

Este documento es una versión postprint de:

López Sánchez, G. (2021). La prensa digital, el SEO, y la imagen de los españoles con discapacidad. En S. Olivero, A.J. Martínez (coords.), *Identidades, segregación, vulnerabilidad. ¿Hacia la construcción de sociedades inclusivas? Un reto pluridisciplinar* (2226-2241). Dykinson

LA PRENSA DIGITAL, EL SEO Y LA IMAGEN DE LOS ESPAÑOLES CON DISCAPACIDAD

GEMA LÓPEZ-SÁNCHEZ

Universidad Carlos III de Madrid

1. INTRODUCCIÓN

De acuerdo con el Informe Olivenza 2017, sobre la situación general de la discapacidad en España (Huete y Jiménez, 2017), cerca de 1.774.800 personas en nuestro país —el 5,9% de la población nacional— tienen algún tipo de discapacidad. Este colectivo es susceptible de formar parte del conjunto de audiencias de los medios de comunicación, así como de convertirse en protagonista de las informaciones que estos compartan.

Este estudio analiza el estado actual en el que se encuentra la representación mediática de la discapacidad, con el objetivo de determinar si los medios de comunicación analizados difunden una imagen estereotipada o discriminatoria de este colectivo, que pueda afectar a sus relaciones con otros miembros de la sociedad.

En concreto, se ha puesto el foco en la prensa digital española. El estudio “Accesibilidad de los Principales Medios Digitales de Comunicación”, publicado por el Observatorio de Accesibilidad TIC (OATIC, 2016; p. 111) indica que “la prensa es el medio de comunicación más consumido por Internet por parte de las personas con discapacidad”. A través de una encuesta realizada a 412 personas con diversas discapacidades se mostró que el 78,7% de los encuestados había accedido a la prensa por Internet en el mes del estudio.

La Organización Mundial de la Salud (OMS), define la discapacidad como “un fenómeno complejo que refleja una relación estrecha y al límite entre las características del ser humano y las características del

entorno en donde vive”¹. Esta definición muestra la discapacidad no solo como una condición de salud propia de la persona, sino como el resultado de la interacción entre las limitaciones humanas y el contexto social en el que se desenvuelven.

Si el contexto social viene predeterminado por los diferentes tipos de relaciones humanas, y dichas relaciones pueden verse afectadas por la capacidad persuasiva de los medios de comunicación, es posible deducir que los medios de comunicación tienen el poder de potenciar o disminuir la discapacidad de una persona, afectando, por ende, a su calidad de vida.

Teniendo estas consideraciones en cuenta, la investigación analiza de qué modo la prensa digital representa a este colectivo, y si el tratamiento que recibe se puede considerar normalizado con respecto al utilizado para informar de los hechos que involucran a personas sin discapacidad. Este estudio es la continuación de una investigación realizada entre los meses de abril y mayo del año 2019 (López-Sánchez, Utray y Ruiz; 2020) basada en trabajos previos como el de Pablo del Río sobre la representación en diferentes medios de comunicación españoles en el año 1986.

Los resultados de esta investigación también pueden servir como referencia para los profesionales de la comunicación mediática, así como a instituciones y asociaciones, en la redacción de futuras guías de estilo y de buenas prácticas para el tratamiento de la discapacidad en la elaboración de contenidos informativos.

“Concebimos sociedades de la información y la comunicación que sean incluyentes, fundadas en la dignidad humana, los derechos humanos y el diálogo intercultural para el avance de la paz mundial, en un ambiente libre de la violencia y el odio... Sociedades donde cada ciudadano/a tenga la oportunidad no solo de acceder a la información, sino también de producirla y ejercer su creatividad. Sociedades que movilicen la solidaridad global para superar las inequidades sociales y geográficas y contribuyan

¹ Definición sobre discapacidad en el apartado de Temas de Salud de la página web en español de la Organización Mundial de la Salud (OMS). Disponible en <https://www.who.int/topics/disabilities/es/>

a una distribución más equitativa de los recursos tecnológicos e informativos” (Burch, 2003; p. 170).

2. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

2.1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

- Comprobar si la investigación mediante análisis de contenido a través del buscador de Google es válida para determinar el grado de cumplimiento de la prensa digital española respecto a los códigos deontológicos (AIPET, 1994; FELAP, 1979; Quesada, 1995; RTNDA, 2000; RTVE, 1981; La Vanguardia, 1986; Washington Post, 1999) y con la “Guía de estilo sobre discapacidad para profesionales de la comunicación” (Hernández y Peñas, 2019).
- Analizar la representación de las diferentes discapacidades y estudiar qué tipo de cobertura mediática se hace de cada una.
- Estudiar las diferencias entre medios nacionales y medios locales/regionales en el tratamiento de la discapacidad como tema informativo y comprobar en qué secciones y géneros periodísticos es posible encontrar estas informaciones.

En definitiva, esta investigación establece un perfil que relaciona a la prensa española con la representación del colectivo de personas con discapacidad.

2.2. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

La hipótesis de partida es que el término de búsqueda que se utilice para encontrar noticias sobre personas con discapacidad en Google determinará que dichas informaciones cumplan o no las normas de las guías de estilo. Para verificar esta hipótesis, se ha buscado el término ‘discapacidad’ y el término ‘minusvalía’ y se ha analizado el grado de cumplimiento de las normas de estilo en una muestra de cien noticias publicadas en periódicos digitales.

La segunda hipótesis, más centrada en el estatus de la noticia –conferido según su categorización en las secciones del periódico– establece que la sección en la que predomina esta información es la correspondiente a sociedad.

La tercera hipótesis plantea que los medios locales y regionales publican más noticias sobre discapacidad que los nacionales.

3. METODOLOGÍA

Con la revisión documental como referencia y fuente de consulta constante, el grueso del trabajo se ha referido a un análisis de contenido cuya herramienta principal ha sido el buscador de Google, cuya validez para aportar resultados estadísticamente representativos se pone a prueba en el presente estudio. El periodo de tiempo abarcado ha sido el mes de febrero del año 2020. Si bien es cierto que el algoritmo de Google también ha presentado noticias anteriores a dichos meses, se trata de datos aislados.

Google es la página web más popular y el motor de búsqueda más utilizado a nivel mundial. Según los datos de la consultora Net Market Share correspondientes al año 2020, Google supera con creces la mayoría absoluta en el mercado de navegadores online gracias al 70,19% que disfruta Chrome, en comparación con el 4,53% de Internet Explorer o el 7,58% de Firefox². Esta es la razón por la que se ha utilizado este navegador y no otros. En aras de evitar la influencia del llamado efecto de la “burbuja de filtro” (Pariser, 2011) —por el cual los algoritmos de los sitios web y las cookies proporcionan contenido personalizado a cada usuario—, para este estudio se utilizó un ordenador nuevo al que se le instaló Google Chrome.

El siguiente paso ha consistido en analizar cien noticias sobre discapacidad publicadas en la prensa española, posicionadas en el buscador de Google en función de su popularidad (mayor número de búsquedas de

² Net Market Share. (2020) Browser Market Share. <https://cutt.ly/LbcbDp1>

los usuarios). Estas noticias se han seleccionado y categorizado en función de los siguientes criterios, conforme a los cuales se ha creado una tabla de indicadores:

TABLA 1. *Tabla de indicadores. Fuente: Elaboración propia*

<i>Medio emisor</i>	<i>Para averiguar si los periódicos digitales con más noticias sobre discapacidad son también aquellos con un mayor número de lectores.</i>
<i>Género periodístico</i>	<i>Se han categorizado las noticias en géneros informativos (información y reportaje objetivo), géneros interpretativos (reportaje interpretativo y crónica) y géneros de opinión (artículo o comentario).</i>
<i>Tipo de público</i>	<i>División entre prensa generalista y especializada/temática.</i>
<i>Amplitud geográfica</i>	<i>Diferenciación entre prensa nacional, prensa local y secciones o suplementos locales dentro de tiradas nacionales.</i>
<i>Sección</i>	<i>Cuantificación de las secciones en las que se publican más noticias sobre discapacidad.</i>
<i>Fuente</i>	<i>Para estudiar de dónde proviene la información sobre discapacidad.</i>
<i>Tipo de discapacidad</i>	<i>Se ha acotado la clasificación en discapacidades físicas, sensoriales intelectuales³, psicosociales, enfermedad mental⁴ o "no indicado".</i>
<i>Discapacidad predominante</i>	<i>En aras de conocer cuál es la discapacidad más mediática en prensa digital.</i>
<i>Número de protagonistas</i>	<i>Se pretende comprobar el número de noticias que tienen un protagonista colectivo o uno individual, que puede o no ser utilizado</i>

³ El Real Decreto 1972/1999, de 23 de diciembre, de procedimiento para el reconocimiento, declaración y calificación del grado de minusvalía. Dicho texto legislativo divide los tipos de discapacidades en tres grupos: discapacidades físicas, intelectuales y sensoriales (visual y auditiva).

⁴ Desde 2008, la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de la Organización de las Naciones Unidas reconoció a las personas con discapacidad mental o psicosocial.

	<i>como personaje representante de su discapacidad (Cebrián-Herreros, 2010; p.5).</i>
<i>Género de los protagonistas</i>	<i>Referido al sexo biológico tradicional: masculino y femenino.</i>
<i>Enfoque</i>	<i>Se ha analizado la dualidad entre las noticias con enfoque positivo y negativo, además de los teletipos de carácter neutro. La cuarta categoría será el punto de vista reivindicativo.</i>
<i>Nivel de cumplimiento de la “Guía de estilo sobre discapacidad para profesionales de la comunicación” (Hernández y Peñas, 2019)</i>	<i>Se ha elegido utilizar este manual como un referente por ser el más reciente en su materia de los publicados en España.</i>
<i>Término buscado</i>	<i>Se han buscado los términos ‘discapacidad’ y ‘minusvalía’ para determinar de qué manera el algoritmo de Google asimila la palabra buscada y cómo afecta esto al tratamiento que hacen de la discapacidad las informaciones mostradas.</i>

Fuente: elaboración propia

Estos indicadores han servido para la categorización de las noticias. Los resultados derivados de esta segunda fase de la investigación han sido debatidos y contrastados con personalidades del mundo de la comunicación relacionados con entidades afines al colectivo de personas con discapacidad.

4. RESULTADOS

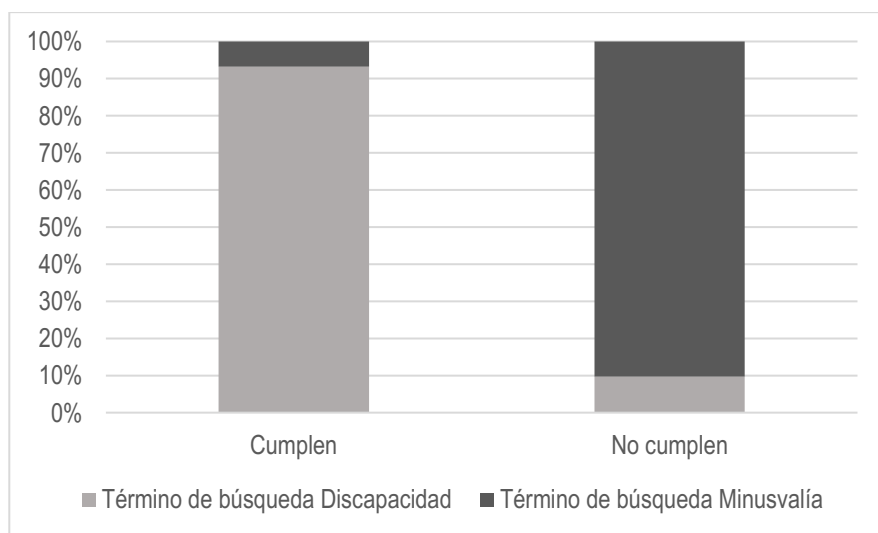
Los resultados no son estadísticamente concluyentes, pero sí son representativos en cuanto a que permiten elaborar una aproximación al tipo de información obtenida por los receptores/lectores que busquen datos en la prensa digital.

En primer lugar, se ha respaldado la hipótesis de partida de que el término de búsqueda que se utilice para encontrar noticias sobre personas con discapacidad en Google determinará que dichas informaciones cumplan o no las normas de las guías de estilo. Coincide que las informaciones que no cumplen las normas de la “Guía de estilo sobre discapacidad para profesionales de la comunicación” (Hernández y Peñas,

2019), y que son el 41,8% de la muestra, han sido mayoritariamente encontradas buscando el término ‘minusvalía’. Así pues, de las 59 informaciones que se han encontrado buscando el término ‘discapacidad’, 55 cumplían con la guía de estilo; y de las 41 informaciones que se han encontrado buscando el término ‘minusvalía’, 37 no cumplían con la guía.

De acuerdo con la guía, la utilización de esta palabra y sus derivados no se recomienda al considerarse discriminatoria y, por tanto, es tomada como un incumplimiento (ibid.; 64). También se cometen faltas relacionadas con la utilización de estereotipos —la persona con discapacidad con una imagen heroica (ibid. p.13) o, su contrario, la persona con discapacidad como representación del sufrimiento— o la búsqueda del sensacionalismo a través de representaciones dramáticas (ibid. p.62).

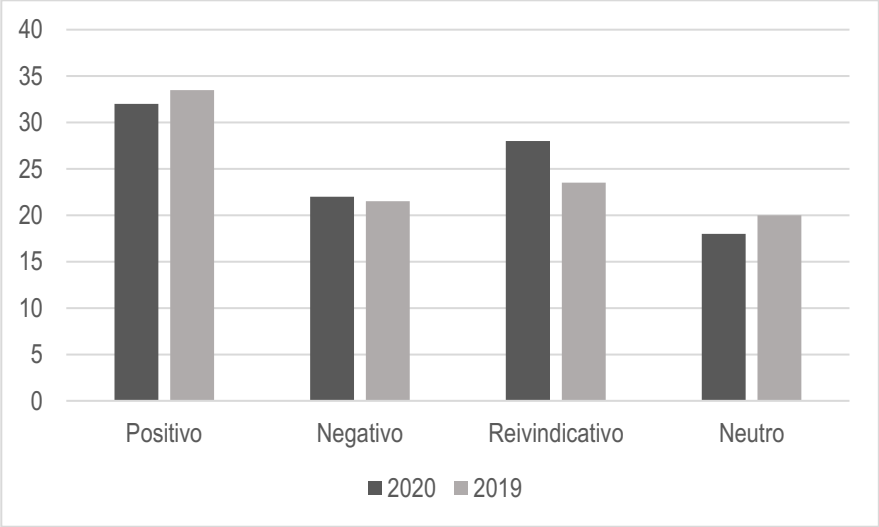
GRÁFICO 1. Número de informaciones analizadas que cumplen la guía.



Fuente: elaboración propia

Al igual que en la primera investigación de 2019, los resultados han mostrado que la mayoría de las informaciones sobre discapacidad analizadas tienen un carácter positivo.

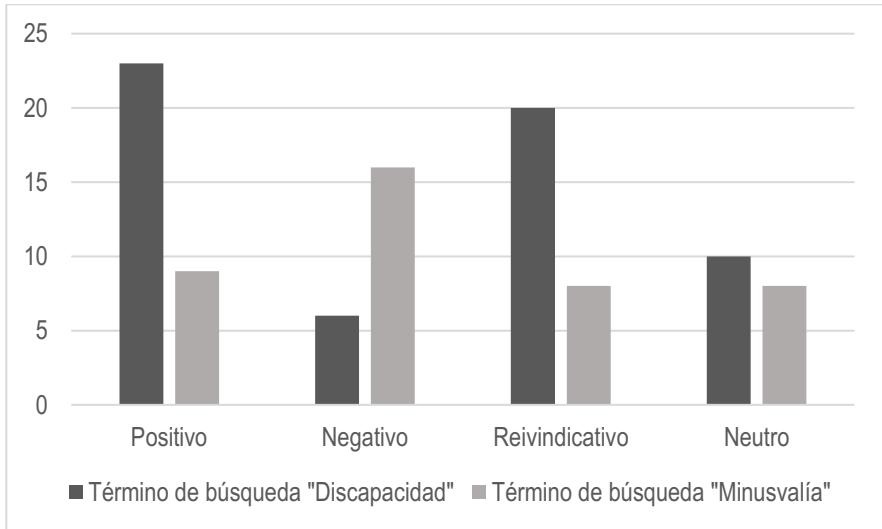
GRÁFICO 2. Tono de las informaciones analizadas en 2020 frente a 2019.



Fuente: elaboración propia

Existen diferencias entre el tono de las informaciones si han sido encontradas buscando el término ‘discapacidad’ o el término ‘minusvalía’, pues las noticias que se han recopilado buscando ‘discapacidad’ son mayoritariamente positivas y reivindicativas; mientras que las encontradas con el concepto ‘minusvalía’ son predominantemente negativas.

GRÁFICO 3. Tono de las informaciones analizadas en utilizando los términos de búsqueda “Discapacidad” y “Minusvalía”.



Fuente: elaboración propia

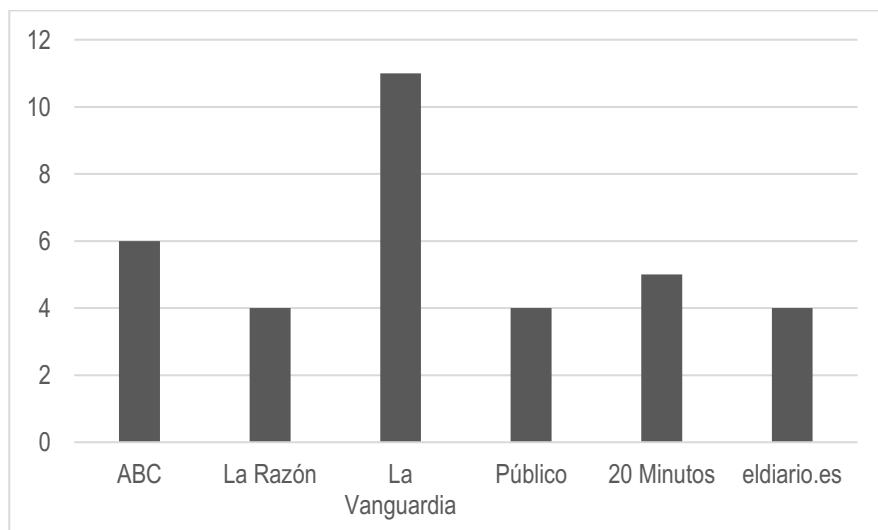
Por otro lado, en cuanto al análisis de las fuentes principales de las informaciones, el 49% provienen de notas de prensa y actos organizados por entidades directamente relacionadas con la discapacidad. Dentro de estas instituciones, la que ha contado con más contenidos relacionados ha sido COCEMFE (10 noticias), seguido del CERMI (7 noticias), la ONCE (5 noticias), APADIS (5 noticias) y Plena Inclusión (4 noticias). Asimismo, se incluyen otras asociaciones y organizaciones que operan en el ámbito local y que son mencionadas por los medios locales y regionales.

Las agencias de noticias también son fuente de contenidos sobre discapacidad para prensa local y nacional. El 21% de las informaciones proviene de las agencias EFE (16 noticias) y Europa Press (9 noticias); y el 5% de las agencias especializadas Servimedia y Vidas insuperables.

Centrándonos en los propios medios que comparten las informaciones, los diarios analizados con un mayor número de noticias sobre discapa-

ciudad son La Vanguardia, ABC, 20 Minutos y, en igual medida, La Razón, Público y eldiario.es. De estos medios, La Vanguardia, 20 Minutos y ABC, coinciden con los datos del estudio del año 2019.

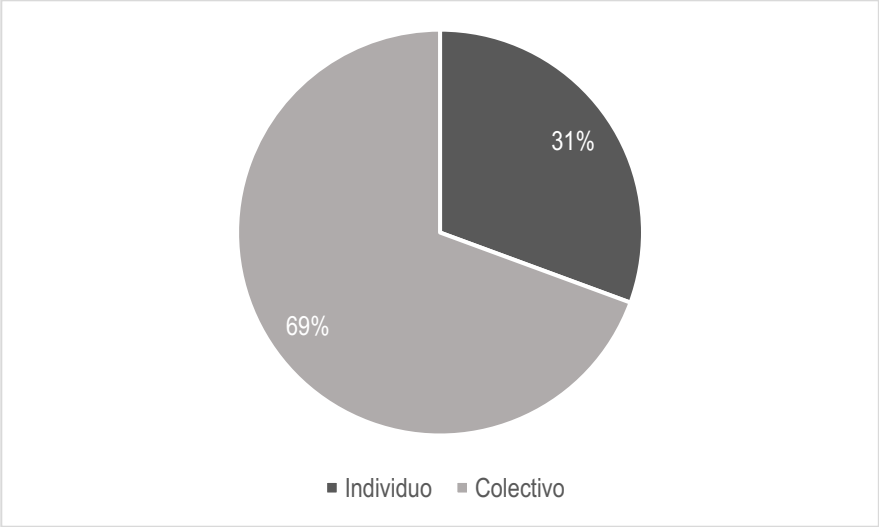
GRÁFICO 4. *Diarios de la muestra con mayor número de noticias sobre discapacidad posicionadas en SEO y SEM.*



Fuente: elaboración propia

La mayoría de las noticias sobre discapacidad (69%) se refieren a colectivos de discapacidad — en general o discapacidades concretas— y a sus actos, movimientos o reivindicaciones. El 31% de las noticias sobre discapacidad tienen a individuos como protagonistas, de las cuales dos informaciones utilizan al individuo como un ‘representante’ de su discapacidad para ponerle cara a una problemática colectiva.

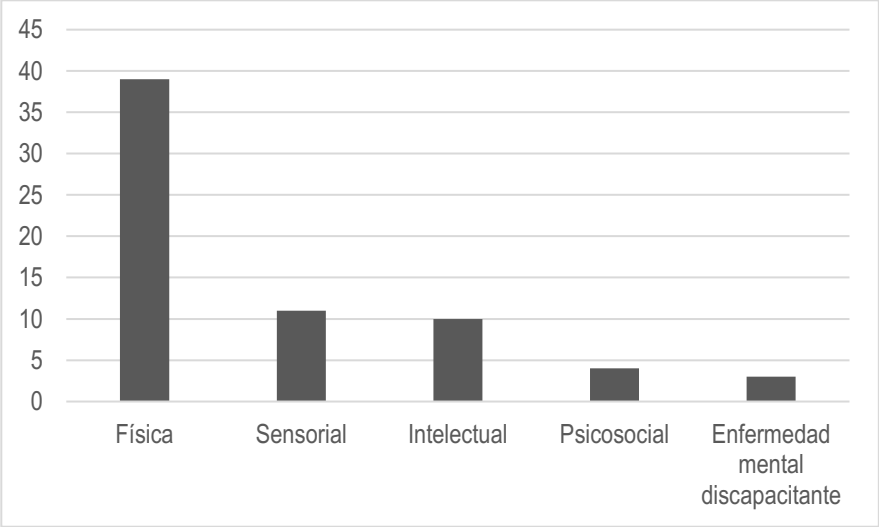
GRÁFICO 5. Número de protagonistas de las informaciones analizadas.



Fuente: elaboración propia

En cuanto al tipo de discapacidad representada, en el 44% de las informaciones no se especifica, sino que las noticias se refieren a la ‘discapacidad’ como concepto general. En las noticias en las que sí se especifica el tipo de discapacidad, la mayoría de las discapacidades representadas son de tipo físico (58,2%), seguido de la discapacidad sensorial —sordera, ceguera y sordoceguera— (16,4%), intelectual (14,9%), psicosocial (6%) y enfermedad mental discapacitante (4,5%). Estos datos contrastan con los de 2019, en los que el tipo de discapacidad más abordada por las noticias analizadas había sido la discapacidad intelectual. El estudio de abril y mayo de 2019 coincidió con un contexto social puntual (primeras elecciones en las que las personas con discapacidad intelectual podían votar) que pudo haber alterado los datos ofrecidos y haberles restado representatividad.

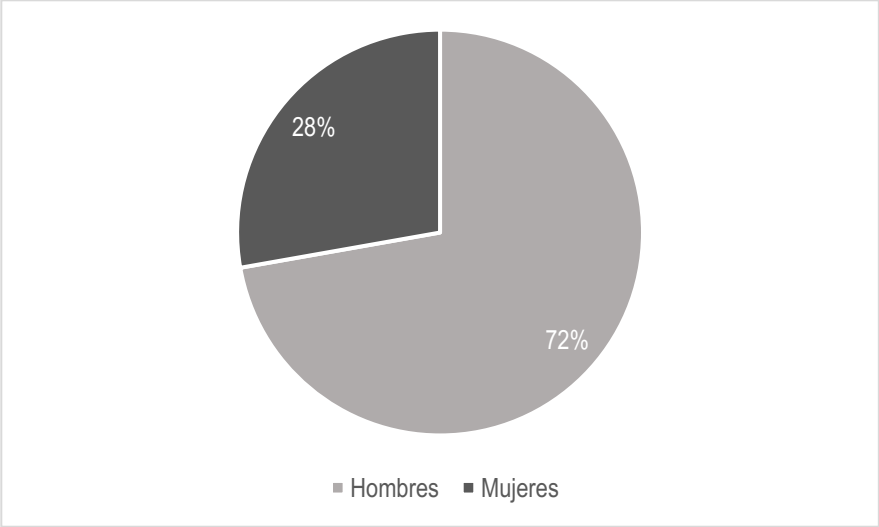
GRÁFICO 6. Tipos de discapacidades más nombradas en las informaciones analizadas.



Fuente: elaboración propia

La tendencia a referirse a la discapacidad como un concepto general despersonalizado afecta a que en la mayoría de las noticias (el 64%) no se indique el género de los protagonistas, pero en las que se indica, se revela la existencia de una brecha de género en la representación de las mujeres con respecto a los hombres. Aproximadamente 3 de cada 4 informaciones en las que se menciona el género de las personas participantes, tienen a hombres como protagonistas. Dentro del cuarto restante protagonizado por mujeres hay noticias relacionadas con actos de protagonismo colectivo que reivindican la presencia de la mujer con discapacidad. Ninguna de estas informaciones hace referencia a otras identidades de género ni al LGTBI.

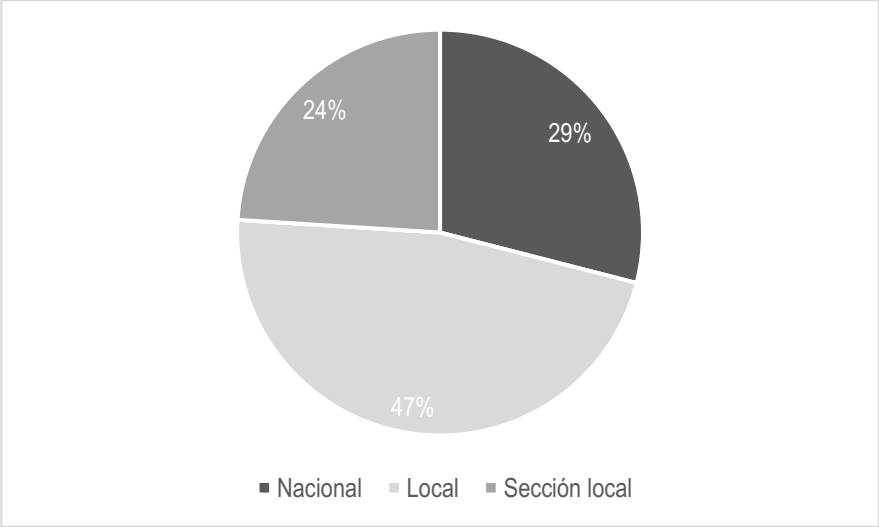
GRÁFICO 7. *Sexo de los protagonistas de las informaciones sobre discapacidad.*



Fuente: elaboración propia

También se ha confirmado la hipótesis de que los periódicos nacionales son los que publican menos noticias sobre discapacidad. La prensa digital local y los suplementos locales de la ‘gran prensa’ —la que presenta un mayor índice de lectores— son los más concienciados con la elaboración de noticias de índole social, entre las que se encuentran aquellas sobre discapacidad, aunando el 71% de las informaciones analizadas. Asimismo, el 87% de las noticias analizadas provenían de medios generalistas y el 13% de medios especializados.

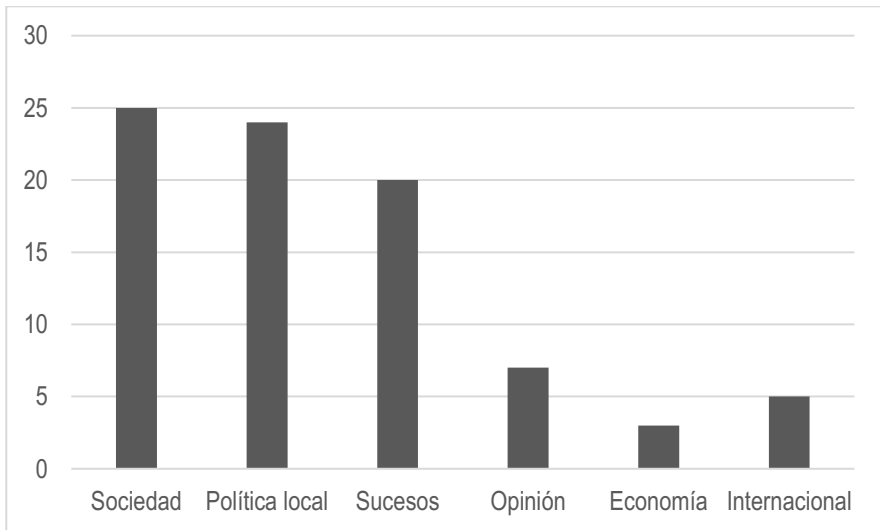
GRÁFICO 8. *Ámbito geográfico de los medios analizados.*



Fuente: elaboración propia

Por otro lado —obviando las secciones locales, que se incluyen en el punto anterior—, se confirma la hipótesis de que la sección generalista que más noticias sobre discapacidad aglutina es la de sociedad, seguida por política social y sucesos.

GRÁFICO 9. Secciones en las que aparece representada la discapacidad.



Fuente: elaboración propia

También se ha comprobado que el género periodístico predominante en el trato de la información sobre discapacidad es la noticia. El 77% de la información proveniente de los medios de prensa digital analizados eran noticias, seguidas de un 14% de géneros interpretativos (reportaje interpretativo, crónica y entrevistas) y un 9% de opinión (cartas de los lectores y artículos de opinión). Este dato concuerda con el estudio de 2019 y con el presentado por el “Informe Anual de la Profesión Periodística 2018” de la Asociación de Prensa de Madrid, que expone que los contenidos más demandados para los periodistas son las noticias y lo reportajes, seguidos de entrevistas y dejando, en último lugar, artículos de opinión (Hernández y Palacio-Llanos, 2018; p.17).

6. CONCLUSIONES

Se ha comprobado que la investigación mediante análisis de contenido a través del buscador de Google no es válida para determinar el estado de la representación de las personas con discapacidad. Tal y como expone la hipótesis de partida de este estudio, el término de búsqueda que se utilice para encontrar noticias sobre personas con discapacidad en

Google determinará que dichas informaciones cumplan o no las normas de las guías de estilo, y que tengan un tono positivo o negativo. Así, si se busca la palabra ‘discapacidad’ se encontrarán más informaciones que cumplan con las guías y que aporten un discurso positivo o reivindicativo sobre la discapacidad, mientras que si el término de búsqueda es ‘minusvalía’, se encontrarán noticias que no cumplan con la guía y tengan un cariz negativo.

El tipo de discapacidad que más ha aparecido en prensa en el periodo de tiempo estudiado ha sido la física, en contraposición con los datos de 2019, en los que era la intelectual coincidiendo con un contexto social puntual (las primeras elecciones en las que este colectivo pudo votar) que alteró los datos y les restó representatividad. Por otro lado, la enfermedad mental discapacitante es la menos representada, siendo mencionada en el 4,5% de las informaciones. Además, la cobertura mediática de la discapacidad suele tener a protagonistas colectivos, y la protagonizada por individuos presenta una brecha de género en la que tres de cada cuatro noticias tienen como protagonistas a hombres, sin representación LGTBI. Pocas informaciones tienen a protagonistas individuales, y en estos casos, aparecen para convertirse en representantes de su discapacidad o para protagonizar noticias relacionadas con sucesos.

Por último, se ha confirmado la hipótesis de que los periódicos nacionales son los que publican menos noticias sobre discapacidad. La prensa digital local y los suplementos locales de prensa nacional son los más concienciados con la elaboración de noticias sobre discapacidad. Las informaciones sobre discapacidad forman parte de la prensa digital local o de secciones locales de medios nacionales en el 77% de los casos, pertenecen mayoritariamente al género de la noticia y se engloban en la sección de sociedad, seguida de la de política local y sucesos.

8. REFERENCIAS

Huete, A. y Jiménez, A. (2018) Informe Olivenza 2017 sobre la situación general de la discapacidad en España, Observatorio Estatal de la Discapacidad.

- OATIC (2016). Accesibilidad de los Principales Medios Digitales de Comunicación. Observatorio Accesibilidad TIC. Discapnet. pp. 109—111.
- López-Sánchez, G., Utray, F. y Ruiz-Mezcua, B. (2020) Representación de la discapacidad en la prensa digital española. *Revista Española de la Discapacidad*. 8 (2). 33-35. DOI: <https://doi.org/10.5569/2340-5104.08.02.02>.
- Del Río-Pereda, P. (1986) “La imagen de las personas con deficiencias y el papel de los medios de comunicación”. FUNDESCO, pp. 11-98. M63.22.40.
- Burch, S. (2003). “Contribution on Common Vision and Key Principles for the Declaration”, Grupo de Trabajo de la Sociedad Civil sobre Contenidos y Temas, II Prepcom de la CMSI, 25 de febrero 2003; en “Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información: visiones enfrentadas”. Iberoamericana. América Latina, España, Portugal: Ensayos sobre letras, historia y sociedad. Notas. Reseñas iberoamericanas, ISSN 1577-3388, n. 10, pp. 170—176.
- AIPET. (1994) “Normas de Ética y Deontología Profesional”. Asociación Iberoamericana de Periodistas Especializados y Técnicos. Medellín, Colombia; Apartado 1, sección f), en Pérez-Fuentes, J. C. (2004) *Ética periodística. Principios, códigos deontológicos y normas complementarias*. España, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, pp. 34—38. ISBN-13: 978-8483735947
- FELAP. (1990) “Código latinoamericano de ética periodística”. Federación Latinoamericana de Periodistas. Cuadernos de Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, nº10, en Pérez-Fuentes, J. C. (2004) *Ética periodística. Principios, códigos deontológicos y normas complementarias*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. 30—33. ISBN-13: 978-8483735947.
- Quesada, E. (1995) “Deontología profesional del periodista especializado y técnico”, en Bonete Perales, E. (1995) *Éticas de la información y deontologías del periodismo*. Madrid, España: Tecnos. 276 – 279. ISBN: 84-309-2620-8.
- RTNDA. (2000) Estados Unidos: Código de ética y de conducta profesional. Asociación de Directores de Informativos de Radio y Televisión. Estados Unidos. Apartado 1, sección, en Pérez-Fuentes, J. C. (2004) *Ética periodística. Principios, códigos deontológicos y normas complementarias*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. Pág. 101—104. ISBN-13: 978-8483735947.
- RTVE. (1981) “Principios básicos y líneas generales de la programación de los Medios dependientes del Ente Público RTVE”. España; Apartado 1, sección a),

en Pérez-Fuentes, J. C. (2004) *Ética periodística. Principios, códigos deontológicos y normas complementarias*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. 248—257. ISBN-13: 978-8483735947.

La Vanguardia (1986) “Libro de redacción”. Barcelona, España: La Vanguardia; Apartado 1.3 en Pérez-Fuentes, J. C. (2004) *Ética periodística. Principios, códigos deontológicos y normas complementarias*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. 238—241. ISBN-13: 978-8483735947.

Washington Post. (1999) “Standards and ethics”. Estados Unidos: Washington Post; Apartado 10), en Pérez-Fuentes, J. C. (2004) *Ética periodística. Principios, códigos deontológicos y normas complementarias*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. 273—278. ISBN-13: 978-8483735947.

Hernández, P. y Peñas, E. (2019) *Guía de estilo sobre discapacidad para profesionales de la comunicación*. Real Patronato sobre Discapacidad. Madrid.

Pariser, E. (2011) *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. London: Penguin UK. ISBN-13: 978-0241954522.

Hernández, R. y Palacio-Llanos, L. (2018) *Informe anual de la profesión periodística 2018*. Asociación de la Prensa de Madrid. ISSN: 2171-2824.