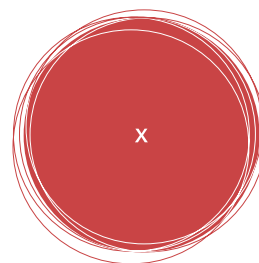




GUÍA DE LINGUAXE INCLUSIVA

XORNALISMO COLABORATIVO E
TRANSMEDIÁTICO CONTRA A
DISCRIMINACIÓN SOCIAL



**COLEXIO
PROFESIONAL
DE XORNALISTAS
DE GALICIA**

Guía para o emprego dunha linguaxe inclusiva

Elaboración: Alumnos da Materia de «Redacción Informativa». 1º Xornalismo. Facultade Ciencias da Comunicación USC

Proxecto dos profesores Xosé López e José Casás, do grupo de investigación Novos Medios, da Facultade de Ciencias da Comunicación da Universidade de Santiago de Compostela, en colaboración co Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia e co grupo de investigación Esculca, da Facultade de Ciencias da Educación da Universidade de Santiago de Compostela.

PRESENTACIÓN

O proxecto de Innovación Educativa de Aprendizaxe-Servizo “Xornalismo colaborativo e transmediático contra a discriminación social”, que se leva adiante na materia Redacción Informativa, no grao en Xornalismo e no dobre grao en Xornalismo e en Comunicación Audiovisual, na Facultade de Ciencias da Comunicación de Santiago, busca aplicar unha metodoloxía educativa que integre os procesos de Aprendizaxe coa realización de tarefas de Servizo á comunidade xornalística e aos comunicadores en xeral. Trátase dunha iniciativa que, coordinada polos profesores Xosé López e José Casás, busca implicar aos alumnos no emprego das linguaxes inclusivas e no combate do emprego de linguaxes discriminatorios.

No taller que se desenvolve ao longo do segundo semestre do curso, alumnos e profesores aplicarán recursos que permitan a elaboración dunha breve guía con recomendacións básicas para o cultivo dun xornalismo galego inclusivo. Este blog será a principal canle de difusión dos traballos e dos resultados do proxecto.

A iniciativa, que conta coa colaboración do Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia, ten como guía de referencia o blog de Nacho Mirás (<https://rabudo2.wordpress.com/>), xornalista falecido prematuramente e que foi profesor desta Facultade de Ciencias da Comunicación, onde agora hai un aula que leva o seu nome, na que se realizará este obradoiro.

Nacho Mirás coidou o emprego de linguaxes inclusivas nas súas pezas e foi un puntal no combate de todo tipo de discriminación. Esta iniciativa quere ser unha homenaxe ao noso compañeiro para, modestamente, dar continuidade ao seu traballo docente.

Anímate e participa. Este é un proxecto aberto e colaborativo que busca integrar os procesos de aprendizaxe e servizo. Súbete ao carro do xornalismo inclusivo.

1. Linguaxe non sexista	6
1.1. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo.....	6
1.2. Como mellorar os tratamento informativo sobre o colectivo.....	7
1.3. Terminoloxía.....	8
1.4. Fontes consultadas.....	13
2. Infancia	15
2.1. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo	15
2.1.1. <i>Como tratar aos nenos e nenas nas noticias</i>	<i>15</i>
2.1.2. <i>Como tratar a información dirixida a nenos e nenas.....</i>	<i>15</i>
2.1.3. <i>Que convén saber á hora de informar aos nenos e nenas.....</i>	<i>16</i>
2.1.4. <i>Que pode facer un xornalista en relación co traballo infantil?.....</i>	<i>16</i>
2.1.5. <i>Como visibilizar o traballo infantil?</i>	<i>16</i>
2.1.6. <i>A que dificultades se enfronta a cobertura xornalística sobre traballo infantil son:</i>	<i>17</i>
2.1.7. <i>Que aspectos deberían contemplarse na difusión de información sobre o traballo infantil?.....</i>	<i>17</i>
2.2. Como mellorar o tratamento informativo sobre ao colectivo	18
2.2.1. <i>Que fontes de información debo consultar para lograr unha cobertura equilibrada dos temas da infancia?</i>	<i>18</i>
2.2.2. <i>Cal é o marco legal deste asunto?.....</i>	<i>18</i>
2.2.3. <i>Que precaucións adicionais se deben tomar cando se trata de entrevistar a menores ou revelar a súa identidade?.....</i>	<i>19</i>
2.2.4. <i>Cales son as pautas para dar un enfoque de dereito ás noticias?.....</i>	<i>19</i>
2.2.5. <i>Como deben cubrirse os casos vencellados a adolescentes en conflito coa lei?</i>	<i>20</i>
2.2.6. <i>Como deben cubrirse os casos relacionados con maltrato infantil?.....</i>	<i>20</i>
2.2.7. <i>Como tratar o tema do traballo infantil?.....</i>	<i>20</i>
2.2.8. <i>Como tratar o tema da explotación sexual infantil?</i>	<i>21</i>
2.3. Terminoloxía.....	22
2.4. Fontes consultadas.....	24
3. Persoas maiores	26
3.1. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo	27
3.2. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo.....	27
3.3. Terminoloxía.....	28
3.4. Fontes consultadas.....	29
4. Pobreza	31
4.1. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo	31
4.2. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo.....	33
4.2.1. <i>Que non hai que facer ou O perfil do “pobre”</i>	<i>33</i>
4.2.2. <i>Que si hai que facer: dar visibilidade</i>	<i>35</i>
4.3. Terminoloxía.....	38
4.4. Fontes consultadas.....	40
5. Emprego.....	42
5.1. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo	42

5.2. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo.....	45
5.3. Terminoloxía.....	48
5.4. Fontes consultadas.....	49
6. Catástrofes e emerxencias.....	51
6.1. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo.....	51
6.2. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo.....	52
6.3. Terminoloxía.....	53
6.3. Casos a estudar.....	54
6.5. Fontes consultadas.....	55
7. Comunidade LGBTQI	57
7.1. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo.....	57
7.2. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo.....	58
7.4. Terminoloxía.....	60
7.4. Fontes consultadas.....	62
8.Cooperación Internacional.....	64
8.1. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo.....	64
8.2. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo.....	65
8.3. Terminoloxía.....	66
8.4. Contacto coa Asociación Faraxa.....	67
8.5. Fontes consultadas.....	68
9. Comercio Xusto.....	70
9.1. Introducción.....	70
9.2. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo.....	70
9.3. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo.....	71
9.4. Terminoloxía.....	73
9.5. Fontes consultadas.....	74
10. Medio Ambiente	76
10.1. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo.....	76
10.2. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo.....	76
10.3. Terminoloxía.....	77
10.4. Fontes consultadas.....	78
11. Persoas migrantes.....	81
11.1. Definición do colectivo.....	81
11.2. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo.....	82
11.3. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo.....	84
11.4. Terminoloxía.....	85
11.5. Fontes consultadas.....	86
12. Persoas privadas de liberdade	89
12.1. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo.....	89

12.2. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo	90
12.3. Terminoloxía	91
12.4. Fontes consultadas	93
13. Capacidades Diversas	95
13.1. Introducción	95
13.2. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo	96
13.3. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo	96
13.4. Terminoloxía	97
13.5. Fontes consultadas	99
14. Racismo	102
14.1. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo	102
14.2. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo	104
14.3. Terminoloxía	106
14.4. Fontes consultadas	108

LINGUAXE NON SEXISTA

Daniel Abelenda

Ángela Bellón

Sandra Calvo

Marta de Castro

Sergio Conde

Pedro Costa

Celia Eiras

1. Linguaxe non sexista

1.1. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo

Os medios de comunicación e os xornalistas temos o deber de proporcionar información veraz á sociedade e de cuestionar prexuizos e situacións de desigualdade que non son evidentes a primeira vista. A realidade é que os medios son vitais para a creación dunha identidade e ideoloxía persoal, e polo tanto a importancia destes á hora de desmontar anomalías fortemente establecidas na sociedade é notable e só equiparable á da educación.

Por estes motivos o xornalismo debe loitar contra a cultura machista e a discriminación de xénero coa a responsabilidade e o compromiso que uns medios cun gran poder de influencia na sociedade deben ter, se ben é certo que non todo o que sucede depende destes e un cambio social a gran escala depende de máis factores. Para alcanzar este obxectivo débense facer reformas a todos os niveis: dende a linguaxe empregada polos xornalistas ata o reparto de poder nas redaccións e nos postos de dirección.

Porén, o primeiro paso para levar a cabo esta labor, e ao que nos referimos nesta sección da guía é o emprego dunha linguaxe non sexista e inclusiva. A linguaxe sexista e a aparición de estereotipos á hora de falar de mulleres e de temas relacionados con estas, a gran parte das veces de forma involuntaria pola falta de coñecementos e o arraigamento de prexuizos, debe ser vista como violencia simbólica contra as mulleres e só un esforzo colectivo de todos os xornalistas pode mudar a situación actual. Saír dos prexuizos dunha sociedade e mostralos é unha tarefa complicada mais é o noso deber e responsabilidade facelo.

Ademais do emprego de linguaxe non sexista, facilitado por pautas e terminoloxía de guías, o concepto de linguaxe inclusiva debe incluír o tratamento de temas de relevancia pública cunha perspectiva plural de xénero, dando visibilidade ás mulleres na sociedade e como lles afectan de forma particular decisións políticas, logros persoais, repercusión pública e demais feitos noticiais, buscando e evidenciando diferencias co tratamento ao sexo masculino.

1.2. Como mellorar os tratamento informativo sobre o colectivo

Un dos principais obxectivos do xornalismo e, polo tanto, que temos como xornalistas, é darlle voz a aquelas persoas que non a teñen ou ben que non son escoitadas, proporcionarlle visibilidade ás que se atopan na sombra, reflectir unha mensaxe igualitaria e indistinta.

Deste xeito, a imparcialidade convértese nun factor fundamental para facer un xornalismo xusto e correcto, transmitindo unha información que traslade a visión da realidade non alterada polas circunstancias que a caracterizan. Polo tanto, nunha sociedade machista e patriarcal, un xornalismo machista e patriarcal levaría consigo unha visión desmagnificada dos feitos e unha mensaxe opresora, a cal chegaría á nosa sociedade e contribuiría ós prexuízos e desprezos cara á metade da poboación.

Poñendo un exemplo práctico, se lésemos unha noticia sobre un atentado terrorista, un roubo con violencia ou calquera outro tipo de nova similar, seguramente veríamos como denuncia o uso da violencia, como a calificaría como algo reprobábel e endexamais tratarían ás vítimas desta como se non o fosen realmente. Pola contra, centrándonos no mediático e controversial caso de *La Manada*, recibimos información por parte de varios medios nos que se defendía que “a vítima non era tan vítima coma parecía”, que facía vida normal e mesmo seguía a saír de festa cos seus amigos. Nunca se vira unha reportaxe deste mesmo xeito, reflectindo a vida normal que fan as vítimas dun atentado. Este tipo de detalles só enfangan a loita feminista e contribúe á falta de credibilidade que se lles da ás mulleres nos casos de violencia de xénero. O xornalismo debe romper co famoso *teito de cristal*.

Outros exemplos quizáis non tan chamativos son como as mulleres protagonizan noticias sobre como van vestidas (nunca polo galardón que reciben ou sobre o porqué están nominadas), mulleres deportistas que fican totalmente na sombra... Como profesionais dos medios de comunicación temos a responsabilidade e obriga de construír un novo imaxinario que deixe de transmitir mensaxes cun discurso sexista, xa que, este imaxinario mediático ficará perpetuado na sociedade, quedando todo os esforzos da loita feminista esnaquizados. Mentres os medios non mostren que as cousas están cambiando, non cambiarán realmente. Dende un xornalismo igualitario avanzaríamos cara unha sociedade igualitaria.

1.3. Terminoloxía

Pautas para evitar o sexismo léxico

- **Usar substantivos non sexuados** (que non especifiquen o sexo do suxeito)

	<i>Isto non</i>	<i>Isto si</i>
<u>Xenéricos</u>	Nenos Homes Afectados	Criaturas Persoas Vítimas
<u>Colectivos</u>	Alumnos Cidadáns Profesores	Alumnado Cidadanía Profesorado
<u>Abstractos</u>	Secretarios Avogados Directores	Secretaría Avogacía Dirección

- **Substituír substantivos sexuados por perífrases**

<i>Isto non</i>	<i>Isto si</i>
Os profesores O home Os galegos	O equipo docente O ser humano A poboación galega

- **Omitir referencias directas ao suxeito mediante formas impersonais**

<i>Isto non</i>	<i>Isto si</i>
Os beneficiarios da nova regulación O alumno solicitará xa a matrícula Se o cliente paga xa, poderá...	Quen se beneficien da nova regulación Cómpre solicitar xa a matrícula Pagando xa, poderá...

- **Omitir determinantes artigos**

<i>Isto non</i>	<i>Isto si</i>
A conferencia dos catedráticos na aula 2 Os estudantes e os seus familiares acudirán	A conferencia de catedráticos Estudantes e as súas familias acudirán

- **Substituír determinantes, pronomes e adxectivos sexuados por outros non sexuados**

<i>Isto non</i>	<i>Isto si</i>
Intervirán distintos poñentes Todos os alumnos aprobaron Ditos representantes...	Intervirán diferentes poñentes A totalidade do alumnado aprobou Aqueles representantes...

- **Substituír pronomes relativos con determinante pola forma invariábel *quen* ou o xenérico *persoa***

<i>Isto non</i>	<i>Isto si</i>
O que solicite a beca...	Quen solicite a beca A persoa que solicite a beca

- **Substituír a expresión *do(s) mesmo(s)* polo posesivo *seu(s)* anteposto ao substantivo**

<i>Isto non</i>	<i>Isto si</i>
No defecto do mesmo , recorrerase a... ...e a lei regula a aplicación dos mesmos	No seu defecto, recorrerase a... ...e a lei regula a súa aplicación

- **Substituír substantivos, adxectivos ou participios por un substantivo da mesma familia**

<i>Isto non</i>	<i>Isto si</i>
Están obrigados a... Rógase que estean atentos Os interesados ...	Teñen a obriga de... Rogase que presten atención As persoas que teñan interese ...

- **Transformar as oracións pasivas en activas**

<i>Isto non</i>	<i>Isto si</i>
O presidente será elixido polo Congreso Está obrigado a...	O Congreso elixirá a presidencia Debe ...

Pautas para evitar a expresión sexista da linguaxe

- **Corrixir o enfoque androcéntrico das expresións**, evitando a alusión unicamente asculina, ou que se nomee ás mulleres como dependentes dos homes, o cal supón un obstáculo para darlles visibilidade de forma xusta e adecuada

<i>Isto non</i>	<i>Isto si</i>
Faleceron doce nenos Acudirán os médicos e as súas mulleres	Faleceron sete nenas e cinco nenos Acudirá o persoal médico e as súas parellas

- **Crear referentes femininos**

<i>Isto non</i>	<i>Isto si</i>
O gañador obterá un televisor	O gañador ou gañadora obterá un televisor A persoa gañadora obterá un televisor Quen gañe obterá un televisor

- **Evitar as expresións sexistas e o linguaxe que reforza estereotipos**, tratando de igual forma a homes e mulleres:

1. Normalizar en lugar de infantilizar ou ser paternalistas

<i>Isto non</i>	<i>Isto si</i>
As rapazas de Ignacio Querada	As xogadoras da selección española de fútbol

2. Evitar termos que perpetúen os roles de xénero, como os que nomean ás mulleres pola súa relación de parentesco con outro home ou o típico “señorita”, o cal non ten unha denominación equivalente para os homes

<i>Isto non</i>	<i>Isto si</i>
A filla de Eduard Punset A señorita Audrey Hepburn	Isabel Punset Audrey Hepburn

3. Citar da mesma forma a homes e mulleres: con nomes e apelidos. Moitas veces, mentres que aos homes se lles cita con nomes e apelidos, ás mulleres soamente co nome de pila, ou nin iso.

<i>Isto non</i>	<i>Isto si</i>
-Messi, Higuaín e unha muller , candidatos ao mellor gol do ano en Europa. -Xustiza para o reporteiro Rubén Espinosa e as catro mulleres falecidas .	- Camille Abily , Messi e Higuaín, candidaturas ao mellor gol do ano en Europa. -Xustiza para Rubén Espinosa, Nadia Vera, Yesenia Quiroz, Alejandra Negrete e Mile Virginia Martín .

4. Evitar o uso de frases feitas que agochen estereotipos de xénero

<i>Isto non</i>	<i>Isto si</i>
Non chores como unha muller o que non soubeches defender coma un home.	Non chores polo que non soubeches defender.

5. Valorar de forma non discriminatoria calidades comúns a mulleres e homes, repetindo o patrón de adular a homes pola vía intelectual e, en troques, ás mulleres pola física

<i>Isto non</i>	<i>Isto si</i>
Serán poñentes o prestixioso escritor Paul Auster e a fermosa actriz Natalie Portman	Serán poñentes o escritor Paul Auster e a actriz Natalie Portman

6. Rachar estereotipos

<i>Isto non</i>	<i>Isto si</i>
O coche de papá A aspiradora de mamá	O coche familiar A aspiradora de casa

- **Empregar dobres formas**, alternando a orde dos xéneros

<i>Isto non</i>	<i>Isto si</i>
Estimados alumnos	Estimados alumnos e alumnas Estimadas alumnas e alumnos

- **Utilizar barras**, o cal non é recomendado, mais pode resultar útil nalgúns casos

<i>Isto non</i>	<i>Isto si</i>
Alumno Neno Político	Alumno/a Neno/a Político/a

- **Incorporación de termos que permitan nomear en feminino ás mulleres en cada unha das súas profesións**

<i>Isto non</i>	<i>Isto si</i>
A enxeñeiro A médico A bombeiro	A enxeñeira A médica A bombeira

- **No ámbito profesional e administrativo**, vía documental, frecuentemente hai **confusión á hora de nomear os cargos e postos diversos**. Se se coñece o xénero de quen exerce o cargo, debe empregarse este como corresponda (xefa de servizo, directora...); de non saberse quen exerce o posto, acudiremos ao uso de barras (o/a xefe/xefa de servizo, o/a director/a). Tamén pode acudirse á denominación da dependencia (xefatura, dirección).

	<i>Isto non</i>	<i>Isto si</i>
<u>Se coñecemos o xénero de quen exerce o cargo</u>	O xefe de servizo O director	A xefa de servizo A directora
<u>Se non coñecemos o xénero de quen exerce o cargo</u>	O xefe de servizo	O/a xefe/xefa de servizo A xefatura de servizo

1.4. Fuentes consultadas

- Unidad de igualdad UC (2011): *Comunicación en Igualdad*
- Universidad de Murcia: *Guía de uso no sexista del vocabulario español*
- Universitat Oberta de Catalunya: *¿Cuánto machismo hay en el periodismo?*
- CIMAC (2011) : *Hacia la construcción de un periodismo no sexista*
- https://www.udc.es/export/sites/udc/oficinaigualdade/_galeria_down/documentos/GUIA_LINGUAJE.PDF
- <https://www.informarsobreviolenciamachista.com/>
- <http://www.mujaresenred.net/IMG/pdf/haciaconstrucciondeunperiodismonosexistacimac46.pdf>
- <http://xornalistas.gal/novas-eventos/novas/contra-a-violencia-machista-ten-que-loitarse-tamen-desde-o-interior-dos-medios/>
- <http://xornalistas.gal/biblioteca/recomendacions-extraidas-do-foro-sobre-comunicacion-e-xenero/>
- <http://www.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero71/articles/machismo-periodismo.html>
- https://www.eldiario.es/andalucia/desdeelsur/verguenza-hacer-periodismo-machista_6_747235328.html

INFANCIA

Patricia Orozco Lago
Marta Ojea Gutiérrez
Nerea Magide Pásaro
M^a Uxía Miranda Martínez
María Mancebo Bettremieux
Julia Octavio de Toledo De Miguel

2. Infancia

Os medios de comunicación son os responsables de construír a representación da realidade mesma. Son os encargados de informar ás persoas sobre o mundo no que viven, sobre as cousas que lles interesan pero tamén das que non, e quizais deberían. Os medios teñen o gran poder de crear un estado de opinión pública, de provocar que as masas falen sobre o que eles decidan publicar e tamén de que esas mesmas masas se formen unha idea determinada sobre as cousas. Por iso o papel dos medios é tan importante e debe estar moi coidado. Os xornalistas deben loitar por un futuro mellor e camiñar da man do progreso.

Por medio desta guía, os comunicadores poderán aprender como tratar a infancia dende un punto de vista xornalístico. Os nenos e nenas case non teñen visibilidade nas axendas mediáticas, excepto na sección de sucesos ou en reportaxes inocuas sobre deporte e xogos. É dicir, non son vistos como suxeitos enteiros e capaces, senón como seres vulnerables -que o son, por suposto- pero sen opinión propia e sen dereitos esixibles. O xornalista atopará neste manual as pautas necesarias para borrar as ideas erróneas sobre a infancia que se adoitan difundir e que non fan máis que rexistrar feitos noticiosos sen contexto, que pechan as portas á educación. Ademais, na guía tamén se amosa como deben tratarse temas máis específicos e o amparo xurídico dos nenos e das nenas. O coñecemento do marco legal da infancia é imprescindible para un xornalismo serio e comprometido, que informa dende un enfoque de dereito, alleo ao morbo e ao sensacionalismo.

2.1. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo

2.1.1. Como tratar aos nenos e nenas nas noticias

A Lei 1/96 (Lei de protección do menor) recolle que son menores os que non cumpriron 18 anos. Considérase intromisión ilexítima calquera imaxe ou información que poida danar a súa reputación, o seu honor ou a súa intimidade aínda que o consentira el mesmo ou o seu representante legal. Nunca se poden tomar imaxes de menores imputados nun caso xudicial.

No tratamento informativo de menores, as preguntas só poden facerse aos nenos en presenza de seus pais, representantes legais, titores ou profesores da escola. Os intereses dos nenos deben prevalecer sobre calquera outra consideración, incluso cando se trate de denunciar cuestións de inxustiza que afectan á infancia. Non se pode en ningún caso ferir a súa sensibilidade.

2.1.2. Como tratar a información dirixida a nenos e nenas

A información para nenos debe ensinalles a ler e valorar a realidade. Débeselle facilitar a comprensión de moitos dos *por que* e *como* das noticias emitidas, promovendo a reflexión. É moi

importante a contextualización da noticia para que os nenos poidan comprender unha realidade, moitas veces complexa.

Deben explicarse as noticias con palabras e imaxes abordando todo tipo de temas, de forma simple e directa, pois eles oen falar de todo, pero evitando ser tenebrosos, escabrosos... O tratamento da diversidade (raza, sexo, ideoloxía, relixión...) debe ter lugar nos medios para promover o respecto á diferenza e o desenvolvemento da desigualdade. Cando se trate de informar a nenos deben presentarse estas condutas como detestables e contrarias a calquera principio ético.

2.1.3. Que convén saber á hora de informar aos nenos e nenas

O tempo medio que nenas e nenos españois dedican a ver a TV sitúase en máis de 3h. Máis do 39% teñen televisión no seu propio dormitorio e teñen acceso a calquera programa sendo a maior parte da oferta de comunicación programas que non están pensados nin preparados para eles, pero aos que os nenos acceden en maior ou menor medida.

Un maior consumo da televisión non dá lugar a aprendizaxes pro sociais adecuados senón que prescribe condutas de maior agresividade, violencia e incluso, provoca menos sentimento de felicidade. Os contidos que serven os medios poden chegar a ser traumáticos para os nenos e, por outro lado, poden proxectar una imaxe idealizada do mundo e de si mesmos, ofrécenlle de forma atractiva o que queren ver.

2.1.4. Que pode facer un xornalista en relación co traballo infantil?

Os xornalistas poden sensibilizar ás audiencias en relación cos dereitos dos nenos destacando o problema do traballo infantil como un asunto de interese xeral, dar continuidade á información, capacitarse e informarse constantemente para garantir enfoques que contribúan á reflexión e ó debate en torno ao problema.

2.1.5. Como visibilizar o traballo infantil?

Fai só unhas poucas décadas que as noticias e os informes referidos ao traballo infantil comezaron a ocupar as axendas temáticas dos medios masivos de comunicación. Aínda na actualidade o tema ten presenza na axenda pública, a contribución do xornalismo neste sentido segue sendo de fundamental importancia.

Contribuír a facer visible o traballo infantil, abarca a difusión da súa magnitude, das súas características en cada realidade local, e das condicións nas que se encontran os nenos que realizan actividades laborais, e as súas familias. Para manter a presenza do tema na axenda pública, é importante tamén que se advirta unha perspectiva de cambio. Así, mostrar experiencias e posibles solucións ao problema contribuindo a sumar iniciativas para a súa erradicación.

2.1.6. A que dificultades se enfrenta a cobertura xornalística sobre traballo infantil son:

- As negociacións que require, en algúns casos, lograr a publicación de artigos acerca do traballo de nenos.
- A cobertura dun tema que se atopa naturalizado en amplos sectores da publicación.
- A dificultade de informar acerca da dimensión global do problema ao non contar con datos estatísticos oficiais actualizados.

2.1.7. Que aspectos deberían contemplarse na difusión de información sobre o traballo infantil?

- Abordar a dimensión real do problema e o tratamento da información debería considerar as consecuencias sociais a nivel de saúde, da economía e o desenvolvemento humano.
- Contraponer as voces que reproducen mitos e crenzas con opinión de especialistas que teñen una perspectiva de protección dos dereitos, o presentar como o mesmo tema é tratado de modo diferente noutra cultura, son modos de abrir sentidos acerca do problema.
- Privilexar os enfoques da problemática que contribúan á reflexión e ao debate, protexendo os dereitos dos nenos.
- Dar continuidade á información. A permanencia do tema nos medios contribúe a manter vixentes os esforzos de distintos sectores sociais para a súa erradicación.
- A mención das accións positivas reforza o compromiso, permite mostrar que é posible solucionar o problema e compromete a novos actores co tema.

2.2. Como mellorar o tratamento informativo sobre ao colectivo

2.2.1. Que fontes de información debo consultar para lograr unha cobertura equilibrada dos temas da infancia?

- Consultar unha variedade de fontes.
- Nas reportaxes, inclúe especialistas que aporten unha análise máis profunda da noticia (sociólogos, psicólogos, xuristas, etc.).
- Equilibrar os enfoques cunha consulta a organizacións da sociedade civil e organismos internacionais.
- Ser equitativo á hora de outorgar espazo ás diversas fontes consultadas.
- Fuxir do sensacionalismo das cifras e ver con outras fontes documentais os datos que ofrecen organismos estatais interesados en promover a súa política.
- Oír e incluír a nenos, nenas e adolescentes cando se escribe ou se produce un informe sobre eles, sempre atendendo ás cuestións tanto éticas como legais previamente sinaladas.

2.2.2. Cal é o marco legal deste asunto?

Para comezar, cabe destacar Recoñecemento Comité de Nacións Unidas sobre os Dereitos do Neno, da importancia dos medios para o desenvolvemento de nenos, nenas e adolescentes, e da centralidade que adquire a imaxe da infancia que difunden os medios. Medios que, á súa vez, poden xogar un rol positivo en favor da sociedade para facela máis respectuosa cos dereitos humanos en xeral, e cos dereitos de nenas e nenos, en particular. Faise necesario asumir a desigualdade existente entre adultos e nenos respecto da comunicación, tanto na súa produción e circulación, como respecto ao control da súa calidade e da imaxe que se difunde da infancia en canto actor social, e o efecto directo que pode ter no desenvolvemento e benestar dos nenos.

A representación dos nenos nos medios de comunicación é xeralmente negativa e sesgada ou discriminatoria e un dos criterios principais para que aparezan noticias referentes aos nenos nos titulares é o nivel de dramatismo da propia noticia e o sensacionalismo:

- Débese evitar proporcionar información sobre o contexto, as circunstancias, nomes dos adultos relacionados co neno, lugar de residencia ou escola.
- Débese representar aos nenos coma nenos, independentemente das circunstancias especiais: crimes dos pais, os seus propios actos en conflito coa lei, embarazo, orientación sexual, país de orixe...

- UNICEF tamén elaborou orientacións co apoio da Federación Internacional de Xornalistas, para que os medios de comunicación e os xornalistas poidan xogar un papel de liderado na protección da infancia.

Marco normativo internacional: Convención sobre os dereitos do neno.

- Art. 17. relativo ao dereito á información: establece a obrigaón do Estado de promover o benestar (social, físico....) dos nenos e outorga aos medios directrices para a protección da infancia .
- Vencellado ao Art.13. sobre a liberdade de expresión dos nenos para buscar, recibir e difundir informacións por calquera medio. Co art.16. sobre o dereito á privacidade, mesmo en relación aos pais e co art.12. sobre o dereito de todo neno a ser escoitado participar .

Á súa vez estes complementáanse con:

- Principio de universalidade ou non-discriminación (art.2): representalos como nenos independentemente do contido da mensaxe.
- O principio de que se atenderá o interese superior do neno (art.3): individuo cun contexto particular, a fin de decidir se publicar ou non.

2.2.3. Que precaucións adicionais se deben tomar cando se trata de entrevistar a menores ou revelar a súa identidade?

- Se é unha información neutral ou positiva, as imaxes poden publicarse sen pixelación, pero nese caso é necesaria a autorización dos pais.
- Os fotógrafos xeralmente solicitan a autorización cando sacan a foto e esa autorización cobre futuras reproducións nos informe fotográficos.
- As caras dos nenos deben estar pixeladas cando a información na que están incluídos podería causarlles dano se foron recoñecidos, mesmo con autorización parental.
- Xamáis podemos publicar informacións que poidan poñelos en risco.

2.2.4. Cales son as pautas para dar un enfoque de dereito ás noticias?

- Investigar.
- Contextualizar.
- Consultar fontes diversas.
- Coidar a utilización de cifras.
- Mencionar boas prácticas, solucións e alternativas.
- Utilizar linguaxe adecuada.
- Coidar o uso de imaxes.

- Incluir enfoque de xénero.
- Dar seguimento á noticia.
- Abordar variedade temática.

2.2.5. Como deben cubrirse os casos vencellados a adolescentes en conflito coa lei?

- Aplicar o principio de inocencia: inocente ata demostrar o contrario
- Procesamento e sancións: tratamento por idade e prisión como último recurso.
- O contexto é importante: a delincuencia xuvenil nace do seu ambiente económico e social.
- Evitar termos pexorativos: non estigmatizar aos nenos
- Non vitimizar: non esaxerar as cousas. Como xornalistas, explicar que se un neno está en conflito coa lei é porque tamén é vítima do seu entorno.
- En ningún caso mencionar a súa condición étnica, sexual, económica ou nacional para non estigmatizar.
- Evitar o morbo e o alarmismo.
- Citar fontes alternativas.
- Incluílo en sección sociedade mellor que policial.

2.2.6. Como deben cubrirse os casos relacionados con maltrato infantil?

- Poñer o foco máis sobre o agresor e menos sobre a vítima, para evitar tanto a criminalización como a vitimización.
- Primar o dereito á intimidade do menor que a información, para non poñer en riscos innecesarios.
- Ter sempre en conta aos adultos do seu arredor para ter en conta as posibles consecuencias da publicación desa información.
- Non publicar contidos audiovisuais que poidan poñer en risco ao menor, e ter especial sensibilidade á hora de publicar imaxes sobre asasinatos de nenos, pois a información é suficientemente crúa e a imaxe pode resultar morbosa.
- Á hora de entrevistar a un menor, evitar preguntas que poidan lembrar traumas.
- É moi importante dotar dun contexto esa información e non plantexala como casos illados.
- Xamáis podemos tratar de racionalizar ou xustificar o maltrato a menores.

2.2.7. Como tratar o tema do traballo infantil?

Fai só unhas poucas décadas que as noticias e os informes referidos ao traballo infantil comezaron a ocupar as axendas temáticas dos medios masivos de comunicación. Aínda na actualidade o tema ten presenza na axenda pública, a contribución do xornalismo neste sentido segue sendo de fundamental importancia.

Contribuír a facer visible o traballo infantil, abarca a difusión da súa magnitude, das súas características en cada realidade local, e das condicións nas que se encontran os nenos que realizan actividades laborais, e as súas familias. Para manter a presenza do tema na axenda pública, é importante tamén que se advirta unha perspectiva de cambio. Así, mostrar experiencias e posibles solucións ao problema contribuíndo a sumar iniciativas para a súa erradicación.

- Explicar que os nenos son suxeitos de dereito.
- Son vítimas. O traballo infantil é un problema social.
- Preservar a intimidade destes nenos, non mostrar a súa cara.
- Expoñer a normativa en canto a este tema.
- Contextualizar: orixe, posto na cadea de produción, país, sector...

Algunhas dificultades ás que se enfrenta a cobertura xornalística do traballo infantil son:

- As negociacións que require, nalgúns casos, lograr a publicación de artigos acerca do traballo de nenos.
- A cobertura dun tema que se atopa naturalizado en amplos sectores da publicación.
- A dificultade de informar sobre a dimensión global do problema ao non contar con datos estatísticos oficiais actualizados.

2.2.8. Como tratar o tema da explotación sexual infantil?

- A motivación debe ser a información e non o morbo.
- Protexer a identidade do menor.
- Evitar termos como *prostitución infantil* ou *clientes* porque ocultan a natureza violenta do feito.
- Non declarar culpables antes de que o faga a xustiza.

2.3. Terminoloxía

LINGUAXE EXCLUSIVA	LINGUAXE INCLUSIVA
Abusos deshonestos, actos de luxuria	Abuso sexual infantil
Nenos da rúa, rapaces da rúa	Nenos en situación de rúa, nenos en situación de vulnerabilidade
Menor, menores	Nenos, nenas, adolescentes, chico, chica, xoven, neno, nena, seres con dereitos, nenos/as suxeitos de dereitos
Nenos/adolescentes delincuentes, inadaptados sociais, antisociais, chorros, menor delincuente, precoz delincuente, adolescente delincuente, pandillero, pequeno bandido, ladronzuelo, patotero, pequeno agresor, menor peligroso, marxinal, violento, pequeno vándalo	Adolescentes en conflito coa lei penal, nenos ou adolescentes infractores da lei penal, adolescentes que cometeron delitos
Neno discapacitado, minusválido, inválido, infortunado, neno con capacidades diferentes, persoa especial, neno non vidente, padecer, sufrir, estar afectado, ser vítima de, esquizofrénico, mongólico, retrasado	Neno con discapacidade, persoa con problema de visión ou con discapacidade visual, persoas con problemas de audición, con discapacidade intelectual
Nenos marxinais	Nenos marxinais, excluídos
Nenos pobres, vagabundos	Nenos en situación de pobreza
Neno autista, psicótico, esquizofrénico, sociedade autista, político autista, histérico	Neno con autismo, ten autismo, persoa con diagnóstico de autismo, neno con padecemento mental, persoa con diagnósticos de psicosis
Prostitución infantil, menores que se prostitúen, nenas ou adolescentes prostitutas, nenas traballadoras sexuais	Explotación sexual infantil, trata, resiliencia, violencia sexual comercial contra nenos/as e adolescentes, nenas ou adolescentes prostituídas, nenos/as e adolescentes vítimas de violencia sexual comercial, vítimas de abusos sexuais
Servizo sexual, traballo sexual, traballadora sexual, traballadora do sexo	Vítima de explotación sexual, vítima de trata de persoas
Trata de brancas	Trata de persoas
Prostituta, cliente	Muller prostituída, proxeneta, abusador sexual, explotador sexual
Indio	Pobos orixinais, pobos indíxenas, indíxenas
Educación integral	Educación inclusiva
Pandemia de suicidios, epidemia de suicidios, onda	Suicidio

de suicidios, darse morte	
Negrato, negrita, outros	Negro, negra, nós

2.4. Fontes consultadas

- Edison Lanza e Paula Baleato; Universidad Católica de Uruguay, Unicef e Voz&Vos (2012). *Periodismo e calidad para la cobertura y promoción de los derechos de niños, niñas y adolescentes*. Uruguay.
- Diana Mireya Pedraza; Organización de los Estados Americanos (2009). *Claves para hablar de la primera infancia en los medios de comunicación*. Colombia.
- Javier Fernández Arribas e Myriam Noblejas; Centro Reina Sofía (2012). *Como informar sobre infancia y violencia*. España.
- Federico Dada; UNICEF (2013). *Las chicas y los chicos y sus derechos en la comunicación*. Argentina.
- Petra M^a Pérez Alonso-Geta; Universidad de Valencia (2004). “*Quaderns*” para periodistas sobre la “protección” de la infancia. España.
- Organización Internacional del Trabajo (2009); *Enfrentar el trabajo infantil, una tarea de todos. Guía para periodistas y comunicadores*. Argentina.
- Peter McIntyre; Federación Internacional de Periodistas con el apoyo de de la Comisión Europea (2002); *Restituir los derechos de la infancia*; Bélgica.
- Fabiola Oropesa Celedón, Rosmary Ramos Vega e Alicia Sánchez Rojas; ONG Raíces (2009); *Comunicar sin dañar*. Chile.

PERSOAS MAIORES

Carlota Lázaro

Xulia Lomba

Víctor López

Josep Lorenzo

Clara Maseda

Jacobo Pérez-Lirón

3. Persoas maiores

O avellentamento da poboación é un dos trazos máis característicos da poboación española, polo que persoas maiores constitúen gran parte da demografía nacional. Dada a súa importancia na sociedade e o seu crecente grao de actividade e participación deberíamos procurar ter en consideración ás persoas maiores de igual xeito que ao resto de grupos sociais, sen darlle un trato distinto e discriminatorio polo mero feito de ter unha idade avanzada.

A sociedade en rede na que nos atopamos inmersos mudou o paradigma dos medios de comunicación. As novas canles de difusión que naceron coa aparición da Internet fixeron posible o acceso masivo e inmediato a información, aumentando o seu consumo e chegando a todo tipo de audiencias. Esta presenza e influencia constante dos medios nas nosas vidas outorga ao xornalista a responsabilidade de ofrecer unha información útil e de calidade. Un dos aspectos que o xornalista debe ter en conta na súa labor é o correcto emprego da linguaxe, procurando que a información publicada non conteña expresións discriminatorias e non inclusivas, nas que é moi doado caer por culpa dos prexuízos tan integrados na nosa sociedade.

Por isto, dende observatorios de comunicación e múltiples asociacións están elaborando guías de linguaxe co obxectivo de acadar unha verdadeira integración e de eliminar asemade estes vellos prexuízos. Nesta guía á que damos o prelo, poderá consultar moitos trazos nos que de seguro non reparaba para achegarse a unha linguaxe máis inclusiva para tratar ao colectivo das persoas maiores.

3.1. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo

Os medios teñen un gran poder na sociedade, de aí que reciban o alcume do “cuarto poder”. Ter tanta influencia sobre a opinión pública loxicamente implica grandes responsabilidades, entre elas a de contribuír a promover unha sociedade o máis próspera posible para evitar desigualdades, discriminacións, marxinaçãos, etc.

Entre os numerosos medios de comunicación, os cidadáns adoitan seleccionar aqueles que sigan a súa mesma liña de pensamento, que digan o que queren ler ou escoitar. Polo tanto, o papel dos xornalistas como responsables do uso da lingua, é escoller aqueles termos que axuden a erradicar ou reforzar comportamentos. O público asimila case sen previa reflexión as expresións que empregan os medios de comunicación, de aí a necesidade de escoller aquelas que non sexan exclusivas para condicionar de forma positiva o pensamento e as condutas dos cidadáns.

No caso da linguaxe inclusiva referida ás persoas maiores, o xornalista debe usar aqueles vocábulos que non marxinen nin subestimen aos maiores polo mero feito de ter unha idade avanzada. Aí é onde os medios deben facer uso da súa posición como “especialistas da lingua”.

3.2. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo

Que podemos facer como xornalistas para contribuír á inclusión do colectivo das persoas maiores?

- Utilizar **expresións que favorezan a visión deste sector** da poboación evitando as que asocien ás persoas maiores coa pasividade, a inactividade, a tristeza e o illamento.
- Dar conta das diversas **formas de transitar a vellez**.
- Resaltar a **heteroxeneidade** das persoas maiores, evitando os tópicos e os estereotipos.
- Evitar as coberturas mediáticas que se centran exclusivamente nos **problemas médicos** das persoas maiores e a súa dependencia.
- Non caer no **paternalismo** e fuxir do **dramatismo** e do **sensacionalismo**.
- Dar visibilidade á **sexualidade** e á **diversidade sexual** nas persoas maiores, respectando as súas orientacións sexuais e o seu principio de autodeterminación.
- Non mostrar a **xuventude** coma principal valor. A beleza e a felicidade forman parte de todas as etapas da vida.
- Valorar a **aportación** que fan moitas persoas maiores, especialmente mulleres, que coidan a outras persoas, destacando o valor económico ou social do seu traballo.
- Poñer especial coidado na **redacción dos títulos e subtítulos** das noticias.
- Fomentar a programación de contidos que axuden a previr situacións de **soidade** e a mellorar a **vida afectiva** das persoas que se van facendo maiores.
- Dar voz nos medios ás **entidades** e **asociacións** representativas e ás propias **persoas maiores** para que, desde a súa experiencia e coñecementos, poidan opinar e aportar sobre temas actuais que afectan a toda a sociedade.

3.3. Terminoloxía

A continuación propoñemos por unha banda unha listaxe de termos non axeitados para referirse ás persoas maiores - polas súas connotacións negativas que atentan contra a súa sensibilidade e promoven a súa exclusión -; e, por outra, alternativas de termos inclusivos.

TERMOS AXEITADOS	TERMOS NON AXEITADOS
<p>Maiores, persoas maiores. Son termos obxectivos, sen carga nin valoracións de ningún tipo.</p> <p>Persoas de idade avanzada. Tamén estamos ante unha definición correcta e neutral.</p> <p>Terceira e cuarta idade. Entendendo a etapa que vai ata a xuventude como a primeira idade e a adultez como a segunda, os maiores quedarían encaixados no que é a terceira idade. O vocábulo <i>cuarta idade</i> aparece ao medrar a esperanza de vida, e ter cada vez máis individuos que superan os 80 anos.</p> <p>Xubilados. É un termo correcto, pero non suficiente, pois abrangue a todos aqueles que acadaron a idade legal para obter a xubilación e deixar de traballar, o cal non ten porque gardar relación coa túa idade.</p>	<p>Avós. É un termo carente de connotación negativa, pero que tampouco sería de todo axeitado, xa que implica unha relación de parentesco, e non identificaría a todas as persoas maiores.</p> <p>Dependentes. É certo que un sector importante das persoas en situación de dependencia son maiores, pero non todas, así como tampouco todos os pertencentes á terceira idade son dependentes. Empregar este termo como sinónimo de <i>persoas maiores</i> carece de sentido, xa que non reflexa a realidade.</p> <p>Vellos, anciáns ou decrépitos. Son, termos despectivos e cargados dunha connotación moi negativa. Non representan a situación real da maioría de persoas maiores.</p> <p>Pasivos, cargas. Supoñen unha definición deste sector totalmente antagónica á realidade. Os maiores son persoas moi activas no ámbito económico, social ou familiar aínda que co paso do tempo poidan necesitar apoios.</p>

3.4. Fuentes consultadas

- Diputación Foral de Bizkaia. (2011) Las personas mayores y los medios de comunicación en Bizkaia.
http://www.bizkaia.eus/home2/Archivos/DPTO3/Temas/Pdf/medios_WEB_ca.pdf?hash=27772df8187a450506293f942e4e1516
- Martín Santos, F. R. (2015). *Evolución en el tratamiento informativo de noticias sobre personas mayores. La representación del envejecimiento activo en la prensa andaluza*. (Tesis doctoral). Universidad de Sevilla.
- Red Europea de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social (EAPN Madrid). (2011). Guía de estilo para Periodistas sobre Personas Mayores. (1º Edición).
<http://www.plataformavoluntariado.org/ARCHIVO/documentos/recursos/guia-de-estilo-para-periodistas-sobre-personas-mayores.pdf>
- Sociedad Española de Geriátría y Gerontología. (2011). Guía práctica del buen trato a las personas mayores.
<https://www.segg.es/media/descargas/Acreditacion%20de%20Calidad%20SEGG/CentrosDia/SEGG.%20GUIA%20BUEN%20TRATO%20A%20PERSONAS%20MAYORES.pdf>

POBREZA

Pedro Velasco
Vanessa Touceda
David Sobrino
Laura Vázquez

4. Pobreza

4.1. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo

O xornalismo é unha actividade profesional na que o labor do xornalista é facer de intermediario entre a realidade e os cidadáns aos que dirixe a información, para transmitila aproximándose o máis posible á forma na que a concibe. Desta maneira **é creador de opinión**, inflúe na noción que vaiamos ter de diferentes temas, dentro do que se inclúe o que imos tratar, a pobreza. Deste xeito os medios teñen una grande responsabilidade de cara ao tratamento da pobreza porque segundo a información que nos acheguen poderemos concebir a situación nos países empobrecidos dun xeito ou doutro. **Os medios teñen una gran responsabilidade social.**

Históricamente a **pobreza e a exclusión social identificábase nos medios co “non ter”**, coa carencia material, coa subcultura delictual, o conflito social ilícito e a debilidade ou exposición absoluta aos desastres naturais. Un concepto elaborado dende o descoñecemento no que se presenta a ditas persoas como suxeitos cheos de carencias, problemas e patoloxías sociais con pouca capacidade de aportar ao país e á sociedade como unha persoa máis. Hoxe en día, se como exemplo poñemos o tema de inundacións de inverno nas comunas máis pobres dun país como Chile comprobamos que continúan os mesmos enfoques habitualmente e as mesmas imaxes e unha evolución da noticia de maneira similar. Séguese **identificando a vivenda co nivel de pobreza cando é só un dos factores que inflúen nesta**, realizándose un escaso informe periodístico da situación que non comporta problemas como externalidades negativas como a desintegración ou a ubicación dos vertedoiros en Chile.

Respecto á xerarquización dos contidos nos medios informativos cando tratan temas sobre pobreza cabe enunciar que **existe pouca profundización e comprensión dos feitos** segundo estudos realizados pola Fundación para la Superación de la Pobreza sobre o tratamento destes temas polos xornalistas que se centran nos feitos negativos e estigmatizadores.

Os medios teñen unha importante responsabilidade social e teñen que desenvolver estes feitos dunha forma máis inclusiva, cun tratamento máis inclusivo, para cumprila.

Estes adoitan contribuír a **disimular esa realidade de pobreza extrema** que é común na poboación xa que, como mencionamos é común, é unha costume, polo que non se lle dá importancia e dáselle máis valor ao novedoso. **A miseria non é noticia nos medios de comunicación así que non aparece con frecuencia nas primeiras planas.** Ademais poderían contribuír o mesmo a disimular e menosprezarla, que a superala. Novamente cabe mencionar o importante poder dos medios que desenrola un valioso papel para expoñer, denunciar e axudar a resolver a pobreza como os de México que en ocasións axudan e se lucran no combate contra a pobreza gracias a unha das características que poseen: o feito de ser influentes na sociedade, a capacidade de mobilización social, sobre todo a televisión e a radio.

En raras ocasións as persoas dos países do sur aparecen como actores dos acontecementos e isto vale tanto para os espazos de noticias, como para os programas de ficción ou entretemento. A biografía dun cidadán pobre interesa nos medios cando destacou por méritos propios especialmente en circunstancias insólitas como acadar o oficio de futbolista. Só entón a pobreza é interesante para eles.

De cando en vez, ademais, **os profesionais da comunicación comprométese con proxectos sociais pero moitas veces en vez de contribuír a solucionar eses problemas sociais, poñen atención á su propia magnificencia para interesarse na pobreza**; nese momento a solidaridade social se converte nun espectáculo.

A filantropía chega a ser un auténtico negocio para algúns medios que gañan prestixio ante os seus oíntes co pretexto de axudar “aos pobres”.

Os medios, como anteriormente mencionamos, lúcranse da pobreza pero tamén poden contribuír a erradicala, a impulsar una actitude de compromiso activo entre os cidadáns, incluso entre aqueles que padezan as máis lamentables penurias. Isto é moi importante, porque a pobreza non se supera so co compromiso do Estado, nin coa caridade social. Requírese un empeño conxunto, permanente e que enfrente causas e no so remedie efectos da pobreza.

Paralelamente, os profesionais da información poden cumprir cun papel preventivo contra o empeoramento da pobreza advertindo, propoñendo e cuestionando a situación.

Despois desta análise deberíamos preguntarnos que significa realmente a pobreza. A pobreza non é escaseza material soamente, senón de saúde, alimentación, vivenda e vestido, en adición. Existe una dimensión cultural da pobreza que vai máis alá do acceso á educación formal e considera o acceso aos medios como outro factor importante para o nivel de benestar, acceso tanto como receptores, como emisores.

Por último debemos definir o perfil do xornalista que se dedicará a tratar estes temas: debe ser unha persoa capaz de indagar nos feitos xa que dentro da información hai contido que podería ser noticia, só que ten que saber indagar, sempre comprometéndose coa verdade como é obvio pola responsabilidade que ten coa sociedade. Deben ser periodistas con conciencia social ou editores con moita vontade ou especializados. Os xornalistas en exercicio deben consultar expertos en políticas públicas e temas sociais, entregar un espazo informativo ás persoas en situación de pobreza que protagonizan a noticia, indagar nas causas e nas solucións dos problemas abordados. Os xornalistas en formación deben incorporar cursos en especialización nesta área e xerar coñecemento sobre melloras prácticas para abordar esta temática.

4.2. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo

4.2.1. Que non hai que facer ou O perfil do “pobre”

Estereotipos

A situación actual dunha persoa vén determinada polo seu pasado, polas súas decisións que o levaron a un lugar ou a outro. A curiosidade intrínseca do ser humano lévao a querer saber como alguén puido acabar nunha situación de pobreza, cales son os seus antecedentes, que fixo que se encontrase en tal desafortunada etapa.

Os medios de comunicación cometen un erro moi habitual: relacionar a pobreza, coas enfermidades mentais, co crime organizado, coa drogadicción ou coa falta de estudos. Como parte dun intento de buscar razóns á pobreza, olvidan a individualidade de cada suxeito, buscando e atopando orixes comúns, obviando que cada persoa ten a súa propia historia.

Estas xeneralizacións levan a tendencias sociais incorrectas que transmiten os seus lectores, quen interiorizan certas características.

Los crímenes de jóvenes van en aumento en México

Cada vez son más y más jóvenes las personas asesinadas por homicidio, también es considerable el número de jóvenes con falta de oportunidades de empleo formal

México (América Armenta).- Son los **jóvenes** carne de cañón para el *narcotráfico*, pues al no encontrar empleo esta es una manera «fácil» de obtener dinero. La falta de oportunidades ha propiciado que cada vez más **jóvenes** entren a la delincuencia organizada, mientras los **homicidios** son también de personas cada vez más *jóvenes*, con lo que se disminuye la esperanza de vida en México. Así lo señala el doctor José Manuel Valenzuela Arce, investigador de El Colegio de la Frontera Norte (Cofen) en Tijuana, quien acuñó el término «juvenicidio» para investigar esta situación.

Según la **Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos** (OCDE) hasta el 2017 los niveles de desempleo en el país se encontraban en el punto más bajo, pero resaltan que el desempleo se centra en los jóvenes, con una tasa de desempleo de 6.7 en personas entre **15 y 24 años**, mientras que la tasa para mayores de 25 años es de 2.8 por ciento.

Debate, diario mexicano

Máis aínda, é **bastante habitual relacionar a pobreza con determinadas etnias**, a máis habitual a etnia xitana, ou nacionalidades, sobretodo de países cunha economía inferior á española: Europa Oriental, América del Sur o Central o África, son os maiores afectados.

«Los rumanos se han adueñado del parque de las avenidas para ejercer la mendicidad»

- Los vecinos se quejan de esa práctica y del campamento que han montado en el que hacen fogatas para cocinar y pemeochar

Llevan más de un lustro instalados en el **barrio de la Guindalera**, en la zona del parque de las Avenidas del distrito de Salamanca. Son un nutrido grupo de rumanos de etnia gitana que practican la **mendicidad**. «A lo largo de la avenida de Bruselas desde la Iglesia de San Bautista hasta más de la mitad de la calle se instalan en la puerta de los bancos, tiendas, mercados, metro... Llegan temprano, sobre la ocho, y suelen acabar a la hora de comer. A veces se hacen relevos entre ellos», coinciden Martín y Manuela. En función de la época puede haber 15 o 20.

«Yo he visto cómo las **mafias** los traen todos los días en **furgonetas y los reparten** a cada uno en su puesto, que es exclusivo. En ocasiones han llegado algún búlgaro y han reñido. He escuchado decir: "Este es mi sitio, largo de aquí"», precisa José Luis.

Este hombre se queja de que algunos de esos pedigüños son muy insistentes y, además de **agitar el bote** que llevan con monedas delante de sus narices, les increpan si no les dan dinero. No es lo habitual. «La mayoría de la gente de esta zona es mayor y no sé lo que se deben pensar, que **somos ricos o que nos sobra el dinero**», indica.

Diario ABC

Todo esto colabora na **formación dun perfil do “pobre”**: persoa, probablemente inmigrante, ou de etnia xitana ou rumana, actual o antigo criminal, con nula experiencia laboral lícita, con apenas estudos e con posibles adicciones.

Pobreza merecida vs pobreza inmerecida

As razóns que levan a unha persoa a unha situación de pobreza, poden enfocarse de maneiras diferentes. En todo problema existe a necesidade de buscar a un culpable, a un responsable.

Disto salen **dúas denominacións: a “pobreza merecida” e a “pobreza inmerecida”**, que corresponden ós enfoques dos medios de comunicación.

- A **“pobreza merecida”** é aquela cuxo culpable é a propia vítima, aquela cuxas decisións incorrectas provocaron unhas consecuencias no satisfactorias.
- A **“pobreza inmerecida”** é aquela cuxo culpable son factores externos ás decisións y accións realizadas pola vítima.

Isto implica dúas maneiras de reaccionar ante tal fenómeno, poñamos de exemplo:

LOS ‘NINIS’ FORZOSOS DE LA CRISIS EN GRECIA

Un programa europeo proporciona a los jóvenes griegos su primera experiencia en el mercado laboral mediante formación y prácticas en empresas del sector privado

La etiqueta *nini*, ese término de nuevo cuño que describe con cierto menosprecio a los jóvenes que ni estudian ni trabajan, pierde su carga peyorativa cuando se emplea para definir a los griegos de entre 15 y 24 años cuyo acceso al mercado de trabajo ha demorado hasta el infinito la peor crisis en la historia de la eurozona. Pese a las incipientes señales de recuperación económica, Grecia sigue ostentando el peor récord de desempleo juvenil de la Unión Europea, una tasa que rozó el 60% en los peores años de la crisis (2013-2014) y que hoy se sitúa en torno al 44%. La de los *ninis* griegos es una generación en tierra de nadie: tan lejos de las aulas como del mercado laboral, o en el mejor de los casos, con infraempleos sin relación con los estudios cursados. Nada que no pueda decirse de los jóvenes españoles, segundos en el ranking de desempleo juvenil de la UE (39%). En 2016, según datos de la OCDE, el 26,9% de los jóvenes griegos entre 15 y 29 años eran *ninis* (en España, el 22,7%).

España tiene 400.000 jóvenes ‘ninis’ que ni estudian ni buscan activamente trabajo

Aunque España es una de los países que lidera el **desempleo juvenil** en Europa existen diferentes motivos que explican estas cifras. El Observatorio Empresarial contra la Pobreza denuncia tanto el **mal uso que algunas compañías dan de los contratos temporales**, como también lo alejadas que están las aulas del mundo empresarial y el **elevado número de jóvenes** (algunos cercanos a la treintena) que **ni estudian ni buscan activamente un trabajo**.

La cifra es preocupante: **más de 400.000 jóvenes de entre 16 y 29 años españoles** se encuentran en total inactividad (es decir, ni estudian, ni trabajan, ni buscan empleo de forma activa). Son los llamados *ninis*, que a veces protagonizan programas de televisión pues **se acostumbran a vivir de sus padres y para percibir un sueldo exigen preferir quedarse en casa**.

Os “ninis” da primeira noticia sono por culpa da situación económica do seu país que impide que obteñan un traballo ou que teñan posibilidades de seguir formándose, a segunda, a pesar de que a

premisa é similar, culpa ás propias vítimas das súas poucas ganas de empezar a traballar.

No primeiro caso podemos pensar que sendo a culpa do propio afectado foi el mesmo quen “o buscou”, por isto é a súa responsabilidade buscar unha solución, mentres que no segundo caso, da lugar a denunciar unha inxustiza e a buscar axuda.

É a contraposición entre buscar un culpable e buscar unha solución. Aquí é cando nos deberíamos facer unha pregunta: alguén en situación de pobreza, que necesita? Un culpable ou unha solución?

O perfil anterior do “pobre” quedaría da seguinte maneira:

Formación dun perfil do “pobre”: persoa, probablemente inmigrante, ou de etnia xitana ou rumana (que decidiu non integrarse na súa nova comunidade), actual ou antigo criminal (porque se decidiu polo diñeiro fácil), con nula experiencia laboral lícita (é un vago, non quere traballar), con apenas estudos (é un vago, non quixo estudar) e con posibles adiccións (nas que decidiu meterse, porque era “divertido”).

4.2.2. Que si hai que facer: dar visibilidade

Dar visibilidade, informar, dar a coñecer á sociedade. Como se dixo previamente, o primordial é buscar solucións, non culpables. A principal función dos medios de comunicación é informar á cidadanía, agardando unha determinada reacción, que se traduza na reivindicación e por último, na acción, por parte da sociedade civil, a través da axuda directa, a través de ONG; e da Administración Pública.

Os medios de comunicación non poden actuar como solución definitiva, senón como medio como tal, posto que non teñen o poder para actuar, pero sí as ferramentas para influír nel.

- **Visibilizar non é invadir:** Debe respectarse sempre a privacidade de aqueles individuos aínda que as túas intencións sexan as mellores. As veces hai que saber cando é mellor calar.

No todo es oro en el barrio más rico

Pobreza vergonzante, infravivienda y desahucios también son problemas en Salamanca, una zona asociada con el lujo

Maneja Pablo Carmona, concejal de Salamanca, un concepto inesperado para un distrito al que se asocia por costumbre con el bienestar. Oficialmente es uno de los barrios con mayor nivel de vida de Europa y en él se encuentra una zona de tiendas de lujo conocida como La Milla de Oro, que ocupa las calles de Serrano, Claudio Coello y Ortega y Gasset. Pero, asegura el edil, no todo es riqueza: "Aquí hay un problema de pobreza vergonzante", dice.

"Pobreza vergonzante" es una expresión tan española como antigua, anterior incluso al Siglo de Oro. Se usaba para definir a las personas que estando en una situación de necesidad no querían hacerla pública. "Son familias, pero sobre todo personas mayores, que viven en pisos muy grandes y caros de mantener que piensan que los Servicios Sociales son una forma de caridad, no un derecho, y que por eso se niegan a acudir a ellos. Tenemos que hacerles ver que no se trata de beneficencia".

Nesta noticia de EL PAIS, chaman a este fenómeno "pobreza vergonzante".

- **Visibilizar non só os puntos negativos da pobreza,** hai lugar para os positivos: Se nos centramos nos negativos daremos unha impresión de inmovilismo, e volveremos a culpabilizar a las vítimas, **mostrando os avances reais logrados** ensinaremos como a pobreza non é unha condena perpetua senon como temporal, con posibilidades de mellorar.

Los primeros Erasmus de Las 3.000 Viviendas

- ◊ Encarni, Diego y Juan Antonio son tres de los 14 alumnos del Instituto Antonio Domínguez de Sevilla que viajarán este mes a países de la UE como Grecia, Italia y Polonia
- ◊ Su experiencia forma parte del programa Erasmus+, que busca ayudar a zonas desfavorecidas como este barrio sevillano. Muchos cogerán el avión por primera vez.

Tres chavales sonrientes huyen del despacho, ignorando con sorna los manotazos al aire. «No os lo digo más veces: ¡Qué os vayáis!», les grita Manuel Gotor, de barba espesa y una imponente presencia que evidencia quién es aquí el director del IES Antonio Domínguez (Sevilla). En su mesa, varios rayajos tapan el nombre en una pareja. En su lugar, un «Lolito y Carmen. Te amo. 31/12/2014» que alguien esculpió en alguno de esos momentos en que Gotor, con 59 años y a punto de prejubilarse, aparcó el cargo para ejercer de padre, confesor o gestor familiar. Horas en las que su despacho se convierte en un salón de casa, en un soportal donde pasar el rato o hasta de poner paz entre dos clanes gitanos: además de grande y cercano, Manuel Gotor es un funcionario multitarea.

Neste caso El Mundo ensínanos como habitantes de Las Tres Mil Viviendas de Sevilla, barrio coñecido polo seu alto nivel de pobreza e criminalidade, teñen opcións e vontade para estudar.

- **Pero isto non significa romantizar a pobreza. O feito de que se poida e se deba mostrar a cara positiva non significa que actuemos como si non houbera unha parte negativa.** Non é tan raro ver nas redes sociais e nos medios de comunicación unha esaxeración desta cara amable da pobreza, isto co tempo lévanos a perder a conciencia, á despreocupación e ao esquecemento.

24 fotografías que te muestran cómo los niños son felices a pesar de donde nacen

Los niños, independientemente de su situación social, económica, localización geográfica, **tienen algo en común.**

Su **imaginación no tiene límites** al igual que su necesidad de **jugar con todo en casi cualquier momento y con casi cualquier cosa.**

Si no tienen recursos les da igual, una hoja de un árbol, un trozo de cartón o incluso un palo puede servir para pasarse horas y horas de puro inocente juego.

Lavozdelmuero. Nesta noticia motran fotografías de nenos de diferentes países en situación de pobreza aos que se lles ve supuestamente felices. Seguindo o titular da noticia, apenas lle da importancia a "onde nacen".

4.3. Terminoloxía

En ocasións, para falar de persoas en situación de pobreza, os medios de comunicación utilizan **termos inexactos ou excluíntes**, que non contribúen á aceptación do colectivo dentro da sociedade.

O máis grave e **principal erro é substantivar ao colectivo**, é dicir, utilizar expresións tan simples como “pobre”. Debemos utilizar a palabra “pobre” unicamente como adxectivo: diríamos entón “unha persoa pobre”, ou mellor aínda “unha persoa en situación de pobreza”.

É común relacionar a este colectivo con connotacións negativas ou coa vulnerabilidade. Utilizamos a miúdo termos como “moinante”, “marxinal”, “vagabundo”, “vago”, “indixente”, “pedigüento”... Debemos evitar toda relación das persoas en situación de pobreza con persoas inútiles, incapaces ou submisas.

En canto aos **países empobrecidos**, utilízanse termos como “países en vías de desenvolvemento” ou “países subdesenvolvidos”. Estes termos son moi subxectivos xa que se valora dun xeito pouco obxectivo o que se entende por desenvolvemento. Ademais, hai outro termo moi común: “o terceiro mundo”. Este termo foi acuñado no ano 1952 polo economista Alfred Sauvy. O termo quedou totalmente desfasado, xa que no seu momento usábase para designar a aqueles países emerxidos da independencia da descolonización producida na Segunda Guerra Mundial, que no pertencen a ningún dos dos bloques enfrontados na Guerra Fría (o bloque capitalista, “primeiro mundo”, e o bloque comunista, “segundo mundo”). Para evitar o uso destes termos debemos utilizar outros como “países do sur” para facer referencia á súa localización xeográfica, ou como “países empobrecidos”.

“Mendigos” é o termos máis común, pero é un termo incorrecto, xa que representa só a unha minoría dentro da pobreza. O mesmo sucede con “vagabundos”, xa que non representa a todo o colectivo da pobreza. De feito, a maioría dos vagabundos son sedentarios. Similares a “vagabundos” son termos como “transeúntes” ou “carrileiros” que tamén son incorrectos.

Por outro lado existe o termo “indixente”, un termo con carácter demasiado xeral, xa que se refire sobre todo á pobreza material.

Outro termo moi común é “sen teito” e, de novo, non é dos máis correctos. Neste termo faise referencia á carencia dun lugar para durmir. Porén, as persoas en situación de pobreza teñen outras carencias a nivel de relacións familiares, sociais e de vida laboral.

En Sudamérica utilízase tamén un termo coñecido como “*personas en situación de calle*”, que se refire a aquelas persoas que transitan polas rúas e habitan en hospederías e residencias solidarias. Para referirse a este colectivo, parte do movemento asociativo decidiu adoptar o termo “persoa sen fogar” (porque teñen outras carencias ademais dun teito, como a familia e o traballo). Aínda así, grande parte das ONG seguen utilizando o termo incorrecto.

Termos incorrectos	Termos correctos
Pobres Moinantes Marxinais Vagabundos Indixentes Pedigüeños Mendigos Transeúntes Vagos Carrileiros <i>Personas en situación de calle</i> Sen teito Países en vías de desenvolvemento Países subdesenvolvidos Terceiro mundo Persoas pobres Persoas excluídas Persoas vulnerables	Persoas en situación de pobreza Empobrecidos Persoas en situación de exclusión Persoas en situación de pobreza Persoas en situación de vulnerabilidade Países do sur Países empobrecidos Persoas empobrecidas Persoas en situación de pobreza Persoas en situación de vulnerabilidade

4.4. Fuentes consultadas

- EAPN, (2010), *Guía de estilo para periodistas: Pobreza, vulnerabilidad y voluntariado*, Madrid, España, EAPN Madrid
- García P. (2017), *Los medios de comunicación y la normalización de la pobreza*, publicado en Geopolitica.ru
- Joseph Rowntree Foundation, (2009), *Reporting poverty in the UK: A practical guide for journalist*, Londres, Reino Unido, Joseph Rowntree Foundation
- Littin C. (2006), *Los periodistas y la superación de la pobreza*, Fundación Superación de la pobreza, Chile
- *El tratamiento periodístico de la pobreza infantil según las ONG del sector: análisis y propuesta de mejora*, San Felipe Frías, M. Mariño Vicente M., (2016), *Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital Vol 5*, Cádiz, España, Universidad de Cádiz
- Trejo R. (1999), *Marginar a los marginados. Los medios ante la superación de la pobreza*, Ciudad de México, México, Universidad Nacional Autónoma de México
- *Nuestras miradas sobre la pobreza*, Alianza Comunicación y pobreza, Chile

EMPREGO

Blanca Troca Silvera
Juan Manuel Prieto Arosa
Juan Manuel Pérez Pedrouzo
Estefanía Santamarina Vázquez
Iago Salgado López
Nerea Soutullo Domínguez

5. Emprego

5.1. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo

O papel que o xornalista asume na sociedade foi evolucionando ao longo dos anos de tal xeito que as súas funcións tamén aumentaron progresivamente: de limitarse a ser un comunicador, pasou a adquirir a capacidade de educar ao seu público e de tratar de forma crítica o seu entorno, entre outras moitas habilidades. Como profesional influínte e configurador da opinión pública o xornalista busca ante todo facer a realidade o máis accesible posible para o mundo que o rodea. E este fin debe ser realizado con maior énfase cando involucra difundir información sobre os múltiples colectivos en situacións desfavorecidas que configuran a diversidade cidadá. O profesional da comunicación débese comprometer a ser un megáfono para estas persoas, transmitindo información non só veraz e libre de prexuízos, senón tamén útil para axudarlles a enfrontarse ás desigualdades que lles afectan no seu día a día.

Tecnicamente, poderíamos dicir que o traballo do xornalista consiste en “construír a realidade” en base a aquilo do que é testemuña para despois transmitirla á sociedade. Isto é unha labor de gran responsabilidade, pois moitas veces a opinión das masas sobre un determinado tema depende da visión que estas adquiriran tras ser influídas polos medios, polo que poderíamos dicir que destes dependen que a perspectiva sobre dito tema sexa positiva ou negativa. Por desgraza, en máis dunha ocasión a “realidade” transmitida polos medios de comunicación afectou de forma prexudicial a certos colectivos, situación que se debe a un incorrecto tratamento da información e que como consecuencia acaba creando prexuízos e falsas percepcións.

Nesta guía de linguaxe inclusiva trataremos a cobertura informativa dun grupo que non sempre se ten en consideración á hora de pensar en colectivos desfavorecidos, pero que sen dúbida se trata dun dos máis difamados pola prensa durante anos: aquel formado polos desempregados. Un grupo que adoita ser presentado como unha carga ou unha molestia para o noso país, cando en realidade o problema reside nas circunstancias que levou a estas persoas a non atopar traballo e a perdelo cando aínda o tiñan.

En España, entre os anos 2008 e 2009, como consecuencia da gran crise económica producida polo estoupido da burbulla inmobiliaria, o número de persoas non empregadas duplicouse, converténdose desde entón nunha crise social nacional que alcanzou o seu máximo número en 2013. Malia experimentar un descenso leve pero continuado co paso dos anos, na actualidade o desemprego segue a ser a maior preocupación dos españois. Queda amosada así a importancia que este tema ten para a cidadanía, pero... por que e sobre todo, como debe o xornalismo comprometerse coas persoas sen traballo?

En primeiro lugar, un emprego digno, así como a protección para responder á súa carencia, é un dereito recollido en documentos de tamaño importancia como a Declaración Universal de Dereitos Humanos, que dicta no seu artigo 23:

“1. Toda persoa ten dereito ao traballo, á libre elección do seu traballo, a condicións equitativas e satisfactorias de traballo e á protección contra o desemprego.”

Ou na Constitución Española de 1978, cuxo artigo 35 contén:

“1. Tódolos españois teñen o deber de traballar e o dereito ao traballo, á libre elección de profesión ou oficio, á promoción a través do traballo e a unha remuneración suficiente para satisfacer as súas necesidades e as da súa familia, sen que en ningún caso poda facérselle discriminación por razón de sexo.”

Non poder exercer unha profesión ou un traballo constitúe xa de por si un grave impedimento económico, pero moitas veces subestímase o peso emocional e mental que supón para o afectado, principalmente para a súa autoestima, e especialmente cando isto se converte en motivo de rexeitamento e discriminación social. Aínda máis agravante é o desemprego cando afecta a persoas que xa de por si pertencen a grupos en situacións desfavorecidas: inmigrantes, traballadores sen estudos... mesmo á poucas veces recoñecida figura das persoas encargadas das tarefas do fogar vese tamén desestimada.

Desde o ámbito da comunicación, e desde o establecemento dos xornais como produto diario e de finalidade informativa no século XIX, poderíase dicir que xa se fixo o mínimo por combater o desemprego, no que virían sendo as sempre presentes páxinas de anuncios nas que, a día de hoxe, séguense a encontrar diversas publicacións de ofertas de emprego. Pero non hai dúbida de que se pode chegar moito máis lonxe, contribuíndo á desestigmatización do desemprego, mediante artigos que rompan cos prexuízos; a través dunha titulación correcta e dun uso non discriminatorio da linguaxe; deixando de culpabilizar ao desempregado e de restrinxilo ao perfil dun individuo que se aproveita das prestacións sociais e que non se esmera por cambiar a súa situación, conformándose coa súa “cómoda vida”. Tamén son vitais os artigos e publicacións que ofrezan e informen sobre posibles solucións á súa situación, en vez de centrarse tanto nunha visión derrotista que non aporta nada máis que desesperación ás persoas pertencentes a este colectivo e medo ás que non o son de poder pertencer a el en calquera momento.

Ao ser un tema tan importante na nosa sociedade actual, o seu tratamento fai tempo que é diariamente protagonista polo menos nun artigo de cada xornal de España. De entre todos estes xornais que configuran o panorama mediático español, algúns deles exercen a labor de compromiso e axuda da que antes falábamos de múltiples formas. Así, para amosar algunhas das múltiples formas posibles de tratar correctamente as noticias sobre o desemprego, temos os seguintes exemplos:

a) *“El Gobierno excluye a varios colectivos en sus programas de protección por desempleo”* (nuevatribuna.es / 23 de abril de 2018)

Advirte e anuncia sobre o engrose da desigualdade que esta nova medida definitivamente supoñerá, proporcionando información para actuar ao respecto. Noticia na que claramente, non se busca culpabilizar ao desempregado.

b) *“Servicio Canario de Empleo promueve campaña para dar a conocer programas”* (ABC, 23 de abril de 2018)

Informa aos cidadáns afectados por esta situación de oportunidades destinadas a eles.

c) *“La necesaria recuperación y mejora del empleo público”* (El Día, 21 de abril de 2018)

Este artigo implica unha severa reflexión da xestión actual que se fai en España do emprego, poñendo énfase no aspecto de dignidade e calidade dun posto de traballo, denunciando as súas carencias; exerce un periodismo que busca solucións.

Pero tamén abundan a diario casos que non axudan a mellorar a percepción do desemprego, máis ben todo o contrario ao perpetuar determinados tópicos e contribuíndo a unha percepción negativa do colectivo de persoas sen emprego:

Ex: *“Los parados que agotaron la prestación aumentan en Asturias pese al final de la crisis”* (El Comercio, 22 de abril de 2018).

O uso de termos como “parados” ou “agotar”, e a connotación negativa que se lle dá a este suceso (“pese a...”), non son demasiado alentadores, aínda que o contido propio da noticia non cargue directamente contra os desempregados.

Como vemos, os xornalistas aínda temos un gran traballo por diante á hora de escribir sobre este tema, cometendo unha serie de erros comúns na terminoloxía empregada para referirnos a el e moitas veces dirixindo a culpa das circunstancias aos propios afectados no canto do verdadeiro problema, que non é outro que a aparente incapacidade do país de ofrecer solucións a estas persoas. Como profesionais da información debemos facer todo o posible para tratar dignamente a este colectivo e intentar axudar á súa situación presentando a información sen danar a súa imaxe e ofrecendo datos sobre recursos e axudas que poidan serlles útiles. De nós depende non facer máis difícil a etapa na que se atopan.

5.2. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo

Nun contexto de crise económica como o actual, é frecuente que a sociedade tenda a discriminar ás persoas en desemprego. Deste xeito, culpáselles a eles en vez de ao Estado por atoparse nesta situación, e menosprézaselles por percibir axudas deste, baixo o pretexto de que se aproveitan do sistema.

Rapidamente, a todos os desempregados e desempregadas atribúenselles unha serie de estereotipos e prexuízos co obxectivo de xeralizalos como grupo, tanto no que se refire aos seus aspectos, aos seus comportamentos ou ás súas costumes. Nada máis lonxe da realidade, xa que cadaquén ten as súas propias circunstancias persoais non comparables coas dos demais. É a partir desta xeneralización cando comezamos a facérmonos, case de xeito obrigado, unha imaxe negativa das persoas sen traballo. Así, concluimos con disparates que non fan máis que culpalas de problemas que son responsabilidade do Estado e de toda a sociedade en xeral.

Neste sentido, dende os medios de comunicación, debemos de tomar unha serie de pautas como xeradores de opinión pública:

- Evitar a mención da etnia ou raza, xa que non é relevante nas informacións relacionadas co emprego.
- Evitar a xeneralización de todas as persoas desempregadas coma un grupo homoxéneo.
- Rexeitar os estereotipos atribuídos ás persoas sen traballo.
- Utilizar correctamente o material gráfico que ilustra as noticias, igual de importante ou máis que a propia linguaxe.

A continuación, trataremos a discriminación no ámbito da información sobre o emprego segundo o grupo social ao que afecta:

1. Persoas con discapacidade: A súa presenza nos medios ten dúas vertentes: ou ben para denunciar as dificultades ás que teñen que enfrontarse estas persoas para conseguir emprego ou, pola contra, para dar visibilidade a casos de integración positiva, cos propios testemuños dos e das protagonistas. Aínda que cada vez se trata mellor a este colectivo nos medios, cómpre destacar que hai que mostralo de xeito natural, non de forma heroica e sen incidir demasiado no tópico da superación. Tampouco é favorable destacar as limitacións das persoas, senón todo o contrario, incidir nas súas capacidades. No tocante ás imaxes, tratar de evitar as melodramáticas e morbosas e as que dean unha imaxe marxinal e de vítima do individuo.

2. Inmigrantes: Comúnmente, tenden a cotizar minimamente ou a non cotizar. Isto é un grave problema, xa que deriva en que logo non poidan ter dereito á percepción das prestacións por desemprego. Ao vir do estranxeiro, tampouco contan cunha familia que lles poida prestar axuda económica. A isto hai que sumarlle a dificultade que teñen para acceder aos postos de traballo,

debido á súa baixa cualificación e ás condicións xenófobas que moitos dos e das oferentes de traballo inclúen nos seus contratos. Como consecuencia disto, a sociedade tende a ser crítica cos inmigrantes, chegando a conclusións como os inmigrantes quítannos o traballo porque cobran menos, responsabilizándoos así da súa propia explotación.

3. Diversidade sexual e de xénero: persoas LGTB+. Decotío, as persoas gais, lesbianas, transexuais, bisexuais, etc. sofren discriminacións nos seus respectivos postos de traballo polo mero feito de ser quen son. Desgraciadamente, a orientación sexual e a identidade de xénero seguen a ser motivos de exclusión a determinadas persoas no ámbito laboral. Isto deriva en que en moitas ocasións as persoas non heterosexuais teñan que agacharse no seu posto de traballo, aínda que en España estea recoñecido legalmente o dereito a manter unha relación ou mesmo o casamento cunha persoa do mesmo sexo, así como os dereitos e os permisos laborais derivados (recollidos no Estatuto dos Traballadores).

A unha situación máis grave vense expostas aquelas persoas cuxa identidade de xénero non coincide coa concepción binaria de xénero (home / muller). Ademais de padecer as discriminacións que tamén sofren os e as non heterosexuais, sumáselles o feito de que o seu aspecto e/ou a súa documentación reflectan a súa condición, ou que queiran realizar o seu proceso de cambio de sexo sen perder o seu emprego. A total inclusión destas persoas no mundo laboral é un reto pendente da sociedade e dos e das oferentes de traballo. Destaca o mundo da ensinanza, no cal baixo a escusa de non confundir aos nenos e nenas se limita a presenza destas persoas.

4. Etnia xitana: Este colectivo sofre altas taxas de desemprego, derivadas da mala imaxe que a sociedade ten del. Así, os xitanos e as xitanas quedan relegados ao desemprego de longa duración ou ao subemprego. A día de hoxe segue habendo reticencias á hora de contratalos, baixo o pretexto de que poden dar unha mala imaxe ao cliente ou que non son válidos para un emprego serio cun horario rigoroso que cumprir. Estes prexuízos acaban por outorgarlle a toda a etnia xitana unha imaxe negativa que non fai máis ca impedir o pleno desenvolvemento social desta e a obtención dunha harmonía intercultural plena.

5. Outras formas de comunicar mal: É habitual o debate entre traballadores e traballadoras temporais e indefinidos. Acúsaselles a estes últimos das malas condicións ás que se ven sometidos os primeiros ás veces. Isto non é certo, e non fai máis que incentivar o conflito entre as persoas con emprego. Asemade, xorden tópicos que non buscan máis que responsabilizar a certo colectivo de traballadores das dificultades económicas. Isto ocorre, por exemplo, cos funcionarios e funcionarias, aos que se lles tacha de privilexiados e culpables do reparto non equitativo do traballo e das rendas.

Como tratar os datos?

Existen infinidade de datos e estatísticas. Ás veces, mesmo semellan contraditorias. A tarefa dos medios de comunicación é entendelas e interpretalas para que a cidadanía poida coñecer a situación real do emprego nun momento determinado. Para isto, non basta con reflectir os datos,

senón que hai que explicalos e hai que interpretalos. Por exemplo, a evolución salarial pode medirse a través da enquisa de custos laborais, da estrutura salarial ou a de ingresos da Seguridade Social. Cada unha ten as súas vantaxes e os seus inconvenientes. O labor dos e das xornalistas é explicalos.

Outro aspecto que pode confundir á poboación á hora de facerse unha idea sobre como se atopa o mercado laboral reside no método no que se presentan as enquisas. Por exemplo, a taxa de desemprego non debería de ser presentada de forma global, senón disgregada, polo menos, por sexo, idade, nivel de formación e nacionalidade para, deste xeito, poder aplicar as políticas axeitadas aos grupos que saen peor parados. Neste sentido, os medios deben reflectir unha imaxe real, o máis completa posible ao transmitir a información cuantitativa. Así, podemos apreciar se se da unha desigualdade de xénero á hora de percibir os salarios ou outros factores.

Cómpre destacar que a información cuantitativa non sempre é fiable: a modo de exemplo, só contan como desempregadas aquelas persoas inscritas no SEPE (Servicio Público de Empleo Estatal), aínda que hai outras moitas que tampouco teñen emprego pero non están dadas de alta nel, xa sexa por falta de motivación, porque non teñen dereito a recibir ningunha retribución, etc. Todo isto téñeno que contar os medios de comunicación.

En definitiva, os medios non só deben de dar os datos cuantitativos, senón que teñen que interpretalos, analizar as vantaxes e as desvantaxes da fonte e, se é preciso, aportar datos adicionais que sirvan de contexto. Deste modo, axúdase á cidadanía a entender mellor a realidade, ás veces demasiado difícil de asimilar.

5.3. Terminoloxía

NON	SI
Parado	Desempregado
Persoa especial, incapacitado, minusválido	Persoa con discapacidade ou diversidade funcional
Persoa normal	Persoa sen discapacidade
Atrasado	Persoa con síndrome de Down
Paro	INEM, desemprego
Traballar como un negro	Traballar moitas horas a cambio dun soldo excesivamente baixo
Sufrir, padecer	Convivir, ter
Autista	Persoa con autismo
Xordo	Persoa xorda ou con dificultades auditivas
Condenado a unha cadeira de rodas	Limitado a unha cadeira de rodas
Anciáns, decrepitos, vellos	Persoas de idade avanzada, maiores, persoas maiores
Indixente, mendigo, transeúnte, vagabundo	Persoas sen fogar ou sen teito
Inmigrantes ilegais	Migración irregular, forzosa, laboral, refuxiado
Persoas pobres, excluídas, vulnerables	Persoas empobrecidas, persoas en situación de exclusión, persoas en situación de pobreza, persoas en situación de vulnerabilidade
Países en vías de desenvolvemento, países subdesenvolvidos, Terceiro Mundo	Países do sur, países empobrecidos

5.4. Fontes consultadas

- Constitución española (1978), artículo 35.1
- Declaración Universal de Derechos Humanos (1948), ONU, artículo 23.1
- Enquisa de Poboación Activa: <https://www.datosmacro.com/paro-epa/espana>
- Guía de estilo: Empleo e inclusión social: http://www.labroma.org/blog/wp-content/uploads/2016/03/gu%C3%ADa_empleo_eapn.pdf
- Avanza inclusión sociolaboral: ¿Que é o emprego inclusivo?: <http://186.64.117.180/~avanzain/2017/07/22/que-es-el-empleo-inclusivo/>
- Organización Internacional do Trabalho: Eliminación da discriminación en materia de emprego y ocupación: <http://www.ilo.org/declaration/principles/eliminationofdiscrimination/lang--es/index.htm>

CATÁSTROFES E EMERXENCIAS

Carla Mendes Sáñez
Julio Manuel Lorenzo Creo
Marcos Mouro Negreira
Alejandra García Fernández
Sara Martínez López

6. Catástrofes e emerxencias

6.1. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo

Os medios de comunicación teñen a responsabilidade de **informar de forma veraz** e de forma contrastada ante todo. Un dos exercicios básicos que debe levar a cabo un xornalista na súa profesión é ser fieis aos feitos, ao que sucede, sobre todo nestes casos, e non deixarse levar por informacións non verificadas. Isto sempre existiu, pero nos últimos anos, coa aparición de elementos como os foros e as redes sociais, aumentaron, xa que calquera persoa pode utilizar estas como altofalante para difundir falsos, mentiras ou información simplemente non contrastada totalmente que pode levar á confusión á sociedade e aos xornalistas, que, sobre todo na actualidade, buscan con maior ímpeto a instantaneidade, ser “o primeiro” en dar as informacións, e son máis propensos a caer nestes erros.

Os medios deben manter unha posición neutral. Un xornalista informa o que pasa, iso é algo fundamental. Mentir ao cidadán, ao lector, supón unha falta gravísima contra o código deontolóxico do xornalismo e ante a sociedade á que pretende transmitir historias, coñecementos, e sobre todo en asuntos como as traxedias ou emerxencias, nas que hai vidas en xogo. Por iso, un xornalista ten que manter sempre á liberdade de información e de expresión, sen aliñarse con unha empresa, unha organización ou incluso co propio goberno dun país ou dun territorio, sen caer nas presións ou pretensións que estes poden exercer por determinadas razóns. Cómpre estar cerca do poder pero lexano á vez.

O **“morbo” nunca debe estar por riba dos feitos.** De novo volvemos a entrar en basearse a informar sobre feitos. Se falamos dunha traxedia e hai informacións de falecidos ou feridos, todos nos podemos imaxinar nas nosas mentes as escenas de terror e tristeza, non fai falla que, dende os medios, se nos “bombardee” con elas. Caer na “tentación” de publicar unha fotografía ou un vídeo dun malogrado ou un lesionado para buscar as visitas e os *clicks* é algo que os xornalistas deben evitar. Nunha sociedade que prefire o audiovisual que a lectura, esta é unha tarefa difícil, pero os xornalistas deben buscar que pese máis unha boa redacción e transmisión dos feitos que a imaxe ou gravación que chama a atención pero falla ás liberdades ou dereitos humanos, en moitos casos.

Non facer publicidade co ocorrido. Na actualidade, moitas empresas, marcas, firmas e medios de comunicación aproveitan calquera acontecemento para dar a ver as súas promocións e produtos. Xogar co sufrimento das vítimas ou coa inseguridade das persoas supón un acto que non entra dentro dos principios do xornalismo e nin sequera da ética do ser humano. O famoso *clickbait* é un dos fenómenos que máis creceu nos últimos anos na rede, sobre todo en redes sociais, entre os medios. Métodos como este son os que se utilizan para conseguir visitas e, consecuentemente, máis ganancias para o medio, resultando así unha fórmula que pode ser efectiva pero de ningunha maneira correcta coa esencia do xornalismo.

Tratar con especial delicadeza determinados temas. Situacións trxicas e emerxencias que envolven a grupos máis vulnerables á opinión pública e á sociedade, como poden ser as mulleres (en certos casos), os menores ou a persoas con certas limitacións motoras ou psíquicas. Utilizar a linguaxe adecuada e coidada, sen excederse, é algo chave.

Manter a presunción de inocencia. En algunhas ocasións, os xornalistas poden caer na “trampa” da opinión social en algúns casos mediáticos como delitos sexuais. O xornalista, se non ten as informacións axeitadas, contrastadas e verificadas, debe velar por seguir a lei vixente e deixar actuar á xustiza, mantendo a presunción de inocencia, e non de culpabilidade, como algunhas veces se acaba impondo, do acusado.

6.2. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo

- Dada a súa contundente veracidade a información non debe desfigurarse.
- É necesario respectar en todo caso a separación entre información e opinión. En especial no ámbito audiovisual.
- Débese utilizar unha linguaxe coidada, aportar serenidade en situacións convulsas e evitar o tremendismo.
- A linguaxe débese coidar especialmente cando nos refiramos á información ou opinión sobre as vítimas, familiares ou achegados.
- Temos que ter especial coidado coas imaxes das vítimas e evitar a súa posterior utilización de modo reiterativo.
- A protección á xuventude e á infancia é un principio xeral de aplicación rigorosa nas situacións catastróficas.
- A discriminación en canto a cor, sexo, raza, relixión ou ideoloxía, sempre repudiable, adoita selo máis cando afecta a quen sofre a catástrofe.
- Debe manterse a presunción de inocencia como principio xeral.
- Non resulta conforme á ética profesional a utilización de estas situacións como medio para aumentar o número de lectores ou audiencias, sen prexuízo de atender á maior demanda de noticias.

- No caso do terrorismo debemos atender a uns preceptos sinxelos:
 - o Chamar as cousas polo seu nome, evitar a linguaxe que as organizacións terroristas queren que utilizemos.
 - o O relato dos atentados debe cingirse aos feitos. Débese eliminar o discurso narrativo toda posible xustificación dos mesmos ou a asimilación dos terroristas con guerrilleiros ou soldados.
 - o O foco informativo non só debe poñerse sobre os atentados, senón tamén sobre as consecuencias. Hai que darlle voz ás vítimas.
 - o Débese rexeitar a reprodución de vídeos sobre as accións terroristas, sobre todo se estes levan mensaxes reivindicativos ou de chamamento á acción por parte dos dirixentes dos grupos.
 - o Poñer a disposición das forzas de seguridade e da fiscalía todo o material ao que se tivera acceso no medio e que poda axudar a esclarecer a acción criminal ou á detención dos autores.

6.3. Terminoloxía

Cousas que facer á hora de comunicar unha traxedia/catástrofe	Cousas que non facer á hora de comunicar unha traxedia/catástrofe
Débese ter en conta, no caso de haber vítimas, a súa privacidade, así como a súa intimidade, e respectalas	Empregar unha linguaxe racista no caso de terrorismo, debido á equívoca concepción de “musulmán = terrorista”
Ter en conta a sensibilidade dos lectores e dos familiares das vítimas á hora de amosar fotografías ou de redactar titulares/noticias explícitas	Publicar fotografías explícitas e morbosas co mero obxectivo de obter “clicks” ou vendas.
Débese respectar a presunción de inocencia dos posibles autores da traxedia (ex.: atentados) e empregar palabras coma “presunto/a”.	Denunciar a alguén como autor da traxedia antes de ter probas, ou de ser condenado por un xuíz.
Respectar tamén os datos privados de vítimas e culpables, como por exemplo o domicilio.	Difundir datos persoais de vítimas ou acusados que non teñen nada que ver coa traxedia propiamente dita.

6.3. Casos a estudar

Prestige

O petroleiro *Prestige* foi un buque monocasco liberiano, que operaba baixo *bandeira das Bahamas*, que o 19 de novembro de 2002 afundiou fronte ás costas de Galicia, ocasionando un vertido de crú que provocou un dos maiores desastres ecolóxicos da historia de España. O vertido provocou a creación de *Nunca Máis*, un movemento popular que organizou a ola de solidariedade para limpar a costa afectada e que reclamou responsabilidades medioambientais, xudiciais e políticas.

O desastre do Prestige estivo ocupando as primeiras planas dos xornais durante máis dun mes. Foi un gran desastre ecolóxico que afectou a costa de Galicia unha zona na que precisamente o mar é unha das súas principais fontes de riqueza senón a que máis. Os medios de comunicación trataron con moito coidado este caso, xa que foi un tema que tocaba de cerca a unha rexión importante do país. Foise informando o máximo posible como ía avanzando a traxedia. Que era o que pasaba, que zonas eran as afectadas, como ían os servizos de emerxencia, como os veciños se puxeron a limpar, etc.

Neste caso o papel da prensa é esencial porque é a que pon ao corrente aos veciños de que cosas están pasando exactamente. Por iso neste caso, en momentos de pánico deste tipo (pánico dos galegos), é imprescindible que a información estea contrastada para evitar que se difundan relatos falsos.

Accidente de avión Chapecoense

O 28 de novembro de 2016 o avión da aeroliña *LaMía* que voaba dende *Santa Cruz de Bolivia* (*Bolivia*) en dirección *Rionegro* (*Colombia*), en *Cerro Gordo* en *La Unión* (*Colombia*) en torno as 22:15 hora local. Contaba con 9 tripulantes e 68 pasaxeiros entre os que se atopaban o equipo de fútbol brasileiro *Chapecoense*, que ía a Colombia a xogar a final da *Copa Sudamericana 2016* fronte ao *Atlético Nacional*. Ao accidente só sobreviviron seis persoas, entre eles tres futbolistas.

Este incidente foi tratado polos medios de comunicación centrándose só na morte dos futbolistas. O *Chapecoense* era un equipo de fútbol dunha pequena cidade de Brasil que tiña moi poucos recursos. Ese ano conseguiu ascender á *serie A* (primeira división), e pouco a pouco comezou a facerse coñecido en Brasil debido a que pasaron de ser un equipo a piques de pechar, a pasar á final da *Copa Sudamericana*. Pero o sono se acabou cando, de camiño a ese partido, o avión no el que viaxaba practicamente todo o equipo se estrelou. Foi unha traxedia para a pequena cidade de Chapecó.

Os medios de comunicación se concentraron nesta historia, a do equipo de fútbol. Xa que o fútbol é un deporte de masas. Así, a maioría das noticias falan sobre como Brasil chorou a morte dos xogadores do equipo, como [algúns se salvaron](#), etc. Do resto de vítimas no se falou.

Os medios centráronse na trágica historia deste equipo de fútbol e esqueceronse de que houbo máis vítimas. Había 77 persoas no avión, só 22 eran futbolistas. Finaron xornalistas, a maioría da tripulación e persoas do corpo técnico e invitados do equipo de fútbol. A prensa centrouse na historia dos futbolistas, pero tamén está a historia de todos os xornalistas que viaxaron e morreron, os técnicos, os azafatos e as azafatas, o piloto e el copiloto...

Esta historia acabou convertendo en sensacionalista porque os xornalistas foron todos detrás dos familiares dos futbolistas e de aqueles que non puideron ir á final. Unha das historias máis repetidas na prensa que ten que ver con esta traxedia xira arredor dun dos futbolistas finados, quen acababa de coñecer a noticia de que ía a ser padre.

- Gripe A
- Atentado de Las Ramblas
- 11-M
- 11-S
- Incendios en Galicia
- Accidente de tren de Angrois

6.5. Fontes consultadas

- http://www.ieee.es/Galerias/fichero/OtrasPublicaciones/Nacional/2016/Conferencia_Garcia-Abadillo_Zaragoza_16nov2016.pdf
- <http://www.comisiondequejas.com/wp-content/uploads/2015/09/85.pdf>
- <http://www.alertadigital.com/2018/04/28/muere-alfie-evans-el-nino-ingles-de-raza-blanca-cuyos-padres-libraron-una-batalla-legal-para-salvar-su-vida/>
- <http://xornalistas.gal/colexio/codigo-deontoloxico-galego/>
- <https://www.google.com/url?q=http%3A%2F%2Fwww.ahoranoticias.cl%2Fnoticias%2Fdeportes%2F201799-nacio-el-hijo-del-jugador-del-chapecoense-que-se-entero-que-iba-a-ser-padre-horas-antes-de-morir-en-tragedia-aerea.html>
- https://www.google.com/url?q=http%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Finternacional%2Fabc-brasil-llora-perdida-jugadores-chapecoense-201611291509_noticia.html

COMUNIDADE LGTBQI

Carla Filloy Cangas
Carmen García García
Paula Ferreira Boquete
Marta González Fontán
Eva Fuentes Fernández
Gema García Rodríguez

7. Comunidade LGBTQI

7.1. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo

O xornalismo ten a súa natureza no poder de actuar como ferramenta para levar a cabo diferentes procesos de cambio social na nosa poboación. Nos últimos anos, as cuestións sobre a diversidade sexual experimentaron un notorio incremento nos medios de comunicación. Nalgúns casos, estes contribúen a asentar idearios estereotipados, pero tamén xogan un rol fundamental nos procesos de visibilidade e normalización. Por isto, numerosos académicos da área da comunicación trataron de explorar diferentes asuntos sobre a diversidade sexual na súa relación cos medios.

A linguaxe inclusiva é aquel linguaxe non discriminatorio que se atopa libre de palabras, frases ou tons que reflicten visións prexuzosas, estereotipadas ou discriminatorias de persoas ou grupos. Esta aporta rigor e palabras adecuadas propostas polas persoas protagonistas e especialistas en cada colectivo, así como respecto e dignidade polas mesmas. Así, a información será máis precisa, xa que ao non usar palabras estereotipadas, non precisas ou confusas estamos facendo que, quen se está tratando de informar, se forme unha imaxe máis completa e certa da situación.

Un dos colectivos máis afectados pola linguaxe non inclusiva é o colectivo LGBTQI, sigla composta polas iniciais das palabras Lesbianas, Gays, Bisexuais, Trans, Intersexuais e Queers. Para este colectivo a visibilidade representa o recoñecemento da súa realidade e dignidade, así como a posibilidade de existir e de expresarse en igualdade ao resto da cidadanía. Lamentablemente esta visibilidade foilles denegada durante séculos.

No camiño cara a igualdade e visibilidade, os medios de comunicación foron fundamentais. Habitualmente criticase que a maioría de medios de comunicación priorizaron as funcións de márketing e entretemento porque consideran que reportan máis beneficios económicos, mentres que as funcións de información e comunicación son as menos coidadas. Temos que recordar que a información e a comunicación son un dereito humano recoñecido na Declaración Universal dos Dereitos Humanos: “todo individuo ten o dereito á liberdade de opinión e de expresión, o que implica o dereito a non ser molestado polas opinións e por buscar, recibir e propagar, sen consideración de fronteiras, informacións e opinións por calquera medio de expresión”.

Os estudos sobre como aborda o discurso xornalístico a representación das minorías sociais, acadaron a moitos colectivos vulnerables á discriminación durante os últimos anos. Estas reflexións son produto dunha diversidade social crecente, que xerou unha serie de desafíos no ámbito da comunicación á hora de elaborar relatos profesionais. Para non afondar co discurso mediático da desigualdade que sofren as minorías e os desfavorecidos, os xornalistas foron incorporando determinadas prácticas deontolóxicas á súa rutina profesional. Así, o xornalismo aumentou o seu compromiso con estes cidadáns do mesmo modo que a sociedade fixou como obxectivos irrenunciábeis a pluralidade, a convivencia pacífica e a tolerancia.

7.2. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo

Se ben é certo que a aparición de persoas LGTBQI nos medios é hoxe máis habitual que en ningún outro momento da historia, aínda hai todo un camiño de melloras por diante. É innegable que a LGTBQIfobia continúa a día de hoxe moi presente na nosa sociedade e aínda que é a propia sociedade no seu conxunto a que debe cambiar para facela desaparecer, os medios xogan un papel importante. Como xa se comentou no apartado anterior, os medios de comunicación deben asumir certas responsabilidades coa comunidade LGTBQI para avanzar no proceso de visibilización e normalización, ademais, evidentemente, no de consecución dos mesmos dereitos que as persoas cisheterosexuais.

Así, os medios de comunicación deben levar a cabo tarefas de denuncia de feitos ou situacións discriminatorias, para poder espertar na sociedade un maior criticismo ante casos de LGTBQIfobia. En definitiva, se a sociedade debe cambiar pensamentos e actitudes establecidas cara a unha maior inclusión, os medios no seu compromiso con ela e entendendo que son unha ferramenta para levar a cabo diferentes procesos de cambios sociais na nosa poboación, deben facelo tamén, xa que entra dentro dos seus deberes o de tratar con rigurosidade os aspectos que envolven a colectivos discriminados.

Ademais, denunciar feitos ou situacións discriminatorias así como normalizar condutas para acadar unha sociedade máis xusta son algunhas das tarefas que debe realizar o propio xornalismo.

Aquí expoñemos unha lista cunha serie de pasos que os medios poden seguir para mellorar o tratamento informativo neste aspecto:

- Por suposto e para comezar pola base, non exercer a LGTBQIfobia no propio medio, que debe ser un entorno de traballo seguro para as persoas pertencentes ao colectivo.
- Propiciar, sempre que sexa posible tendo en conta a formación e a información que se posúe, que sexan as persoas LGTBQI que traballan no medio respecto as que dean cobertura aos temas que as atinxen.
- Estar o máis concienciadas posible respecto ao problema existente e o papel que xogan os medios na busca de solución.
- De igual maneira que se educan, estudan, aprenden sobre calquer tema antes de falar del, facelo nas problemáticas LGTBQI e na terminoloxía correcta para evitar erros por descoñecemento.

- Unha vez comprometidos, conscientes e educados, poñer en práctica ese coñecemento sinalando negativamente os prexuízos e estereotipos existentes ao tratar a información, visibilizando a discriminación e a violencia.
- Sinalar, ou non, a orientación sexual ou a identidade de xénero das persoas segundo o caso concreto. Non se debe mencionar cando se tratan asuntos nos que eses datos sobre os implicados son completamente irrelevantes; mais é totalmente imprescindible sinalalo cando xogou un papel determinante, como pode ser en casos de delitos de odio ou tratos discriminatorios de calquera tipo, para fomentar unha maior concienciación acerca da LGTBQIfobia.
- No caso de temáticas “comprometidas” que podan estar a debate: leis sobre o matrimonio igualitario, a adopción por parte de parellas do mesmo xénero, leis contra a discriminación... dar sempre un enfoque xurídico e non moral, apartando en todo momento a posibilidade de que se poda defender a discriminación de maneira moral.
- Por respecto non só a comunidade LGTBQI, senón tamén á propia profesión, rexeitar os enfoques sensacionalistas.
- Ademais da adopción de pautas para mellorar o tratamento informativo, mellorar e ampliar a información a tratar: darlles representación ás persoas LGTBQI todo o ano, non soamente o Día do Orgullo, e no Orgullo facerse eco das reivindicacións e as manifestacións críticas, ademais dos desfiles e as festas.
- Variar as imaxes que acompañan as noticias nas que se ven involucradas persoas LGTBQI. Incluír a cotidianidade no repertorio de imaxes para non quedarse unicamente co aspecto reivindicativo; amosar ás parellas do mesmo xénero e ás persoas trans realizando tamén actividades do día a día para acadar a normalización. Estender, pois, as prácticas inclusivas a todos os traballadores do medio: tanto redactores como fotógrafos, debuxantes...
- Firmeza e coherencia. Manterse firmes no apoio á loita LGTBQI e actuar coherentemente ao respecto. É importante facer cambios que leven a esa mellora do tratamento da información relacionada con este colectivo da que falamos, pero tan importante como facelos é mostrarse abertamente contrarios ás prácticas que os perxudican. Débese ter en conta en todo o momento, aínda que sen caer no vitimismo, que se está a falar dun colectivo oprimido e discriminado e distanciarse dos medios que perpetúen dita opresión e discriminación, así como non permitir (na medida en que iso estea nas mans de cada un) a perpetuación das mesmas no medio no que se traballa. A non publicación de artigos de opinión que reproducen comentarios homófobos e tránsfobos e a non permisión de titulares e artigos baseados na heteronormatividade non atenta contra a liberdade de expresión do redactor, senón que protexe as das persoas LGTBQI.

Por último, no caso de que por mor do descoñecemento ou o descoido se dea un caso de tratamento non inclusivo da información:

- Recoñecer o erro. Rectificar é de sabios e se ademais o fas publicamente podes estar axudando a que outras persoas se percaten de estar a cometer o mesmo erro que ti cometiches e se corrixan tamén.

7.4. Terminoloxía

Termo incorrecto	Termo correcto
<i>Hermafrodita</i>	Intersexual/DSD (Diferenzas do Desenvolvemento Sexual)
<i>Cambio de sexo ou proceso transexualizador</i>	Reasignación sexual ou confirmación de xénero
<i>Homosexual</i>	Gay ou lesbiana
<i>Parella homosexual</i>	Parella ou, se fose información esencial, parella gay
<i>Pais</i> , para referirse a unha familia	Familia, familias ou pais e nais
<i>Preferencia sexual</i>	Orientación sexual
<i>Travesti</i>	Transxénero ou trans (só como adxectivo, é dicir, non referirse a unha persoa substantivando a súa condición).

<i>Estilo de vida gay</i>	Gay ou lesbiana
<i>Terceiro sexo</i>	Gay ou lesbiana
<i>Homosexualismo</i>	Homosexualidade
<i>Homosexual admitido ou declarado</i>	Abertamente gay ou abertamente lesbiana

Con todo, este tipo de información persoal só debería formar parte da noticia de ser estritamente necesaria. Outra serie de consellos para a mellora do tratamento informativo:

- Referirse a unha persoa trans co xénero de destino do seu proceso de reasignación sexual, non co xénero de orixe co que non se identifica.
- É preferible que antes de transmitir información sobre unha persoa trans lle preguntemos sobre como lle gustaría que utilizemos a linguaxe nesa noticia. É dicir, cun uso feminino ou masculino dos pronomes e derivados.
- Toda persoa é biolóxica e, xa que logo, é incorrecto a diferenciación “persoas trans” fronte a “persoas biolóxicas”, referíndonos con isto último aos non trans (cissexuais).
- Evitar unha visión compasiva ou unha excesiva victimización.
- Non confundir *identidade de xénero* (sentirse home ou muller) con *orientación sexual* (sentirse atraído por homes e/ou mulleres).

7.4. Fontes consultadas

- *El semáforo de las palabras sobre transexualidad*, El hombre transexual, 2006.
- *Recomendaciones sobre el tratamiento de las personas lesbianas, gays, transexuales, transgéneros e intersexuales (LGBTI) en los medios audiovisuales*, Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Generalitat de Catalunya e Col·legi de Periodistes de Catalunya, 2017.
- *Guía para los medios*, Alianza Gay y Lésbica Contra la Difamación GLAAD, 2010.
- *Lo que le falta al periodismo para ser más “LGTB Friendly”*, Sentiido, Feb 9 2015.
- *Cómo informar mejor sobre personas LGBT en medios*, Juliana Martínez, Sentiido, Abr 6 2016.

COOPERACIÓN INTERNACIONAL

Paula Couto García
Inés Abelenda Cambón
Marta Castro González
José Manuel Diego Ferreira
Raquel Blanco Prada

8. Cooperación Internacional

Comezaremos definindo os dous temas que nos ocuparán: a cooperación internacional e o voluntariado.

Cooperación Internacional é un concepto bastante amplo xa que se refire á colaboración voluntaria dunha persoa, Estado, Goberno ou ONG con aqueles que o necesiten. Os proxectos que se levan a cabo céntranse nas melloras da educación, da saúde, do medio ambiente, das desigualdades sociais ou económicas... é dicir, buscar solventar todos os problemas que impidan que haxa igualdade e unha boa calidade de vida. Polo tanto pódese dicir que a cooperación Internacional é a unión de diferentes individuos ou colectivos que levan a cabo unha acción solidaria noutros países que precisen axuda.

O **voluntariado** é unha expresión da solidariedade organizada que implica compromiso coas necesidades existentes. Nos lugares onde teñan estas necesidades existirán estas asociacións de voluntariado que necesitarán a participación activa e solidaria de todas as persoas. En definitiva, o voluntariado é unha ferramenta para poder participar e transformar a realidade que nos arrodea.

8.1. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo

Cando se fala de voluntariado, os medios adoitan dar unha imaxe parcial deste colectivo. É habitual que cometan os seguintes erros:

- Os medios aluden continuamente á emoción, á dor, ás situacións de pobreza reflectindo unha actitude de condescendencia e paternalismo cara as persoas ás que a sociedade marxina.
- Moitas veces observamos unha falta de relato, os medios só aportan datos fríos que fan que a audiencia desconecte e non empatice co tema.
- Adoitan transmitir unha imaxe de heroe das persoas voluntarias que realizan accións notables. Como consecuencia disto moita xente non se sente o suficientemente válida para ser membro dunha asociación, o que diminúe o número de axudas.
- A información que se dá do voluntariado é moitas veces anecdótica, non se entende o voluntariado coma unha actividade seria e habitual, senón máis ben como unha “obra caritativa” puntual.
- O volunturismo ou síndrome do salvador branco: Este é un fenómeno moi común na sociedade actual do que o xornal El Diario se fai eco. “Estas imaxes prolongan a idea de que só a axuda occidental salvará a África da miseria.” Así o termo “salvador branco” está ligado á época colonial segundo o cal os europeos tiñan a misión de “civilizar” o

continente africano. Ao complexo do salvador branco tamén se lle une o concepto de “exotización” e a unha concepción das persoas de cor como obxecto. “Estas persoas pasan a converterse en algo impersoal, pero ao mesmo tempo tenro que debe exhibirse como algo exótico e necesitado de protección”. Así reforzan a idea de “bondade innata” do branco.

- Non debemos esquecer que as redes sociais tamén son medios de comunicación nos que os usuarios temos a responsabilidade sobre o que publicamos. Os “influencers” e contas con moitos seguidores deben ser especialmente cautos coa imaxe que ofrecen sobre o voluntariado e a cooperación internacional. É precisamente nestes medios (tachados habitualmente de individualistas) nos que máis aumenta o síndrome do salvador branco. Por tanto deberíamos todos esixir o mesmo respecto e tacto que aos medios tradicionais e non deixar que a rapidez por publicar nos traizoe.

8.2. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo

Os medios de comunicación e os xornalistas teñen un papel crucial na creación da imaxe social das asociacións de voluntariado e cooperación internacional. O problema existente hoxe é que estes medios a penas dan voz a estas asociacións, senón que adoitan falar delas só en casos de conflitos internos ou de forma paternalista cando un famoso decide colaborar con elas. Para lograr unha imaxe positiva destas, propoñemos varios métodos:

1. Acudir a elas como fontes de información cando falamos de temas que lles son coñecidos. Exemplo, se falamos dun caso de prostitución, acudir a unha destas asociacións para que nos de o seu punto de vista.
2. Evitar sacalas só como un adorno en determinadas datas. Claro exemplo é o boom de xornalistas gravando en comedores sociais no nadal, reflectindo a imaxe de que esa é unha labor propia do nadal e non un problema social a tratar con seriedade. No canto disto acudir a máis eventos que organicen estas asociacións.
3. Evitar incorrer en paternalismo. Como no caso anterior, sacar a estes colectivos nos medios non debe ser unha publicidade de “boismo”. Por exemplo, se un famoso decide participar nunha campaña de cooperación internacional, a noticia debe ir centrada na labor da campaña, non na figura deste personaxe.
4. Ter sumo coidado á hora de sacar publicamente as caras das persoas que reciben a axuda destas asociacións, debemos antes preguntar se desexan facelo. Hai moita xente que se pode sentir incómoda por saír en medios, ou incluso poden necesitar protección por causas legais, polo que debemos ser cautos.

5. Mostrar máis a miúdo o día a día e as reivindicacións destes colectivos. Facer chegar ao público que esta labor é crucial para a súa aceptación social e para darlles voz nas súas reclamas.
6. Evitar amosar só o lado negativo do voluntariado e a cooperación internacional. Debemos dar voz tamén a todos esas cousas positivas que se acadan, aos valores que se ensinan. Do contrario, damos unha imaxe de desesperanza e indiferenza. Os medios de comunicación teñen que dar a man a estes grupos para permitirlles publicitarse e difundir as súas ideas.
7. Os medios non deberían amosar imaxes crueis relacionadas con membros destes colectivos, a non ser que estes o pidan ou o permitan. Por exemplo, no caso de Aylan Kurdi, o neno falecido nas costas do mediterráneo, a súa imaxe converteuse en símbolo mundial. Pero esta imaxe foi publicada con consentimento e cun obxectivo claro de formar conciencia social.
8. Evitar caer nas informacións morbosas, ademais do que se di tamén hai que ter moito coidado en como se di. A información debe ser tratada con máximo respecto tanto para a asociación, para os usuarios coma para o voluntariado.
9. Contextualizar a información debidamente e explicar ben os obxectivos e labores das asociacións para favorecer a súa imaxe social e evitar malentendidos.

8.3. Terminoloxía

NON	SÍ
Desamparados	Colectivo minorizado
Desfavorecidos	Persoas vulnerables
Pobres	Población empobrecida
Necesitados	Persoas sen recursos
Beneficiarios	Población beneficiada
Minoría	Población minorizada
Enfermos	Persoas que padece algunha patoloxía
Marxinados	Persoas excluídas
Voluntarios	Voluntariado
Axudar	Colaborar, participar, involucrarse
Asistir	Colaborar
Beneficencia	Participación cidadá

Cómpre facer distinción entre os termos voluntario e cooperante, que moitas veces a prensa utiliza indistintamente. Os traballo do voluntariado non está remunerado, mentres que os cooperantes si reciben remuneración. En España, a Lei do Voluntariado é moi precisa: non é posible facer voluntariado con remuneración. Porén, hai que matizar que en países como Francia si é posible.

8.4. Contacto coa Asociación Faraxa

Para informarnos máis sobre o tema contactamos coa Asociación Faraxa que axuda as vítimas de trata. Nunha conversación telefónica faláronnos de como é o trato entre as persoas que a integran. Grazas a esta conversa chegamos a varias conclusións:

1. Ante todo ten que imperar o respecto mutuo e o sentido común.
2. Na asociación todo o mundo se chama polos seus nomes de pila, isto fai o trato máis persoal e evita asignar etiquetas ou cargos.
3. Hai que ter máximo coidado e respecto coas persoas transexuais, tratalas acorde coa súa identidade de xénero, deixando de lado os prexuízos.
4. É moi importante NON mencionar as usuarias que son vítimas de trata, moitas non o saben e podería ser traumático ou incluso botar por terra todo o traballo da asociación.
5. Cando se redacta ou se fala de varias persoas sempre se usa primeiro o feminino e se emprega o feminino para falar en plural.
6. Evítase o uso de termos que poidan ser ofensivos para os membros. (Prostituta, vítima, termos de índole racista, sexual...)
7. Esta asociación colabora con intérpretes e tradutoras en varios idiomas para asegurar que as usuarias se sintan o máis cómodas posibles e se podan expresar con facilidade. É moi importante que a comunicación se faga sen barreiras de ningún tipo.
8. Cómpre que os medios se fagan eco da labor deste tipo de asociacións e teñan o tacto necesario para non desprestixiar aos seus membros e accións sociais.

8.5. Fuentes consultadas

- <https://www.guiaongs.org/directorio/cooperacion-internacional/>
- http://www.fevocam.org/sites/default/files/periodistas_ong_madrid_voluntariado_fevocam_documento.pdf
- <http://www.plataformavoluntariado.org/ARCHIVO/documentos/recursos/guia-de-tratamiento-informativo-sobre-voluntariado.pdf>
- http://www.apci.gob.pe/MIPCI_Fuentes/archivos/glosario_terminos.pdf;jsessionid=8FD803D3960CBD5748CCC9576134740D
- https://ebuah.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/23744/VictoriaVergerAguilar_TFM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- <http://www.ciong.org/queHacemos.php>
- <https://elordenmundial.com/2017/07/03/volunturismo-voluntariado-y-selfies/>
- https://www.eldiario.es/desalambre/complejo-salvador-racista-Africa_0_756975385.html
- <http://www.locarconio.com/2017/11/privacidad-de-los-menores/>
- <https://afrofeminas.com/2015/06/22/esas-fotos-inocentes/>
- http://cadenaser.com/programa/2018/04/03/hoy_por_hoy/1522756994_935294.html
- Asociación Faraxa

COMERCIO XUSTO

Nerea Fernández Couso
Paula Fernández González
Xiana Fole Garza
Laura Garrido Martínez
Roberto González López
Nuria González Rodríguez

9. Comercio Xusto

9.1. Introducción

Ola. Se chegaches ata aquí é porque seguramente téis dúbidas sobre a linguaxe que estas a utilizar, se cadra pensas que pode resultar ofensiva ou discriminatoria para algún colectivo ou simplemente queres atopar unha axuda para escribir ese artigo que che está dando dor de cabeza.

Queremos botarche unha man, pero temos que ser francos contigo, se te fixeches esas preguntas e moi posible que esteas no certo. Invitámoste a ler esta guía coa mente aberta e cun pouquiño de autocrítica, queremos que te cuestiones a ti mesmo/a e que consideres a transcendencia de aquilo que escribes, da súa importancia. Gustaríanos que este fose o principio dun cambio en ti, que pode axudar a moitos/as outros/as.

Ao longo das seguintes páxinas presentamos unha guía de linguaxe inclusiva sobre o comercio xusto, para que os/as profesionais do mundo da comunicación poidan difundir a súa información mediante unha linguaxe respectuosa con esta temática.

Cabe destacar que, tras unha análise exhaustiva acerca do comercio xusto en diversas fontes fiables (bases de datos, artigos académicos, libros, guías, material didáctico, revistas...), podemos afirmar que non existe suficiente información, nin guías que acheguen pautas para empregar unha linguaxe inclusiva á hora de falar sobre o comercio xusto nos medios.

Desta escaseza de orientacións, parte a idea de elaborar esta pequena guía pensando en que sirva como ferramenta de referencia para os/as xornalistas e outras persoas que xeren contidos temáticos ao respecto e estean comprometidos/as con utilizar unha linguaxe inclusiva nos seus procesos comunicativos.

Este documento está composto de tres apéndices. O primeiro, trata sobre a responsabilidade dos medios no tratamento do comercio xusto e da necesidade de darlle relevancia a esta alternativa na prensa. No segundo punto, *Como mellorar*, expoñemos unha serie de prácticas máis correctas no ámbito xornalístico, e un decálogo cunha relación de pautas a seguir. Finalmente, engadimos unha táboa con terminoloxía que axude a aqueles/as que queren informar con rigor e respecto, a atopar as palabras axeitadas.

9.2. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo

Dada a falta de información publicada acerca deste colectivo e os medios de comunicación, a seguinte formulación de pautas para que os/as profesionais de dito ámbito poidan desempeñar a súa labor profesional dunha forma comprometida e concienciada sobre a súa sociedade e a necesidade desta por incluír a linguaxe inclusiva no día a día das dinámicas sociais e laborais.

O comercio xusto precisa dos medios de comunicación para poder difundir de xeito claro en que consiste, e cales son os seus obxectivos, tendo así a oportunidade de cambiar estereotipos ou prexuízos baseados en pequenas simplificacións que non reflicten a realidade.

É importante que os medios fagan chegar os principios básicos do comercio xusto á sociedade, dándolle voz a un modelo de comercio que aínda non conta con toda a difusión que necesita para realzar a súa actividade e peso no mercado. Eses principios básicos dos que falamos poderían dividirse en tres eixos: o eixo de dereitos, o eixo económico-social, e o eixo de prácticas comerciais.

Algúns destes principios como a non discriminación e igualdade de xénero, as oportunidades para produtores/as desfavorecidos/as, unhas boas condicións laborais ou o respecto ao medio ambiente, entre outros, son determinantes á hora de dar a coñecer o comercio xusto, e neles deberíase insistir para combater a desinformación.

Debemos ter a responsabilidade de darlle o tratamento correcto a este comercio, sen menosprezalo, dándolle o valor dunha alternativa máis, coas mesmas posibilidades que calquera outra. E deste xeito, deixar atrás conceptos arcaicos e despectivos vinculados á marxinação. Ademais, os medios non deben axudar a encastar ó comercio xusto en países en vías de desenvolvemento pois as súas formas de produción non son simplemente con persoas habitantes destes países.

De aí, que xurda a importancia da correcta información sobre comercio xusto, para outorgarlle así as mesmas oportunidades.

9.3. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo

Como xa recalcamos anteriormente, os medios de comunicación son cruciais no desenvolvemento dunha sociedade máis concienciada co comercio xusto. Deste modo, os profesionais da información deben dar un paso non só cara a linguaxe inclusiva en xeral senón tamén cara o xornalismo inclusivo. Se contamos con profesionais conscientes da importancia do inclusivo no ámbito do comercio xusto, a súa sociedade tomará exemplo dela e asimilará nun futuro que o correcto tratamento deste tema é algo que debe formar parte do noso día a día e poderá mellorar o seu compromiso educativo-social.

Dunha banda, no referido ós medios de comunicación en xeral, e non a cada xornalista, gustaríanos lembrar que a función dos/as comunicadores/as é precisamente comunicar, non vender. Porén, rogamos que deixen atrás a hipocrísia reinante na que vivimos, onde se inclúen anuncios de marcas que, minutos antes eran criticadas ben nun informativo ou nunha reportaxe por non seguir as prácticas do comercio xusto. Por poñer un exemplo, existen casos nos que foi a empresa investigada a que rexeitou seguir publicitándose nunha cadea, cando o coherente sería que as propias canles de televisión castigaran ás empresas que producen de xeito pouco ético, moitas

empresas de comunicación pretenden dar unha imaxe cara o público de compromiso coa sociedade e coas súas preocupacións, mais non actúan en consecuencia.

É preciso que os/as xornalistas procuren acadar un mínimo coñecemento e manexo de todos aqueles termos e aspectos relacionados co comercio xusto, co obxectivo de non caer na desinformación ou na deformación da verdadeira realidade. É dicir, cómpre levar a cabo un proceso de asimilación estrita de todo o referente ao comercio xusto e plasmalo sen caer na exclusión.

Trátase ademais de ser vía para que as organizacións de comercio xusto poidan transmitir maior información sobre as entidades produtoras e as condicións na que se elaboran os bens que se están a comercializar. Debe ser o noso compromiso o de crear unha esfera de publicidade e difusión baseada en técnicas honestas: os produtos de comercio xusto amosados tal e como son.

A nosa guía pretende servir, non só para que os/as xornalistas fagan autocrítica, senón tamén para que a sociedade en xeral sexa consciente do que está a dicir cando fala do comercio xusto. Así, elaboramos un decálogo que pretende ser unha ferramenta de análise non só para as pezas xornalísticas, senón para calquera opinión sobre o tema a tratar.

Decálogo de boas prácticas

1. Difundir o **concepto real de comercio xusto**, deixando atrás prexuizos, estereotipos e xuizos de valor. Non asocio a ideas “hippies”, “marxinais” ou “dalgunha corrente ideolóxica ou concreta” Todo o mundo pode comprar ou producir artigos de comercio xusto independentemente das súas ideas.
2. **Non apelar á sensibilidade humana** mediante imaxes que poidan resultar duras. Non estaremos conseguindo que a sociedade se solidarice co problema porque o entende, senón para “sentirse mellor consigo mesmos”
3. Dar **difusión ás iniciativas** que melloran as condicións de traballo cara o comercio xusto pero **non quedarse só niso**. Poñer o foco tamén en que, malia que existen multitude de iniciativas que tratan de solucionar estas dificultades, segue a haber máis problemas que solucións.
4. **Non empregar fotografías** ou outro contido audiovisual no que se **vulneren os dereitos** de imaxe tanto de menores como de calquera persoa. As historias poden ser contadas sen necesidade de interferir cos dereitos doutros/as.
5. Alzar o **empoderamento económico e laboral da muller**, incluíndoa en todas as formas de expresión da información e facendo uso do xénero feminino no discurso informativo.

6. Tratar de **empregar como fontes de información** a empresas que traballen seguindo as pautas do comercio xusto, así non só axudaremos a que sexan coñecidas, senón que favoreceremos o seu rigor.
7. Concienciar da **importancia de consumir produtos de comercio xusto** e sobre todo dos seus **beneficios**, tanto de índole económica, como medioambiental e de saúde.
8. Non transmitir **actitudes paternalistas** nin sobreprotectoras sobre os países que producen este tipo de produtos, as súas economías e formas de desenvolvemento son tan válidas como as nosas. Hai que fuxir de descricións tremendistas que só buscan explotar a sensibilidade do público.
9. **Normalizar**, non concederlle unha etiqueta de excepcionalidade a este tipo de empresas. Trátase de facer ver que o comercio xusto debería ser algo habitual e nada estraño.
10. Buscar a **interacción co público** para tentar responder, na medida que sexa posible, todas aquelas **dúbdidas** que xera este tema tan pouco tratado e difundido.

9.4. Terminoloxía

Non se debe dicir...



- Primeiro e terceiro mundo
- Subdesarrollado
- Caridade
- Axuda
- Indíxena
- Pobre

Débesse cambiar por...



- Países norte-sur
- Empobrecido, explotado
- Solidariedade
- Cooperación
- Orixinario, autóctono, nativo
- En risco de exclusión social
- En situación de vulnerabilidade

Táboa 1: Conceptos acordes a unha linguaxe inclusiva.
Fonte: Elaboración propia

9.5. Fontes consultadas

Socías, A. , Doblas, N. (2005). El comercio justo: implicaciones económicas y solidarias. Islas Baleares: Universitat de les Illes Balears. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/174/17405101/>

- **Guía Comercio Xusto:** <http://www.labroma.org/blog/wp-content/uploads/2016/03/Gu%C3%ADa-de-introducci%C3%B3n-del-Comercio-Justo-para-medios-de-comunicaci%C3%B3n-IDEAS.pdf>
- **Guía Comercio Xusto e Consumo Responsable:** <https://www.acpp.com/Descargas/Guia%20Ethical%20Consumerism.pdf>
- **Guía Trabajo infantil:** http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-buenos_aires/documents/publication/wcms_bai_pub_75.pdf

MEDIO AMBIENTE

Paula Padín
Uxía Rial
Ariana Quintillán
Adrián Vázquez
Gerardo Veiga

10. Medio Ambiente

10.1. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo

A Terra é un fogar, un fogar para os millóns e millóns de persoas que viven nela, unha morada para os animais que a poboan en cada pequeno e gran recuncho, unha vivenda para toda aquela vida que fai que a Terra sexa o lugar que hoxe en día é. Esta residencia está sendo alterada por problemáticas de diversa índole: contaminación, extinción dalgunhas especies, cambio climático, son algúns dos peores casos que sacoden o benestar medioambiental.

A responsabilidade co medioambiente é real, un dos principais dereitos medioambientais é o dereito a existir, o dereito a coidar do planeta para nós e para xeracións futuras.

Os xornalistas son transmisores de información e investigadores, polo tanto teñen a responsabilidade de relatalle á cidadanía debidamente todo o que ocorre a día de hoxe, contar con honestidade e veracidade unha realidade que non se pode eludir.

Os medios de comunicación, e en definitiva, os xornalistas teñen a responsabilidade de divulgar información da situación medioambiental, información veraz e contrastada. Para combater estas problemáticas precísase dunha cidadanía informada e cultivada na situación actual.

É urxente deixar de lado o contínuo tono de alarma que tingué as noticias relacionadas co medioambiente e pintalas de realidade. Os xornalistas que traten estes temas non teñen que ser expertos na materia pero deben estar debidamente informados. Outro problema nos medios é a complexidade de termos, a información debe chegar aos cidadáns e cidadás de maneira sinxela, deixando de lado os tecnicismos e as dificultades.

Esta guía realízase co propósito de mellorar as novas relativas a esta temática, para crear pezas informativas axeitadas e veraces, non tremendistas e morbosas, que contribúan á concienciación colectiva.

10.2. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo

A información sobre o medio ambiente é fundamental e por este motivo, debe estar vinculada co resto de problemas da actualidade, como a política ou a economía. Os conflitos medioambientais afectan a toda a poboación polo que os medios de comunicación deben aproveitar a súa influencia para intentar concienciar á sociedade. Temos que ter en conta que o xornalismo pode ser fundamental na difusión dunha educación ambiental e da interpretación dos feitos sociais e naturais do noso planeta.

Esta cuestión leva a cuestionarnos se os medios informan sobre este tema da maneira axeitada. Hoxe en día, unha gran variedade deles optan polo catastrofismo e a esaxeración para poder causar un maior impacto na sociedade, dando máis importancia ás consecuencias que ao feito en si e ás súas posibles solucións. A información de maior difusión é a que causa máis impacto, polo que moitos medios de comunicación privilexian os feitos alarmistas, o escándalo, o que chama a atención. Non pretenden concienciar nin informar das posibles medidas que se poden tomar para erradicalo ou para que non se repitan os incidentes.

É certo que os medios de comunicación deben informar sobre as catástrofes ambientais que suceden, pero poden ser un instrumento eficaz para educar sobre a situación do planeta. Sen información veraz é imposible que os cidadáns sexan conscientes da problemática ambiental, polo tanto o papel dos xornalistas é moi importante. É necesario que os medios exerzan a súa responsabilidade social e intenten concienciar ademais de informar.

Polo tanto, a conclusión que extraemos deste ámbito, é que os medios deberían aproveitar a súa influencia na sociedade concienciando da importancia de preservar o medioambiente en lugar de aproveitarse das catástrofes para atraer máis audiencia optando polo catastrofismo e a esaxeración das mesmas. De aí, que no seguinte punto desta guía, tratemos aqueles aspectos que consideramos que estean mal plantexados, propoñendo unha expresión alternativa e máis inclusiva.

10.3. Terminoloxía

Á hora de cubrir unha noticia do ámbito medio ambiental, o xornalista enfróntase ao reto de traducir unha serie de termos e vocábulos cifrados nun linguaxe científico que dificultan ou impiden a comprensión da información para o cidadán común. Desde xeito, o desafío do profesional da comunicación é achegar datos á sociedade facéndoos comprensibles e próximos ás persoas, sen provocar nas persoas catastrofismo nin sensación de que non poden axudar a remediar a situación.

TERMOS NON AXEITADOS	TERMOS AXEITADOS
<p>Gases de efecto invernadoiro. É inadecuado empregalo sen explicar o seu significado ou substituíndoo por outro termo máis fácil de comprender, xa que non é intelixible para todas as persoas.</p> <p>Cambio climático. En numerosas ocasións recórrese a este termo para</p>	<p>No seu sitio podemos empregar como complemento ou substituto unha breve explicación do termo: Gases produtores dunha capa ao redor da terra que atrapa a calor do Sol preto da superficie. Desde xeito calquera lector entende o problema e pode adoptar por el mesmo solucións ou sentirse capaz de tomar aquelas que aporte o xornalista.</p> <p>Se pola contra dicimos que se produciu unha subida do nivel do mar debido ao desxeo, podemos explicarlle ao lector que isto ven xerado debido a, entre outras cousas, o excesivo uso de automóbiles ou ao</p>

<p>referirse á orixe de calquera problema medio ambiental en lugar de nomear a causa concreta que xerou dito problema. Se empregamos “Cambio climático” o lector o interpreta como un inconveniente de grandes dimensións que so poden resolver os gobernos e institucións.</p> <p>Desenvolvemento sustentable. Non todo o mundo entende o termo. Un concepto de tan importancia para a sociedade presente e futuras xeracións, debe ser descifrábel de forma sinxela polo cidadán común.</p> <p>Capa freática. É un termo utilizado a miúdo cando se fala da contaminación do chan e das augas subterráneas. É necesario explicar un pouco o verdadeiro significado para que sexa entendible para toda a poboación.</p> <p>Ás veces os medios utilizan siglas e acrónimos de proxectos e programas gubernamentais como SINAC, Agenda 21, ou CITES que non son entendidos polos lectores, pois son termos técnicos e pouco recoñecidos.</p> <p>Existen outros termos como Xerófilo ou Xilófago que, a priori, o xornalista utiliza nas noticias especializadas en medio ambiente, pero que os lectores non recoñecen.</p>	<p>desmesurado consumo de carne. Con esta forma de comunicar, involucramos na causa do problema ao lector e será moito máis sinxelo provocar nel unha reacción que axude a reverter o problema.</p> <p>O periodista debe dicir que se trata do desenvolvemento que é capaz de satisfacer as necesidades actuais sen comprometer os recursos e posibilidades das futuras xeracións. Desta maneira o lector e consciente do significado do concepto e poderá definir o seu comportamento para axudar a garantir dito desenvolvemento.</p> <p>A capa freática e a capa do subsuelo saturada de auga. Se o xornalista explica que esta capa e a primeira capa que se atopa ao realizar unha perforación e a máis susceptible de contaminación, o lector será capaz de assimilar mellor o concepto e entender con totalidade a noticia.</p> <p>O xornalista debería intentar dar un breve explicación sobre os termos e siglas que utiliza, pois teñen que ser entendidos por todo o mundo. Por exemplo, o SINAC é o Sistema de Información Nacional de Augas de Consumo, para controlar a calidade da auga. A Agenda 21 é un plan de acción das Nacións Unidas para o desenvolvemento sostible; e o CITES é unha convención sobre o comercio internacional de especies ameazadas. Explicando os termos técnicos, os lectores poderán entender con maior facilidade as noticias sobre o medio ambiente.</p> <p>Os xerófilos son os vexetais que son capaces de soportar condicións de sequía, mentres que os xilófagos son os insectos que se alimentan da madeira das prantas.</p>
---	--

10.4. Fontes consultadas

- https://www.fuhem.es/media/ecosocial/File/Proyecto%20Cultura%20y%20Ambiente/Art%203%20ADculos/Comunicacion%20medioambiental_MARI%20C3%910.pdf
- <http://www.ehu.es/ehusfera/cineliteraturaymedioambiente/2007/12/14/medio-ambiente-y-medios-de-comunicacion/>
- <http://www.labroma.org/blog/wp-content/uploads/2016/03/Comunicar-la-sostenibilidad-UNESCO.pdf> [Comunicar a sustentabilidade, guía para periodistas]

- <http://www.labroma.org/blog/wp-content/uploads/2016/03/Gu%C3%ADa-para-periodistas-sobre-el-cambio-clim%C3%A1tico-y-negociaci%C3%B3n-internacional-EFE.pdf>
- [Guía para periodistas sobre o cambio climático e a negociación internacional]
- <http://www.apiaweb.org/> [Asociación de Periodistas de Información Ambiental]

PERSOAS MIGRANTES

José Barros Blanco
Daniel Bernardo Vivero
Fátima Castro Franco
Darío Eyré Conde
Lucía Eiras Lamas

11. Persoas migrantes

11.1. Definición do colectivo

Actualmente vivimos nunha sociedade globalizada, na cal nos podemos comunicar con persoas que viven na outra punta do planeta en tan só uns segundos. Esta globalización tamén se ve reflectida na variedade de nacionalidades que adoitan vivir nun mesmo espazo. O caso idílico sería que, nun mundo intercultural coma este, todas as culturas conviviran xuntas, sen marxinações ou ataques. Mais a realidade dista bastante desta utopía, e ás veces son os propios medios de comunicación os que contribúen a aumentar a fenda entre nacionais e persoas migrantes.

De todos xeitos, en primeiro lugar o que debemos facer é distinguir entre a poboación estranxeira e a poboación inmigrante que pode habitar nun determinado país, pois a miúdo adoitan utilizarse ambos termos coma se foran sinónimos intercambiáveis, mais cada un refírese a unha realidade distinta. O concepto de inmigrante ten unha connotación demográfica, mentres que “estranxeiro” é un termo xurídico, definido como aquelas persoas que carecen de nacionalidade española. No momento no que un estranxeiro adquire a cidadanía do seu país de destino, deixa de ser considerado un estranxeiro; mais os inmigrantes sempre son considerados como tales, pois este termo fai referencia ao país de orixe da persoa. Así, os datos de estranxeiros e inmigrantes tamén proveñen de fontes distintas: os inmigrantes son inscritos nos padróns dos concellos, mentres que os estranxeiros incluíríanse dentro dos datos elaborados pola Dirección Xeral de Ordenación de Migracións, e estes datos derivarían dos permisos de traballo e residencia que son solicitados por eles.

Nesta guía ímonos centrar no colectivo formado polas persoas inmigrantes, que no caso de España, segundo datos do INE de 2016, supón case catro millóns e medio de persoas, procedentes na súa maioría de Romanía e Marrocos. En Galicia, pola súa banda, no ano 2016 chegaron máis de 90000 persoas, das cales case 60000 foron estranxeiras, segundo datos do IGE. O colectivo de inmigrantes é practicamente imposible de abranguer, pois nel conflúen decenas ou centos de nacionalidades, etnias e culturas diferentes. A pesar de que os inmigrantes poden ser tanto europeos coma asiáticos, americanos ou africanos, os principais ataques xenófobos e racistas sempre son dirixidos cara aqueles que proveñen de países considerados do “Terceiro Mundo”.

Porén, non todas os inmigrantes que chegan a España o fan polos mesmos motivos, polo que podemos distinguir diferentes tipos de inmigración:

- Emigrantes económicos e laborais: os máis numerosos, manéxase sen discriminación algunha.
- Exiliados, refuxiados e asilados: migración por causas relixiosas, sexuais ou políticas.
- Emigración residencial: trátase de persoas da UE e/ou cun alto nivel adquisitivo.

- Emigración “indocumentada”: persoas que entran nun Estado sen os permisos requeridos.
- High skilled: persoas con alta cualificación que migran a un país porque lles foi solicitado, polo cal se lles outorga a “tarxeta azul”.
- Destituted: aqueles inmigrantes que se atopan nun baleiro xurídico; por exemplo, sería a situación na que se queda unha persoa á que lle foi denegada o asilo ou refuxio.
- Emigrantes forzados: motivados polas guerras, o cambio climático, os desastres naturais e situacións económicas concretas.
- Tráfico de seres humanos: trátase fundamentalmente de mulleres que son levadas a países distintos do seu lugar de orixe a través de redes de trata a escala mundial.

De todas estas clases de inmigrantes, quizais uns dos menos numerosos no noso país, a pesar da multitude de acordos internacionais que foron asinados, son os refuxiados. Por poñer un exemplo, o conflito en Siria está a obrigar actualmente a centos de miles persoas a abandonar os seus fogares en busca dun lugar seguro. Entre estes “lugares seguros” atópase España, que en 2015 se comprometeu a acoller a 17000 refuxiados, mais en marzo de 2018 aínda non acollera nin a unha décima parte deles.

A pesar da baixa cifra de refuxiados que foron recibidos polo noso país, moitos medios de comunicación seguen a falar de avalanchas de inmigrantes que chegan a España, o que fai que gran parte da poboación española teña unha visión negativa acerca deles. De feito, no barómetro do CIS de marzo de 2018, un 2’6% dos españois considerou a inmigración como un dos principais problemas do noso país.

Así, é evidente que os medios de comunicación deben dar un paso adiante e loitar, aínda que a súa única arma sexa o xornalismo, para que a poboación inmigrante non se sinta discriminada nin se vexa obrigada a renunciar aos seus costumes e a súa cultura.

11.2. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo

Os medios son unha vitrina mediante a cal podemos observar o que está sucedendo no mundo en todo momento. Tamén o son nos casos dos conflitos bélicos que provocan o xurdimento de fenómenos migratorios cargados de inxustizas e xenofobia. O problema reside en que moitos medios atopan no sufrimento, un elemento para espectacularizar.

Hoxe existen máis de 65 millóns de persoas refuxiadas segundo o derradeiro informe anual de ACNUR. Cando os e as refuxiadas chegan aos nosos países os medios adoitan a reaccionar de dúas maneiras: cun corte xenófobo e racista que presenta aos migrantes como ‘parasitos’ que veñen

destruír o noso *statu quo*, ou ben tratando a información como o que é; unha crise humanitaria sen precedentes que os países líderes deben resolver.

Os medios españois, polo xeral, adoitan a tratar a este numerosísimo colectivo con solidariedade, velaquí tres exemplos de titulares españois de tres xornais líderes:

- **EL País.** *Morir de indiferencia en la fría Europa.* Artigo publicado o pasado 27 de xaneiro de 2017 na que se busca poñer o acento de novo no sufrimento dun colectivo que saíu da *axenda setting*.
- **EL Mundo.** *Una infancia bajo el horror de la guerra.* Noticia publicada o pasado 30 de xaneiro de 2018 na que se recollen escalofrantes datos dados por un informe de Unicef.
- **ABC.** *Refugiados congelados: la vergüenza de Europa.* Vídeo publicado na web do diario ABC o pasado 18 de xaneiro de 2017 para amosar como sobreviven os refuxiados procedentes de Siria nos campamentos en Grecia, Serbia e na fronteira entre a República de Macedonia e a xenófoba Hungría de Viktor Orbán.

Por outra banda, hai outros medios que non exercen correctamente a súa labor informativa e priorizan cuestións políticas e relixiosas sobre outras humanitarias, como no exemplo que se amosa a continuación:

- **OKDiario.es.** *Colau da prioridad a los refugiados gais pero no a los cristianos porque ‘vulnera los Derechos Humanos’.* O medio considera que priorizar a refuxiados gais, que sofren de persecución en Chechenia e tamén naquelas zonas onde goberna Daesh, ademais de numerosos países de Europa do Leste, é algo negativo fronte a proposta do líder do PP de Barcelona, que propoñía que os primeiros acollidos debían ser ‘os cristianos que sofren o integrismo islámico’.

En moitas ocasións, os medios españois actúan para amosarlle á cidadanía que a migración é un problema social de primeira orde, pero tamén o utiliza como arma política obedecendo á pura liña editorial para desbancar ou deslexitimar a un partido. Isto último xera confusión e sentimentos contraditorios nunha opinión pública española que polo xeral, non se amosa en contra da presenza de inmigrantes no país, pero que está comezando a preocuparse debido ao que o problema é cada vez de maiores proporcións.

Un exemplo claro de tratamento constante e acertado sobre as problemáticas dos refuxiados é o da cadea de televisión LaSexta. Todo comezou cando a cadea se sumara á iniciativa *El contador de la vergüenza: cuantos refugiados ha acogido el Gobierno de todos los que prometió*. Desde entón foi un motor de protesta e de presión mediática cara o sistema político español para que as institucións cumprisen co acordado coa Unión Europea. Esta campaña activa por informar e concienciar, non foi asumida por moitos outros medios en España.

11.3. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo

Para confeccionar esta parte da guía é necesario ter en conta en primeiro lugar varios aspectos do ecosistema xornalístico hoxe en día. No mundo enormemente mediatizado no que vivimos, o xeito no que os medios e os profesionais da información tratan os problemas da nosa sociedade e, directamente, os temas que adquiren máis ou menos relevancia na prensa, teñen unha grande influencia á hora de construír a opinión pública acerca de ditos temas. Polo tanto, un xeito axeitado de tratar o tema dos fluxos migratorios axudará a que a poboación non teña unha idea errada sobre o que estes supoñen na vida de cadaquén. Por outra banda, hoxe en día os intereses económicos -o “que vende”- fan máis e máis dificultosa a tarefa dos xornalistas á hora de non caer no sensacionalismo nin perder criterio. Tamén se antoxa máis complicada a labor dunha correcta documentación e confirmación da información dado que a instantaneidade desta prima sobre a súa calidade.

Dito isto, pasamos agora a explicar o papel que deberían tomar os medios para un correcto tratamento do tema das persoas migrantes.

Calquera medio ou profesional da información que non queira deformar a imaxe da audiencia sobre o tema a tratar debe filtrar moi coidadosamente o que é noticia do que simplemente responde ao morbo. Unha excesiva concentración de noticias sobre a migración, e máis aínda se só se relaciona aos protagonistas con actos delitivos, provocará unha reacción determinada na audiencia non de racismo explícito, pero si dunha xenofobia velada -de maneira xeral, que pode extremarse en casos particulares- na opinión pública. Ademais, unha enorme parte das novas que podemos atopar nos medios xeralistas sobre persoas migrantes son, como antes mencionamos, negativas. Escóndense -por acción- ou simplemente non se amosan -por omisión- novas de carácter positivo sobre persoas destes colectivos. Forma parte das responsabilidades do xornalismo que esa parte da realidade tamén vexa a luz e se expoña aos ollos da audiencia.

Unha vez segura de que o que ten entre mans é realmente unha noticia, a xornalista deberá ter precaución á hora de cando e con canta frecuencia mencionar a orixe étnica ou xeográfica desa persoa. O que for que é noticia fíxoo unha persoa coma outra calquera; que esa persoa sexa, por exemplo, de orixe subsahariana, é simplemente outro aspecto máis da súa persoa como é o seu sexo, a súa altura ou o seu peso. Ao construír un titular do estilo “tres subsaharianos rouban unha xoiaría...” non se lle está dando un trato xusto a ese colectivo nin se está aportando a información de maneira axeitada poñendo o acento na súa nacionalidade.

Outro dos aspectos máis importantes a ter en conta é a variedade de fontes que se utilizan. É algo recorrente, polo menos no Estado español, que só se mencionen fontes oficiais ou, noutros casos, fontes de orixe española en detrimento de persoas afectadas de certo colectivo migrante, que en moitas ocasións son as que máis teñen que dicir. Ao igual que se a xornalista considera noticia algo que non o é está deformando en certo modo a opinión pública, se non ten en conta na noticia todas as fontes posibles está manipulando a información de maneira irresponsable e debuxándolle á receptora unha realidade que non se axusta, valla a redundancia, á real.

Como se poderá apreciar, o tema dos fluxos migratorios é algo co que ter especial coidado á hora de redactar unha noticia, e máis aínda nestes tempos de volatilidade da información e con crises de refuxiados e grandes fluxos migratorios á orde do día. O último dos puntos a tratar referidos a este tema é a terminoloxía. Como en calquera das outras guías de linguaxe inclusiva, no tocante aos colectivos migrantes, as palabras coas que se designan certas persoas ou grupos deben ser moi coidadas para un axeitado tratamento da información, mais este punto tocarase máis adiante no propio apartado de terminoloxía.

11.4. Terminoloxía

EXPRESIÓNS QUE NON SE DEBEN USAR	EXPRESIÓNS CORRECTAS
Raza	Etnia
Raza xitana	Pobo xitano
Inmigrante ilegal	Persoa en situación administrativa irregular
Persoa de cor (falso eufemismo)	Persoa negra, de orixe africana
Moro/mora	Marroquí, magrebí
Sudaca	Latinoamericano/-a
Terrorismo islámico, católico, protestante...	Terrorismo fundamentalista, fanatismo...
Indíxena (reminiscencias coloniais)	Poboación autóctona
“alias”, que só se acostuma atopar en persoas inmigrantes e, moi especialmente, relacionándoas coa delincuencia	<i>non se deben empregar</i>
Cabeza de turco Traballar coma un negro	Chivo expiatorio traballar moito
Traballo de chinos Paciencia de chinos	Moi laborioso Moita paciencia
Ondada, fluxo (de inmigrantes)	Cifras exactas
Inmigrantes	Persoa inmigrada
Inmigrado/inmigrada	Persoa inmigrante, inmigrada...
Estranxeiro/estranxeira (faise diferenciación entre <i>eles/nós</i>)	Turista, estudante de Erasmus (relacionando co contexto persoal)
Menores inmigrantes	Especificación da realidade contextual do menor
Velo islámico (é inexacto)	Velo (tamén se pode especificar o tipo de velo: <i>hijab, nicab...</i>)
Pisos pateira	Pisos sobreocupados

Bandas latinas (este tipo de expresión acostuman incriminar todo o colectivo procedente destes países)	Bandas criminais
Terceiromundistas	Persoas nativas en países en vías de desenvolvemento
Gabachos	Franceses
Musulmán (en referencia a calquera pobo do norte de África, asociando a relixión de xeito inexacto a todo un Estado)	Marroquí, alxerino, árabe... (xentilicio do país nativo, sempre e cando sexa necesaria a súa especificación)
Refuxiado	Solicitante de asilo
Americano, norteamericano (referido á poboación dos Estados Unidos)	Arxentino, ecuatoriano, canadense... (xentilicio do país nativo, sempre e cando sexa necesaria a súa especificación)
Indios (referido á poboación autóctona dos Estados Unidos)	Nativos americanos

- Non mencionar a etnia das persoas nos sucesos se non é estritamente necesario para comprender a noticia
- Evitar as xeneralizacións
- Evitar o morbo e o sensacionalismo e non facer da anécdota a información
- Evitar o uso dunha linguaxe estereotipada ou incorrecta (táboa)
- Proporcionar maior espazo para a participación de persoas migrantes

11.5. Fontes consultadas

- Ruiz de Lobera Pérez-Mínguez, M. *Inmigración, diversidad, integración exclusión: conceptos clave para el trabajo con la población inmigrante*. Estudios de Juventud n.º 66/04.
- *Los inmigrantes y los medios de comunicación*. Jornadas de Periodismo y de Comunicación (2004)
- Barómetro CIS: marzo 2018.
- Ferrer Rodríguez, A.; Urdiales Viedma, M.E. (marzo de 2004). Características de la población extranjera en España. *Scripta Nova*, vol. VIII, nº 160.
- OKDIARIO. Colau da prioridat a los refugiados gais pero no a los cristianos porque ‘vulnera los Derechos Humanos. (extraído de: <https://okdiario.com/espana/2017/04/12/ada-colau-da-prioridad-refugiados-gays-no-cristianos-vulnera-derechos-humanos-910651>).
- Pérez Oliva, M. (17/01/2017). Morir de indiferencia en la fría Europa. (extraído de: https://elpais.com/elpais/2017/01/16/opinion/1484591479_858602.html).

- Cuellar, A. (30/01/2018). Una infancia bajo el horror de la guerra (extraído de: <http://www.elmundo.es/internacional/2018/01/30/5a70bc97e5fdeae8748b45d2.html>).
- ATLAS ESPAÑA (18/01/2017). Refugiados congelados: la vergüenza de Europa (extraído de: http://www.abc.es/internacional/abci-refugiados-congelados-vergüenza-europa-5286486075001-20170118015003_video.html).
- SOMA comunicación. *Cómo tratan los medios de comunicación a los refugiados*. (extraído de: <http://somacomunicacion.com/como-tratan-los-medios-de-comunicacion-la-situacion-de-los-refugiados/>).
- CASOS DE DISCRIMINACIÓN RECOGIDOS EN 2009 (extraído de: <http://www.gitanos.org/publicaciones/discriminacion10/pdf/04.pdf>).
- GUÍA PRÁCTICA PARA LOS PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN: TRATAMIENTO MEDIÁTICO DE LA INMIGRACIÓN: José Carlos Sendín Gutiérrez e Patricia Izquierdo Iranzo. (extraído de http://www.harresiakapurtuz.org/wp-content/uploads/2016/03/Gu%C3%ADa-pr%C3%A1ctica_tratamiento-medi%C3%A1tico-de-la-inmigraci%C3%B3n.pdf).
- INMIGRACIÓN Y REFUGIO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. CONOCER PARA ENTENDER. Patrocina: Generalitat Valenciana. (Extraído de: <http://www.labroma.org/blog/wp-content/uploads/2016/03/Inmigraci%C3%B3n-y-refugio-en-los-Medios-de-Comunicaci%C3%B3n-RESCATE.pdf>)
- GUÍA PARA EL USO DEL LENGUAJE INCLUSIVO DESDE UN ENFOQUE DE DERECHOS HUMANOS Y PERSPECTIVA DE GÉNERO. Capital Social por Ti. (Extraído de <http://dif.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59b/948/565/59b948565102b180947326.pdf>)
- GUÍA DE LENGUAJE INCLUSIVO: inmigración, racismo y xenofobia. Iolanda Tortajada, Dolors Comas d'Argemir, Marta Muixí, Raúl Martínez y Beatriu Guarro. Con la colaboración de: Blanca Garcés, Lena de Botton, Leticia Hernando, Laura López, Noura Aharchi, Sebastià Porras y Salwa El Gharbi. (Extraído de http://www.mesadiversitat.cat/pfw_files/cma/mda/not_cies/documents/Guia_del_lenguaje_inclusivo_CAS.pdf)
- IGUALDAD, DIVERSIDAD Y DISCRIMINACIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. MIES - Consejos nacionales para la igualdad. (Extraído de <http://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/04/LIBRO-Igualdad-Medios-web-vale.pdf>)

PERSOAS PRIVADAS DE LIBERDADE

Iria Souto Iglesias
Pablo J. Rañales Pérez
Román Varela Cores
Pablo Varela Area
Jorge Riveiro Pose
Sandra Rivadulla Llerafo

12. Persoas privadas de liberdade

12.1. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo

O xornalismo xoga un papel fundamental dentro da interacción que mantén a sociedade co propio sistema penitenciario: o xornalista consolídase coma un intermediario entre os axentes sociais e a cidadanía, unha conexión que axuda ao seguimento dos casos e da vida nos centros penitenciarios. É indubidable que en España houbo unha considerable melloría na política comunicativa en materia penal: existe unha maior presenza de xefes de prensa nas comisarías, xefaturas... Non obstante, aínda persiste unha dificultade de fluidez na información. O maior problema nas persoas privadas de liberdade é o descoñecemento e a incompreensión dos cidadáns ante aqueles membros da sociedade que, pese a que se atopan privados da súa liberdade, continúan formando parte dela.

Notable é o baleiro estilístico á hora de tratar a información relativa ás persoas privadas de liberdade. Pódense atopar guías de estilo nos grandes medios de comunicación, pero só ante os asuntos xudiciais relativos á corrupción e o terrorismo; o resto de causas están excluídas dos manuais e non se pode atopar ningunha guía ou información relativo a elas. Non se presta toda a atención que se require e hai unha clara distorsión dos conceptos xudiciais máis básicos. Exemplo sintomático é a utilización do termo 'preso' en referencia a unha persoa condenada e en prisión, cando realmente se refire a aquela que se atopa en prisión preventiva esperando a ser xulgado.

Na actualidade, os xornalistas non están desempeñando o seu rol da maneira máis adecuada. Non facilitan unha boa comprensión da situación das persoas privadas de liberdade e poden chegar a entorpecer a reinserción social, incluso despois de cumprir a súa condena (*'paguei o meu delito cunha pena. Non é xusto poder refacer miña vida nun Estado de Dereito?'*). Gran número de pezas informativas son sensacionalistas e buscan o morbo, que prima ante a información e os contidos máis relevantes.

Tampouco atopamos en moitos medios de comunicación un respecto da presunción de inocencia dos acusados; unha vez detidos, comezan a presupor a súa culpabilidade. Ademais, pese ao acordo ético da profesión periodística, faise fincapé na procedencia étnica dos delincuentes cando non ten relevancia informativa. Realízase un tratamento da información irresponsable e pouco ético.

A resposta social está, en moitos casos, fomentada e mediatizada polos medios de comunicación, o que acentúa a súa importancia dentro do presente e futuro das persoas privadas de liberdade. Existen cinco tipos de respostas sociais: vingadora (*'que se podreza no cárcere'*), retribucionista (*'que pague polo que fixo'*), caritativa (*'que lle dean oportunidades'*), laxa (*'impórtame pouco ou nada o que lles pase aí dentro'*) e educativa (*'que se lles reinsire na sociedade'*). Os medios de comunicación contribúen a establecer e fomentar non só estas respostas sociais, senón tamén os estereotipos que imperan na nosa sociedade ao redor das persoas privadas de liberdade e as cárceres. Uns estereotipos que aumentan o estigma e a representación da cárcere sempre de maneira negativa,

cos mesmos adxectivos: violencia, masificación, drogadicción, enfermidade... unha imaxe que non se aproxima á realidade, cunha gran variedade de situacións.

12.2. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo

Como observamos, é moi frecuente que os medios fagan unha mala utilización da linguaxe ao referirse ás persoas privadas de liberdade ou escriban dende un punto ideolóxico cheo de prexuízos e tópicos sobre as persoas penadas ou a súa vida no cárcere. Polo tanto, dispoñémonos a analizar aquelas cousas que se poderían facer para realizar un mellor tratamento informativo.

1. Loitar contra a concepción de que as persoas privadas de liberdade están irremediabilmente excluídas da sociedade

Aínda que privadas de liberdade durante un período de tempo, conservan o resto de dereitos igual que calquera cidadán do Estado. Os xornalistas temos a obriga de non quedarnos só no conflito e debemos facernos eco dos aspectos positivos que teñen lugar nas prisións. O cárcere é unha ferramenta para reinsertar ás persoas na sociedade, non para afastalas dela. Nunca é un fin en si mesmo, tan só un trámite.

2. Evitar a descrición de trazos físicos ou persoais irrelevantes dende o punto de vista informativo: raza, relixión, etnia...

Sinalar estes aspectos no marco dunha noticia que se poda considerar negativa ou pexorativa xera aversión ou odio cara eses colectivos. Como xornalistas debemos ter en conta que ante a comisión dun delito baixo a tutela penitenciaria as nosas noticias condicionan as futuras decisións das Xuntas de Tratamento Penitenciario ante a investigación e concesión de novas medidas a outras persoas privadas de liberdade, podendo xerar danos futuros tanto a estas persoas como as súas familias. Tamén hai que ter en conta os prexuízos que lles podemos xerar á hora de buscar traballo ou formación profesional. En esencia, a creación dun estigma que impida a súa normalización no mundo laboral.

3. Facer fincapé nos aspectos positivos de reinsertión e reeducación de persoas privadas de liberdade

Intimamente ligado ao punto un, é fundamental destacar o fin último do sistema xudicial español e da estancia da persoa privada de liberdade en prisión: búscase a reinsertión e reeducación do individuo. Pódese apreciar a existencia dun gran número de noticias que cobren estes aspectos, pero non parecen entrar na axenda dos xornalistas. Debemos favorecer a reinsertión das persoas e evitar a súa exclusión social.

4. Afastarse do morbo e o sensacionalismo nas pezas informativas

É necesario realizar un análise crítico e proporcionar información de calidade, que non se fundamente no espectáculo e o morbo dos casos xudiciais. Temos que evitar aquelas noticias que fomenten o odio ou respostas sociais violentas contra as persoas privadas de liberdade; a responsabilidade do xornalismo tamén está relacionada coa súa forma de exercer de contrapeso ante o morbo, a violencia e o odio.

5. Respetar a presunción de inocencia das persoas privadas de liberdade

O dereito á presunción de inocencia é un alicerce do noso sistema xudicial e tamén do mesmo ordenamento xurídico español. Temos que salientar a súa importancia e impedir a cobertura mediática que realice xuízos paralelos. Toda persoa é inocente ata que se demostre o contrario.

12.3. Terminoloxía

A utilización dun vocabulario correcto é fundamental para acadar os obxectivos anteriormente mostrados. Un bo tratamento informativo trae consigo unha utilización adecuada dos conceptos, sen deformacións nin dúbidas. A continuación, expoñeremos todas as confusións e deformacións de elementos básicos dentro da materia xudicial e o seguimento dos casos e penas.

Confúndese con asiduidade a liberdade condicional, liberdade provisional e liberdade vixiada.

Liberdade condicional	Liberdade provisional	Liberdade vixiada
Adiántase a excarceración dun condenado que está cumprindo unha pena en prisión, quedando así en liberdade coa condición de que non volva a cometer novos delitos.	Medida cautelar que <i>limita a liberdade do imputado</i> tras a imposición do cumprimento de determinadas obrigacións (prestación de fianza, comparecencias periódicas...)	Medida de seguridade non privativa de liberdade. <i>Non supón ningún encarceramento previo</i> . Consiste en estar localizable mediante aparatos electrónicos, por exemplo.

Exemplo de confusión na terminoloxía:

- *Carmen Forcadell se encuentra en **libertad condicional** tras depositar una fianza de 150.000 euros; Jordi Turull está **igualmente** en **libertad provisional** tras pagar 25.000 euros de fianza (okdiario.com)*
- Liberdade condicional non é o mesmo que liberdade provisional, non son sinónimos senón conceptos diferentes.

Tamén é importante resaltar a diferenciación existente entre unha persoa presa e outra condenada ou penada:

Persoa condenada ou penada	Persoa presa
Persoa interna nun centro penitenciario de <i>maneira condenatoria e con sentenza firme</i> .	Persoa que foi ingresada en prisión de <i>maneira cautelar sen xuízo e sen sentenza firme</i> .

Exemplo no que existe confusión entre os termos:

- *Uno de cada tres presos cumple condena por violencia de género.* (diariodecordoba.com)
- O termo non é correcto. Estas persoas están cumprindo unha sentenza firme nun centro penitenciario e, polo tanto, teríamos que empregar a palabra penado ou condenado.

Cuestións de vocabulario a ter en conta no tratamento informativo

- Pódese utilizar indistintamente prisión provisional ou prisión preventiva.
- Ingreso en prisión: só se emprega cando se ingresa con condena firme. É erróneo utilizalo cando se ingresa como medida cautelar. Neste último caso, o correcto sería *'en aplicación da medida cautelar, díctase polo xuíz prisión preventiva ou provisional'*
- O concepto de 'cárcere' non debe ser tratado como un termo sen máis, senón ter en conta o seu fin último: é un *medio* para a reinserción, a reincorporación e a reeducación das persoas privadas de liberdade. A cárcere non é un fin en si mesmo, senón unha parte do proceso.
- Unha persoa privada de liberdade non debe ser tratada como unha persoa excluída.
- Mentres que o caso non sexa xulgado e exista condena, utilizaranse termos como acusado/a, investigado/a, encausado/a, procesado/a, detido/a por o en relación con, suposto/a, probable, posible, hipotético/a, presunto/a culpable ou presunto/a autor/a dos feitos.

12.4. Fuentes consultadas

- **EAPN España.** (2015). *Guía de estilo: Personas privadas de libertad y el voluntariado penitenciario.* Sitio web: http://www.labroma.org/blog/wp-content/uploads/2016/03/gu%C3%ADa_de_estilo_personas_privadas_de_libertad_y_el_voluntariado_penitenciario.pdf
- **Carlos Cuesta.** (2018). *La Abogacía del Estado pide retirar la libertad condicional de los diputados que voten a Puigdemont,* de Okdiario. Sitio web: <https://okdiario.com/espana/cataluna/2018/01/25/abogacia-del-estado-pide-retirar-libertad-condicional-diputados-voten-puigdemont-1737521>
- **Araceli R. Arjona.** (2011). *Uno de cada tres presos cumple condena por violencia de género,* Diario Córdoba. Sitio web: http://www.diariocordoba.com/noticias/cordobalocal/uno-tres-presos-cumple-condena-violencia-genero_680900.html
- **José Antonio Hernández, Mónica Ceberio Belaza.** (2012). *El asesino de una niña y un hombre en Albacete confesó por teléfono,* de ElPaís. Sitio web: https://politica.elpais.com/politica/2012/10/20/actualidad/1350761114_627738.html
- **Rosa M. Martín Sabarís, María José Cantalapiedra, Begoña Zalbidea Bengoa e equipo de EITB.** (2016). *Libro de estilo de EITB,* de EITB. Sitio web: <http://imagenes14.eitb.org/multimedia/corporativo/documentos/Libro-Estilo-EITB-20160929.pdf>
- **Instituto Nacional de Derechos Humanos.** *Derechos de las personas privadas de libertad.* Sitio web: <http://bibliotecadigital.indh.cl/bitstream/handle/123456789/630/Cartilla?sequence=1>
- **Raquel Quílez.** (2015). *Así trabajan los presos en las cárceles españolas,* de ELMUNDO Sitio web: <http://www.elmundo.es/espana/2015/06/25/557e901722601d29518b4570.html>

CAPACIDADES DIVERSAS

Amanda Fernández

Anxela Jorge Vidal

Miriam García

Alexandre Gesto Romero

Jose Grande Santalla

13. Capacidades Diversas

13.1. Introducción

Para meternos no tema das capacidades diversas, cómpre pescudar previamente as acepcións que lle son outorgadas ó termo discapacidade por algunhas institucións sociais. Comezamos ca discapacidade segundo a **OMS** (Organización Mundial da Saúde), á cal define como un termo xeral que abarca as deficiencias, as limitacións da actividade e as restricións na participación. As deficiencias son problemas que afectan a unha estrutura ou función corporal: as limitacións da actividade son dificultades para executar accións ou tarefas, e as restricións da participación son problemas para participar en situacións vitais. Por conseguinte, a discapacidade é un fenómeno que reflexa unha interacción entre as características do organismo humano e as características da sociedade na que vive.

A **Convención Internacional sobre os Dereitos das Persoas con Discapacidade**, aprobada pola ONU en 2006, define de maneira xenérica a quen ten unha ou máis discapacidades como persoa con discapacidade. No dicionario da **Real Academia Española**, faise referencia ó termo discapacitado como aquela persoa sufridora dunha diminución física, sensorial ou psíquica que a incapacita total ou parcialmente para o traballo ou para outras tarefas cotiás da vida. Adentrándonos máis localmente, segundo a **Real Academia Galega**, unha persoa discapacitada é aquela que non pode realizar certos movementos, traballos, etc., a causa dalgunha lesión ou por algunha deficiencia ,conxénita ou adquirida.

Os medios de comunicación teñen unha gran influencia na sociedade e deben contribuír a mellorar a imaxe e incluír máis informacións das persoas con discapacidade. Os profesionais da comunicación deben coñecer os termos adecuados para referirse as persoas con capacidades diversas i evitar definir a unha persoa pola súa discapacidade. Sempre hai que ter en conta a esta franxa da sociedade na produción xornalística, xa que compoñen un sector social que posúe dignidade, posibilidades e dereitos ó mesmo nivel que as persoas que carecen de discapacidades. A sociedade constitúe en si unha amalgama de diversidade, na que se require respecto mutuo e visibilidade equitativa.

O parámetro das persoas con discapacidade sempre estivo subordinado a bombardeos de prexuízos, mitigando o seu carácter de iguais dentro das comunidades e quebrando a poucos a súa figura. Na narración da información é de notable importancia deixar constancia dun linguaxe inclusivo, atendendo a todos os rangos do público obxectivo e tratando con igualdade a todas as persoas, sen dividir por razas, crenzas ou discapacidades. A labor xornalística, entón, é a de restaurar a visión que se ten sobre toda diversidade funcional, aclarando que o feito de posuír unha non significa limitación, muro ou estancamento.

Os puntos que imos tratar nesta guía son, primeiramente, a responsabilidade que teñen os medios de comunicación como fonte social de información. Logo disto, unha serie de plans para a mellora do tratamento que reciben os colectivos con discapacidades seguidos dunha listaxe de terminoloxía, dividindo en correctos e incorrectos algunhas adxectivacións. Remataremos nomeando as fontes que foron usadas para a elaboración desta guía integramente.

13.2. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo

A falla dunha cobertura de calidade dos problemas das persoas con capacidades diversas é innegable e non obedece a ningunha lóxica. Os medios, pola súa función na sociedade, deben servir de escaparate das inxustizas que sofren para que eles tamén poidan ter unha vida sen complicacións, mais moitas veces iso non se cumpre e non lles facilitamos as cousas. Expresións coma “sofre de ou padece de” ou palabras coma “impedido ou lisiado” engaden de negatividade as historias desta xente, polo que moito público as evita ou non lles presta atención. Na outra parte da balanza, tratar aos protagonistas como superviventes, heroes ou xente especial non os fai ver coma o que son: membros tan funcionais da sociedade coma unha persoa totalmente capaz.

Non hai unha liña editorial consolidada que se ocupe especialmente deste colectivo. Os casos máis destacados de medios especializados son proxectos con dificultades para saír adiante, acrecentadas coa crise. Ademais, os medios, antes de falar de casos así, teñen que saber unhas pautas recomendadas por profesionais que veremos máis tarde para que a mensaxe sexa inclusiva, correcta e respectuosa.

Os medios somos unha das ferramentas para facer do mundo un anaco mellor, así que debemos ser responsables có tratamento que se da a este colectivo, mediante unha linguaxe inclusiva e normalizadora.

13.3. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo

As persoas con capacidades diversas son moitas veces vulneradas polo tratamento que reciben nos medios de comunicación, e porén cómpre seguir unhas pautas e uns parámetros comúns mediante os que mellorar e avanzar no mundo da información. Moitas veces, máis alá do uso de termos discriminatorios este tipo de individuos sofren ou sintense ameazados en entrevistas ante xornalistas pouco concienciados das súas dificultades. Para evitar casos así, e que os medios sigan progresando ata unha información respectuosa, veraz e responsable, debemos ter en conta as seguintes cuestións.

Dende o primeiro momento é primordial ser consciente de que as persoas neste tipo de circunstancias son persoas, e xa só por este motivo merecen o mesmo respecto e dignidade que calquera outro individuo. Son xente que forma parte de sociedade, e que teñen as súas vidas. Un xornalista debe saber isto, posto que moitas veces dáselle un trato artificial e poñen en inferioridade a suxeitos destas características, e non se trata de algo xusto, nin ético, nin

tan sequera beneficioso. Tamén debemos ter coidado coas descrições que damos destas persoas, evitando todo tipo de etiquetas xenéricas, e sen resaltar a discapacidade do individuo sempre e cando non sexa necesario. Hai casos nos que é imprescindible indicar a súa situación, pero noutros tantos é información prescindible e que só serve coma etiqueta.

Nos casos en que o xornalista teña que dirixirse a fontes deste colectivo, debe facelo con naturalidade, e sempre respectando á fonte. É probable que un se sinta incómodo dependendo da tesitura na que se leve a entrevista, pero ante todo debe ser educado, e tratar de facer un bo traballo. No caso de que a persoa entrevistada teña una discapacidade que lle dificulta a comunicación, se lle debe preguntar a ela antes de acudir a terceiros para que se comunique por ela. Estas persoas tamén teñen dereito a expresarse e dirixirse aos medios de prensa, e sempre que sexa posíbel debemos darlles a mesma acollida ca outro individuo calquera. Máis alá dunha discapacidade concreta, nunha entrevista o entrevistador é importante que teña en conta a discapacidade do entrevistado, de tal modo que este tamén lle facilite a tarefa, e sexa moito máis cómodo para el.

Se queremos mellorar nesta materia é importante ter presente que a mensaxe debe ser descritiva da realidade, mais fuxindo de valoracións que relacionan case de xeito inevitable a discapacidade e a renuncia á plenitude da vida. Tampouco debemos dar a entender actitudes ou términos de sobreprotección, e a linguaxe infantilizada. No caso de que narremos éxitos dunha persoa con discapacidade, tampouco debemos elevalo á categoría de "superheroe", senón que o axeitado é darlle un tratamento xenérico e ecuánime. Deste mesmo xeito, se publicamos imaxes dalgún individuo con discapacidade, debemos ter en conta o seu consentemento, e buscar a normalidade. Debemos evitar caer en imaxes que amosen melodrama ou que desperten un interese morboso, e evitar representar patróns de marxinação ou vitimismo.

É innegábel que o xornalismo ten una importante labor social, e por iso é de vital relevancia o tratamento que este lle da a estes casos. Debemos fuxir da linguaxe inclusiva, e tratar de rachar coas barreiras e os prexuízos que existen na sociedade para normalizar e expandir certas facetas, nunha búsqueda de respecto e de defensa da dignidade para todos e para todas. Somos responsables coma periodistas da información que proporcionamos a toda a poboación, e por iso hemos de ser quen normalicemos un bo trato desta xente, ao igual que de tantas outras persoas que por diversas razóns son discriminadas coa linguaxe e cun mal trato informativo.

13.4. Terminoloxía

Á hora de escribir e, sobre todo, de informar, referíndonos a un colectivo con condición de exclusión social, temos que definir uns límites que supoñan un correcto trato das persoas pertencentes a estes grupos, evitando así faltar ó respecto, perpetuar prexuízos ou até

desinformar ós lectores cunha negativa exposición dos feitos. Isto non quere dicir que teñamos que omitir a existencia desas discapacidades, senón que as temos que incluír sendo estas un elemento máis que conforma a esa persoa, mais facendo especial incidencia no feito de que son persoas e que compoñen á sociedade. Temos que ter claro o xeito de relatar a información tratando de modo axeitado ós protagonistas da noticia en todo momento. Estas son algunhas premisas de útil coñecemento á hora de escribir sobre persoas con discapacidade:

Comezando polo que **NON** se debe usar á hora da redacción de noticias referidas a persoas con discapacidade, destacamos, falando primeiramente de enfermidades mentais que: non se poden usar os adxectivos: *enfermo mental, trastornado, perturbado, psicópata, tolo, esquizofrénico, depresivo, maníaco, anoréxico, psicótico*; tampouco se poden usar termos que enfatizen o carácter negativo das enfermidades, perpetuando a estigmatización, nin referirse ós centros de rehabilitación como manicomios, psiquiátricos etc.; non se poden elaborar titulares que xeren morbo ou alarmen ós lectores nin tampouco usar materiais audiovisuais que transmitan aislamiento, rexeitamento ou compaixón. No canto do uso destes termos, **SI** se poden usar: *persoa con enfermidade mental, persoas con problemas de saúde mental, persoa que ten esquizofrenia/depresión* (evitar etiquetas); usar únicamente expresións referidas á saúde mental en xeral (Saúde Mental, Enfermidades de saúde mental, problemas de saúde mental); limitar o uso da adxectivación das enfermidades só no titular e usar material gráfico para acompañar á información xa que as enfermidades desta índole sofren invisibilidade social.

No parámetro da discapacidade física, temos o papel de loitar contra os termos establecidos na fala e expresión por costume e establecer como os que **NON** se poden usar: *invalidéz, inválido, minusvalía, minusválido, coxo, tolleito, mutilado, tarado; hai que absterse dos verbos “padecer”, “sufrir”, “adoecer”* cando nos referimos á discapacidade. Como **SI** nos debemos referir a estes colectivos é: usando sempre a verba “persoa” antes do adxectivo que o califique como discapacitado e optando por palabras neutras como “*presentar*”, “*manifestar*” o “*concurrir*”, etc.

Á hora de informar sobre persoas con Síndrome de Down, **NON** debemos tachar ás persoas de *minusválidos, afectados* ou *enfermos, pacientes*, etc. En cambio, o uso de termos como *persoa con síndrome de Down, persoa con Trisomía 21* ou simplemente *persoa con discapacidade* **SI** son aceptados, xa que non limitan á persoa pola súa condición e non a diferencian das demais dentro da sociedade, senón que a integran e lle dan carácter de grupo, nunca de exclusión. As persoas con Síndrome de Down **NON** están “*afectadas*”, nin son *mongólicos nin subnormais, nin teñen ningunha enfermidade*, senón que son persoas con síndrome de Down.

Redactando novas sobre persoas autistas (**SI**) temos que atender a calificalas como persoas en todo momento, iso nun primeiramente. Logo tamén, á hora de comunicarnos directamente temos que facelo evitando situacións de violencia ou críticas. Mirar sempre por facilitar a súa situación e participación en actividades. **NON** debemos denominar a estas persoas co termo “*Trastornos Generalizados del Desarrollo*” (TGD), que aínda que se segue empregando no

manual de criterios diagnósticos DSM-IV, non se considera correcto, dado que unha das características destes trastornos é que a afección non é “xeneralizada” en todas as áreas do desenvolvemento, senón que se produce una “disharmonía evolutiva”. É o termo “*Trastornos de Espectro Autista*” (TEA) o que **SI** é aceptado para tratar ó conxunto de autismos xa que é moito máis inclusivo e fai referencia a moitos máis trastornos que non son aceptados na “base” do autismo propiamente dito.

13.5. Fontes consultadas

- Realife Media. (2003). *Guía para profesionales de los medios de comunicación*. Recuperado de <http://www.labroma.org/blog/wp-content/uploads/2016/03/Gu%C3%ADa-para-Profesionales-de-los-Medios.-C%C3%B3mo-informar-sobre-personas-con-discapacidad-FEAPS.pdf>
- Comité de entidades de representantes de personas con discapacidad de Extremadura. *Guía de estilo para medios de comunicación*. Recuperado de <http://www.labroma.org/blog/wp-content/uploads/2016/03/Gu%C3%ADa-de-estilo-para-medios-de-comunicaci%C3%B3n-CERMI-Extremadura.pdf>
- Real Patronato sobre discapacidad. (2006). *Guía de estilo sobre discapacidad para profesionales de los medios de comunicación*. Recuperado de <http://www.labroma.org/blog/wp-content/uploads/2016/03/Gu%C3%ADa-de-Estilo-sobre-discapacidad-para-profesionales-de-los-medios-de-comunicaci%C3%B3n-Real-Patronato-sobre-Discapacidad.pdf>
- Comisión de Imagen Social de la Discapacidad y Medios de Comunicación del CERMI Estatal. *Decálogo para un uso apropiado de la imagen social de las personas con discapacidad*. Recuperado de <http://www.labroma.org/blog/wp-content/uploads/2016/03/Dec%C3%A1logo-para-un-uso-apropiado-de-la-imagen-social-de-las-personas-con-discapacidad-CERMI-Estatal.pdf>
- Inma Rius Sanchis y Josep A. Solves Almela (2010). Discapacidad y Comunicación: periodismo especializado para públicos diversos. *Comunicación y hombre: revista interdisciplinar de Ciencias de la Comunicación y Humanidades*. Recuperado de <http://www.labroma.org/blog/wp-content/uploads/2016/03/Discapacidad-y-comunicaci%C3%B3n.-Periodismo-especializado-para-p%C3%BAblicos-diversos-CEU.pdf>
- Diccionario de la Real Academia Gallega. *Termo discapacitado*. Recuperado de <https://academia.gal/diccionario/-/termo/discapacitado>

- Diccionario de la Real Academia Española. *Adjetivo discapacitado*. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=DrrzNuK>
- Organización Mundial de la Salud. *Temas de salud: discapacidades*. Recuperado de <http://www.who.int/topics/disabilities/es/>
- Naciones Unidas. *Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad*. Recuperado de <http://www.un.org/spanish/disabilities/default.asp?id=497>
- Oficina Permanente Especializada. *Guía de autismo en lectura fácil*. Recuperado de <http://www.labroma.org/blog/wp-content/uploads/2016/03/Tr%C3%ADptico-OPE.pdf>
- David de la Mano, Paola de la Mano y FEAPS Madrid. *Plena Inclusión Madrid. Yo como tú*. Recuperado de <http://www.labroma.org/blog/wp-content/uploads/2016/03/Yo-como-t%C3%BA-FEAPS-Madrid.pdf>
- PREDIF. *¿Usamos correctamente el lenguaje cuando hablamos de discapacidad?*. Recuperado de <http://www.labroma.org/blog/wp-content/uploads/2016/03/Infograf%C3%ADa-PREDIF.jpg>
- Rede Galega contra a pobreza y Asociación Galega de Reporteiros Solidarios. *¿Cómo informar de colectivos en riesgo de exclusión?* Recuperado de <http://www.labroma.org/blog/wp-content/uploads/2016/03/Gu%C3%ADa-para-periodistas-C%C3%B3mo-informar-de-colectivos-en-riesgos-de-exclusi%C3%B3n-EAPN.pdf>

RACISMO

Anxo Fariñas Torres
Paula Fernández Ochoa
Marcos Ferrín Alonso
Cristina Freire Picón
Sara Gil Méndez
Lorena Iglesias Andrade
Mar Álvarez Rama
Ainoa Álvarez Moreno
Irene Alcaina Romaní
Nuria Hueso Gutiérrez
Marila Deus García
Carla Conde Román

14. Racismo

14.1. Responsabilidade dos medios de comunicación co colectivo

A Convención Internacional sobre a Eliminación de Todas as Formas de Discriminación Racial de 1965, di que a expresión discriminación racial refírese a: "calquera distinción, exclusión, restrición ou preferencia baseada na raza, cor, liñaxe ou orixe nacional ou étnica que teña por obxecto ou como resultado de anular ou diminuír o recoñecemento, goce ou exercicio, en condicións de igualdade, de dereitos humanos e liberdades fundamentais nos ámbitos político, económico, social ou cultural ou en calquera outro ámbito da vida pública ". Polo tanto, o racismo ou a discriminación racial é unha grave violación dos dereitos humanos, as persoas son discriminadas por mor da súa afiliación étnica ou racial, de tal xeito que unha serie de persoas considéranse superiores a outras persoas.

Unha das eivas que os medios teñen desde o seu nacemento son as súas dificultades para tratar dunha maneira axeitada a todo aquel que é diferente, mais este problema viuse agravado aínda máis coa aparición do xornalismo post-televisivo, marcado por unha constante uniformizadora na que queda pouco espazo para o minoritario, fóra dalgúns exemplos descontextualizados.

Se ben no caso étnico, como en tantos outros, a existencia do que é diferente é inherente a calquera sociedade desde o principio dos tempos, é certo que coa actual extensión a nivel planetario das correntes migratorias provocadas pola desigualdade, a presenza das minorías étnicas faise cada vez máis palpábel. É necesario, pois, facer un impulso por dar un tratamento xusto e axeitado nos medios a todos os grupos étnicos que conforman a sociedade, sen caer en redaccións que utilicen a etnia como un elemento máis para marxinar as minorías.

Os prexuízos son tendencias evaluativas dirixidas cara aos grupos sociais e os seus membros. Xeralmente, os prexuízos cara a grupos étnicos e nacionais caracterízanse por ser valoracións negativas. Isto inclúe, por suposto, que o individuo desenvolveu afectos negativos cara ao grupo e os seus membros. Pero tamén é posible que o prexuízo se asente nas crenzas do suxeito sobre os membros do grupo e que inclúa a intención de comportarse en forma de evitación, rexeitamento ou hostilidade.

Por outra banda, os denominados como estereotipos veñen definindo un conxunto de crenzas compartidas e xeralmente estruturadas a preto dos atributos persoais que caracterizan aos membros dun grupo. Trátase por tanto de diversas crenzas, relacionadas entre se, referidas a distintos individuos, normalmente os membros dun grupo, que poden incluír trazos de personalidade, características físicas, condutas e mesmo roles e ocupacións. O proceso polo que se atribúen a un individuo características en función da súa pertenza a determinado grupo denomínase estereotipia. Consiste en utilizar o estereotipo para inferir, xulgar e/ou predicir condutas dun individuo.

Os medios de información revelan actitudes de discriminación e racismo incluso cando as ocultan. A negación da existencia desas actitudes na sociedade, é tamén unha forma de posicionarse sobre o tema. A ausencia de diversidade cultural ou étnica nos medios (no que publican, e nas súas estruturas de produción) é un indicador do seu comportamento en relación á discriminación e o racismo.

O racismo nos medios ven dado non só na imaxe, senón maioritariamente na linguaxe utilizada, pois en moitas ocasións os contidos veñen incluídos no propio tratamento lingüístico.

Exemplos:

- Existen uns tópicos e estereotipos sobre os xitanos que, en parte, foron alimentados polos medios de comunicación.
- Entre os inmigrantes, o marroquí é “o outro” para a opinión pública española. É o colectivo que máis recibe actitudes racistas e xenófobas.
- En xeral, os medios de comunicación en España presentan aos inmigrantes vinculados fundamentalmente a tres cuestións: delincuencia, inmigración ilegal e conflitos, xa sexa por motivos racistas ou de choque entre culturas.
- A chegada de forma ilegal a España é outra das temáticas máis representadas nos medios. Neste tema explótase o dramatismo cando se fala de pateras (este tipo de embarcación non é a máis numerosa, pero si a máis chamativa e máis representada polos medios).

14.2. Como mellorar o tratamento informativo sobre o colectivo

1. Non deben incluírse nas noticias características como o grupo étnico, a cor da pel, o país de orixe, a lingua, a relixión ou a cultura agás nos casos en que sexa estritamente necesario para a comprensión da información. Este tipo de caracterizacións establece dicotomías do tipo eles / nós, que afastan ás minorías do resto da poboación e adoitan relacionarse con outros binomios maniqueos.
2. Evitar a asociación entre fluxos migratorios e delincuencia, sen contextualización nin análise de causas.
3. Cómpre evitar calquera tipo de xeralizacións, estereotipos e simplificacións. Tanto os tópicos que dividen ás persoas por nacionalidade ou etnia (aplicándolle a cada grupo un tipo de ocupación ou características persoais) como as asociacións coa marxinalidade ou a delincuencia deben ser erradicadas dos medios de comunicación.
4. Non asociar as persoas migrantes co desemprego ou a masificación de servizos públicos, para concienciar a cidadanía autóctona de que non é a única propietaria lexítima do espazo público.
5. É esencial, daquela, evitar a potenciación das informacións negativas ou sensacionalistas, xa que poden dar azos á aparición de conflitos. Isto non implica faltar á verdade conedulcoracións ou eufemismos, mais apenas ofrecer unha perspectiva ampla e transversal das minorías, visibilizando cuestións como as súas condicións de vida, integración, aportacións á cultura e á economía, etcétera.
6. Distinguir os conflitos laborais, veciñais ou políticos dos conflitos racistas.
7. Respetar coidadosamente a intimidade das persoas, especialmente das menores. Non se deben obter imaxes invasivas sen contar coa autorización expresa dos seus protagonistas.
8. É necesario buscar a ecuanimidade nas fontes de información, potenciando as propias das minorías, fronte á práctica habitual no xornalismo actual de utilizar apenas fontes institucionais. Os membros das minorías étnicas son fontes esenciais por si propias.
9. Especial mención e esforzo merece a visibilización do pobo xitano. Na súa longa historia como minoría étnica endóxena no noso ámbito, a súa marxinalización na información ten sido por veces mesmo maior que a doutras minorías de implantación menor e máis recente.

Ademais, débense potenciar os seguintes aspectos:

- Construción en primeira persoa, visibilidade e mostra de situacións discriminatorias.
- Unha persoa pode ser presentada empregando o seu nome e apelidos, sen necesidade de definila co grupo cultural e/ou étnico.
- Debemos preguntarnos se hai que especificar a orixe ou o feito de que, algunha vez, se desprazou.
- Dicotomías que alguén “inmigróu” é máis adoitado que dicir que “é inmigrante”. Sobre todo, temos que preguntar ás persoas como queren ser denominadas.
- A referencia continuada á condición de “migrante” dificulta todo proceso de integración ao país como cidadán.

- Se é preciso indicar a orixe étnica, hai que facelo mencionando o país ou poboación de orixe (chino ou de Pekín en lugar de asiático) e contextualizar temporalmente o proceso migratorio.
- Mostrar as situacións discriminatorias para refuxir das descualificacións gratuítas e fomentar un recoñecemento máis amplo da diversidade, hai que facer visibles as situacións de agresión e de discriminación social e/ou institucional que sofren as persoas por razón de orixe e/ou crenzas, e denuncialas e rexeitalas publicamente.

A continuación algunhas solucións de mellora para o tratamento de comunidades discriminadas. Tratamento correcto da información:

O xornalista non debería identificar como xitana a unha persoa salvo que sexa necesario para a comprensión da noticia, xa que non se recolle en ningún documento, nin se quera os Corpos e Forzas de Seguridade do Estado deben mencionalo. Moitas veces xunto á identificación da etnia indícanse os apelidos da persoas implicadas, cousa que non sucede coas persoas non xitanas.

Outra cousa a ter en conta é o lugar onde se produce a mención da etnia, xa que non ten a mesma relevancia no titular, na entradilla ou no corpo da noticia. Hai que ter en conta as consecuencias que unha noticia negativa pode conlevar e non debemos xeralizar.

No caso da comunidade xitana moitas anécdotas acaban converténdose en noticia ser ter relevancia informativa. Moitas veces cáese en tópicos que provocan un gran descoñecemento sobre a realidade da comunidade e buscan o morbo e sensacionalismo. Hai que evitar estes tópicos, que axudan a crear estereotipos negativos. Tamén debemos informarnos correctamente, acudindo a fontes xitanas e contextualizando ben a información.

Como xornalistas deberíamos proporcionar unha visión realista da comunidade xitana non só publicando noticias negativas. Potenciando os contidos sobre as súas realidades tanto culturais coma vitais, dando un reforzo positivo que axude a cambiar a visión para as novas xeracións. A terminoloxía usada nas noticias non adoita ser a correcta, incluíndo termos que non son adoitados para falar da comunidade xitana.

Os recursos visuais tamén xogan un papel moi relevante, neles debemos mostrar unha imaxe responsable sendo conscientes dos prexuízos e mostrando colaboración entre xitanos e non xitanos, mostrándoos coma unha comunidade desenvolta.

14.3. Terminoloxía

Non	Si
Minoría	Comunidad, colectivo
Denigrar (vén de <i>negro</i>)	Agraviar, deshonrar
Raza	Etnia
Raza xitana	Pobo xitano
Conguito	Persoa negra
Traballar coma un negro	Traballar arreo
Persoa de color	Persoa negra, de orixe africana...
Clan (pobo xitano)	Familia
Moro, mora (despectivo)	Persoa marroquí, arxelina/magrebí...
Sudaca	Latinoamericana, arxentina, ecuatoriana, de orixe latinoamericano...
Negro (escritor)	Escritor pantasma (do inglés <i>ghost-writer</i>)
Cabeza de turco	Emisario, chivo expiatorio...
Merenda de negros	Barullo
Traballo de chinos	Moi laborioso
Paciencia de chinos	Moita paciencia
Velo islámico	Velo
Arreglador	Home/Muller de respecto/Tío/a
Clan	Familia extensa/grupo familiar
Colectivo xitano	Comunidade xitana
Integración	Inclusión social
Multiculturalidade	Interculturalidade
Patriarca	Home/Muller de respecto/Tío/a
Paio	<i>Gadye</i> /Non xitano

Raza	Etnia
Liorta	Conflicto/enfrentamento
Tribu	Grupo familiar
Xenofobia	Racismo/antixitanismo/discriminación
Persona de cor	Persona negra/ de orixe africana
Nomadismo	Comunidade sedentaria
Supermercado da droga	Poboado
Moro	Magrebí/axelina/marroquí...
Indíxena	Poboación autóctona/orixinaria
Cabeza de turco	Emisario/chivo expiatorio
Traballar como un negro	Traballar moito
Merenda de negros	Juego sucio/confusión/desorde

14.4. Fuentes consultadas

- <http://www.labroma.org/blog/wp-content/uploads/2016/03/Libro-de-estilo-Servimedia.pdf>
- http://www.mesadiversitat.cat/pfw_files/cma/mda/not_cies/documents/Guia_del_lenguaje_inclusivo_CAS.pdf
- <http://xornalistas.gal/biblioteca/recomendacions-extraidas-do-foro-sobre-comunicacion-e-minorias-eticas/>
- <http://www.stoplgbtfobia.org/wp-content/uploads/2015/04/Igualdad-de-Trato-y-no-discriminaci3n.Gu3a-de-recomendaciones-para-la-formaci3n-de-fuerzas-y-cuerpos-de-seguridad.pdf>
- <http://www.inmujer.gob.es/publicacioneselectronicas/documentacion/Documentos/DE1691.pdf>
- Guía de estilo para periodistas. ¿Cómo informar de colectivos en peligro de exclusión?: <http://www.labroma.org/blog/wp-content/uploads/2016/03/Gu%C3%ADa-para-periodistas-C%C3%B3mo-informar-de-colectivos-en-riesgos-de-exclusi%C3%B3n-EAPN.pdf>
- <http://www.unionromani.org/>
- www.accem.es
- www.galiciaacolle.org
- www.igaxes.org
- www.caritas.es
- <http://www.sosracismo.org>
- <http://www.oberaxe.es>
- <http://esracismo.com/2016/03/22/diez-ejemplos-de-topicos-racismo-y-xenofobia-en-la-prensa/>
- <https://afrofeminas.com/2014/03/31/palabras-que-discriminan-racismo-en-el-lenguaje/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=f7E1V5mqUU>

- http://www.mesadiversitat.cat/pfw_files/cma/mda/not_cies/documents/Guia_del_lenguaje_inclusivo_CAS.pdf
- <https://afrofeminas.com/2014/03/31/palabras-que-discriminan-racismo-en-el-lenguaje/>
- <https://afrofeminas.com/2018/03/26/limpieza-bucal-pequenisimo-glosario-de-terminos-discriminatorios/>
- <http://www.observatorioislamofobia.org/2017/07/19/la-islamofobia-los-numeros-las-letras/>
- <http://documentacion.aen.es/pdf/libros-aen/coleccion-estudios/violencia-y-salud-mental/parte-7-desplazamientos-y-migraciones/389-racismo-y-medios-de-comunicacion.pdf>

