



LA IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA VISIBILIDAD DEL DEPORTE DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Luis Leardy Antolín.
Director de Comunicación y Relaciones Externas del Comité Paralímpico Español
luis.leardy@csd.gob.es

1. Importancia de que la actividad deportiva de alto nivel practicada por personas con discapacidad tenga reflejo en la sociedad.

El deporte practicado por personas con discapacidad tiene la necesidad de darse a conocer ante el resto de sociedad. Para ello tiene que utilizar irremediabilmente los medios de comunicación social.

Sin embargo, históricamente los medios de comunicación no han prestado demasiada atención a la información sobre este tipo de deporte.

Cambiar esta tendencia es uno de los deseos más fervientes de los protagonistas del deporte de discapacitados, es decir, los propios deportistas, sus familias y entorno próximos o las instituciones que lo promueven (federaciones, clubes, administraciones públicas...).

La mejor forma de hacer llegar a la sociedad las actividades deportivas de las personas con discapacidad es personalizando en los logros y éxitos de los deportistas de alto nivel, principalmente en los deportistas paralímpicos.

2. Funciones de la difusión social del deporte de personas con discapacidad:

Cuando el mensaje que llevan consigo los éxitos y logros de los deportistas paralímpicos logra llegar a la sociedad se cumplen algunas funciones:

2.1. Difusión de los valores que los deportistas paralímpicos representan.

Las hazañas de los deportistas de alto nivel con discapacidad hacen llegar a la sociedad lo que denominamos “valores del movimiento paralímpico”: superación, esfuerzo, trabajo en equipo, tesón, solidaridad...

Si bien estos valores son también muy característicos del movimiento olímpico o del deporte en general, en el caso de las personas con discapacidad se ven claramente acrecentados, puesto éstas tienen que superar además las dificultades añadidas que entrañan sus propias discapacidades.

Y más allá de la transmisión de estos valores que benefician al conjunto de la sociedad, los deportistas paralímpicos trasladan además otro mensaje muy beneficioso para el colectivo de personas con discapacidad con respecto al resto de la sociedad: Si una persona con discapacidad es capaz de lograr estas enormes hazañas deportivas qué no será capaz de lograr en el ámbito laboral o en cualquier otro orden de la vida.

2.2. Banderín de enganche para la promoción deportiva entre las personas con discapacidad.

El segundo efecto que sin duda se persigue con la máxima difusión de los éxitos de los deportistas paralímpicos es que puedan servir de espejo en el que se miren multitud de personas con discapacidad y que se animen a practicar ellos mismos algún deporte, accediendo a los innegables beneficios que supone la práctica deportiva

3. Proceso de normalización de la información sobre deporte de personas con discapacidad.

3.1. El deporte paralímpico, un fenómeno cuatrienal.

El deporte paralímpico –como máximo exponente del deporte practicado por personas con discapacidad- se ha convertido en un fenómeno cuatrienal. Es decir, sale a la luz de los grandes medios de comunicación de masas únicamente cada cuatro años, con motivo de la celebración de los Juegos Paralímpicos. Posteriormente, vuelve a caer en el rincón de los olvidos, del que nada más vuelva a salir en la siguiente edición de los Paralímpicos.

A mi juicio, la causa de que esto suceda no es una suerte de discriminación hacia las personas con discapacidad y al deporte que practican, sino que se debe más bien a la cualidad del deporte paralímpico como deporte minoritario. Y por lo tanto, sufre esta situación en la misma medida que también lo sufren otros deportes minoritarios (ejemplo de piragüismo).

Pero el deporte paralímpico como fenómeno cuatrienal es un hecho relativamente reciente, tanto en España como a nivel mundial, y tiene su punto de partida en los Juegos Paralímpicos de Barcelona 1992.

Los Juegos Paralímpicos se celebran desde 1960, pero no fue hasta los Juegos de Seúl 1988 –los primeros que se desarrollaron en la misma ciudad y las mismas instalaciones de los Juegos Olímpicos- y, especialmente, los de Barcelona 1992 cuando se configuraron en el formato de Juegos Paralímpicos como hoy los conocemos.

En el ámbito de la comunicación, Barcelona 92 supuso un antes y un después: por primera vez hubo una televisión anfitriona ('host broadcaster') que produjo la señal televisiva y la distribuyó a países de todo el mundo.

3.2. Evolución de la difusión de los Juegos Paralímpicos en España.

- **Retransmisiones de TV: todas a través de Televisión Española (TVE):**
 - **BARCELONA 92**
 - Cataluña TV3 – 60 horas en directo y diferido.
 - Resto de España TVE – Resumen de 20 minutos diarios que se emitían al día siguiente de la competición. Ceremonias de Inauguración y clausura en directo en TVE-2.
 - **ATLANTA 96**
 - Resúmenes diarios editados y locutados en España, a partir de los “paquetes” de “mejores momentos” (“highlights”) que enviaba la televisión anfitriona norteamericana
 - **SIDNEY 2000**
 - Primeras retransmisiones en directo de unos Juegos Paralímpicos para todo el territorio español.
 - Retransmisiones de atletismo y natación, en Teledporte (satélite) y los fines de semana en La 2.
 - Dos comentaristas desplazados a Sidney.
 - **ATENAS 2004**
 - 120 horas de retransmisiones en directo y/o diferido.
 - Retransmisiones de natación, atletismo, ciclismo, tenis en silla de ruedas y baloncesto en silla de ruedas. Ceremonias de Inauguración y Clausura.
 - Equipo de Servicios Informativos desplazado a Atenas para piezas para los Telediarios.
 - Retransmisiones en Teledporte y La 2. Noticias en informativos en todas las cadenas de TVE, La 1 incluida.
 - 7 profesionales de TVE desplazados a Atenas.
 - **PEKÍN 2008**
 - 195 horas dedicadas a los Juegos.
 - En La 2: 48 horas (Ceremonias en directo y dos resúmenes diarios de más de una hora).
 - Teledporte: 147 horas (dos resúmenes diarios de una hora y retransmisiones en directo y/o diferido de atletismo, natación y ciclismo).
 - Equipo de Servicios Informativos desplazado a Atenas para piezas para los Telediarios.
 - 4 profesionales de TVE desplazados a Pekín.
 - Audiencias:
 - 21 millones de espectadores (acumulado)
 - 238.000 espectadores de media

- share del 3,4
- Emisión más seguida: Ceremonia de Inauguración. La 2. 620.000 espectadores (5,5 share).

- **JUEGOS DE INVIERNO**

También en los Juegos Paralímpicos de Invierno, la televisión pública española ha ido incrementando su atención a los Juegos Paralímpicos, pasando de una situación como la de los Juegos de Nagano 1998, en los que el Comité Paralímpico Español contrató a un equipo de televisión para que facilitara imágenes vía satélite a TVE desde Japón, a la de los Juegos de Turín 2006, en la que hubo retransmisiones en La 2 (algo más de 1 hora en total) e informaciones en los telediarios con un equipo desplazado allí (Ángel Orte).

Mejor aún en Vancouver 2010, con 40 horas de retransmisiones en Teledeporte y también un equipo de Informativos para las noticias de los Telediarios (Izaskun Ruiz).

- **Cobertura en el resto de medios.**

Evolución del número de profesionales de los medios de comunicación acreditados para cubrir los Juegos Paralímpicos:

JUEGOS PARALÍMPICOS	Número de profesionales acreditados
ATLANTA 96	1
SIDNEY 2000	7
ATENAS 2004	36
PEKÍN 2008	75

4. Nuevo reto: tener más presencia, no sólo cada cuatro años

Partiendo del nivel “aceptable” de repercusión alcanzado por los Juegos Paralímpicos en las fechas de su celebración, el siguiente paso que debe plantearse el sector del deporte de personas con discapacidad es luchar por aumentar su presencia en los medios de comunicación no sólo en esas fechas, sino también en el resto de días, meses y años que trascurren entre una y otra edición de los Juegos.

El fin último de esta mayor presencia ha de ser siempre el poder avanzar las funciones arriba indicadas (divulgar los valores paralímpicos y coadyuvar en la promoción deportiva para personas con discapacidad).

4.1. Perspectiva del Comité Paralímpico Español:

En sintonía con los fines antes mencionados, el CPE se plantea sus acciones y su plan de comunicación con dos objetivos muy claros:

- a. Lograr una mayor presencia en la sociedad.
- b. Lograr una fidelización de los patrocinadores que sustentan económicamente los planes de preparación de los deportistas paralímpicos (PLAN ADOP).

Para conseguir estos dos objetivos dispone de algunas herramientas:

- Difusión en televisión: programa “Paralímpicos”; microespacios en La 1, La 2 y Teledporte y retransmisiones/resúmenes de competiciones de alto nivel internacional.
- Distribución de información a medios de comunicación. Elaboración y distribución de notas de prensa, fotografías, imágenes, etcétera para que los medios de comunicación puedan difundir con facilidad la actualidad del deporte paralímpico.
- Difusión en internet: www.paralimpicos.es, como portal de contenidos sobre deporte paralímpico, con información, noticias, vídeos, galerías fotográficas, especiales, etcétera.
- Boletín digital. “Paralímpicos”.
- Eventos de difusión.

4.2. Perspectiva de otras entidades que actúan a favor de la difusión del deporte de personas con discapacidad.

- Acciones de los patrocinadores y empresas privadas. (Fundación Divina Pastora, Sanitas, Liberty, Iberdrola).
- Acciones del Consejo Superior de Deportes, Comunidades Autónomas, Ayuntamientos y otras instituciones.
- Acciones de Federaciones Deportivas, de Personas con Discapacidad y Unideportivas.
- Acciones de otras entidades que trabajan en favor del deporte de personas con discapacidad (Fundación También, Fundación Saiatu, Deporte y Desafío, etc)

5. Figuras reconocibles o “estrellas” paralímpicas

Teniendo en cuenta todo lo anterior, se produce un efecto mediante el cual se van creando un puñado de figuras reconocibles y representativas del deporte paralímpico, las que podemos denominar “estrellas paralímpicas”.

Para que se configuren estas “estrellas” se deben de dar una serie de características que confluyan en un deportista:

- Que obtenga unos extraordinarios resultados deportivos.
- Que aporte una historia vital interesante para los medios de comunicación y el público en general.
- Que tenga una relación de arraigo en un ámbito local-regional concreto.

Estas “estrellas paralímpicas” son y serán unos instrumentos de enorme utilidad en la tarea de dar a conocer el deporte de las personas con discapacidad entre el resto de la sociedad.

6. Resultados:

Lejos de ser aún una situación ideal, lo cierto es que en los últimos tiempos sí se están produciendo avances en ese objetivo de que los deportes de personas con discapacidad tengan una mayor presencia en los medios de comunicación y en la sociedad en general.

La integración en este campo se está produciendo por la vía de que, cada vez más, los medios de comunicación van incorporando información y contenidos sobre deportes de personas con discapacidad con un tratamiento normalizado.

Y muestra de ello son algunos ejemplos: spot de Enhamed Enhamed en Canal+; página en “Marca” dedicada al tenista en silla de ruedas Dani Caverzaschi; informaciones sobre los Campeonatos del Mundo de Atletismo y Esquí en Telediarios de La 1 y Tele 5; próxima celebración de un Desayuno Europa Press con deportistas paralímpicos; chats en Marca.com y blogs en RTVE.es protagonizados por deportistas paralímpicos; o los datos de audiencias de los productos de TV del Comité Paralímpico Español.