



EL CONSUMO DE INFORMACIÓN ENTRE PERSONAS CON DISCAPACIDAD INTELECTUAL

IV Jornada Periodismo y Discapacidad

ÍNDICE

1

Justificación y objetivo del estudio

2

Primera observación: conocimiento desigual de la actualidad mediática

3

Causas del *knowledge gap*

4

Uso de los contenidos informativos

5

Distanciamiento hacia los contenidos informativos

6

Estrategias de acceso a la información

7

Resumen

1



JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVO DEL ESTUDIO

Una realidad social compleja

La complejidad de la realidad social que nos rodea es inaprensible e incluso, a veces, incomprensible. Diferentes autores, como *Hubertus Buchstein*, *Pierre Rosanvallon*, *Daniel Innerarity* o *Jürgen Habermas*, han estudiado este fenómeno, calificándolo este último de inabarcabilidad.

En este contexto de complejidad creciente, los medios de comunicación de masas, y de manera relevante, los medios informativos (periodísticos), juegan un papel de mediación fundamental. Éstos últimos, mediante la selección y cobertura de determinados acontecimientos, determinan lo que es socialmente relevante y contribuyen a la construcción social de la realidad. Esta selección reduce la complejidad del mundo y determina aquellos temas a los que los ciudadanos tienen que prestar atención, aquellos temas sobre los que tienen que debatir y sobre los que tienen que posicionarse. A este proceso se lo ha definido como “tematización”, concepto muy importante para los fines de este estudio como veremos más adelante.

Identidad personal y civismo participativo

Desde este punto de vista, el acceso a la información periodística y la capacidad de procesarla correctamente se convierten en elementos fundamentales para cualquier individuo a la hora de “saber lo que pasa en el mundo” y a la hora de hacerse una “cierta idea del mundo”. Tener una “cierta idea del mundo” es importante para los individuos por dos motivos principales: el primero definiría su identidad y el segundo su civismo.

Efectivamente, por un lado, tener ciertos conocimientos de la actualidad mediática permite al individuo diseñar una identidad a partir de la información que tiene sobre diferentes acontecimientos que suceden en el mundo, de cómo los interpreta y de cómo se posiciona ante ellos. Por otro lado, este posicionamiento con respecto a los acontecimientos lo convierten en actor informado que puede erigirse en miembro activo de la comunidad, deliberando, debatiendo y participando en la vida pública a través de diferentes mecanismos democráticos.

Son estos dos elementos los que hacen de la información periodística un servicio esencial para los ciudadanos en general y para el colectivo de personas con discapacidad intelectual en concreto. Por ello, en este estudio nos proponemos analizar los siguientes puntos, poniendo el foco en las personas con discapacidad intelectual:

- En **primer lugar**, de qué manera los medios de comunicación de masas, y especialmente los medios informativos periodísticos, ayudan a las personas con discapacidad a formarse libremente una identidad pública (entendiendo ésta como el conjunto coherente de opiniones sobre determinados acontecimientos mediáticos), a partir de la exposición a los medios, de la atención a determinados contenidos, de la construcción de una opinión personal sobre ellos y del contraste de esta opinión con otros individuos a través de un debate abierto de carácter informal.
- En **segundo lugar**, de qué manera la información periodística, al modelar la opinión que las personas con discapacidad intelectual tienen sobre el mundo, los capacita, los motiva y los moviliza para participar en la esfera pública. Esta participación de todos los

colectivos, y de las minorías, es el fundamento último de la democracia que requiere de ciudadanos informados y comprometidos con objetivos colectivos, que canalizan sus demandas a través del sistema político.

Participación democrática de las personas con discapacidad intelectual

El sistema político, para ser legítimo, debe ser capaz de integrar todas las visiones del mundo. Desde este punto de vista, **la participación de las minorías es fundamental para enriquecer los debates públicos y legitimar los mecanismos democráticos al hacerlos plurales y representativos.**

Por otro lado, la participación democrática es un profundo ejercicio de autodeterminación. Las consecuencias de participar en procesos democráticos tienen, sin duda, efectos positivos sobre la calidad de vida de las personas: favorece su inclusión social.

En el caso de las personas con discapacidad intelectual, en tanto que minoría especialmente vulnerable, esta necesidad de participación se acentúa. Por este motivo, debemos reflexionar sobre qué apoyos necesitan y cómo asegurar el cumplimiento de la Convención de Derechos de las Personas con Discapacidad de Naciones Unidas. El objetivo último será que se erijan en ciudadanos autónomos con capacidad crítica para participar activamente en los debates públicos y en los procesos democráticos.

Objetivos del estudio

En este estudio analizaremos qué saben las personas con discapacidad intelectual de la actualidad mediática (qué conocimiento tienen del mundo), cómo adquieren este conocimiento a través de los medios (cual es el proceso de aprendizaje mediático), cómo se posicionan frente a lo que saben del mundo (cómo se forman una opinión moral acerca del mundo).

Para finalizar se estudia, cómo podemos ayudarles, qué apoyos podemos diseñar y brindar, para que puedan desarrollar este proceso de socialización de forma autónoma, para facilitar el acceso a una información veraz, relevante, plural, comprensible y útil.

2



PRIMERA OBSERVACIÓN: CONOCIMIENTO DESIGUAL DE LA ACTUALIDAD MEDIÁTICA

Observación de un conocimiento limitado de la actualidad mediática

A la hora de analizar el conocimiento que las personas con discapacidad intelectual tienen de la actualidad mediática, hemos encontrado limitaciones. Más de la mitad de los encuestados, concretamente el 57%, no puede citar, de manera espontánea, ninguna noticia de la última semana; el 28,9% solo cita noticias sobre el coronavirus y las restricciones a la movilidad, y el 13,8% cita otras noticias de la actualidad. (Ver Gráfico 1)

Recuerdo espontáneo de noticias leídas durante la última semana



Gráfico 1. Recuerdo espontáneo de noticias leídas durante la última semana

Ciertamente, esto puede obedecer a dos causas principales: o bien no conocen noticias, porque no se han expuesto a ellas, o bien las han olvidado al no cumplir ninguna función relevante en su agenda de noticias de interés personal.

Al preguntar a los encuestados por el recuerdo de noticias concretas, el 46% recuerda la noticia de la explosión ocurrida en el puerto del Líbano y el 53,4% recuerda las movilizaciones contra el racismo que se han producido en Estados Unidos. No obstante, el 77,6% recuerda la noticia de la posible salida de Messi del Futbol Club Barcelona. Este punto demostraría una cierta capacidad selectiva que les permite fijar la atención en aquellos temas que más les interesan y descartar aquellas noticias que consideran irrelevantes. (Ver Gráfico 2)

Recuerdo sugerido de noticias leídas durante la última semana

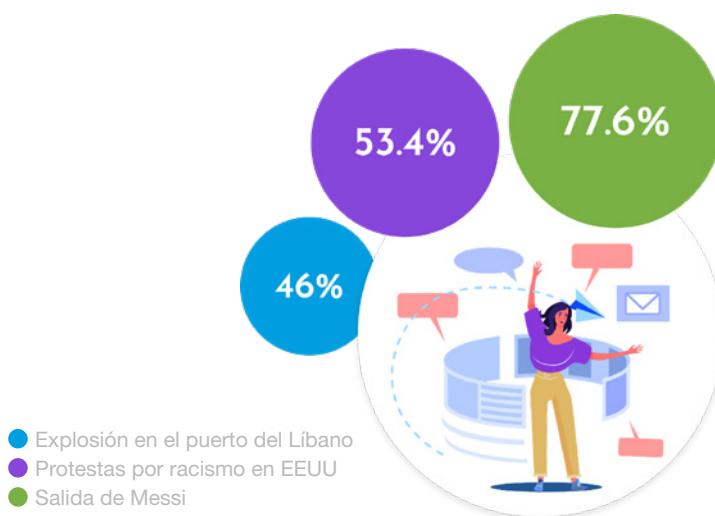


Gráfico 2. Recuerdo sugerido de noticias leídas durante la última semana

Observación de un gap endógeno

Como segundo punto inicial, podemos observar una cierta variabilidad en el recuerdo de las noticias dentro del propio colectivo de personas con discapacidad.

En este sentido, observamos ligeras variaciones en el grado de interés en las noticias por parte de los entrevistados. Concretamente, si el 84,12% de las personas con inteligencia límite declaran estar interesadas en las noticias, ese porcentaje se reduce ligeramente entre personas con discapacidad ligera, 82,2%, y entre personas con discapacidad moderada, 81,48%. Se aprecia pues, una ligera correlación entre el nivel de discapacidad y el grado de recuerdo de la información periodística. (Ver gráfico 3)



Gráfico 3. Nivel de interés en las noticias y grado de discapacidad

Otro dato interesante se refiere a la frecuencia en la que consumen información periodística. Si el 61,9% de personas con inteligencia límite y el 63,3% de personas con discapacidad ligera declaran consumir noticias cada día, ese porcentaje cae al 48,1% entre las personas con discapacidad moderada. (Ver gráfico 4)



Gráfico 4. Frecuencia de consumo de información

Esa menor exposición a la actualidad la encontramos también en noticias concretas. Si tomamos la noticia de la explosión en el puerto del Líbano, observamos un grado dispar de recuerdo. Mientras que el 61,9% de las personas con inteligencia límite recuerdan esa noticia, el porcentaje cae hasta el 52,2% entre personas con discapacidad ligera y al 42,6% entre personas con discapacidad moderada. (Ver gráfico 5)



Gráfico 5. Recuerdo de la noticia sobre la explosión en el puerto del Líbano

Lo mismo ocurre con el grado de recuerdo sobre el tema de las elecciones presidenciales en Estados Unidos. (Ver gráfico 6)



Gráfico 6. Recuerdo de la noticia sobre las elecciones en EEUU

Podríamos considerar que el nivel de conocimiento tiene una correlación lineal con el nivel de discapacidad; sin embargo, observamos que diferentes individuos con un grado similar de discapacidad muestran niveles de conocimiento de la actualidad variables. Así, los niveles de conocimiento sobre la actualidad varían entre individuos con diferentes grados de discapacidad pero también varían entre individuos con grados similares de discapacidad.

Por lo tanto hay que ser muy prudente a la hora de inferir causalidades mecánicas ya que el interés y la atención mediática obedecen a causas multi-variables más complejas.

La discapacidad como variable no determinista

En este sentido, el grado de discapacidad, tomado como variable aislada, no explicaría, por sí solo, el *knowledge gap* observado dentro del colectivo de las personas con discapacidad intelectual, ya que existen otras variables co-explicativas que debemos identificar. Estas variables, ajenas al estricto grado de discapacidad, nos invitan a entrever una aproximación no determinista de los efectos cognitivos de la discapacidad.

Las entrevistas en profundidad revelaron una serie de variables como el contexto de exposición a la información periodística, la situación laboral del individuo, los grupos de referencia del individuo y cómo interactúa con ellos, el rol que juega el individuo dentro de su red de amigos, ciertas particularidades individuales como la curiosidad... Todas estas variables tendrían un impacto sobre el nivel de interés, exposición y recuerdo de las noticias que definen la actualidad mediática.

El alto nivel de heterogeneidad dentro de las personas con discapacidad intelectual, parece expresarse en este sentido. Es tanta la diferencia entre individuos que el grado de discapacidad no parece ser variable determinista con respecto al *knowledge gap*.

Finalmente podemos considerar que un cierto grado de desconocimiento sobre la actualidad periodística no es exclusivo del colectivo de personas con discapacidad, y que todas las personas con discapacidad no expresan ese desconocimiento con la misma intensidad. Hay que descubrir pues que detrás de la aparente homogeneidad del colectivo de personas con discapacidad existe una gran diversidad que nos corresponde analizar y poner en valor.

La teoría del *knowledge gap* (Conocimiento desigual)

La hipótesis del *knowledge gap*, desarrollada por Tichenor, Donohue y Olien, establece que **un mayor volumen de información disponible, lejos de democratizar el conocimiento, puede generar una desigualdad más aguda y profunda entre los públicos más competentes y los menos competentes en el uso de la información.**

Aplicando este marco teórico al presente estudio, podemos establecer como hipótesis marco, que el actual modelo mediático contribuye a perpetuar y reproducir un sistema de desigualdad basado en un acceso desigual a la información pública.

Este punto lo observamos cuando preguntamos a los encuestados por las búsquedas que realizan en internet sobre el tema del coronavirus. Si el 71,4% de las personas con inteligencia límite han realizado búsquedas sobre el tema, el porcentaje baja al 68,9% y al 63% entre personas con discapacidad ligera y moderada respectivamente (**Ver gráfico 7**).

Búsqueda de
información en
internet sobre el
coronavirus



Buscas
información
sobre el covid
en Internet

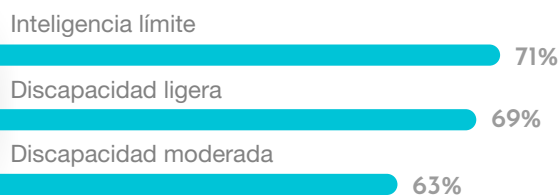


Gráfico 7. Búsqueda de información en internet sobre el coronavirus

Debemos pues preguntarnos cómo podemos articular un modelo de comunicación pública inclusivo que evite que el colectivo de personas con discapacidad, y entre ellas las personas con mayor grado de discapacidad, se vea marginado del conocimiento colectivo y que esto le impida participar activamente en los procesos sociales.

3



CAUSAS DEL KNOWLEDGE GAP

Resumiendo, por un lado el Estudio revela que el 57% de las personas con discapacidad no conoce-recuerda ninguna noticia ocurrida a lo largo de la última semana; por otro, dentro de las personas con discapacidad, aquellas con un grado de discapacidad mayor realizan un consumo menos intensivo de las noticias y tienen un nivel de conocimiento-recuerdo menor que las personas con un grado de discapacidad menor.

Dada esta existencia de un *knowledge gap* dentro del colectivo de personas con discapacidad, resulta relevante preguntarse por las causas de este gap y de esta distribución desigual y asimétrica de la información pública.

Un desigual acceso a los contenidos

Una primera causa, muy intuitiva, podría ser el menor acceso a los contenidos informativos por parte de las personas con discapacidad. Esta menor exposición a la información sobre la actualidad podría obedecer a dos causas principales que funcionarían como filtros de acceso:

- › Limitaciones o falta de acceso a los medios de comunicación tanto tradicionales como digitales.
- › Limitaciones o falta de destrezas técnicas necesarias para navegar en estos entornos, especialmente el digital.

Sin embargo, el estudio no revela que estas limitaciones existan de manera generalizada. De hecho, el 95% de los encuestados tiene televisión en casa y el 90,6% tiene acceso a internet (Ver gráfico # 8). Es más, el 94,7% disponen de un smartphone propio y el 68,6% tienen un ordenador o una tablet para su uso personal.

Puedes marcar todos los medios que tengas en casa y que utilices

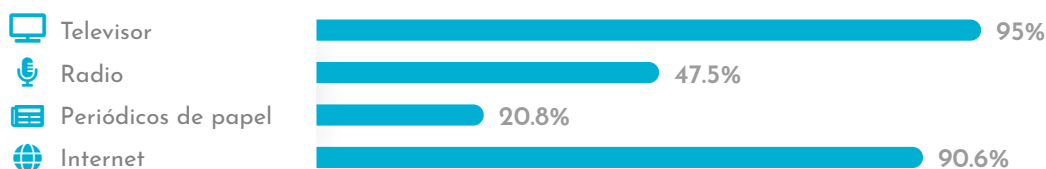


Gráfico 8. Dispositivos en el hogar

Puedes marcar todos los medios que tengas sólo para tí, y que utilices

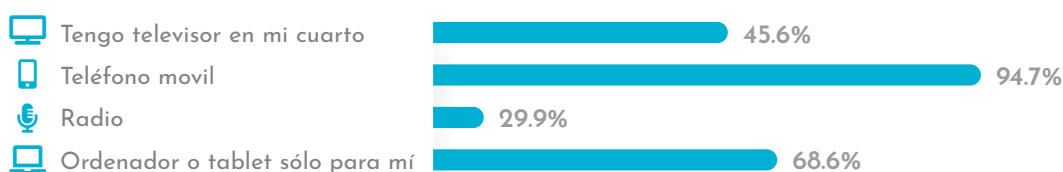


Gráfico 9. Dispositivos de uso personal

Vemos pues que, en lo que se refiere al acceso a los medios de comunicación (cadenas de televisión, cabeceras de medios impresos, emisoras de radio...), los entrevistados tienen acceso prácticamente ilimitado a ellos y no se aprecia ninguna barrera significativa que impida el libre y permanente acceso a las noticias difundidas.

En lo que se refiere a las plataformas digitales, tampoco encontramos ningún obstáculo; al contrario, para acceder a estas plataformas disponen de una mayor autonomía ya que la mayoría de entrevistados dispone de sus propias herramientas como un ordenador, una tablet o un smartphone.

Paralelamente a la accesibilidad a los medios de comunicación, los entrevistados demuestran tener las destrezas digitales técnicas necesarias para navegar y buscar los contenidos en internet que les interesan (buscadores, alertas, links...). En este sentido observamos como este colectivo utiliza de manera habitual y autónoma plataformas digitales de entretenimiento. Concretamente, el 82,4% utiliza YouTube, el 44,7% Netflix y el 40,3% Spotify. (Ver gráfico 10).

¿Qué plataformas de entretenimiento usas?

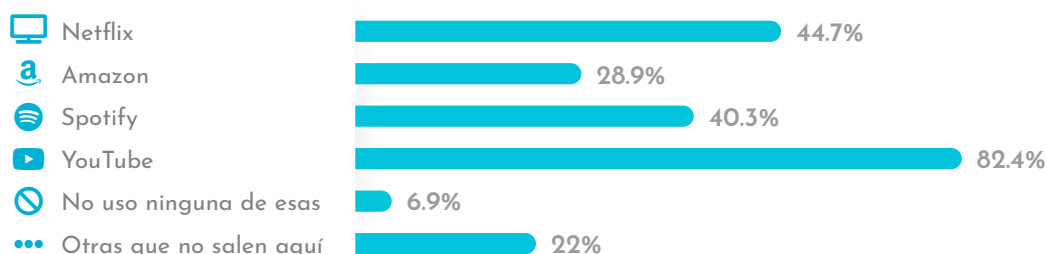


Gráfico 10. Competencias digitales

En la misma línea, **el 88% de los encuestados afirma que siempre o casi siempre encuentra la información que necesita en internet**, demostrando que tienen las competencias digitales necesarias para navegar por el mundo online. (Ver gráfico 12)



Gráfico 12. Competencias digitales

Por ello, podemos afirmar que el desigual nivel de conocimientos detectado (distribución social del conocimiento) no es debido ni a la existencia de obstáculos de acceso a los medios ni a la falta de destrezas para navegar por ellos de manera racional. Al contrario, los individuos entrevistados hacen un uso intensivo de carácter lúdico de los medios digitales: ver películas, ver series, ver videos, escuchar música (You Tube, Netflix, Spotify...) o mantener relaciones sociales a través de las redes (Facebook, Instagram, WhatsApp...). (Ver gráfico 36)

¿Cuánto usas estas redes sociales?

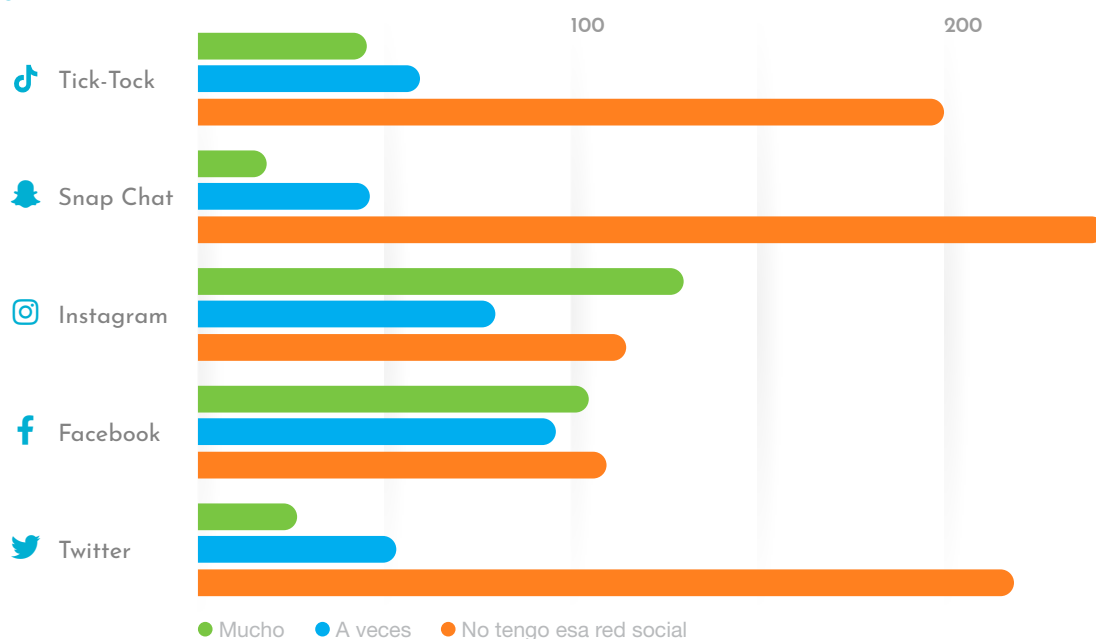


Gráfico 36. Competencias digitales

Acceso a los contenidos informativos

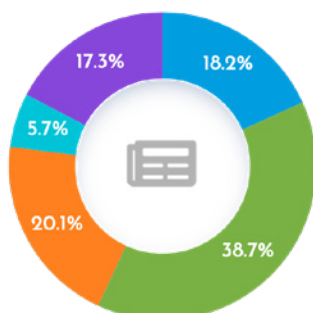
Descartada la hipótesis de que existen obstáculos para el acceso a los contenidos informativos, propusimos una segunda hipótesis que expondría que, si bien nada impide al colectivo de personas con discapacidad acceder a los contenidos informativos, éstas lo hacen de manera limitada, lo que explicaría la desigual distribución del conocimiento y el *knowledge gap*. En este caso estaríamos ante una decisión voluntaria y racional de exponerse de manera limitada a los contenidos informativos, y de consumir mayoritariamente contenidos lúdicos.

Sin embargo, como hemos desglosado más arriba, las personas con discapacidad se muestran interesadas en las noticias sobre la actualidad. Así, el 36% declara estar muy interesado en las noticias, el 42,1% un poco interesado, y solo el 16% afirma no estar nada interesado. (Ver gráfico 13).



Gráfico 13. Interés en las noticias

Por lo que hace a la frecuencia del consumo, el 56,9% declara consumir noticias Varias veces o Una vez al día, mientras que el 17,3% admite No consumir nunca noticias. (Ver gráfico 14).



Frecuencia de consumo de noticias

- Varias veces al día
- Una vez al día
- Una vez a la semana
- Una vez al mes
- Nunca

Gráfico 14 . Frecuencia de consumo de noticias

Ante esta observación, que cuestionaba la hipótesis de que las personas con discapacidad no consumen contenidos informativos, hemos analizado qué contenidos informativos consumen, y qué uso le dan a esos contenidos.

4

USO DE LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS

Partiendo de la teoría de que la información pública cumple determinadas funciones, intentamos comprender qué función general cumple esta información para el colectivo de las personas con discapacidad intelectual, y qué uso, individual o colectivo, hacen de los contenidos informativos a los que acceden.

Concretamente, a través de las conversaciones con los entrevistados, identificamos cinco grandes usos, interdependientes y que interactúan entre ellos. La intensidad y la profundidad de estos usos varían ampliamente entre individuos, y entre los diferentes grados de discapacidad, pero son usos generalizados y no son en ningún caso anecdóticos o excepcionales. Estos usos los hemos podido confirmar a través de la encuesta realizada.

El análisis de estos usos nos ayudará a conocer cómo las personas con discapacidad utilizan la información periodística y qué función juega esta información en sus vidas.

El estudio revela que los cinco usos que las personas con discapacidad intelectual hacen de la información son los siguientes:

1. Usan la información para alimentar sus intereses y aficiones personales.
2. Usan la información para facilitarles el proceso de toma de decisiones en su vida cotidiana.
3. Usan la información para construirse una determinada imagen del mundo.
4. Usan la información para posicionarse moralmente frente a los eventos que ocurren en el mundo.
5. Usan la información para mantener relaciones sociales.

Hay que destacar que estos usos son latentes y no manifiestos, por lo que las personas con discapacidad recurren a ellos, aunque no les sea fácil argumentar ni los motivos de esos usos ni los mecanismos que los explicitan. Esto se debe a que la conceptualización y el pensamiento abstracto son difíciles para las personas con discapacidad intelectual.

Veamos estos usos en detalle:

1. Uso de la información para alimentar sus intereses y aficiones personales

En primer lugar, el consumo de información periodística ayuda a las personas con discapacidad en la práctica de sus aficiones lúdicas. El estudio revela que las personas con discapacidad tienen un amplio abanico de intereses personales, aficiones y hobbies que requieren de un alto nivel de conocimientos y de información que encuentran en los medios de comunicación y en las redes.

Estas aficiones requieren de un acceso constante a la información para que los conocimientos sobre sus intereses estén actualizados. En el siguiente gráfico podemos ver la variedad de aficiones que tienen los entrevistados. (Ver gráfico 15)

Aficiones en mi tiempo libre

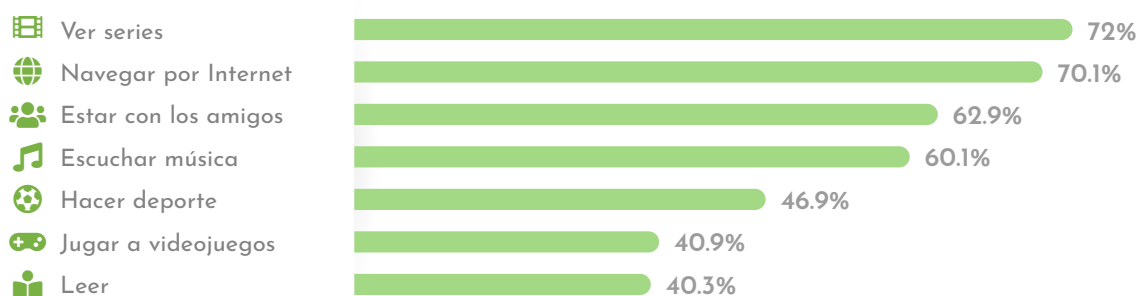


Gráfico 15. Aficiones que realizo en mi tiempo libre

Hay que insistir en el hecho que los contenidos no se consumen pasivamente, sino que se incorporan a aficiones activas y prácticas que las personas con discapacidad llevan a cabo en su vida cotidiana. Así es destacable que el 85,8% de los encuestados afirma que utiliza los buscadores digitales para encontrar información relevante sobre sus aficiones favoritas para poder llevarlas a cabo con la máxima intensidad. (Ver gráfico 12).

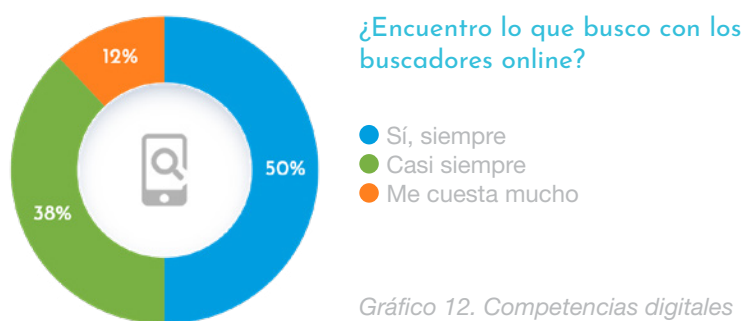


Gráfico 12. Competencias digitales

En paralelo, y este es un punto importante, estas aficiones e intereses contribuyen a que las personas con discapacidad modelen, construyan su propia identidad y la presenten al mundo. Así se declaran “heavies”, “expertos en coches”, “amantes de los animales” o “apasionados de la electricidad”.

2. Uso de la información para facilitarles el proceso de toma de decisiones en su vida cotidiana.

En segundo lugar, las personas con discapacidad intelectual acceden a información que podemos calificar de instrumental, que les capacita para tomar decisiones racionales e informadas de carácter económico, social o profesional. Este punto es importante, pues

conceptualiza el uso de información como un apoyo al ejercicio de la autodeterminación clave para estas personas con discapacidad.

Entre los encuestados, los sujetos toman decisiones de compra en el supermercado, seleccionan restaurantes para ir a cenar, eligen la moda que les gusta, deciden lo que quieren estudiar, adquieren una mascota o se informan sobre las previsiones del tiempo para planificar sus actividades y tomar decisiones de ocio.

Para todas estas decisiones necesitan identificar opciones y alternativas en el mercado, evaluarlas y compararlas y finalmente descartar las menos adecuadas y seleccionar de manera racional la que consideran más conveniente. A lo largo de todo este proceso recurren, en mayor o menor medida, a los medios de comunicación para encontrar información relevante que les ayude a tomar la decisión. Este uso varía entre individuos, y puede ser interesante conocer el mix de fuentes al que recurren para tomar este tipo de decisiones informadas.

Este es un punto muy relevante, tanto desde un punto de vista comercial como electoral, ya que revela que las personas con discapacidad no son un sujeto pasivo, sino que son un agente activo que toma decisiones, lo que les convierte en destinatarios de acciones de comunicación, en público potencial y, en definitiva, en objetivo de persuasión por parte de diferentes instituciones (Empresas, partidos políticos o la administración pública).

El 66,7% de los encuestados decide la ropa que quiere comprarse, el 62,6% elige las películas que quiere ver en el cine y el 46,2% hace la lista de los productos que necesita para ir a hacer la compra. (Ver gráfico 16).

La última reforma, a finales de 2018, de la Ley del Régimen Electoral General, incorporó a casi 100.000 ciudadanos con discapacidad intelectual al proceso democrático. La accesibilidad a la información y la comunicación hacia el colectivo, como agentes activos, cobra cada vez más importancia.

Marca todas las decisiones que tomas en tu día a día

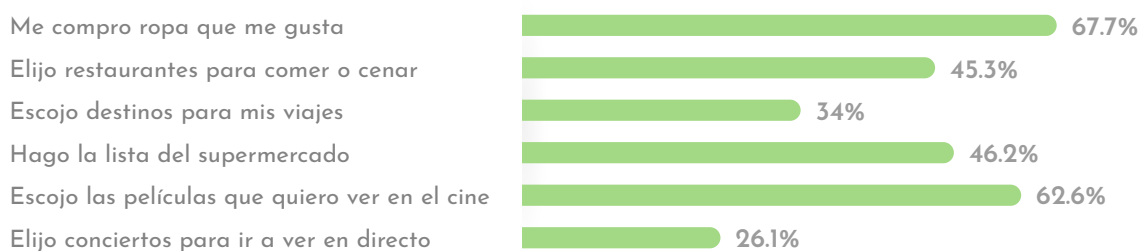


Gráfico 16. Decisiones

Para la toma de estas decisiones cotidianas, las personas con discapacidad intelectual recurren a la información que buscan en internet. Así el 68,2% de los encuestados declara que utiliza internet para encontrar los mejores itinerarios para llegar a diferentes sitios, el 53,1% compara precios online, el 47,2% mira los resúmenes de las películas para decidir qué película ir a ver al cine, y el 41,5% mira los horarios de tiendas o restaurantes. (Ver gráfico 17).

Marca con una X la información que has buscado en internet. Puedes marcar todas las que quieras.

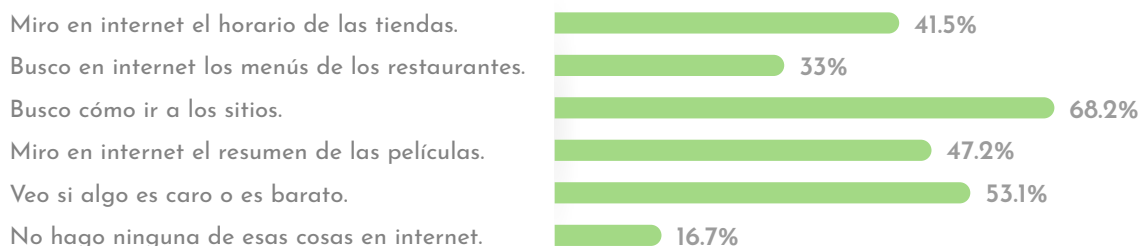


Gráfico 17. Búsquedas para ayudarte a tomar decisiones

Desde el punto de vista de la gestión pública de la seguridad de los ciudadanos, este punto también es relevante. La pandemia que nos afecta es un ejemplo paradigmático de este uso. La experiencia del Covid'19 ha supuesto una conmoción y ha conllevado un importante cambio en los hábitos cotidianos de todo el mundo, incluidas las personas con discapacidad.

Este colectivo no ha sido ajeno a los efectos de la pandemia y ha recurrido a los medios de comunicación para informarse sobre la evolución de ésta, los consejos sanitarios, las directrices del Ministerio de Sanidad, los diferentes tipos de mascarillas existentes, los horarios y las condiciones para salir a pasear o las fases del desconfinamiento... Todo ello les ha permitido tomar decisiones racionales que han garantizado su seguridad y su salud.

Concretamente, el 33,6% de los encuestados ha consumido información sobre el coronavirus varias veces al día, y el 39,9% lo ha hecho al menos una vez al día. (Ver gráfico 18).

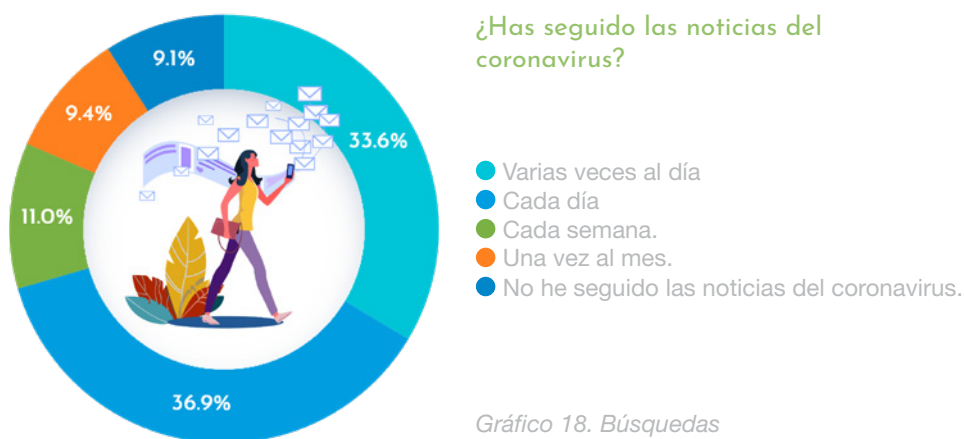


Gráfico 18. Búsquedas

Además el 64,5% de los encuestados ha buscado proactivamente información en internet sobre el coronavirus para ampliar sus conocimientos sobre el virus y su impacto en su salud. (Ver gráfico 19)

En el siguiente gráfico podemos ver la información concreta que declaran haber buscado sobre el coronavirus, que incluye información sobre las mascarillas,

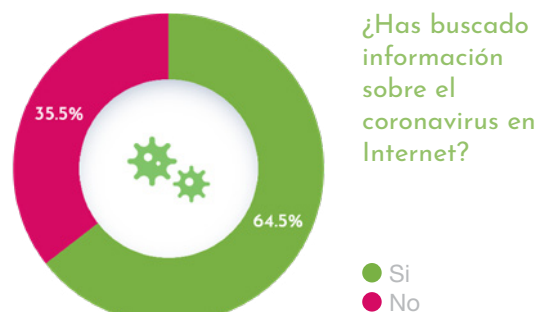


Gráfico 19. Búsquedas para ayudarte a...

sobre diferentes medidas de prevención o información sobre la distancia de seguridad requerida por las autoridades sanitarias. (Ver gráfico 20)

Marca la información sobre el coronavirus que más has buscado. Marca todas las respuestas que necesites

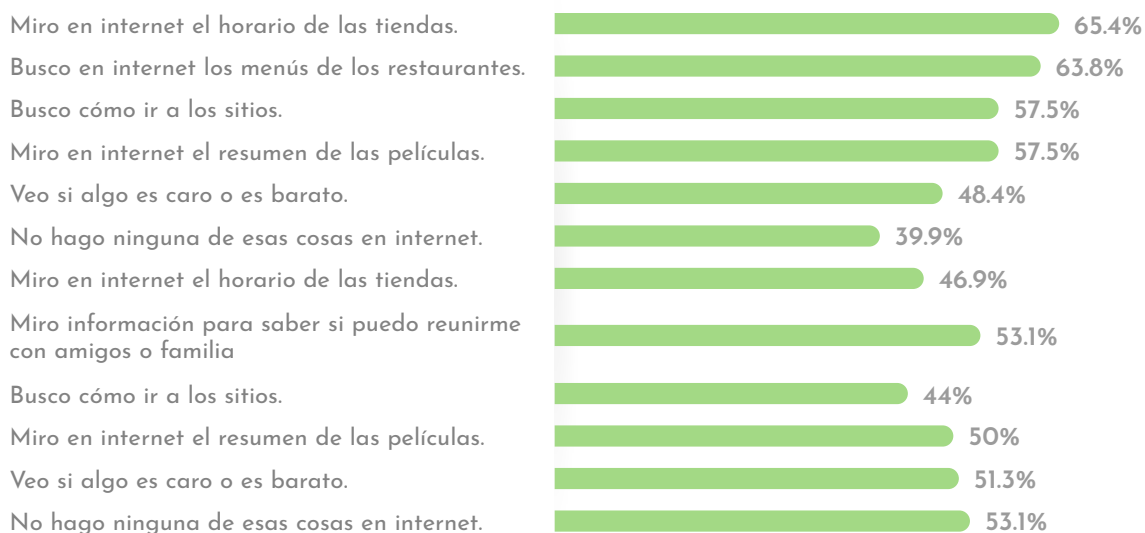


Gráfico 20. Búsquedas que me ayudan a la toma de decisiones

Tanto la información recibida por los medios como aquella que han buscado activamente en internet han hecho que se sientan bien informados sobre la pandemia. Concretamente, el 74,2% afirma sentirse bien informado sobre el coronavirus. Al mismo tiempo, la información de la que han ido disponiendo les ha permitido tener conversaciones sobre el coronavirus con sus amigos e incluso aclarar dudas a sus amigos sobre la pandemia. Este punto es importante ya que el 24,8% afirman que los amigos les han preguntado cuestiones sobre el coronavirus que han podido responder erigiéndose en líderes de opinión dentro de su red de amigos. (Ver gráfico 21)

Para las personas con discapacidad la adaptabilidad al cambio y la gestión de la incertidumbre son tareas complejas. Una información accesible es un apoyo imprescindible para estas personas con redes sociales pequeñas y que necesitan apoyos para conceptualizar la pandemia.

Acerca del Coronavirus, marca todas las cosas que has hecho

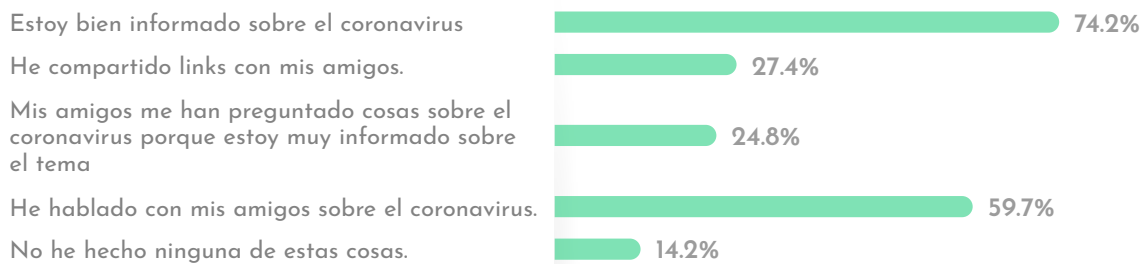


Gráfico 21. Acciones realizadas para informarse sobre el coronavirus

3. Uso de la información para construirse una determinada imagen del mundo

En tercer lugar, las personas con discapacidad tienen una cierta imagen del mundo y de lo que ocurre en su entorno. Esta imagen del entorno, no se puede construir ni articular sin un acceso regular a la información sobre la actualidad que ofrecen los medios de comunicación. Esta conceptualización de la realidad es dificultosa para las personas con discapacidad intelectual que se manejan mejor desde el pensamiento concreto y lo tangible.

Parece que las dimensiones percibidas de este entorno varían de manera sensible entre entrevistados. Para unos el entorno se reduce al barrio, para otros es Madrid, para otros es España o Europa, y para otros es el mundo. También existen otros entornos definidos en base a grupos primarios y secundarios como la familia, los amigos del centro al que acuden, los amigos del barrio, el propio colectivo de personas con discapacidad o los ciudadanos de una comunidad política común.

Desde el entorno más inmediato al más abstracto, cada individuo recurre a uno o varios marcos geográficos o conceptuales de referencia para entender su posición en el mundo. Estos marcos de referencia producirían un sentimiento de pertenencia y un interés por lo que ocurre dentro del marco, mientras que todo lo que ocurra fuera de esos marcos pasa a verse con cierta apatía o desinterés.

Mientras que algunos marcos de referencia se experimentan de manera directa (familia, barrio...), otros necesitan de la mediación de los medios de comunicación porque no son accesibles inmediatamente (ciudadanía, Europa, mundo...) al ser construcciones políticas o simbólicas; solo los medios pueden definir una aldea global de dimensiones planetarias.

Sin estos medios, nuestro mundo sería limitado y extremadamente reducido. Sin los apoyos necesarios en el acceso a la información, las personas con discapacidad intelectual ven reducido su universo.

La percepción de un marco de referencia prioritario, lleva a las personas con discapacidad a interesarse por entornos concretos y a consumir información referida a esos entornos. Concretamente, los entrevistados identifican tres grandes marcos prioritarios en los medios de comunicación:

- a. Temas locales: fiestas, elecciones locales, previsión del tiempo.
- b. Temas globales pero con impacto local significativo: Covid'19, contaminación...
- c. Temas globales con un impacto difuso sobre su vida: hambre en países en vías de desarrollo.

En este sentido, observamos una gran variedad de temas que preocupan a los entrevistados y que constituyen la visión del mundo que tienen. Concretamente el 73,3% de los encuestados se muestra preocupado por el coronavirus, el 57,5% por las dificultades que las personas con discapacidad encuentran para encontrar trabajo, el 56,3% por el hambre en el mundo y el 54,7% por la contaminación global. (Ver gráfico 22).

Marca los problemas del mundo que más te preocupan

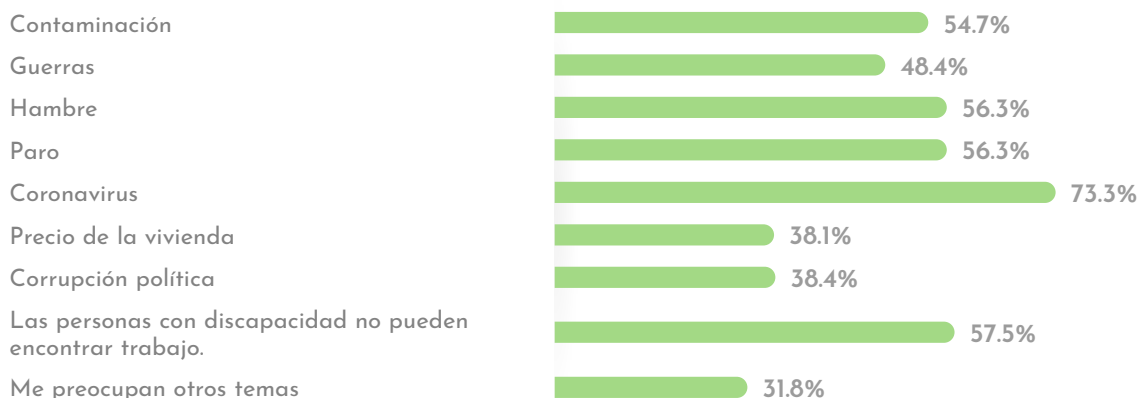


Gráfico 22. Temas de interés para las personas con discapacidad

En este sentido observamos entre los entrevistados un número significativo de individuos cuyo marco de referencia es no solo local sino también global, demostrando que su uso de los medios construye esta idea de aldea global de dimensiones planetarias como el hambre o la contaminación.

Esta conciencia del entorno les lleva a tomar decisiones de compromiso con el entorno del que sienten que forman parte. Así el 54,1% de los encuestados recicla papel y envases, el 41,5% ha dado limosna a algún indigente y el 25,8% ha participado en alguna manifestación. (Ver gráfico 23)

Marca todas las actividades que hayas realizado alguna vez.



Gráfico 23. Acciones realizadas en relación con el entorno

4. Uso de la información para posicionarse moralmente frente a los eventos que ocurren en el mundo

Si en el punto anterior verificábamos que las personas con discapacidad tienen una cierta idea del mundo y que están informadas sobre diferentes acontecimientos y eventos que ocurren en el mundo, en este punto intentamos comprender cómo valoran estos acontecimientos; es decir si se muestran indiferentes ante ellos o, si por el contrario, se posicionan moralmente frente a ellos.

A lo largo de las entrevistas hemos podido observar un fuerte componente moral en las apreciaciones y en las valoraciones de las noticias que las personas con discapacidad

recuerdan haber leído o escuchado sobre el mundo. En este sentido, las personas con discapacidad no están al margen de las noticias, sino que las enjuician a la luz de su código moral particular.

Este punto es extremadamente importante porque revela que no solo tienen un conocimiento sobre lo que ocurre en el mundo sino que también despliegan una opinión moral sobre lo que sucede, y esta opinión viene vehiculada, en parte, por la información que consumen.

Es el caso de temas socialmente relevantes y a la vez controvertidos frente a los que se posicionan y demuestran su opinión personal. Concretamente, el 48,7% aprueba la llegada de inmigrantes a España y el 79,1% está de acuerdo en que los países ricos contribuyan al desarrollo de los países subdesarrollados o en vías de desarrollo a través de programas de cooperación internacional. (Ver gráfico 24).

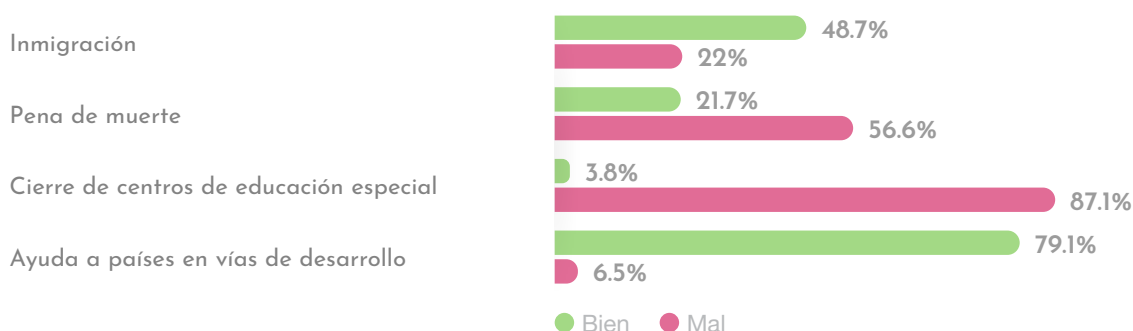


Gráfico 24. Percepción respecto a estos asuntos

Al mismo tiempo, esta opinión moral no es caprichosa; a lo largo de las entrevistas hemos podido observar la necesidad que sienten las personas con discapacidad de defender sus opiniones con argumentos racionales. El proceso sería el siguiente: “Recuerdo esta noticia”, “no me parece bien lo que pasó” y “no me parece bien por estos motivos”.

A lo largo de las entrevistas expresaron estas consideraciones morales sobre temas de actualidad como el nacionalismo, la pena de muerte, la inmigración, el aborto o la prostitución; temas ante los cuales mostraron tener una opinión moral al respecto y sobre los que argumentaron para defender su posición y perspectiva. De hecho, el Estudio revela que el 90,2% de los encuestados afirma que es importante estar informado de lo que ocurre en el mundo, y el 74,8% destaca que la información que consumen en los medios les ayuda a defender sus opiniones en sus conversaciones con amigos y familiares.

Es importante destacar la autonomía de este proceso de moralización de los acontecimientos desde el momento en que, determinados entrevistados, afirmaron que su opinión no coincide mayoritariamente con la de sus familiares o amigos cercanos. En este sentido serían opiniones morales autónomas fruto de una reflexión personal y no un ejercicio de mimetismo acrítico. Este punto lo vemos en su intención de voto, en el que el 77.4% afirman no votar lo mismo que sus padres.

Por otro lado, y desarrollando este punto, la valoración moral que los entrevistados realizan acerca de los acontecimientos contribuye a la auto-construcción de la propia identidad del individuo que, en base a sus opiniones y argumentos expresados, se posiciona no solo ética sino también políticamente. En este sentido, un número destacado de entrevistados declaró ser votante habitual (incluso votando en blanco) o tener simpatías por determinados partidos políticos, transformando así una opinión moral en un acto electoral y de participación en la vida pública.

De manera concreta, **el 67,9% de los encuestados afirma votar regularmente, mientras que el 16,7% afirma no votar porque no le interesa la política.** (Ver gráfico 25).

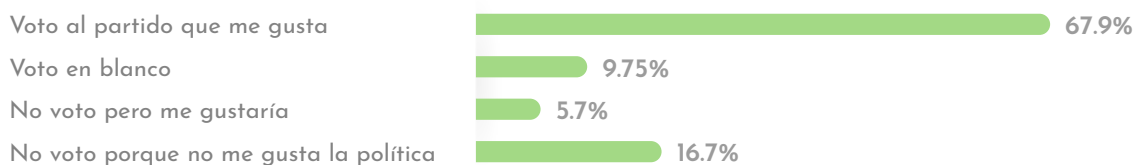


Gráfico 25 Comportamiento electoral

Los procesos electorales son buenas ocasiones para debatir con la familia y los amigos, contrastar pareceres y definir la propia identidad política. En este sentido, el 20,8% de los encuestados habla de política con la familia, el 6% intenta convencer a sus amigos de que voten a su partido y el 5,7% reconoce que sus amigos le piden consejo sobre las diferentes opciones políticas; este 5,7% ejercería de líder de opinión dentro de su comunidad de amigos en lo que se refiere a debates políticos o ideológicos.

Conviene recordar que las redes sociales de las personas con discapacidad intelectual son muy reducidas. Todas las entradas de información, de manera accesible, no hacen sino enriquecer sus argumentarios y reflexiones. Diseñar apoyos en este sentido vuelve a ser de gran importancia.

Al mismo tiempo demuestran estar atentos a la campaña electoral porque, aunque un 40% vota siempre al mismo partido, un 20% declara ir modificando su voto en función de las promesas electorales. (Ver gráfico 26).

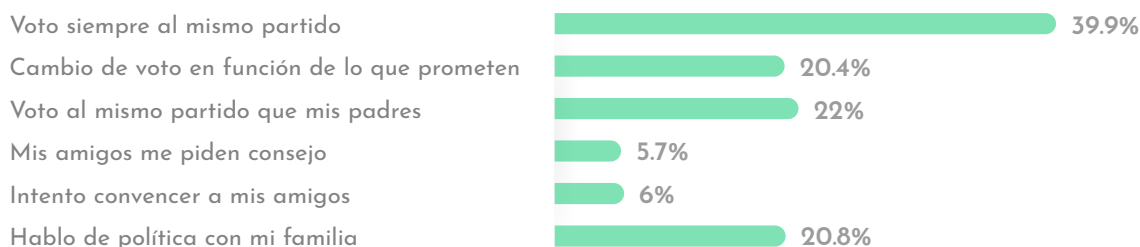


Gráfico 26 Comportamiento electoral

5. Uso de la información para mantener relaciones sociales

El quinto punto se refiere al uso que las personas con discapacidad intelectual hacen de la información pública en sus interacciones personales de cara a establecer y mantener relaciones sociales con miembros de su entorno. Este punto es muy importante dado que el consumo de medios debe entenderse como un proceso social que no termina con la lectura de la noticia sino con el contraste de esta noticia con otros miembros de la comunidad. De hecho, el 62% de los encuestados afirma que le gusta compartir noticias con sus amigos.

En este punto conviene formularse dos preguntas:

- › Con quién se relacionan principalmente las personas con discapacidad, y
- › De qué conversan en sus interacciones sociales

En relación con la primera pregunta, con quién se relacionan las personas con discapacidad, hemos observado una sobre-representación de relaciones con la propia familia y con el propio colectivo de personas con discapacidad. De esta manera su mundo tiende a reducirse a otros amigos con discapacidad y familiares y, en menor medida a amigos del barrio, compañeros de trabajo o miembros de determinados grupos de interés (grupos de personas organizadas de manera voluntaria alrededor de intereses comunes).

De este modo, el propio colectivo de personas con discapacidad se erige en grupo principal de referencia lo que condiciona la autopercepción de los individuos que se ven a sí mismos, principalmente, como personas con discapacidad que forman parte de un colectivo al que se asignan pero que no eligen en base a intereses o aficiones comunes.

Este punto es evidentemente variable dependiendo de si el individuo participa en alguna actividad laboral o educativa que le permita interactuar de manera más intensa con la población general. El trabajo y la formación parecen ser las principales fuentes de socialización externa al grupo primario de referencia. Muchas veces, el trabajo y la formación, comparten además institución.

Esto quedaría reflejado en el estudio que revela que el 58,8% de los amigos de las personas con discapacidad asisten al mismo centro que ellas. La apertura a otras experiencias vendrían del 49,4% de amigos del barrio, del 25,8% de amigos del trabajo y del 15,4% de amigos de las redes sociales con los que interactúan pero que no conocen personalmente. (Ver gráfico 27).

Marca de dónde son tus amigos. Puedes marcar varias opciones.

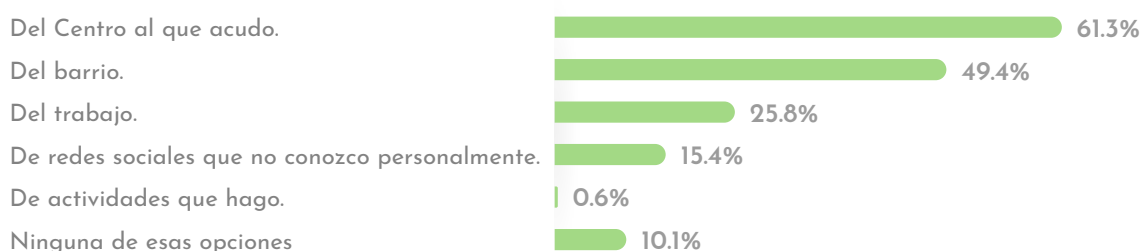


Gráfico 27. Procedencia de las relaciones sociales

En relación con la segunda pregunta, de qué conversan las personas con discapacidad en sus interacciones sociales, esta dinámica endogámica parece reducir el tamaño de su mundo, homogeneiza las conversaciones y reduce de manera importante el inventario de temas de los que suelen conversar. Por lo general parece que las conversaciones versan sobre la esfera íntima o privada, pero rara vez se tratan temas públicos. Esto tiene varios efectos: se limita el contraste de sus opiniones políticas con los demás y reduce la participación en los debates públicos.

Concretamente, el 66% de los encuestados declara hablar de temas personales con sus amigos, el 43,7% del coronavirus, el 43,4% de la actualidad del mundo y el 17,3% habla de política. (Ver gráfico 28).

¿De qué sueles hablar con tus amigos? Marca las que necesites.

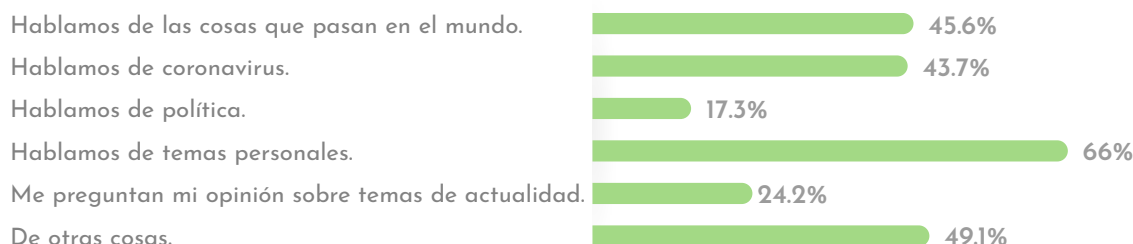


Gráfico 28. Temáticas de conversación en sus relaciones personales

Existen, sin embargo, situaciones que les permiten participar en debates e intercambiar opiniones sobre la agenda mediática:

- › Interacciones con determinados grupos de interés: Encontramos casos en que una afición específica permite a la persona con discapacidad colaborar en actividades lúdicas o profesionales en las que entra en contacto con otros individuos, con discapacidad o no, con los que establece conversaciones temáticas variadas. **Este caso se da de manera limitada ya que solo el 0.6% afirma realizar este tipo de actividades.**
- › Interacciones con compañeros del trabajo: En los casos en los que la persona con discapacidad tenga una actividad laboral, podrá mantener conversaciones sectoriales o de carácter general con individuos de la población general, ampliando el abanico de temas susceptibles de aparecer en una conversación. Concretamente, **vemos que el 25.8% interactúan de manera habitual con compañeros del trabajo.**
- › Asunción de un rol activo dentro del colectivo: Existen personas con discapacidad que, por capacidad o interés personal, juegan un rol de liderazgo activo dentro del colectivo. Este rol puede ser formal o informal.

Cuando es formal, al individuo se le asigna un rol de recolección y distribución de la información dentro del colectivo, capacitando al resto de personas con discapacidad sobre noticias de interés.

A nivel informal, existen individuos que hacen un uso intensivo de las redes sociales para compartir información que considera relevante. Ésta información puede ser lúdica o centrarse en temas relevantes para el colectivo (información sobre el Covid'19 u otros temas de interés funcional para el grupo). En ambos casos, estos líderes de opinión cumplen una función esencial a la hora de etiquetar lo que es socialmente relevante, a la hora de movilizar al grupo y a la hora de definir objetivos comunes y trasladar demandas. Hemos visto más arriba que **el 24.8%** de los entrevistados aconseja a sus compañeros sobre temas como el coronavirus y que **el 6.3%** lo hace sobre las distintas opciones políticas a las que apoyar.

- › Conversaciones con líderes de opinión dentro del colectivo: Existen individuos más pasivos que delegan las tareas de información colectiva en los líderes del punto anterior. En este caso, un individuo más pasivo confía en que un compañero filtrará correctamente la información, seleccionará la más relevante y la compartirá con el resto de manera formal o informal para poder conversar sobre ella en grupo o a través de un diálogo interpersonal.
- › Consumo de medios presencial con la familia: Finalmente, es común que se den momentos cotidianos en los que las personas con discapacidad consumen información en familia. Estos momentos permiten el debate, el intercambio de opiniones o la resolución de dudas sobre determinados temas de actualidad. Hemos podido observar que mientras

el consumo de información en internet se realiza de manera individual (con la salvedad de las noticias que se comparten o retuitean), el consumo de información televisiva se realiza en grupo con la familia, siendo ésta una ocasión para compartir y contrastar conocimientos sobre la actualidad. Hemos visto más arriba que el **20.8%** hablan de política con su familia y que el **22.6%** tiende a votar lo mismo que sus padres.

5



DISTANCIAMIENTO HACIA LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS

Hemos visto anteriormente que el colectivo de personas con discapacidad tiene un conocimiento de la actualidad mediática informativa más limitado que el que el resto de la población general. No obstante, este hecho no obedece ni a tener problemas de acceso a los medios ni a una falta de destrezas para navegar por la información. Es más, como hemos visto, las personas con discapacidad consumen contenidos periodísticos con relativa frecuencia y usan esta información para cinco usos específicos.

Deberemos preguntarnos entonces, ¿a qué obedece el *knowledge gap* que hemos identificado a lo largo de las entrevistas? ¿Por qué se produce esta asimetría en el conocimiento público?

Por un lado, hemos visto que existen dificultades de carácter sociológico que dificultan la incorporación de esta información en las conversaciones cotidianas con los grupos de pares que son principalmente otras personas con discapacidad; eso reduce el interés por adquirir nueva información desde el momento en que no cumple la función de lubricante social y conversacional.

Por otro lado, y este punto es muy relevante, observamos también un cierto distanciamiento general hacia los contenidos informativos y, salvo temas excepcionales como el Covid'19, vemos que las personas con discapacidad hacen un uso poco intensivo, poco continuado en el tiempo y en algunos casos podríamos decir que esporádico. Preguntando por este hecho, los propios entrevistados tienden a calificar la información periodística de “abrumadora”, “aburrida”, “poco interesante”, “poco útil”, “compleja”, “confusa” y “conflictiva”. Esta percepción sobre los contenidos informativos provocaría un distanciamiento por parte de las personas con discapacidad hacia el consumo de noticias.

En el siguiente apartado analizaremos dos grandes conjuntos de causas que llevan a este distanciamiento que hemos observado.

Desinterés y limitaciones en la comprensión de los contenidos informativos

Si bien es cierto, como hemos visto más arriba, que las personas con discapacidad intelectual consumen información periodística, también es cierto que existen frenos, cuando no obstáculos, que dificultan este consumo y obligan a las personas con discapacidad a realizar un esfuerzo importante de comprensión.

Este distanciamiento, en los casos en los que se ha observado, podría obedecer a dos grandes causas:

- › Por un lado, dificultades en la comprensión de la información, tal como se presenta en los medios, atribuible a una serie de limitaciones cognitivas: capacidad de relación entre noticias, lenguaje poco accesible, temáticas muy conceptuales, etc.
- › Por otro lado, un desinterés por los contenidos informativos que se concretaría en una falta de motivación para exponerse a los medios y consumir información sobre la actualidad

Parece que la falta de interés es anterior, y por lo tanto independiente, de las limitaciones de comprensión. Que sea independiente no implica que ambas limitaciones no puedan manifestarse de manera conjunta en mayor o menor grado, pero ambas obedecerían a causas diferentes. Asumiendo que ambas dinámicas son independientes, resulta fundamental conocer sus causas de cara a diseñar una estrategia para reforzar la práctica del consumo de información entre la población de personas con discapacidad intelectual. Esta estrategia se abordaría desde dos perspectivas:

Por un lado, facilitar la comprensión de los contenidos requeriría modificar el diseño y el formato de la noticia, cobrando especial interés la metodología de Lectura Fácil; potenciar el interés podría requerir mayores intervenciones como la redefinición de los contenidos; esta ambición es más compleja ya que esto tendría un impacto en el proceso mismo de construcción de la noticia, en lo que entendemos por actualidad, por agenda temática y por contenidos socialmente relevantes.

Desinterés por la información de actualidad

El estudio revela una cierta (aunque variable) falta de interés en los contenidos informativos por parte de las personas con discapacidad intelectual. Entre las posibles causas de este desinterés hemos podido identificar las siguientes:

- › El colectivo de referencia de las personas con discapacidad no aparece representado en los medios: Es cierto que los medios ofrecen escasa visibilidad del colectivo de personas con discapacidad y cubre de manera limitada aquellos temas particulares que pueden interesar a este colectivo.
- › Las informaciones no pertenecen a su entorno geográfico principal de referencia: Los medios generalistas dan una cobertura limitada a temas estrictamente locales y sobre-representan la actualidad nacional o internacional que puede parecer lejana a las personas con discapacidad.
- › La información no cumple ninguna de las funciones que hemos visto en el punto 4: Existe un amplio volumen informativo que no cumple las funciones descritas en el punto 4 por lo que se dificulta el uso de esos contenidos por parte de las personas con discapacidad.
- › La información es difícilmente incorporable a las conversaciones cotidianas: Existe un gran volumen de información que, por su complejidad, lejanía, o por la dificultad en relacionarse éter síes difícilmente incorporable dentro de una conversación cotidiana e informal entre dos o más personas con discapacidad.

Concretamente, en el siguiente gráfico podemos observar los principales argumentos que esgrimen las personas con discapacidad intelectual para distanciarse de los contenidos periodísticos. Es interesante ver cómo el gran volumen de noticias existentes disuade al 41,8% de los potenciales lectores que se ven desbordados a la hora de procesar la información. Su limitada capacidad de exposición selectiva a los medios, como veremos más adelante, parece ser la causa principal de este vértigo comunicativo. Otros frenos que aparecen y que limitan el interés son el hecho de que las noticias se refieren a protagonistas que las personas con discapacidad no conocen o al hecho de que las noticias hablan de temas que no les interesan. *(Ver gráfico 29).*

Marca todas las opciones con las que estés de acuerdo.



Gráfico 29. Motivaciones hacia las noticias

Observamos pues que esta falta de interés o motivación por el consumo de contenidos de actualidad es perfectamente racional y obedece a causas sociológicas y a determinadas rutinas periodísticas que se pueden, hasta cierto punto, revisar o corregir.

Limitaciones cognitivas que dificultan la comprensión de los contenidos

Se constata igualmente, y los propios individuos lo señalan, la existencia de ciertas dificultades a la hora de comprender y procesar la información periodística. A través de las entrevistas y de las encuestas realizadas, las propias personas con discapacidad son conscientes de estos factores limitantes y exponen algunas sugerencias que podrían facilitar su comprensión de los contenidos.

- › A nivel formal: Márgenes más amplios, mayor separación de los párrafos, letras de mayor tamaño, mayor interlineado, una columna única por noticia, textos más breves, fotografías que ilustren el texto, menor longitud de las noticias, un tono menos convencional en la redacción de las noticias...
- › A nivel léxico: Evitar tecnicismos o palabras complejas, evitar metáforas, evitar ironías, evitar giros retóricos, evitar ambigüedades o dobles sentidos, utilizar un vocabulario simple y estandarizado, incluir un glosario al pie de la noticia...
- › A nivel narrativo: Desarrollo secuencial de los acontecimientos, presentar un único hilo narrativo por noticia, una idea por párrafo, reducir el número de actores, utilizar el presente y formas activas...

Como podemos ver en el siguiente gráfico que recoge las respuestas a la pregunta de ¿por qué te gusta el periódico que más lees?, la variable más determinante es que se entiendan los contenidos; así lo declara el 45,6% de los encuestados. (Ver gráfico 30).

¿Por qué te gusta este periódico? Marca todas las que quieras

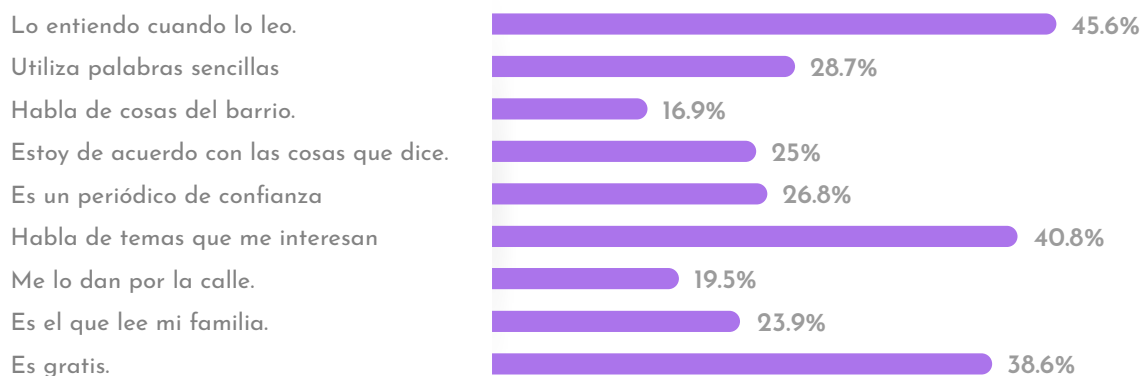


Gráfico 30. Motivación hacia un medio concreto

Otro dato interesante es el hecho de que al 78% de los encuestados les gustan los tutoriales. El uso de palabras cotidianas, la utilidad de los consejos prácticos o la estructura secuencial de los contenidos son elementos que facilitan la comprensión de las personas con discapacidad. (Ver gráfico 31).

¿Por qué te gustan los tutoriales? Escoge todas las opciones que necesites.



Gráfico 31. Motivación hacia los tutoriales

Incorporar estos elementos a las noticias son medidas relativamente simples de aplicar por parte de los medios y facilitaría enormemente la capacidad de comprensión de las personas con discapacidad.

Algunas de las personas encuestadas se mostrarían incluso interesadas en colaborar con los profesionales del periodismo para simplificar los contenidos informativos más relevantes y hacerlos más comprensibles para el colectivo. Esto no solo facilitaría la adaptación de los textos para facilitar su comprensión, sino que ayudaría a seleccionar aquellos contenidos más relevantes para las personas con discapacidad intelectual a la vez que daría visibilidad mediática al colectivo.

Limitaciones cognitivas que dificultan la comprensión de las convenciones periodísticas

Un elemento fundamental que no podemos olvidar es que comprender los contenidos informativos, las noticias, requiere de un conocimiento pragmático de las convenciones periodísticas; éstas, en tanto que convenciones, no son intuitivas sino que se aprenden con la propia práctica del consumo de noticias. A lo largo de las entrevistas, hemos observado limitaciones en el conocimiento de estas convenciones que dificultan un uso pleno y autónomo de la información.

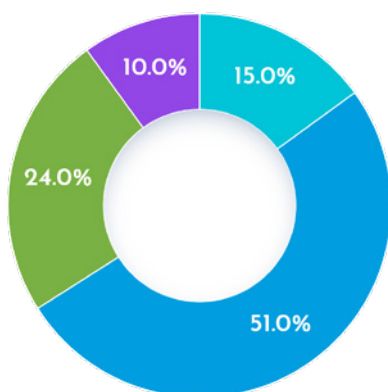
Algunas convenciones a las que las personas con discapacidad están poco familiarizadas son las siguientes:

- › En general desconocen que la información es un producto periodístico, con una marcada línea editorial cuando no ideológica. Este desconocimiento del mundo periodístico como un mercado de ideas en conflicto hace que las personas con discapacidad tengan tendencia a realizar un consumo acrítico de las noticias y a asignar un valor de verdad a toda la información a la que se exponen. Esto las sitúa en una posición de vulnerabilidad frente a determinados mecanismos de persuasión.
- › En la misma línea que el punto anterior, las personas con discapacidad parecen tener dificultades para diferenciar y distinguir las noticias estrictamente informativas (elaboradas con un criterio de objetividad) de las informaciones de opinión.
- › Este desconocimiento lleva a este colectivo a ser especialmente vulnerable a las noticias falsas puesto que tiende a exponerse a los contenidos con total confianza y sin aplicar medidas de precaución informativa.

En el siguiente gráfico podemos ver cómo el 66% de los encuestados opinan que los medios (que incluyen tanto a medios periodísticos como a redes sociales), siempre o casi siempre dicen la verdad. (Ver gráfico 32).

Al mismo tiempo, el 51% de ellos opina que puede distinguir, siempre o casi siempre, una noticia falsa de una verdadera. (Ver gráfico 33).

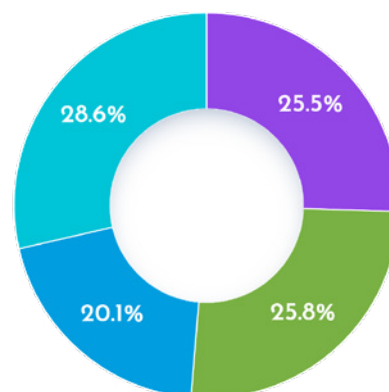
Los medios dicen la verdad o mienten



- Siempre dicen la verdad
- Casi siempre dicen la verdad
- Casi nunca dicen la verdad
- Nunca dicen la verdad

Gráfico 32. Veracidad de las noticias

Distinguir noticias falsas de las verdaderas



- Si, las puedo distinguir siempre
- Si, las puedo distinguir casi siempre
- No las puedo distinguir
- No estoy seguro de distinguirlas

Gráfico 33. Capacidad para distinguir la veracidad

- › Como hemos apuntado, los entrevistados entienden por medios tanto a periódicos tradicionales como a buscadores o redes sociales y categorizan a todas estas fuentes como medios. Al preguntarles por los medios que consumen, es interesante ver el amplio abanico de fuentes a las que recurren entre las que destaca la televisión, la familia y las noticias que aparecen en los buscadores de los Smartphone. (Ver gráfico 34).

Distinguir noticias falsas de las verdaderas

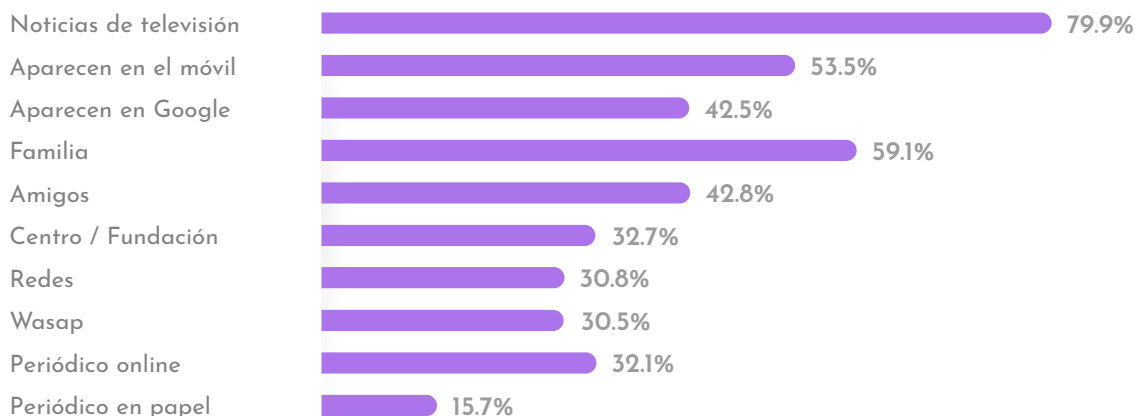


Gráfico 34. Cómo verifican las noticias

- › Un punto clave es que el desconocimiento de que los medios tienen líneas editoriales, ideologías o cosmovisiones del mundo diferentes, les impide seleccionar a qué fuente de información exponerse. En general, la población lectora de noticias se expone de manera selectiva a aquellos medios que refuerzan sus opiniones previas y descartan aquellos que las cuestionan; esta práctica busca construir una visión del mundo coherente y ordenada, sin conflictos y sin disonancias. Las personas con discapacidad, al no seleccionar sus fuentes, consumen información contradictoria, antagónica y conflictiva que les genera confusión. Esto se observa cuando el medio que leen con mayor frecuencia no coincide con su ideología declarada ni con el partido al que votan. Como hemos visto en el gráfico # 34, las personas con discapacidad se exponen escasamente a cabeceras específicas y su práctica activa de selección de contenidos es limitada. Así vemos que el 16% consume periódicos en papel y el 32% periódicos online.

Esto tiene varios efectos importantes en las personas con discapacidad. Por un lado, el consumo de noticias no refuerza su identidad sino que la confunde. Por otro, se exponen a visiones del mundo contradictorias, cuando no excluyentes, que les generan confusión.

- › Es cierto que algunos entrevistados realizan una selección del medio al que se exponen, pero esa selección no se basa en criterios ideológicos o de afinidad política. En general esta selección se basa en dos criterios. Por un lado, en la facilidad de comprensión de los contenidos (la cabecera 20 Minutos sería un ejemplo) y por otro lado el ámbito geográfico o territorial que cubre el medio (Los medios locales o de barrio serían un buen recurso para conocer las actividades que tienen lugar en el barrio, las fiestas o incluso las previsiones del tiempo para poder planificar el ocio). En este sentido es la idoneidad del formato el que determina la selección y no la línea ideológica o la afinidad de las opiniones. Si volvemos al gráfico # 30 veremos que solo el 25% se expone a un medio determinado porque su línea ideológica coincide con la suya.
- › Sin embargo, la mayoría de las personas con discapacidad no selecciona los contenidos ni por afinidad ni por formato, sino que acceden a ellos de manera aleatoria; Internet es

su vía principal de acceso a la información y su punto de entrada a la actualidad no es la cabecera del medio sino la noticia aislada.

› Esto ocurre de dos maneras:

1. Mediante la selección algorítmica automática por parte de Google, Facebook o Twitter, que sugieren temas de interés a través de sus portales, y a los que las personas con discapacidad acceden vía Smartphone
2. Mediante los resultados de búsqueda de links concretos que presentan los motores de búsqueda (Google) cuando el usuario solicita información sobre un determinado tema (redactando la solicitud de búsqueda en lenguaje natural)

Estas prácticas tienden a crear una visión fragmentada de la realidad social, hecho que se ve agravado por la tendencia del 24,2% de las personas con discapacidad a leer solo los titulares de las noticias.

Resumiendo, las personas con discapacidad se distancian de los contenidos periodísticos debido a la falta de interés en los contenidos y a la dificultad que algunas encuentran para comprender las noticias. El siguiente gráfico recoge esta situación. Concretamente, al 86% de los encuestados les gustaría que los medios incluyesen contenido fácil de entender y el 68% afirma que consumiría más noticias escritas si los contenidos fuesen más asequibles.

Por otro lado, el 75% opina que los medios deberían cubrir más noticias sobre personas con discapacidad e igual porcentaje cree que los medios se olvidan de este colectivo. Esta falta de representación de la discapacidad en los medios sería una causa del distanciamiento de las personas con discapacidad. (Ver gráfico 34).

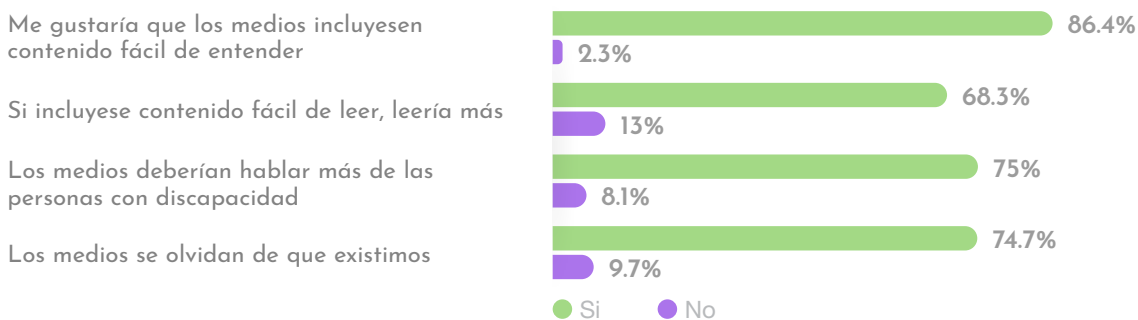


Gráfico 34. Percepción de las noticias y los medios ante la discapacidad

Es importante destacar que, pese a este distanciamiento, el 51,5% reconoce que, gracias a los medios de comunicación, ha estado igual de informado respecto a la pandemia que el resto de la población. Aun así, demandan un mayor compromiso a los medios para ofrecerles información adaptada a sus necesidades específicas. Así el 36,7% de los encuestados opina que los medios no han tenido en cuenta sus necesidades, y el 39,3% afirma que los medios no han hablado de las cosas que interesan más a este colectivo. (Ver gráfico 35).

Gracias a los medios

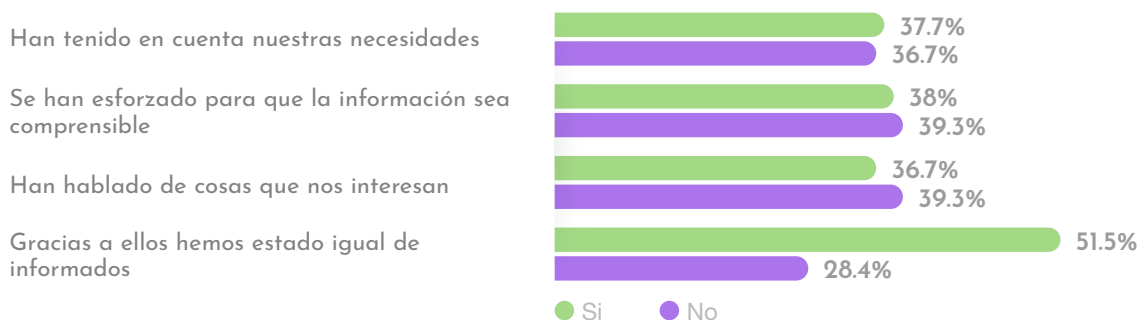


Gráfico 35. Percepción de las noticias y los medios ante la discapacidad

El hecho de acceder directamente a la noticia y no a la cabecera tiene como consecuencia fundamental la prevalencia de la noticia sobre el tema y sobre la actualidad. Una de las funciones de los medios es la “tematización”, es decir la selección de aquellos temas relevantes sobre los que se construye la opinión pública y sobre los que los ciudadanos tienen que opinar y posicionarse. Desde este punto de vista, las noticias alimentarían los temas, y solo dentro de ellos tendrían significado periodístico. Finalmente, la suma de estos temas seleccionados por los medios configuraría lo que entendemos por actualidad. El modo de consumo de la información de las personas con discapacidad parece enfatizar el valor de la noticia aislada y descontextualizada de este todo sistemático que es la actualidad. Esto haría que las personas con discapacidad perciban el universo informativo como abrumador e incomprensible.

Esto tiene varios efectos importantes:

1. El principal es que acceden a un conocimiento factual de la realidad, que se presenta como una simple agregación de noticias aisladas y sin ninguna conexión entre ellas. Para las personas con discapacidad, las noticias no formarían parte de un contexto interrelacionado, no completan la realidad sino que se acumulan. Esto se observa cuando se les pregunta por el recuerdo de determinados *temas de actualidad* y tienden a recordar *noticias concretas* de manera aislada.
 2. En la misma línea, la actualidad aparece simplemente como una suma de acontecimientos informativos más que como una secuencia acontecimientos que evolucionan con el tiempo. Es cierto que el tema del Covid'19 han tendido a seguirlo como un tema en evolución lineal, pero sus puntos de atención se han centrado principalmente en actualizar las prohibiciones y las recomendaciones; de nuevo, acceso a información factual.
 3. La visión de la actualidad se asemeja a un menú de Netflix en el que encontramos una oferta abrumadora de contenidos descontextualizados y sin conexión entre ellos. Esto desdibuja el rol de los actores protagonistas de las noticias (actores sociales, institucionales, políticos) lo que refuerza una aproximación descriptiva de la realidad en lugar de una aproximación causal en la que diferentes actores con intereses específicos interactúan entre ellos.
 4. Al percibir las noticias como hechos aislados y descontextualizados, no parece que tengan un impacto en su vida cotidiana. Son simplemente “hechos que ocurren”.
 5. La propia organización de las noticias en secciones, internacional, nacional, sociedad, deportes... les produce extrañeza al ser una distribución convencional que no encaja en su modelo de uso de la información.
- › Finalmente, el hecho de acceder a los contenidos de manera descontextualizada y no

panorámica, dificulta la capacidad de jerarquización y de dar importancia relativa a cada noticia. De esta manera todas las noticias aparecen como igualmente importantes. La dificultad para descartar información convierte la información en un mundo inabarcable y hace que las personas con discapacidad se sientan saturadas por su volumen. Sin embargo no debemos olvidar la heterogeneidad del colectivo, y es cierto que existen personas que tienen una alta capacidad de jerarquización que etiqueta como prioritarias noticias sobre sucesos, de alarma social o que afecten al propio colectivo.

En definitiva, a pesar de acceder a contenidos periodísticos en los medios, las personas con discapacidad tienden a realizar una lectura factual de la información que les lleva a tener una visión fragmentada, en forma de mosaico, de la actualidad. Corregir este punto requerirá del rediseño de la estructura de las noticias para hacerla más comprensibles a las personas con discapacidad intelectual.

6



ESTRATEGIAS DE ACCESO A LA INFORMACIÓN

Como hemos visto a lo largo de este Estudio, ante un mundo complejo y a veces incomprensible, el colectivo de personas con discapacidad recurre a diferentes estrategias para acceder a información útil, relevante, funcional y comprensible:

- › Recurren al consumo compartido de noticias lo que permite interpretaciones colectivas a través de comentarios y de conversaciones informales. Es el caso del consumo de noticias, principalmente televisivas, con la familia mientras comen o cenan
- › Preguntan a familiares o compañeros las dudas que les surgen sobre determinados hechos de actualidad que no comprenden pero que consideran relevantes. Concretamente, cuando no entienden una noticia, el 75,8% preguntan a sus familiares y el 28,9% pregunta a sus amigos. Solo el 8,5% afirma no hacer nada
- › Buscan activamente en internet información concreta recurriendo al lenguaje natural de búsqueda. Concretamente, el 48,4% busca información adicional en Internet que pueda aclararles las dudas
- › Consultan de manera regular las noticias recomendadas por los motores de búsqueda en su Smartphone
- › Forman parte de redes de amigos o contactos en las redes sociales donde se comparten contenidos relevantes
- › Seleccionan formatos de lectura más fácil como 20 minutos, cabeceras con información local o Tutoriales que exponen de manera lineal y procedimental cómo resolver una necesidad concreta. Los Tutoriales (de cocina, de asistencia para jugar a videojuegos, de cuidado de mascotas, de reparación de automóviles...) son ejemplos interesantes de cómo elaborar contenidos basados en conocimiento y no solo en información
- › Delegan en un líder de confianza tareas de selección, resumen, adaptación y diseminación de información dentro del colectivo

¿Cuánto usas estas redes sociales?

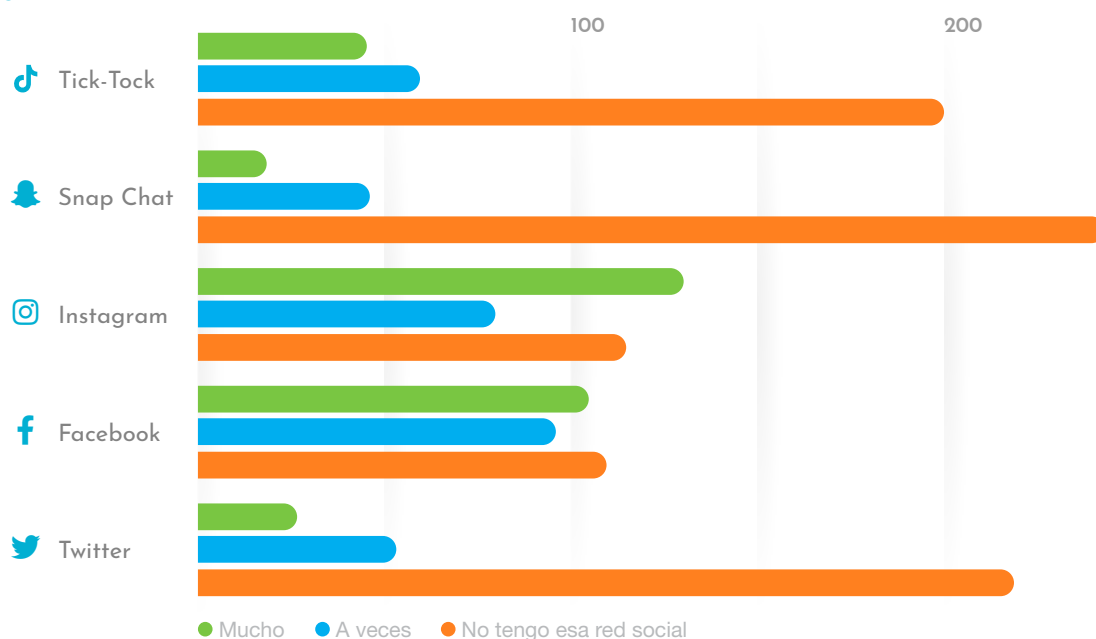


Gráfico 36. Uso de redes sociales

7



RESUMEN

Para resumir, podemos recopilar las conclusiones planteadas en este documento:

El colectivo de personas con discapacidad es un colectivo heterogéneo, tanto entre grados de discapacidad como dentro de cada grado. La heterogeneidad obedece a causas psicológicas (nivel de discapacidad) pero también a causas sociológicas o personales (curiosidad y aficiones personales)

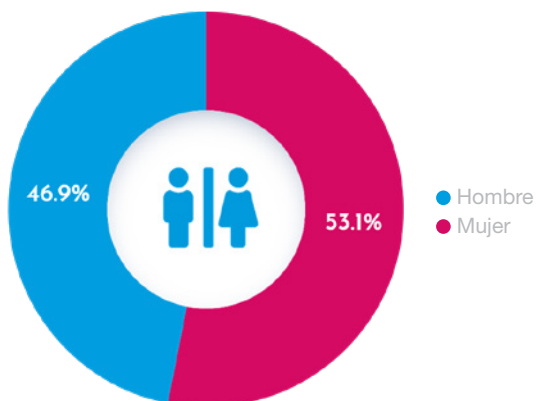
- › Las personas con discapacidad hacen un uso intensivo de los medios de comunicación, aunque predomina el uso lúdico
- › Cuando se exponen a los medios informativos buscan satisfacer cinco necesidades básicas (alimentar sus aficiones, facilitar la toma de decisiones, construirse una imagen del mundo, posicionarse moralmente frente a los acontecimientos y mantener relaciones sociales con el entorno)
- › Un mayor consumo no deriva necesariamente en una mayor comprensión de la actualidad sino en un mayor conocimiento de noticias puntuales
- › Este gap obedecería a dos causas: un desinterés racional por los contenidos, y determinadas limitaciones cognitivas
- › Las limitaciones cognitivas, a su vez, se dividirían en limitaciones en la comprensión de los contenidos y en limitaciones en la comprensión de las convenciones periodísticas
- › Las personas con discapacidad, conscientes de estas limitaciones, recurren a diferentes estrategias para acceder a información veraz, útil y relevante

ANEXO. Metodología de la Investigación

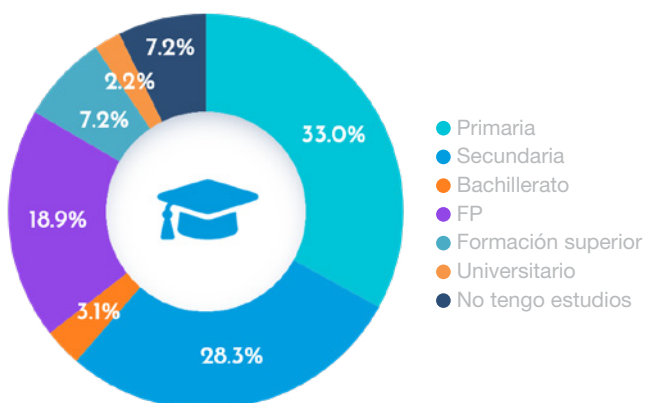
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	Acceso a la Información y los medios de comunicación en personas con discapacidad intelectual	
Fase cualitativa	Metodología	Entrevistas en profundidad
	Universo	Personas con discapacidad intelectual
	Ámbito	Madrid
	Número de entrevistas	16
	Formato entrevistas	Presenciales
	Duración	45-60 minutos
	Lugar	Fundación Alapar
	Fecha	Agosto de 2020
Fase cuantitativa	Metodología	Encuesta online auto-administrada / Encuesta presencial con asistencia de profesionales
	Universo	Personas con discapacidad intelectual
	Ámbito	España
	Muestra	318 personas
	Tipo de muestreo	Panel
	Error de muestreo	5,60%
	Margen de confianza	95,5% (2 sigma)
	Varianza	p=q=50
	Fecha	Septiembre-Octubre de 2020
	Duración	30 minutos

ANEXO

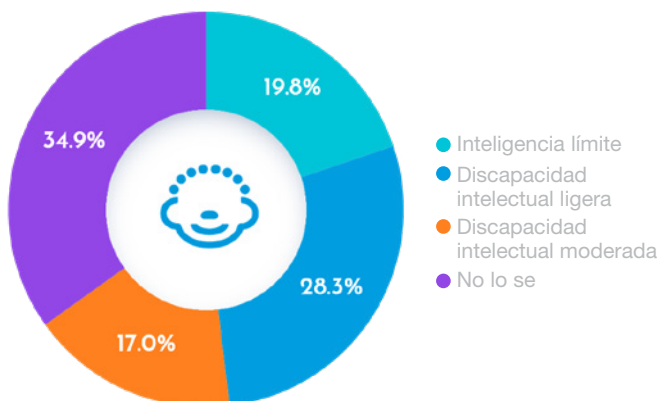
¿Eres hombre o mujer?



¿Qué estudios tienes?



¿Qué grado de discapacidad tienes?



DISTRIBUCIÓN POR EDADES.

Rango muestral 42.

