanto a los directivos de empresas anunciantes como a los de los medios de comunicación para que sean conscientes de los beneficios económicos y sociales que reportan las personas con discapacidad a una empresa.

Por su parte, Juan Antonio Ledesma, presidente de la Comisión de Imagen Social de la Discapacidad del Cermi, fue el presentador del Decálogo de un uso adecuado de la imagen social de las personas con discapacidad, cuyo objetivo es lograr "visibilizar a las personas con discapacidad y hacerlo por el camino de la normalización".

Además, aludió al Comité de Apoyo a la Imagen Social de las personas con discapacidad en los medios, compuesto por un total de 33 entidades del ámbito de la comunicación, el cine y la producción audiovisual, y brindó a los medios y a las empresas el apoyo de este Comité cuando necesiten abordar cualquier campaña o comunicación relacionada con la discapacidad.

En este sentido, Olmos explicó que Repsol puso en marcha en el 2005 su política de "Innovación Social", luego integrada en la RSC de la empresa, con la filosofía de que "la cohesión social es un bien en sí misma" y enfatizó la concienciación y sensibilización interna: "la gente valora más lo que tiene y esto repercute en el ambiente de trabajo, lo que redundará en la competitividad".

Por último, Leonor Lidón, de Fundación ONCE, comparó varios enfoques en la presentación de la imagen partiendo de la Convención de los Derechos de las Personas con Discapacidad de la ONU, y recordó que los medios de comunicación son un “aliado clave” en la transmisión de los valores de igualdad, dignidad y solidaridad.

