



diálogo MESA DE
BIZKAIA **CIVIL**

ORIENTACIONES Y
RECOMENDACIONES SOBRE
MENSAJES E IMÁGENES
ACERCA DE LA REALIDAD
DE **LAS PERSONAS**
DESTINATARIAS DE
LA ACCIÓN SOCIAL.

DICIEMBRE 2013

“Todo estilo es algo más que una manera de hablar: es una manera de pensar y, por lo tanto, un juicio implícito o explícito sobre la realidad que nos circunda”. OCTAVIO PAZ

El presente documento ha sido elaborado por la Mesa de Diálogo Civil de Bizkaia. Es un documento síntesis que recoge orientaciones y recomendaciones dirigidas a personas, medios de comunicación, organizaciones e instituciones que transmiten información, con mensajes o imágenes, sobre las personas destinatarias de la acción social y/o sus realidades de discapacidad, desprotección, exclusión, dependencia o riesgo. Lo que aquí se presenta es un documento genérico aplicable a cualquier ámbito de la acción social. La versión extensa de este documento puede consultarse en: www.bizkaia.net

PRINCIPIOS QUE ENMARCAN Y POTENCIAN LA ACCIÓN COMUNICATIVA

Los principios identificados para una acción comunicativa eficaz y ética en el ámbito de la acción social.



DIGNIDAD

Poner a las personas por delante de los fines comunicativos.



NORMALIZACIÓN

Mostrar que cualquier persona puede estar en una situación de discapacidad, exclusión, desprotección, dependencia o riesgo.



PARTICIPACIÓN

Contar con la participación activa de la propia persona o grupo de personas en el hecho comunicativo.



PROFESIONALIDAD

Ser fiel a la verdad y a la función comunicadora.



EQUIDAD

Utilizar mensajes e imágenes veraces que eviten la desigualdad, marginación o minusvaloración de las personas y colectivos.

Aplicar además de forma transversal la equidad de género en la comunicación.

RECOMENDACIONES PARA LA ACCIÓN COMUNICATIVA EN EL ÁMBITO DE LA ACCIÓN SOCIAL

Las recomendaciones tienen relación entre sí y forman **un todo** que orienta la acción comunicativa.

1 DERECHO A LA CONFIDENCIALIDAD

Es necesario informar a las personas de que se van a trasladar datos personales o se van a obtener y difundir imágenes en las que aparecen.

Además, es fundamental pedir su autorización y deberán ser informadas de su derecho de oposición a ser fotografiadas, grabadas o filmadas, así como de la posibilidad de que la imagen que de ellas aparezca no sea reconocible.

2 MOSTRAR A LAS PERSONAS, ANTE TODO, COMO PERSONAS

Utilizar la palabra “persona” para presentar a los individuos o colectivos. El término “persona” debe situarse antes que su situación. Por ello, se hablará siempre de personas “con” (discapacidad, enfermedad mental...), personas “que tienen” o personas “en situación de” (dependencia, exclusión,...), etc.

3 PRESENTAR A LAS PERSONAS EN SU CONTEXTO

Además de describir o ilustrar lo que sucede es necesario contextualizarlo, señalando las circunstancias en las que sucede y sus factores causales.

Por otro lado, todas las personas participan en diferentes ámbitos en su vida cotidiana. Presentarlas en esas facetas cotidianas, normalizadas, las sitúan en un plano de igualdad.

4 DESDE UNA MIRADA REAL Y POSITIVA: NI VÍCTIMAS, NI HÉROES O HEROÍNAS

Reflejar toda la realidad de las personas. Sin ocultar limitaciones, dificultades o carencias, pero señalando también capacidades y potencialidades. Sin presentarlas sólo como víctimas ni como héroes o heroínas, idealizándolas.

Las situaciones sobresalientes se presentarán de un modo que se entiendan tan “excepcionales” como en otros ámbitos.

5 PRESENTAR A LAS PERSONAS COMO PERSONAS ACTIVAS

La tradicional idea de la persona que participa en los programas de acción social como mera receptora de ayudas o soportes, no refleja la realidad. Los procesos de acción social requieren de su participación activa y también participan y aportan a la sociedad en otras facetas de su vida.

La comunicación debe hacer visible el valor de cada persona y su contribución a la comunidad.

6 DESTERRAR LOS ESTEREOTIPOS Y NO ALIMENTAR LOS PREJUICIOS

Evitar estereotipos y prejuicios. Son difíciles de cambiar, se transmiten rápidamente, simplifican la realidad y orientan expectativas.

Prescindir de tratamientos sesgados, alarmistas, lastimeros, morbosos o culpabilizadores. Evitar las generalizaciones y los maniqueísmos: mostrar la diversidad y pluralidad de situaciones de las personas. Evitar imágenes poco normalizadoras y los tópicos.

7 EVITAR IMÁGENES/MENSAJES QUE REPRODUZCAN ESQUEMAS DISCRIMINATORIOS. USO DE LENGUAJE NO SEXISTA

En algunas campañas y noticias sobre personas destinatarias de la acción social se produce una invisibilización o ausencia de protagonismo de las mujeres tanto en los mensajes como en las imágenes. También se reproducen estereotipos de género, presentando al hombre como único sujeto de la acción y de referencia, o a la mujer como dependiente o subordinada.

Es necesario vigilar el tratamiento del lenguaje, ya que el uso del género gramatical masculino para referirse a grupos mixtos invisibiliza a las mujeres y sus aportaciones en los diferentes ámbitos de la vida, simplificando y, en muchos casos, deformando la realidad.

