

MÁS UNA VENTANA QUE UN ESPEJO:

*La percepción de adolescentes con discapacidad
sobre los medios de comunicación
en Argentina, Brasil y Paraguay*

Enero/2008

Realización:



Apoyo:



Save the Children
Suecia

SUMÁRIO

RESUMEN EJECUTIVO	4
INTRODUCCIÓN	7
DATOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN	13
CONSUMO DE INFORMACIÓN Y RELACIONES COM LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	19
LA TRÍADA MEDIOS DE COMUNICACIÓN · ADOLESCENCIA · DISCAPACIDAD	24
TELEVISIÓN A LA CARTA	32
CONCLUSIÓN	39
FICHA TÉCNICA	41

Agradecimientos

Este trabajo no hubiera sido posible sin la colaboración de numerosas personas e instituciones.

Les agradecemos a los organizadores locales, miembros de la Red ANDI América Latina y de la Red ANDI Brasil, su gran esfuerzo y dedicación al proyecto.

Les estamos agradecidos también a las cerca de 60 organizaciones argentinas, brasileñas y paraguayas que nos ayudaron a la hora de entrar en contacto con los niños y niñas que participaron en este estudio.

Nos gustaría destacar, especialmente, la importancia para el proyecto del Colegio Nuevo Día, en Buenos Aires, el Colegio Máximo Arellano, en Asunción, de la ONG Vida Brasil, en Salvador, y de la Asociación Deportiva para Discapacitados (ADD), en Sao Paulo – que nos cedieron con gran amabilidad sus locales, así como la dedicada atención de sus profesionales, para hacer posible la realización de las actividades.

Por fin, no podemos dejar de darles las gracias, de manera especial y contundente, a los 67 chicos y chicas que formaron parte de los ocho grupos focales realizados, tal y como a sus familias. Ellos son los principales responsables de las páginas que aparecen a continuación.

RESUMEN EJECUTIVO

Jóvenes con discapacidad de tres países de América Latina debaten sobre cuándo y de qué manera retratan su realidad los medios de comunicación, especialmente en el caso de la televisión. Las opiniones documentadas dan pistas sobre cómo se construye una disociación en el ámbito discapacidad y adolescencia, por lo menos en la pequeña pantalla

Los niños, niñas y adolescentes constituyen uno de los grupos más activos con relación al consumo de información y entretenimiento; por ello, tienen mucho que decir sobre los contenidos retransmitidos por los medios de comunicación de masa. A lo largo de los últimos años se han realizado diversos estudios centrados en investigar los procesos de recepción de dicha información, en los que se les ha dado voz a jóvenes con los más diversos perfiles. A fin de contribuir al enriquecimiento de esta línea de análisis, en el presente estudio la Agencia de Noticias de los Derechos de la Infancia (ANDI) y la Red ANDI América Latina – con el apoyo de *Save the Children Suecia* – le dirigen una lente a un grupo aún poco consultado: los adolescentes con discapacidad.

La investigación tuvo como propuesta fundamental oír la opinión de estos niños y niñas acerca de los contenidos retransmitidos por los medios de comunicación, además de saber cómo evalúan la frecuencia y el modo como presentan a las personas con discapacidad los medios de comunicación, tanto en las noticias como en los programas de entretenimiento. Otro aspecto resaltado guarda relación con la manera de interactuar de este grupo con los medios de comunicación – un retrato que puede suministrarnos elementos importantes en lo que se refiere a la elaboración de políticas públicas destinadas a garantizar el respeto de los derechos de este sector de la población.

Realizado durante el segundo semestre del 2007, el estudio contó con la participación de representantes de cuatro ciudades, en tres países de América del Sur: Argentina, Brasil y Paraguay. En realidad, la iniciativa constituye la tercera fase de un amplio programa iniciado en el 2003 con el apoyo de diferentes colaboradores – en especial, *Save the Children Suecia* – y centrado en el binomio medios de comunicación y discapacidad. Durante las dos primeras fases, el proyecto desarrolló estudios a cerca de la cobertura periodística brasileña y latinoamericana del universo de la Discapacidad, además de realizar talleres temáticos con periodistas y fuentes de información. Con el estudio *Más una ventana que un espejo: la percepción de adolescentes con discapacidad sobre los medios de comunicación en Argentina, en Brasil y en Paraguay*, ANDI busca comprender mejor los procesos de elaboración de contenido por parte de los medios de comunicación, así como recolectar elementos para contribuir ante la prensa a la hora de garantizar la realización de una cobertura calificada del tema Discapacidad.

El proceso de investigación

En el estudio se ha consultado a adolescentes de 11 a 13 años, de ambos sexos y con diferentes tipos de discapacidad (intelectual, visual, auditiva y física y múltiple). Se seleccionó a estos jóvenes a

partir de dos segmentos sociales: niveles de renta bajo y medio-alto. En total participaron en la investigación 67 niños y niñas. Se adoptó como procedimiento metodológico la práctica de grupo focal, además de entrevistas individuales.

Descripción de la muestra

De los participantes, el 26,9% era de Asunción (Paraguay), el 20,9%, de Buenos Aires (Argentina), el 31,3%, de Salvador y el 20,9% de Sao Paulo (Brasil). Los niños varones eran mayoría (el 59,7%), así como los que se declaraban blancos (el 64,2%). Los católicos representaban a más de la mitad de los jóvenes entrevistados, seguidos por los evangélicos y los testigos de Jehová. La mayor parte de los participantes (el 55,6%) proviene de familias con bajo nivel de renta, aunque sus residencias disponen de frigorífico, televisión en color, radio, aparato de DVD y teléfono móvil.

Cuando se les preguntó sobre sus hábitos de consumo de información y su relación con los medios de comunicación, los jóvenes con discapacidad respondieron que los círculos sociales más próximos les resultan muy importantes. Por lo general, la familia y la escuela son los canales por donde buscan aprender u obtener datos sobre algo nuevo. En lo que se refiere a los medios de comunicación, se indicó a la televisión y a Internet como los de mayor importancia. De los entrevistados, el 53,1% pasa más de tres horas al día viendo la televisión, el 46,9% nunca lee los periódicos; el 56,4% lee revistas como máximo tres veces al mes; y el 39,3% sintoniza la radio un máximo de tres veces por semana.

Adolescentes por encima de todo

Durante las ocho sesiones realizadas en el ámbito de los grupos focales, se obtuvieron contribuciones que permiten indicar la existencia de un gran parecido entre los adolescentes con y sin discapacidad. Los participantes en el estudio se manifestaron con una inseguridad considerable, una ambigüedad y un pragmatismo desconcertante – aspectos típicos de esta edad. Tampoco se hicieron sentir grandes distinciones entre las opiniones de los adolescentes de los tres países, ya que una gran parte de las atracciones de los medios de comunicación son retransmitidas tanto en Brasil, como en Argentina y Paraguay.

Personajes con discapacidad en las noticias

Cuando se les pidió que recordaran los momentos en los que habían tenido acceso a noticias sobre personas con discapacidad, los jóvenes pusieron pocos ejemplos. En rarísimos casos se aludió a personajes con discapacidad, y menos todavía que estuvieran en la fase de la adolescencia. Dicha invisibilidad se vio reforzada en otros momentos de la realización de los trabajos, inclusive cuando la propuesta consistía en estimular la percepción con relación a la existencia de contenidos que incluyen a estos personajes. Por otro lado, en todos los grupos focales, los perfiles de personas con discapacidad que se consiguió recordar fueron los ciegos, los que presentan síndrome de Down, los que utilizan silla de ruedas y los que usan muletas. Siempre se asoció los recuerdos de estos tipos a personajes de telenovelas, sobre todo en Brasil y en Argentina.

Los medios de comunicación según los niños y niñas participantes

Los jóvenes con discapacidad se reconocen poco a sí mismos en la programación convencional de las emisoras de televisión. Espontáneamente se quejan del exceso de violencia y de la “chabacanería” reinante. En diferentes momentos, los participantes en el estudio demostraron tener nociones muy

nítidas sobre la violencia presente en las películas de acción y en los dibujos animados – productos de ficción – y por lo que se refiere a la violencia explotada en los telediarios o noticieros. Se constata que la presencia en la televisión de actos violentos oriundos de la realidad molesta más a los jóvenes – una característica común a otros grupos focales realizados por ANDI en los que participaron otros niños y adolescentes, sin discapacidad.

Algunos jóvenes también indicaron que saben diferenciar entre contenidos adecuados e inadecuados para ciertas edades. Sobre este punto en particular, en los grupos focales realizados en Sao Paulo y Salvador se les pudo preguntar a los niños y niñas sobre el funcionamiento de la clasificación por edades de las obras audiovisuales, instrumento recientemente implantado en la televisión brasileña. Hubo quejas sobre las dimensiones insuficientes de la ventanilla por medio de la que el intérprete de lengua de señas identifica las características del programa y sobre la rapidez de su interpretación, lo que dificulta la comprensión de los mensajes.

Al pedirles que imaginaran lo que harían si fueran los dueños de una emisora de televisión, la mayoría de los participantes en el estudio afirmó que alteraría la programación y le daría prioridad a aquellas atracciones que les convinieran – como los dibujos animados, las telenovelas y las películas. Cuando se les preguntó sobre la cobertura periodística dedicada a la discapacidad, afirmaron que interferirían positivamente en la definición de temas que se centraran en la vida de las personas con esa característica.

Debido al hecho de reconocerse poco a sí mismos en la programación de la tele, para los adolescentes con discapacidad la televisión no es un espejo, sino una ventana. Por ello, en varias ocasiones, los jóvenes integrantes del presente estudio se compadecieron más ante situaciones de miseria y explotación de niños en las calles, que ante adolescentes con dificultades de inserción social debido a alguna discapacidad. Al fin y al cabo, en la investigación se constata que los niños y niñas participantes no abordan espontáneamente el tema de la relación entre los medios de comunicación y la discapacidad – puesto que, para conseguir que lo hicieran, tuvo que incitarlos a ello el moderador.

INTRODUCCIÓN

A lo largo de los últimos 200 años, los medios de comunicación se han ido destacando como una de las instituciones más relevantes en el proceso de socialización de los individuos, por lo que disputan un espacio que antes ocupaban centralmente la familia, los grupos de amigos, las escuelas y las religiones, si nos limitamos a los agentes más obvios.

A la vez que han desarrollado esta capacidad, los medios— especialmente los de noticias — han ido acaparando otros papeles, hecho éste que acabó intensificando su capacidad de influir, en mayor o menor medida, sobre el modo de interactuar de los individuos y su manera de actuar en sociedad.

Debe recordarse que, aunque no haya un consenso al respecto, se suele entender que los medios de comunicación de noticias ejercen tres funciones básicas: a) informar de manera contextualizada a los agentes de la esfera pública de discusiones; b) incluir temas en la agenda y organizar la lista de prioridades en lo que atañe a los debates entablados en esta misma esfera; c) supervisar y fiscalizar aquellas acciones que llevan a cabo los principales agentes públicos de las sociedades contemporáneas, fundamentalmente los llamados agentes estatales.

Dada esta amplia y compleja lista de funciones, la atención dirigida a dicha institución, central en las democracias contemporáneas, ha ido creciendo cada vez más a lo largo de estos dos siglos. Las denominadas ciencias sociales han profundizado y han vuelto cada vez más sofisticadas sus herramientas de comprensión acerca de lo que son los medios de comunicación y de por qué adquieren tal perfil, además de evaluar los impactos que su actuación puede causarles a los ciudadanos y ciudadanas individualmente y/o en los diferentes subconjuntos de la sociedad.

La tarea de ofrecer explicaciones más completas y complejas a cerca de la inserción de los medios de comunicación de masa en las sociedades contemporáneas implica el uso, en alguna medida, de herramientas metodológicas que permitan observar el fenómeno a partir de los tres ángulos complementarios que aparecen a continuación:

1. Análisis de la producción de los contenidos: en este amplio macro campo de comprensión, el objetivo central del analista consiste en entender por qué son como son los contenidos de los medios de comunicación (las noticias, el entretenimiento y la publicidad, para simplificar). En este sentido, es fundamental que se estudien, entre otros elementos, la estructura de negocio y la propiedad de los medios, la regulación de los mismos en cada contexto nacional, las características de los profesionales que producen sus contenidos, además de las lógicas subyacentes a los anunciantes y las influencias del escenario político sobre los medios de comunicación. Como se puede antever, existen diversas metodologías específicas que permiten alcanzar estos objetivos de investigación;
2. Análisis de los contenidos propiamente dichos: es posible que esté localizada en este punto una amplia mayoría de los estudios en los que, de una forma u otra, se ven implicados los medios de

comunicación. Por este ángulo, el analista se ocupa del contenido efectivamente retransmitido (de la noticia publicada, de la telenovela emitida, de la publicidad divulgada). Se busca, por lo tanto, investigar lo que se está comunicando (o no) a los diferentes públicos consumidores de los productos de los medios de comunicación. El análisis de contenido le permite al investigador, además de ofrecer explicaciones sobre el perfil de aquello que se retransmite, formular un conjunto de hipótesis sobre por qué se presentan los contenidos de determinada manera (lo que podrá verificarse por medio del análisis de producción) y sobre qué tipo de impacto recibirán las distintas audiencias a causa de aquellos mismos contenidos (campo este en el que entra el análisis de recepción);

3. Análisis de la recepción de los contenidos: además de entender por qué se presentan los contenidos de determinada manera y el perfil de lo que se ofrece, también es del interés de los estudios sobre este ámbito comprender diferentes aspectos relacionados con la recepción de los mismos contenidos. Utilizamos “recepción” en el sentido amplio del término; esto es, no nos estamos refiriendo tan sólo a los estudios que buscan ofrecer explicaciones sobre los impactos concretos de los contenidos en las acciones de múltiples grupos sociales o individuos particulares, sino que, por añadido, se busca remitir a aquellas investigaciones que tienen por objetivo analizar como “leen” los distintos grupos y/o individuos aquello que retransmiten los medios de comunicación.

El case de la estrategia Medios de Comunicación y Discapacidad

Conforme se ha dicho, desde el 2003 ANDI y la Red ANDI América Latina – con el apoyo de diferentes colaboradores, en especial Save the Children Suecia – desarrollan acciones centradas en el binomio Medios de Comunicación-Discapacidad. Junto a su primer objetivo – comprender la interrelación entre ambos – la iniciativa tiene el propósito de obtener información que pueda contribuir en el proceso de actuación para con la prensa, a la hora de incentivar la realización de una cobertura calificada del tema.

Al delimitarse las diferentes posibilidades para trabajar la agenda de la discapacidad, en sus múltiples interfaces con los medios de comunicación, se construyeron estrategias en la línea del tiempo que permitieran, aunque de forma exploratoria, estudiar dicha relación a partir de los siguientes ángulos: producción, análisis y recepción del contenido retransmitido.

En este sentido, en un primer momento se realizaron estudios acerca de la cobertura dedicada por la prensa brasileña y, más adelante, latinoamericana, al tema Discapacidad. A continuación, una serie de talleres con periodistas y fuentes de información de diez países

Según la publicación *Derechos, infancia y agenda pública* (ANDI/Red ANDI América Latina/Plan Internacional/Petrobras), tan solo el 0,78% de toda la cobertura sobre la infancia y la adolescencia realizada por periódicos de diez países latinoamericanos trata cuestiones relacionadas con los niños, niñas y adolescentes con discapacidad. Y, en este pequeño conjunto de textos, menos del 10% ha dado oído a niños y niñas con esa característica.

de América Latina (Brasil, en una primera fase, y después otras nueve naciones de las Américas Central y del Sur) contribuyó en gran medida a la comprensión de los límites y potencialidades de la cobertura.

El presente estudio trata de una tercera fase del proceso: la investigación acerca de cómo percibe los medios de comunicación uno de los públicos objeto de la cobertura sobre discapacidad – y, lo que es más importante, la investigación sobre el sistema de garantía de derechos en esa área, así como de las políticas públicas que los ampara.

Se ha de resaltar que la elección de dicho público podría haber obedecido a variados recortes de muestra: periodistas, fuentes en general, especialistas, aquellos que toman decisiones, adultos con discapacidad o incluso familiares de este grupo de la población. Sin embargo, la decisión de recurrir a los propios adolescentes se basó en el hecho de que raramente se da oídos a los niños y niñas con discapacidad en los análisis sobre dicha temática – dato este que, además de las limitaciones del trato editorial que se le da al tema, indica lo que ocurre a la hora de la construcción y puesta en práctica de las políticas públicas en el área de la comunicación.

Por otro lado, resulta importante recordar que, en general, los ciudadanos y ciudadanas – especialmente los niños y adolescentes – son agentes que aún se encuentran poco presentes en el proceso de elaboración y puesta en práctica de las políticas destinadas a garantizar sus propios derechos. Por lo tanto, se empieza ya a faltarle al respeto a la lógica de la inclusión desde el mismo nacimiento de las políticas públicas referentes.

Por ello, y reconociendo todos los límites de esta decisión, se optó por buscar comprender – en una experiencia inicial y que podrá expandirse en el futuro – cómo analizan los y las adolescentes con discapacidad los contenidos transmitidos por los medios de comunicación. El recorte de la investigación contó con niños y niñas de condiciones sociales bien delimitadas: renta baja y media-alta.

De cualquier manera, el estudio no estuvo interesado solamente – ni siquiera especialmente – en desvendar qué piensan estos chicos y chicas sobre la manera como son retratadas por los medios de comunicación las personas con discapacidad. El interés se centró en investigar cómo interacciona este grupo de la población con los medios de comunicación, especialmente con la televisión. Por lo tanto, la propuesta consistió en analizar cómo debaten estos jóvenes sobre los contenidos transmitidos por los medios de comunicación, lo que les gusta y lo que no les gusta y, hasta cierto punto, si consideran que forman parte de los públicos previstos en las atracciones presentadas.

La elección de los grupos focales como herramienta de investigación

Pueden ser varios los procedimientos metodológicos utilizados para empezar a delinear algunas de las respuestas – o nuevas dudas – de las inquietudes planteadas antes. Encuestas, entrevistas individuales en profundidad o estudios de caso serían algunas de las posibilidades que se encuentran a nuestra disposición.

No obstante, en función de dos variables fundamentales, el presente estudio optó por la realización de grupos focales en cada uno de los tres países que participaron. La primera de ellas, de carácter más conceptual, deriva de un atributo intrínseco en la propia metodología de los grupos focales: se trata de la posibilidad de compilar las visiones y observaciones de los participantes a partir de su interacción

en un espacio de discusión del que forman parte otros individuos con características semejantes. La segunda, más pragmática, guarda relación con el costo operacional: las *surveys* o investigaciones individuales con grandes cantidades de entrevistados son métodos mucho más caros que la realización de discusiones focales.

De hecho, en la investigación se han intentado combinar dos estrategias metodológicas: antes de la realización de cada grupo, los participantes pasaron por una entrevista individual rápida, compuesta por un cuestionario con preguntas cerradas. Durante esta fase se recogió información socioeconómica y relativa a las percepciones generales a cerca del tema en cuestión. Dichos datos son esenciales a la hora de comprender algunas de las posturas de los adolescentes durante los grupos focales, además de permitir interpretar los cambios de postura que pueden estar vinculados con la interacción en las reuniones de discusión.

Grupos focales: panorama general

Como cualquier otra herramienta de la que se vale el amplio campo de la llamada investigación cualitativa, la metodología de grupo focal consiste en una técnica destinada a recoger información.

Al anunciar que este tipo de actividad se ubica entre el extenso abanico de posibilidades de las investigaciones cualitativas, ya adelantamos cuál es el tipo básico de información que se va a recoger. Se trata de información compuesta por elementos fundamentales para la comprensión de un determinado fenómeno – elementos estos que no se pueden cuantificar fácilmente (transformar en variables numéricas, posibles de contabilización) o que, al ser cuantificados, pierden, y mucho, la complejidad (riqueza, en un lenguaje informal) de la que estaban dotados originalmente.

Cuando tiene lugar tal límite, la salida metodológica consiste en recurrir a diferentes tipos de metodologías cualitativas o, incluso, en combinar métodos cualitativos y cuantitativos en el análisis de determinado fenómeno.

Así, podemos cuantificar información importante: cuántos periódicos leen diariamente, cuántas horas ven la televisión, cómo lo hacen (solos, con amigos, realizando otras actividades a la vez). Sin embargo, cuando queremos saber lo que piensa la gente a cerca de determinado programa televisivo, la cuantificación es limitadora (aunque relevante). Es posible identificar si al entrevistado le ha gustado mucho o poco, si le ha parecido capcioso o no. No obstante, siempre serán respuestas previamente orientadas por parte del investigador y simplificadoras con relación a lo que, de hecho, piensan los individuos cuyos hábitos se está investigando.

De esta manera, las investigaciones cualitativas (aunque sean estructuradas con antelación) le conceden una especial importancia a las visiones del entrevistado, en busca de comprender, con una mayor riqueza de detalles, qué piensa él sobre un tema propuesto. Congregar métodos, por lo tanto, parece ser una alternativa interesante y provechosa.

Hasta ahora hemos incluido a los grupos focales en las investigaciones cualitativas, diferenciándolos de los métodos de cuantificación. Pero ¿qué los destaca entre las investigaciones cualitativas? ¿Qué elementos hacen que un grupo focal sea una herramienta distinta de un conjunto de entrevistas individuales llevadas a cabo con los mismos participantes de un grupo dado?

Definiendo grupos focales

Aunque la práctica de los grupos focales no sea una novedad en las ciencias sociales, ni mucho menos en las llamadas investigaciones de mercado, la producción de conocimiento sobre esta metodología es bastante reciente: data de finales de los años 1980 y se desarrolló a un ritmo más rápido a principios de la década siguiente.

La metodología del grupo focal se fundamenta en la premisa de que las opiniones u observaciones expresadas por un individuo durante una entrevista particular serán distintas de aquellas que ofrecerá al participar en un grupo de discusiones sobre el mismo tema – puesto que estaría bajo la influencia de la interacción con otros individuos. En este sentido, es importante destacar el largo comentario de Folch-Lyon y Trost (1981:445)¹ sobre la cuestión, del que hemos extraído el fragmento que aparece a continuación:

La situación de grupo también puede animar a los participantes a revelar comportamientos y actitudes que podrían no exponer conscientemente en una entrevista individual. Ello ocurre porque los participantes a menudo se sienten más cómodos y seguros en compañía de personas que comparten actitudes, comportamientos y opiniones similares o simplemente porque acaban dejándose llevar por la discusión en curso.

Así, un grupo focal es una técnica de recogida de datos que no se interesa tan sólo por la información obtenida, sino también por *cómo* está hilvanado un elemento con el otro. En este sentido, las alteraciones de percepción de uno u otro participante a lo largo de la actividad, las explicaciones dadas para justificar tales alteraciones, los individuos y argumentos que más aceptación han tenido (y los que menos han tenido), así como los gestos realizados se consideran producto de los grupos focales y componen el *proceso integral* de construcción del conocimiento.

En este sentido, ha de destacarse que, en cuanto técnica, el grupo focal consiste en un procedimiento que busca recoger el mayor número posible de opiniones, observaciones o análisis de los individuos durante su interacción en grupos de discusión, implementados durante un tiempo predefinido y contando con provocaciones de un moderador.

Esa meta genera una consecuencia directa: los grupos focales no pueden estar compuestos por pocos participantes, ni tampoco, en el otro extremo, por muchos. Un número demasiado limitado de integrantes puede llevar a una situación indeseable: un único entrevistado, por sus características propias, puede dominar la discusión y el grupo puede transformarse,

Para el profesor norteamericano David L. Morgan, uno de los mayores especialistas sobre el asunto, un grupo focal es una técnica de investigación que recoge información por medio de la interacción grupal sobre un tópico determinado por parte del investigador. Esta definición posee tres componentes fundamentales: I) establece claramente que el grupo focal es una metodología de investigación dirigida a la recogida de información; II) localiza en la discusión en grupo la fuente de dicha información; III) reconoce el papel activo del investigador en la creación del grupo de discusión con el objetivo de la recogida de datos.

¹ FOLCH-LYON, E. y TROST, J. F. – “Conducting focus groups sessions”, in: *Studies in Family Planning*, vol. 12, n. 12, pp. 443-449, Diciembre, 1981.

por lo tanto, en una gran entrevista colectiva. No es esa la intención. Por otro lado, el hecho de que haya muchos individuos participando en el grupo pueden impedir que el grupo profundice, en cuanto colectivo, sobre cuestiones particulares pertinentes al tema en cuestión. Entonces, la actividad corre el peligro de transformarse en un conjunto de varias entrevistas individuales hechas en el mismo espacio físico.

Ante estas preocupaciones, a lo largo de los años, diferentes investigadores que han buscado perfeccionar esta metodología han llegado a la conclusión de que un grupo focal ha de tener entre 6 y 10 participantes, con un número ideal de 8 individuos.

Finalmente, dos características antes citadas contribuyen a la hora de componer el concepto de grupos focales: la presencia de un moderador – fundamental para que la herramienta alcance los resultados esperados – y de la estrategia de la “provocación”.

Con relación a ese segundo elemento, es preciso dejar claro que las discusiones focalizadas no se diferencian de las entrevistas “en profundidad” tan solo por ser hechas en grupo. Poseen un atributo añadido y de particular relevancia: la expectativa que subyace es la de que los individuos participantes generarán, por sí mismos y en la interacción entre ellos, el mayor volumen posible de información.

No se trata, por lo tanto, de un debate clásico, en el que el moderador hace preguntas claras y, uno a uno, los participantes van exponiendo sus opiniones. La función del moderador consiste en elaborar un pequeño conjunto de potenciales perspectivas que componen el tema general que se pretende discutir (medios de comunicación, por ejemplo). Y, a partir de esas ideas iniciales, la responsabilidad de generar el conocimiento pertenece al grupo.

No obstante, eso no indica que lo que se busca es la reproducción “en laboratorio” de una discusión que podría tener lugar naturalmente entre los individuos. Catterall y Maclaran (1997: §3.6)² destacan que:

Un grupo focal no se da en un ambiente natural ni siquiera cuando grupos de amigos o de compañeros se encuentran en un escenario “natural”, tal como la casa de uno de los participantes o la cafetería de un lugar de trabajo. Tampoco se pueden comparar las discusiones en un grupo focal con una conversación “natural”, ya que poquísimas conversaciones “naturales” se centran en un único asunto durante un periodo tan largo de tiempo bajo la dirección, pasiva o activa, de un moderador.

El procedimiento, por lo tanto, es muy distinto a la aplicación de un conjunto de cuestiones altamente definidas, dirigidas a un grupo de personas sentado alrededor de una mesa.

² CATTERALL, M. y MACLARAN, P. – “Focus groups data and qualitative analysis programs: coding the moving picture as well as the snapshots”, in: Sociological Research Online, vol. 2, n. 1, 1997.

DATOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

El recorte del estudio

Para investigar cómo ve y analiza los medios de comunicación – en especial la televisión – uno de los públicos objetivo de la cobertura sobre discapacidad, se definieron algunos criterios a la hora de efectuar el recorte de la investigación. La selección contó con adolescentes de 11 a 13 años³, de ambos sexos, de segmentos sociales distintos y con diferentes tipos de discapacidad: visual, auditiva, física, intelectual y múltiple. El procedimiento metodológico adoptado determinó también la presencia de representantes provenientes de cuatro ciudades: Sao Paulo y Salvador, en Brasil (a fin de garantizar un mínimo de diversidad cultural/regional); Asunción, en Paraguay; y Buenos Aires, en Argentina.

Además de las edades indicadas, se buscó un equilibrio representativo entre niños y niñas, así como entre los diferentes tipos de discapacidad.

Tabla 1

ENTREVISTADO, POR TIPO DE DISCAPACIDAD	
Física	12,5%
Visual	16,1%
Auditiva	21,4%
Intelectual	46,4%
Múltiple	3,6%

El proceso de selección se realizó en escuelas e instituciones especializadas, a partir del apoyo de colaboradores de ANDI en los tres países participantes en la investigación. En este punto han de resaltarse las dificultades relatadas por todos los equipos. Se han encontrado desde casos de instituciones que han indicado que sus alumnos son incapaces de participar en un estudio de tales características, a padres y madres excesivamente preocupados por la actividad, ya que nunca se había invitado a sus hijos participar en acto público como este.

³ En los grupos focales realizados en Buenos Aires no se siguió esta lógica. Conforme el relato de campo de los investigadores locales, las instituciones implicadas en la selección de los participantes adoptaron criterios como “edad mental” – concepto, desde hace tiempo, no utilizado por la comunidad internacional – en vez de “edad cronológica”. Por ello, cuando la coordinación general del estudio llegó a Buenos Aires para la realización del grupo se encontró con una edad media de 19 años, exclusivamente para los participantes con discapacidad intelectual – preponderantes en las discusiones realizadas en ese país. Debe destacarse, no obstante, que en las demás ciudades la media fue de 11,79 años, lo que se encuentra dentro de los parámetros inicialmente trazados para la investigación.

De acuerdo con el estudio *Retratos de la discapacidad en Brasil*, coordinado por el economista Marcelo Nery, del Centro de Políticas Sociales de la Fundación Getúlio Vargas, la cifra de brasileños con algún tipo de discapacidad corresponde al 14,5% de la población, de acuerdo con datos del Censo 2000 del IBGE. Entre las edades de 10 a 14 años, este porcentaje es del 4,4%. Aunque la mayoría de los países latinoamericanos no posee datos precisos sobre el tema, el Banco Mundial estima que aproximadamente el 10% de los habitantes de la región tiene algún tipo de discapacidad.

De manera general, los impedimentos presentados parecen estar fuertemente relacionados con un triángulo común: la invisibilidad de los niños y adolescentes con discapacidad, los prejuicios de algunos de sus propios cuidadores y la histórica negligencia (inclusive por parte de las ciencias sociales en general) a la hora de escuchar a este público en bases permanentes.

Estas dificultades son indicios de que el paradigma de la inclusión aún precisa superar muchos obstáculos para que pueda considerarse, de hecho, una realidad palpable en nuestros países. En muchas situaciones todavía perduran las lógicas integracionistas o, incluso, segregacionistas. Respuestas como “no están listos para participar en una actividad como esa” son ejemplos contundentes de este escenario.

En ese sentido, además de los resultados que se analizan aquí, la realización de los grupos focales puede considerarse un éxito en sí misma. Una buena parte de los padres y estudiantes insistió en reforzar sus agradecimientos por la oportunidad concedida. Una participante, en Argentina, se expresó de la siguiente manera:

Bueno, a eso quiero llegar, el tema de participación. Esta sería la primera vez que hago esto, yo entré acá el otro año, sería el pasado, y me pareció... pasa que tengo muchos cambios. Yo iba a un colegio y después me pasaron acá, y ahora más participar así entre todos opinando de cosas que pasan en el país me resulta muy interesante, muy importante para mí hablar de esto. Por eso yo apenas cuando me hacen hablar yo no paro, yo, yo, yo. Soy muy obsesiva, no sé por qué pero estas cosas me gustan. Gracias a ustedes, que dieron esta oportunidad de estos chicos que ves acá, bueno, acá somos bastantes chicos, y lo que ves acá es en nombre del colegio y en nombre de lo que... Gracias a ustedes por este espacio.

Recolección de información

En cada ciudad, se ubicaron a los adolescentes en dos grupos, de acuerdo con el nivel de renta familiar. Así, la investigación contó con ocho conjuntos, que forman un total de 67 individuos. Antes de los grupos focales, cada participante fue entrevistado individualmente, siguiendo un guión cerrado de preguntas. El objetivo consistía en obtener información socioeconómica más nítida, así como algunos indicativos de consumo de información y entretenimiento por medio de la televisión y otros medios de comunicación.

Debe recordarse que la opción de adoptar la metodología de grupos focales se debió a una característica propia de esta actividad. “Por medio de ella, es posible recoger visiones y observaciones de los sujetos a partir de su participación e interacción en un espacio de discusión del que forman parte otros individuos con características semejantes”. En este ambiente controlado, se espera que salgan a la

Los trabajos fueron realizados a partir de la total garantía de acceso de los participantes a los lugares donde se realizaron los eventos. En ese sentido, resultó fundamental que los organizadores locales se hubieran informado a cerca de las necesidades específicas de cada uno de los y las adolescentes, a fin de que se tomaran las medidas indispensables para la garantía de accesibilidad.

A título de información, se han de resaltar los seis tipos de barreras que, según el consultor Romeu Sasaki, deben ser “derribadas”, de modo a asegurar la plena inclusión de las personas con discapacidad (VIVARTTA, Veet – Medios de comunicación y discapacidad. Brasília: ANDI, Fundación Banco do Brasil, 2003):

- A. Arquitectónica (no permite el acceso de la persona con dificultades de locomoción);
- B. Comunicacional (el lenguaje verbal o visual utilizado no alcanza a todas las personas);
- C. Actitudinal (actitud que denota prejuicios);
- D. Metodológica (métodos de enseñanza, trabajo y ocio homogéneos);
- E. Instrumental (instrumentos utilizados para trabajar/jugar que no respetan las limitaciones);
- F. Programática (leyes, decretos, reglamentos y políticas que perpetúan la exclusión).

superficie sentimientos y opiniones que permitan un entendimiento más completo de lo que caracteriza la interacción de los adolescentes invitados con los contextos comunicativos.

Los realizadores del estudio respetaron todos los protocolos internacionales de ética en la investigación con seres humanos y se preocuparon, incluso, con las condiciones diversas de accesibilidad y con lo dispuesto por la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad. Las sesiones se grabaron en vídeo y audio, con el consentimiento y autorización de los padres y responsables.

El perfil socioeconómico

De los 67 participantes en la investigación, el 26,9% eran de Asunción (Paraguay), el 20,9%, de Buenos Aires (Argentina), el 31,3%, de Salvador y el 20,9% de Sao Paulo (Brasil). Los niños eran la mayoría (el 59,7%), tal como los que se declararan blancos (el 64,2%). Los católicos representan a más de la mitad de los entrevistados, seguidos por los evangélicos y los testigos de Jehová.

Tabla 2

ENTREVISTADOS, POR EL COLOR DE LA PIEL	
Blanco	64,2%
Mulato	22,4%
Negro	10,4%
Amarillo	3,0%

Tabla 3

ENTREVISTADOS, SEGÚN SU RELIGIÓN	
Católica	49,3%
Evangélica	22,4%
Testigo de Jehová	6,0%
Ninguna/ No tiene	11,9%
No respondió	10,4%

En lo que se refiere al nivel de enseñanza que estaban cursando (o en el que interrumpieron sus estudios), el 55,9% de los participantes se ubicaron entre el 1er al 4º curso, y el 35,6%, del 5º al 9º curso, todos del ciclo fundamental o de la educación escolar básica.

La mayor parte de los adolescentes (el 74,6%) proviene de familias pequeñas y vive en la misma casa con dos hermanos como máximo. Una gran mayoría reside también con sus madres (el 89,6%) y con sus padres (el 71,6%). Por lo tanto, los datos permiten inferir que una gran parte de los entrevistados forma parte de familias nucleares, cuenta con la presencia de las figuras paterna y materna, pocos hermanos y sin la agregación de otros tipos de parientes – perfil éste bastante distinto del que se suele encontrar en grupos focales ya realizados por ANDI en los que participaron niñas y niños sin discapacidad.

Tabla 4

PERSONAS CON LAS QUE CONVIVE EN LA MISMA CASA	
PARENTESCO	%
Padre	71,6%
Madre	89,6%
Padrasto	3,0%
Abuelo	4,5%
Abuela	14,9%
Hermanos	73,1%
Primos	11,9%
Tíos	13,4%
Otros	6,0%

* La tabla puede totalizar más del 100%, al tratarse de una variable de elección múltiple.

En lo que se refiere al extracto social, el 55,6% de los jóvenes era proveniente de familias de bajo nivel de renta, mientras que el 44,4% pertenecía a las clases media y alta. Casi dos tercios de los entrevistados (el 63,5%) afirmaron residir en casas propias, mientras que el 22,2% vive en inmuebles alquilados. Cerca del 60% posee tan solo un cuarto de baño en la casa.

Las residencias de los adolescentes oídos disponen, en una gran mayoría, de refrigerador/heladera, televisor en color, radio, aparato de DVD y teléfono móvil. Poco más de la mitad (el 58,2%) afirmó que tenía automóvil, y menos aún (el 43,3%) dispone de servicio de televisión por cable. Muchos tienen computadora (el 64,2%), pero no todos cuentan con acceso a Internet, ítem reservado al 47,8% de los participantes.

Tabla 5

ENTREVISTADOS, CONFORME PROPIEDAD DE BIENES DE CONSUMO	
Televisor en blanco y negro	9%
Televisor en color	94%
Radio	83,6%
Automóvil	58,2%
Refrigerador	94%
Aspiradora	22,4%
Videocasetera	34,3%
DVD	76,1%
Computadora	64,2%
Acceso a internet	47,8%
Televisión por cable	43,3%
Teléfono móvil	91,1%

* La tabla puede totalizar más del 100%, al tratarse de ser una variable de elección múltiple.

Con relación al nivel de escolaridad de los padres – factor de reconocido impacto sobre las condiciones y calidad de vida de niños, niñas y adolescentes – el 35,8% de los entrevistados no supo responder hasta qué curso había estudiado su madre. Otro 16,4% dejó la pregunta en blanco. Entre los que respondieron, la gran mayoría indicó que el grado de instrucción materno llegó a la Enseñanza Media.

Tabla 6

NIVEL DE ESCOLARIDAD DE LAS MADRES	
1ª - 4ª série – Enseñanza Fundamental/ Básica	11,9%
5ª - 9ª série – Enseñanza Fundamental/ Básica	11,9%
Enseñanza Media	13,4%
Enseñanza Media completa	3,0%
Superior	7,5%
No respondió	16,4%
No sabe	35,8%

Ama de casa es la profesión más citada (el 39%). Entre las que ejercen alguna profesión fuera del hogar, pocas ocupan funciones que exigen un mayor nivel de calificación – hecho acorde con los datos sobre escolaridad presentados antes.

Tabla 7

MADRES DE LOS ENTREVISTADOS, POR SU PROFESIÓN	
Ama de casa	39%
Asistente	11,9%
Enfermera	6,8%
Vendedora	5,1%
Costurera	3,4%
Cocinera	3,4%
Trabaja en una panadería	1,7%
Profesora	1,7%
Dentista	1,7%
Criadora de perros	1,7%
Fotógrafa	1,7%
Médica	1,7%
Contadora	1,7%
Trabajadora del sector aéreo	1,7%
Docente	1,7%
No sabe	15,3%

Por lo que atañe a los padres, más de un quinto (el 21,1%) de los entrevistados no supo precisar su ocupación o profesión. Entre los que presentaron tal información, la mayoría los identificó en actividades que no exigen mayor calificación, a ejemplo del perfil materno verificado.

Tabla 8

PADRES DE LOS ENTREVISTADOS, POR SU PROFESIÓN*	
Vendedor	8,8%
Jubilado	5,3%
Taxista	5,3%
Agente de seguridad	3,5%
Profesor	3,5%
Metalúrgico	3,5%
Ingeniero	3,5%
Empresario	3,5%
Técnico de aire acondicionado	1,8%
Abogado	1,8%
Obrero	1,8%
Trabaja en obras del Ayuntamiento	1,8%
Pizzero	1,8%
Feirante	1,8%
Conductor	1,8%
Bombero	1,8%
Trabaja en una Casa de Cambio	1,8%
Agente financiero	1,8%
Trabaja con ordenador	1,8%
Cobrador	1,8%
Servicios de limpieza urbana	1,8%
Camarero	1,8%
Guardia	1,8%
Albañil	1,8%
Médico	1,8%
Celador	1,8%
No trabaja	5,3%
No sabe	21,1%

CONSUMO DE INFORMACIÓN Y RELACIONES CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Para los y las adolescentes que participaron en el estudio, los círculos sociales más próximos tienen un papel fundamental cuando se trata de aprender o de saber cosas sobre algo nuevo. Más, incluso, que los propios medios de comunicación. En el 71,6% de las respuestas, los niños y niñas entrevistados se refirieron a la escuela como algo muy importante en ese proceso, seguido por la familia (el 65,7%) y los amigos (el 56,7%). Entre los grupos/instituciones estudiados, la iglesia fue la menos mencionada.

Tabla 9

PERSONA / INSTITUCIÓN	POCA IMPORTANCIA	IMPORTANCIA MEDIANA	MUY IMPORTANTE
Familia	6,0%	19,4%	65,7%
Escuela	9,0%	7,5%	71,6%
Iglesia	29,95	16,4%	35,8%
Amigos	7,5%	25,4%	56,7%

Con relación a los vehículos de comunicación de manera general, la televisión e Internet son privilegiados ante los demás y se las considera muy importantes. Ha de resaltarse que, conforme lo esperado, los participantes con discapacidad visual y auditiva relataron, respectivamente, dificultades a la hora de informarse por medio de periódicos y revistas, y por la radio.

Tabla 10

VEHÍCULO	POCA IMPORTANCIA	IMPORTANCIA MEDIANA	MUY IMPORTANTE
Televisión	20,9%	20,9%	46,3%
Radio	37,3%	13,4%	32,8%
Periódicos	26,9%	20,9%	32,8%
Revistas	25,4%	26,9%	32,8%
Internet	26,9%	11,9%	46,3%

En lo que se refiere a la frecuencia del consumo de información a través de los medios de comunicación, las respuestas a las entrevistas individuales indicaron que casi la mitad de los participantes (el 46,9%) nunca lee los periódicos. Cerca del 56% lee revistas con una frecuencia de un máximo de tres veces al mes y el 39,3% sintoniza la radio tres veces por semana como máximo. Más de la mitad del total de entrevistados (el 53,1%) permanece ante el televisor más de tres horas al día.

Tabla 11

FRECUENCIA DE LECTURA DE PERIÓDICOS	
Nunca	46,9%
1 vez/semana	34,4%
2 a 3 veces/semana	9,4%
Siempre	9,4%

Tabla 12

FRECUENCIA DE LECTURA DE REVISTAS	
2 a 3 veces al mes	40,3%
Nunca	35,5%
1 vez al mes	16,1%
Siempre	8,1%

Tabla 13

FRECUENCIA DE AUDICIÓN DE RADIO	
Siempre	31,1%
Nunca	29,5%
1 vez por semana	21,3%
2 a 3 veces por semana	18,0%

Tabla 14

ENTREVISTADOS, POR CONSUMO DE TELEVISIÓN DIARIAMENTE	
Menos de 2 horas	26,6%
De 2 a 3 horas	20,3%
De 3 a 5 horas	37,5%
Más de 5 horas	15,6%

Selección crítica de contenidos

En los grupos focales en los que salió mencionado el ambiente escolar como espacio importante para la adquisición de conocimientos, se percibió una mayor disposición de los participantes a la hora de seleccionar los contenidos informativos.

Los grupos que destacaron el binomio familia-medios de comunicación como una fuente importante de información también presentaron una postura más crítica ante la televisión y llegaron a quejarse de que no sentían representados. Hubo también grupos focales en los que los jóvenes mostraron tener una clara noción de lo que consideraban contenidos adecuados e inadecuados para ciertas edades.

Dichas intervenciones reunidas muestran la heterogeneidad y potencialidades de lectura de estos telespectadores y sus hábitos de consumo mediático: “Hablamos con la profesora de esas cosas. De lo

que está pasando en el país, de cómo mejorar nuestra capacidad. Se habla mucho también de trabajo y de salud”, dice una joven argentina. “De los telediarios y de los periódicos, sacamos lo más importante”, argumenta otra. Un colega destaca la red mundial de computadoras: “en Internet, en el periódico, en la radio, en la tele, en el móvil. La información es algo fácil de encontrar”. Su compañero mezcla familia y tecnología. “Si necesito buscar algo que mis padres no saben, me meto en Internet, pero siempre se lo pregunto antes a ellos. Son muy buenos, mi padre es muy bueno, siempre me entiende. Nos acostamos en la cama y charlamos. Cualquier duda que tengo se la pregunto y él me cuenta un montón de cosas”. Un adolescente de Sao Paulo indicó la selección de consumo por edades: “Me gustan más *Siete monstruitos* y *Quiquiriquí*, porque esos programas son buenos para los niños de dos a cinco años”.

Preferencias en la televisión

De acuerdo con los niños y niñas que han participado, entre las atracciones disponibles en la televisión la preferencia se inclina por los dibujos animados (el 36,1%). A continuación aparecen las telenovelas (el 21,3%) y las noticias (el 11,5%).

Aunque la mayoría de los entrevistados (el 60,3%) no posea un televisor exclusivo para ellos, se deja sentir la influencia de este vehículo en el consumo de productos. Casi dos tercios (el 64,1%) de los chicos y chicas dijeron que ya habían adquirido algún producto exhibido en la propaganda y los anuncios retransmitidos por la tele. Los objetos mencionados más a menudo fueron los juguetes, los aparatos de teléfono móvil, los DVDs y los videojuegos.

Además de la influencia de la televisión en las prácticas de consumo, los cuestionarios buscaron identificar los hábitos de los adolescentes en cuanto telespectadores. Cuando encienden el televisor, por ejemplo, los niños y niñas afirman que tanto van directamente a sus cadenas predilectas como se dedican al “zapping” (50% a 50%). A pesar de ello, más de dos tercios (el 67,7%) dijeron que, cuando empiezan a ver un programa, van del principio al final – comportamiento este no muy diferente del generalmente encontrado en otros grupos focales ya organizados por ANDI.

Ante la pequeña pantalla, los participantes de la investigación también afirman que comen (el 35%), charlan (el 26,7%) y hacen los deberes de la escuela (el 20%). Una décima parte de los que respondieron afirmó que usa el ordenador y un tercio asegura que solo ve la tele. Esa información es importante, dado que contraría – por lo menos para los grupos en cuestión – la hipótesis, bastante difundida, de que los adolescentes pueden ser definidos por un perfil multimedia (ven la tele al mismo tiempo que usan otros medios diferentes).

La discapacidad en la pequeña pantalla

Como ya se ha explicado, antes de formar parte de los grupos focales, los participantes en la investigación pasaron por entrevistas individuales. Durante esta actividad, se los estimuló a que recordaran la presencia de personas con discapacidad en el ámbito de los telediarios o noticieros y de los programas de entretenimiento que salen en los medios de comunicación.

Cuando se les preguntó sobre cuál había sido la última vez que vieron, leyeron u oyeron una noticia relacionada con esta población, el 17,7% de los niños y niñas respondió que hacía menos de una semana, el 12,9% que hacía menos de un mes y el 22,6% que hacía menos de seis meses (lo que

totaliza un 53,2%). Otro 24,2% dijo que no se acordaba (a pesar de ya haber visto, leído u oído algo en ese sentido) y el 22,6% afirmó que nunca se había topado con una noticia sobre el asunto.

Es importante destacar que, durante los grupos focales, el recuerdo de esos reportajes no se dio de forma tan contundente. Conforme se detallará más adelante, durante las discusiones se les solicitó otra vez a los adolescentes que hablaran sobre noticias que hubieran visto, leído u oído – pero esta vez dando detalles sobre las mismas. Fueron pocos los participantes que consiguieron, de hecho, recordar alguna noticia.

En el caso del entretenimiento televisivo, la visibilidad de personas con discapacidad resulta más elevada, aunque no de manera muy significativa: el 56,9% de los jóvenes entrevistados respondieron que ya habían visto algún personaje con esa característica por la tele. Así como en el caso de los medios centrados en las noticias, los adolescentes también tuvieron dificultades a la hora de recordar más detalladamente a estos personajes al incitarlos a que lo hicieran.

Adolescentes, antes que nada

Aunque el estudio se haya realizado contando con la participación de niños y niñas de tres países distintos de América Latina, muchas de las respuestas dadas tenían rasgos comunes, lo que demuestra la existencia de amplios espacios de convergencia entre los participantes. De manera general, ni siquiera pesa mucho la diferencia en el idioma: el joven con discapacidad brasileño no se mostró tan distante del argentino ni del paraguayo por lo que se refiere a sus percepciones sobre los contenidos televisivos en general.

Espectadores de atracciones de la televisión gratuita y por cable, los niños y niñas hicieron mención a diversos programas comunes y demostraron que consumen productos de los más diversos tipos, dirigidos incluso a edades que no son las suyas. De un lado a otro, rechazan temas como la violencia, la pobreza y los contenidos sensacionalistas en general. Otra característica semejante consistió en la poca seguridad que mostraron a la hora de proponer cambios en la programación – pese a que se hayan mostrado preocupados, en su mayoría, por los contenidos exhibidos por la tele.

Las diferencias de percepción y opinión más evidentes se dan al comparar los grupos de renta baja con los de media/alta. De manera general, estos últimos disponían de más recursos entre los medios de comunicación y sus manifestaciones a cerca de los contenidos resultaron ser relativamente más elaboradas.

No obstante, en su conjunto, las opiniones de los adolescentes con discapacidad no permitieron determinar que haya un perfil específico de consumo o percepción de los medios por parte de esos jóvenes, si se los compara a los demás individuos de su misma edad. Como concluyó el consultor del estudio Romeu Sassaki – que hace cuatro décadas que se dedica al estudio de las más diversas cuestiones sobre discapacidad y que acompañó el trabajo de todos los grupos –, “los adolescentes con discapacidad son, antes que nada, adolescentes”.

Más una ventana que un espejo

Más que mostrar diferencias entre los distintos perfiles de adolescentes oídos, lo que se pone en evidencia en el estudio es el hecho de que los jóvenes con discapacidad se entreven poco a sí

mismos en la televisión – bien sea porque los productos de información y entretenimiento los retratan de manera escasa, o bien porque los propios adolescentes no perciben tales alusiones.

En varios momentos de los grupos focales, los participantes afirmaron haber identificado, con cierta frecuencia, la presencia de niños y adolescentes en cuanto personajes de atracciones televisivas. Sin embargo, raramente hicieron mención a niños y niñas – o, incluso, a adultos – con discapacidad. Por lo que indica la investigación, al menos en lo que respecta a los jóvenes entrevistados, el par adolescencia-discapacidad no parece hacerse efectivo. Para este grupo de la población, la pequeña pantalla acaba funcionando más como una ventana que como un espejo.

Por lo tanto, aquí se encuentra una de las señales de alerta más importantes sobrevenidas de la realización de los grupos focales: en la inmensa mayoría de los casos, los adolescentes entrevistados – individualmente o en grupo – solamente trajeron a la superficie discusiones, reflejos, ejemplos sobre personas con discapacidad, cuando se les pidió directamente que lo hicieran. Por el contrario, la discapacidad no aparecía en sus narraciones sobre la televisión o el periodismo en general, sobre lo que les gusta y lo que no les gusta ver, ni siquiera en la configuración de lo que debería ser una programación televisiva ideal según sus propias perspectivas.

LA TRÍADA MEDIOS DE COMUNICACIÓN • ADOLESCENCIA • DISCAPACIDAD

Las sesiones de los grupos focales se llevaron a cabo conforme un guión básico de preguntas, elaborado previamente. Dicho cuestionario incluía siete puntos, en los que se abordaban las siguientes temáticas: preferencias y no-preferencias de consumo audiovisual; modalidades de acceso a la información; sugerencias para una programación ideal en la televisión; percepción de noticias con personas con discapacidad; aprobación o no de estas noticias; e identificación de personajes con discapacidad en los dibujos animados.

La propuesta consistió en repartir el trabajo de discusión en dos momentos distintos. En un primer momento se trataba de obtener información sobre las preferencias de los participantes. Enseguida, de entrever sus percepciones sobre la presencia de personas y personajes con discapacidad en la programación informativa o de diversión. Por lo tanto, las primeras cuestiones estaban relacionadas con lo que a los adolescentes les gustaba ver y lo que desaprobaban. Las respuestas abrieron un abanico variado de productos y géneros, lo que indica también la diversidad de los hábitos de consumo entre esta población.

Los jóvenes de la investigación mencionaron espontáneamente programas de dibujos animados, telenovelas, programas de auditorio y de noticias, además de películas de acción y de terror. Esos niños y niñas consumen contenidos que reconocen como educativos, cómicos, deportivos, violentos, “eróticos”, divertidos y apelativos. Algunos llegaron a decir que sus padres ejercen un cierto control sobre las atracciones que ven, pero las discusiones realizadas en el ámbito de los grupos focales mostraron que dicha preocupación no es lo normal en las familias.

Como era de esperar, la elaboración de las respuestas en grupo acabó influyendo la línea de raciocinio de muchos adolescentes. Así, en Sao Paulo, la mención del rechazo a la propaganda electoral obligatoria por parte de uno de los participantes fue avalada por los demás; en Salvador, uno de los grupos, en coro, desaprobó el programa *Domíngão do Faustão*; en Asunción, hubo una acalorada discusión sobre fútbol; en Buenos Aires, la participación de algunos de los jóvenes en una protesta pública fue objeto de discusiones. De un modo general, funciona de esta manera: eventualmente, uno de los participantes tiraba del hilo y los otros continuaban en la misma dirección.

Los juguetes y el enamoramiento

Como sabemos, la adolescencia es una fase de la vida en la que se mezclan hábitos de consumo que todavía son característicos de la infancia – como el gusto por dibujos animados y la preferencia por personajes de ese universo – y hábitos de adultos, como la atracción por telenovelas o *reality shows* movidos por un embrión de *sex appeal*. Así como los demás individuos de su edad, los jóvenes que participaron en el estudio indicaron los intereses característicos, y a veces incongruentes, de esa población.

Dos intervenciones de grupos focales distintos ayudan a ejemplificar este análisis. Un adolescente de baja renta de Asunción reconoce que ve el programa *Bailando por un sueño* porque en él “salen chicas lindas”. Una

participante de Buenos Aires afirma que ve la telenovela *María del barrio* porque enseña cómo “tratar a los chicos”. A la joven dice gustarle la trama porque se parece a un cuento de hadas, lo que la deja “encantada”.

Indagados sobre sus preferencias en la tele, los chicos y chicas entrevistados mencionaron diversas atracciones y canales. Desde la serie *El Chavo del 8* a los dibujos *Tom & Jerry*, pasando por películas como *Rambo* y la telenovela infantil y juvenil *Casi ángeles*, de Argentina. Se citó también a los canales Discovery Kids y National Geographic, sin olvidar a las emisoras gratuitas de cada uno de los países.

A las niñas parecen gustarles más las atracciones románticas, mientras que los chicos optan por películas de acción y de terror, además de programas de lucha. Entre un canal y otro, jóvenes de los diferentes grupos focales recordaron dibujos animados, personajes imaginarios y juegos. En varias ocasiones, los adolescentes dijeron que preferían ciertas atracciones, como los dibujos de *Tom & Jerry* o *El Chavo del 8*, porque esos los divertían con sus persecuciones y chiquilladas, semejantes a las de los niños de la realidad.

A pesar de que cuentan con rasgos que los remiten a la infancia, de vez en cuando emergen rasgos de una sexualidad adulta en discursos reveladores de los participantes del estudio. Así, no solo les llaman la atención las imágenes de los bichos en el canal por cable Animal Planet, sino también “cómo se casan los animales”, conforme relata un adolescente paraguayo. Una chica de ese mismo país reconoce, en medio de risas, que ve *Bailando por un sueño* para ver a los chicos.

No obstante, el interés por el sexo opuesto aún resulta tímido en un análisis general. En algunos casos, hay manifestaciones ostensivas de moralismo por lo que se refiere al asunto. En uno de los grupos focales realizados en Paraguay, por ejemplo, se le preguntó a una adolescente si le gustaban las telenovelas. Su respuesta fue decisiva: “no, porque en ellas se besan”. Un compañero que participaba en los debates estuvo de acuerdo: “las telenovelas muestran cosas que un niño no tiene que ver...cosas... cosas que no deben salir por la televisión. No puedo decir la palabra porque es muy erótico”. Cuando se le preguntó de qué contenidos se trataba, el chico fue genérico: “pruebas de amor”. Según él, “los niños no tienen nada que ver eso. Además, los jóvenes lo copian todo”. Un adolescente brasileño fue todavía más contundente cuando se le preguntó sobre qué atracciones no le apetecía ver por la televisión: películas porno.

Obedeciendo a las transiciones típicas de esta edad, la infancia se deja de nuevo para atrás en el comentario de un integrante de 11 años del grupo focal argentino. En tono de complicidad, les comenta a sus compañeros: “¿Y a quién no le gustan las mujeres? ¡Somos hombres!”

Violencia en la pantalla y en la vida

A ejemplo de los resultados obtenidos en las entrevistas individuales, los grupos focales revelaron una buena diversidad de respuestas sobre las predilecciones en la televisión – pese a que los dibujos y las telenovelas hayan sido los más citados.

Entre las atracciones infantiles más mencionadas en grupos de los tres países está, conforme ya se ha dicho, la serie *El Chavo del 8*, querida porque “te hace reír”, “tiene personajes cómicos” y “travesuras en los episodios”. Las aventuras del chico y de sus vecinos las mencionaron no solo en el formato de la serie – producida hace tres décadas en México y consumida aún por parte de diversos públicos en América Latina –, sino también en su versión más actual, la de dibujos animados. Uno de los participantes llegó a declarar que a menudo ve la serie acompañado por su padre, y que los divierte a ambos.

En la misma línea de personajes que se persiguen y hacen travesuras están los dibujos *Tom & Jerry*, que llevan décadas saliendo en la televisión y repiten la mítica rivalidad entre gatos y ratones. Los jóvenes de los grupos focales destacaron, divertidos, las travesuras de los animales, y recordaron los golpes, ataques y otros actos violentos. Ocurrió lo mismo con las descripciones de otros dibujos como *Los Simpsons*, *Duelo de Titanes*, *Caballeros del Zodiaco* y *Dragón Ball Z*, los tres últimos más combativos y nada cómicos. A *Los Simpsons*, por ejemplo, los mencionaron en Argentina y en Paraguay. Los adolescentes destacaron escenas en la que su padre “estrangula” al personaje Bart.

En aquella ocasión, el moderador cuestionó si dichos dibujos no les parecían muy violentos como para salir por la televisión y jóvenes de los tres países demostraron que tenían clara la distinción entre violencia en la televisión y violencia en la sociedad. Uno de los adolescentes reconoció que, en *Duelo de Titanes*, los personajes se enfrentan, se agreden (“¡golpes en la espina dorsal!”) y se matan. Pero distingue: “luchan entre sí a causa de un cinturón de oro”. Un colega de grupo critica: “eso no enseña nada. No debería salir por la tele. No debería existir esa lucha”. Una niña interviene: “¡Claro que sí!”. El niño responde: “*Duelo de Titanes* no existe en Paraguay. Lo grabaron. Se enseña algo, a ser mal educado, a hacer cosas que no se deben hacer. Enseña a luchar y a no respetar”.

En otro grupo, el moderador se pregunta de nuevo si la violencia de los dibujos citados no era excesiva. “¡De eso nada! Sí que hay violencia, pero no es nada del otro mundo...”, dice uno de los entrevistados. “Nada real”, está de acuerdo otro adolescente, al mismo tiempo que el primero retornó: “no es como lo de pegarse bofetones uno a otro”. Un compañero explica: “es como en *Dragón Ball Z*. Hay mucho de poder, y nosotros no tenemos poder”. Otro chico concluye: “Es justo lo que dijo él. *Dragón Ball* es ficción. Hay cosas que hacen, que nosotros no hacemos. Por ejemplo, volar, usar poderes”, concluyó un adolescente brasileño.

En otra oportunidad, los entrevistados demostraron tener nitidez no sólo de la diferencia entre realidad y ficción, sino entre los tipos de violencia existentes en el combate deportivo y en una pelea en la calle. Uno de los adolescentes afirma que prefiere películas de acción y de violencia, como *Rambo* y *Rocky*, o programas de lucha libre, como *Cien por ciento lucha*. El moderador provoca: “¿no os les parece muy violento?” Uno de ellos responde: “¡Claro! En *Cien por ciento lucha*, no se usan guantes”. Un colega completa: “¡van con las manos desnudas!”.

La diferencia detectada por parte de los participantes en el estudio entre los tipos de violencia y el estatuto de veracidad de los contenidos exhibidos ayuda a la hora de comprender sus opiniones. Si no fuera por ello, esta cuestión parecería más bien una gran contradicción en

Como veremos al comparar con otros grupos focales ya realizados por la ANDI, es bastante común que los adolescentes repudien la violencia en la televisión – especialmente la presentada por los medios de comunicación dedicados especialmente a las noticias – y, al mismo tiempo, consuman productos violentos, en general los de entretenimiento.

Sin embargo, resulta imprescindible subrayar que se ha demostrado en estudios internacionales que ambos tipos de violencia pueden afectar el comportamiento futuro de los niños y adolescentes. Así lo indica la publicación *Clasificación por edades: construyendo la ciudadanía en la pequeña pantalla*, coordinada por el especialista en Ciencias Políticas Guilherme Canela y realizada por ANDI en colaboración con el Ministerio de Justicia brasileño:

“la Comisión de Educación Pública de la Academia Americana de Pediatría destaca que la fuerza de la correlación entre la violencia en los medios de comunicación y los comportamientos agresivos es mayor de lo que la relación entre el consumo de calcio y la masa ósea, la ingestión de plomo y bajo coeficiente intelectual, la negligencia a la hora de usar preservativos y la infección por HIV o el consumo ambiental de tabaco y el cáncer de pulmón – asociaciones aceptadas por la comunidad médica y en las que la medicina preventiva se basa sin cuestionarlas”.

COMPORTAMIENTO-ESTÁNDAR

La aversión a la presencia de la violencia real en la televisión que manifestaron los participantes en la investigación es un eco de una opinión idéntica de adolescentes sin discapacidad. En otros dos estudios realizados por ANDI, la violencia no solo fue el blanco de quejas de los participantes, sino que también se convirtió en un hilo conductor de los discursos de los adolescentes.

El primer estudio, realizado en julio del 2003, contó con siete grupos focales, en los que participaron niñas y adolescentes asistentes o antiguas asistentes de cuatro ciudades brasileñas (entre las que se encuentra Salvador). En aquella ocasión, la violencia fue un motivo de división entre los grupos: algunas jóvenes dijeron que veían la programación violenta porque encontraban en ella un retrato de la realidad; otras afirmaron que repudiaban el uso abusivo de la violencia realizado por parte de programas periodísticos. Destacamos dos intervenciones que confirman una reacción a la explotación de contenidos violentos:

- “Lo que no me gusta es el programa *Ciudad alerta*, porque le gusta mucho hacer sensacionalismo y la violencia. Tampoco me gusta la violencia, aunque sea la realidad, pero creo que para triste ya llega con la vida”
- “Odio el programa *Línea directa*. Sé que es la realidad, pero es una realidad muy pura y dura”

En el segundo estudio – realizado también en el 2003 y en el que participaron adolescentes y jóvenes de 10 a 19 años y de tres ciudades brasileñas – la violencia también fue mencionada espontáneamente como causante de aversión. Durante los debates – que tuvieron como enfoque principal el contenido televisivo dedicado al público juvenil –, algunos participantes afirmaron que en programas policíacos como *Ciudad alerta* y *Línea directa* sale una realidad “muy dura y real”. Veamos algunas de las intervenciones de esos adolescentes sin discapacidad:

- “Lo que no me gusta ver es *Ciudad alerta*. Sale mucha violencia”.
- “Me gusta ver la telenovela *En el gimnasio*. No me pierdo ni un capítulo. Lo que no me gustan son los programas que tienen violencia. Ya hay tanta violencia en el mundo. ¿Para qué mostrar aún más por la tele?”
- “Lo que no me gustan son los programas que estimulan la violencia y la destrucción de la cultura”.
- “No me gusta ver violencia porque ya me basta con lo que estamos viviendo. Pero parece que la televisión aumenta cada día más la violencia”
- “Tampoco me gusta mucho ver esos programas del estilo del de Datena. A pesar de que muestran la realidad, solo muestran la violencia, la muerte, gente a la que han atracado, gente secuestrada. Es la realidad, sólo que es lo único que quieren mostrar, solo quieren conseguir audiencia mostrando tragedias. No me gustan”.
- “No me gusta ver programas de violencia. Odio la violencia”

las palabras de los jóvenes. Al final, si algunos consumen contenidos violentos sin preocuparse, ¿por qué en todos los grupos focales hubo quejas por la fuerte presencia de violencia en la tele?

La respuesta parece estar en la distinción que hacen los propios jóvenes: la violencia en los dibujos, las películas y las telenovelas es diferente de la que retransmiten los telediaros. Por ello, existe más tolerancia entre los jóvenes cuando la gente se pelea en películas como *Veloces y furiosos*, cuando Homero Simpson ahorca a su hijo Bart o cuando los zombis son el blanco de tiros en la película *Resident Evil*. Para los adolescentes entrevistados, la violencia “de la realidad” asusta más.

Atracción y repulsión

Cuando se le preguntó qué asuntos le gustaba más ver en los telediaros, un joven de Salvador fue objetivo: la violencia. Según él, su telediaro preferido es *Bahía medio día*. Durante los dos grupos realizados en la capital del estado de Bahía se hizo mención a programas locales en los que prevalece el estilo alborotado e irascible del presentador. Uno de ellos es *Balance general*, en el que un presentador anuncia noticias policiales, llama la atención de las autoridades, se queja de la inseguridad, chilla y golpea constantemente con la mano el mostrador del estudio. El responsable del programa habla con voz grave, exige soluciones para la comunidad, muestra valentía. Su personalidad sobresale tanto que encubre el nombre de la atracción, que ni siquiera recuerdan los jóvenes, por lo que se la denomina el “programa de Varela”.

Entre los argentinos, el tema de la violencia en la televisión también causó discusiones. Uno de los participantes dijo que no le gustaba ver los partidos del equipo de fútbol argentino River Plate a causa de ese aspecto. “No me gusta. Siempre hay mucha violencia, esas cosas de sangre. Es feo, ¡me molesta!”. Un compañero de grupo recordó otras atracciones en las que la violencia es protagonista, como el programa *Policías en acción*, en el que la cámara sigue de cerca investigaciones y redadas policiales. También durante los debates realizados en Buenos Aires, otro joven anunció que: “no me gusta ver los partidos y menos todavía la violencia. Ahora, la violencia está en el campo, en la calle”. El debate se calienta cuando otro participante empieza a contar un partido que vio por la tele, en el que se retransmitieron peleas e insultos entre integrantes de aquel equipo argentino.

Violencia social

En Argentina, las niñas añaden quejas contra otro tipo de violencia vista comúnmente en los telediaros: la social. “Me gusta ver los noticieros para ver qué pasa, pero después me pongo muy triste. Muchos no tienen casa, lucharon, se pelearon o hicieron algo. Eso me deja un

Aunque la discusión sobre la pobreza y la explotación, así como las diversas formas de violencia que afectan a la infancia, haya sido especialmente contundente en Argentina, el tema apareció, invariablemente, en todos los grupos de trabajo:

Yo voy a hablar de unos niños pobres, porque a mi colegio vas a ver muchos niños que no tienen padre, algunos no le ven los padres, le dejan solo, es impresionante como es el país, eh... no tiene que comer, piden plata... piden plata, algunos limpian... vidrios eh... impresionante como es el país, hay muchos niños que no tienen que comer, no tienen madre, no tienen padre... Hay muchos que se mueren de hambre [en la televisión]... – Adolescente paraguayo

Que los niños en la calle tengan donde dormir, que tengan buena familia, que tengan para comer y que tengan alguien para cuidarlo por que los niños siempre están en problemas ... – Adolescente paraguayo

poco triste. A veces me quedo pensando que hay niños que viven en las calles sufriendo, porque no tienen monedas”, se desahoga una adolescente. Y continúa: “Me irrita que los padres no sean responsables de sus hijos. Si fuesen mis hijos, estaría con ellos, aunque estuviera buscando trabajo, dedicándoles más tiempo a ellos”. El moderador pregunta si esas escenas aparecen muy a menudo por la tele o en otros medios. “Sí, se ve mucho. Me pone triste porque son los padres los que los mandan a trabajar y son cosas que no me gustan”.

El relato provoca la intervención de otra adolescente. “Yo quería opinar sobre lo que dijo ella. Estuve oyéndola y no veo mucho la televisión. Pero lo que está pasando aquí en este país no tiene nada que ver con los niños que viven en la calle, sino con los adultos, los padres. Ves a un niño de cuatro o cinco años que pide dinero y, cuando se lo dan, lo usa para comer”. La conversación se contagia a los demás participantes. “Yo veo que hay gente muerta y herida”, dice uno. Una compañera interfiere afirmando que los niños solo piden dinero por las calles porque sus padres los obligan a ello: “eso no me parece nada bueno”. Otro joven continúa: “La tele informa, salen noticias sobre niños a los que los adultos les obligan a robar, a pedir dinero. Y hay familias en las que el padre manda al hijo a pedir dinero y a traerlo a casa. Después, ¿qué hace el padre? Se va a un supermercado o a un quiosco y compra bebidas”. Los jóvenes exhiben una mezcla de compasión y de indignación, provocados por la identificación con personajes reales próximos a sus edades. La televisión se asemeja a un escaparate, una ventana por donde ven dichas escenas.

La reclamación de los participantes argentinos crece, asume proporciones en las que sobresalen los temas políticos. Hay que destacar que no aparecen en sus quejas las condiciones de los sujetos de esas intervenciones – adolescentes y con discapacidad. Sus discursos se parecen más a los de los adultos, ya incrédulos con la política. “Este país no tiene solución. No la tiene porque siempre va a estar como está. Si, el día de mañana, tengo un hijo, no voy a dejarlo solo cuando me vaya a trabajar. Voy a dejarlo con mi madre o con mi hermana. Me pone furioso ver bebés que van a las plazoletas a pedir dinero. Eso me da lástima”.

Una colega de grupo intensifica esta queja. “También hay muchos pidiendo ayuda entre los vecinos que protestan por las calles. A los niños que están desaparecidos, que sufrieron abusos... Hay madres que venden a sus hijos a los demás... Las madres se los venden a otras familias, a los militares, por ejemplo, como en la época anterior, digo. Y eso duele porque aquí, este país siempre protesta, lucha, reclama que no hay trabajo, no hay comida, hay que pagar la cuenta del gas, de la luz, el teléfono que le cortan, siempre debe haber una obra social para eso. Me da rabia porque parece que le están pidiendo al gobierno que no haga nada”. La salida, el cambio, parece estar en la televisión, conforme dirá la misma joven en otro momento.

Discapacidades y superpoderes

Entre las preferencias de los chicos y chicas que participaron en el estudio, destacan también los dibujos animados en los que los personajes principales cuentan con poderes especiales u ostentan un comportamiento heroico o aventurero. Son los héroes de *animés* japoneses como los *Caballeros del Zodiaco* y *Naruto*, o de producciones como *las Niñas Superpoderosas*, *El Zorro*, *Los Cuatro Fantásticos*, *Ben 10*, *Padrinos mágicos*, *Power Rangers* y *Liga de la Justicia*. Aunque también se haya recordado a series de dibujos sobre otros temas (tales como *Looney Tunes*, *Bob Esponja*, *El Rey León* y *El pájaro carpintero*), las atracciones centradas en personajes más fantásticos merecieron una mayor atención por parte de los niños y niñas participantes.

La predilección por esos contenidos entre los jóvenes entrevistados no llama tanto la atención, visto que también tienen éxito entre los demás públicos de esa edad. En ese sentido, y una vez más, los adolescentes con discapacidad se asemejan mucho a los que no poseen esa característica. El aspecto revelador es que los jóvenes telespectadores con discapacidad no parecen tratar los superpoderes como supercapacidades, ni a los héroes como a seres mucho más habilitados que los humanos en general. O sea, en ninguno de los grupos focales, los participantes asociaron las descripciones de los superhéroes a comentarios sobre su propia condición. No hubo victimización, ni autopiedad.

¡Zapping! ¡Zapping!

Durante los grupos focales, los programas más mencionados fueron los más queridos por parte de los jóvenes. En pocas oportunidades, los adolescentes apuntaron atracciones a partir de un sesgo negativo. En los encuentros realizados en Salvador (Brasil), una producción resultó especialmente criticada: *Domingão do Faustão*, un programa de auditorio que se emite hace casi 20 años y que todavía tiene altos índices de audiencia. Las depreciaciones por parte de los adolescentes no se dirigieron al programa en sí, sino a su presentador, el comunicador Fausto Silva. “Odio a Faustão”, dijo una de las entrevistadas. Motivada a explicar la razón, la adolescente fue taxativa: “porque dice muchas tonterías”. Otra adolescente refuerza: “dice un montón de bobadas”. Y una tercera añade: “a mí tampoco me gusta. Corta mucho a los otros”. Otras intervenciones simultáneas hicieron aumentar el coro de desaprobación: “a mí tampoco me gusta”. “Lo odio”. En otro grupo focal en la misma ciudad, la reacción a Fausto Silva fue menor en cantidad, pero de igual tenor: “¡no le deja hablar a nadie!”

Chismes, berrinches y bochornos

Los grupos focales indicaron también que los adolescentes, especialmente los niños argentinos, se sienten molestos ante los llamados “programas de chismes”, presentes en las programaciones de diversos canales. “No me gustan esos programas de chismes porque siempre hay peleas, quién dijo qué”, afirma uno de los participantes. “No me gusta el griterío, las chabacanerías”, anuncia otro. “Eso de los chismes es horrible”, comenta un tercero. Debe recordarse que el rechazo a atracciones con ese perfil también fue identificado en diversos otros grupos focales ya realizados por ANDI y en los que participaron adolescentes sin discapacidad.

Cuando se les pide que indiquen qué cambios harían en la programación televisiva, si pudieran hacerlos, las respuestas de los jóvenes fueron bastante parecidas. “Primero, ¡quitaría los chismes!”, dice uno. “¡Y yo acabaría con los chismes!”, completa el compañero. Uno de los participantes argumenta que los chismes “pueden ser interesantes por precaución”. El moderador quiso entender mejor. “Me gusta reírme de ellos. Mi padre, mi madre y yo siempre vemos atracciones de este tipo”, respondió el niño. Entonces, el moderador pide un ejemplo de chisme digno de risa. “Nos reímos de algunos. Ahora no me acuerdo de un buen chisme”.

Las quejas se extienden a las prácticas discriminatorias presentes a menudo en esos programas: “no me gustan porque, a veces, meten a las mujeres en líos. Quién gana más, quién gana menos. Qué nota le dan a eso, o a aquello”, dice uno de los jóvenes. El mediador pregunta si son frecuentes en la tele los ejemplos de discriminación. “Sí que los hay. Discriminación por obesidad, por ejemplo”, explica un entrevistado.

Ese fue uno de los raros momentos en los que el tema de la discriminación salió a la luz en los debates. Aún así, ha de observarse que la cuestión estaba dirigida a otros grupos (obesos, mujeres, ancianos, por

ejemplo). Conforme se ha dicho anteriormente, a no ser cuando les estimuló directamente el moderador, los adolescentes no se acordaron, espontáneamente, de discutir la tríada discapacidad-prejuicios-medios de comunicación. Un caso aislado está en la declaración que aparece a continuación, de una chica argentina:

Mira, yo me acuerdo que bueno, un día vi un programa de Marcelo Tinelli que hace... es Bailando por un sueño, y hay una chica que es ciega y empezó a cantar, imaginate Marcelo cuando vio a esta chica se mataba de risa, es un hijo de su madre, cómo puede ser. Es decir, cuando vio cantar a esta chica que tiene discapacidad, es como que ella cantó un tema de Rosana, un tema de Rosana que cantó ella, pero le dijo hola qué tal, tu nombre, bueno, yo soy tal cosa, bueno, está. Empezó a cantar y cuando... porque empiezan a joder en el programa empiezan a hinchar, y él se mataba de risa.

TELEVISIÓN A LA CARTA

En los grupos focales realizados en las ciudades brasileñas – Salvador y Sao Paulo –, los organizadores de la investigación pudieron identificar, a partir de declaraciones espontáneas de los participantes, las percepciones de los adolescentes con discapacidad sobre el nuevo mecanismo de clasificación por edades para la televisión, puesto en práctica en Brasil en julio del 2007. Antes de que empiece cada atracción, las emisoras deben avisar a los telespectadores sobre los contenidos que serán exhibidos, para evitar el consumo de escenas y contenidos impropios para ciertas edades. En el anuncio de la indicación, símbolos específicos informan sobre la clasificación y simultáneamente una intérprete de la Lengua de Señas Brasileña (Libras) les interpreta el mensaje a las personas con discapacidad auditiva. En la pantalla, también se exhiben colores que corresponden a las clasificaciones, junto a carteles con cifras que aluden a las edades indicadas.

La discusión sobre la clasificación por edades no estaba prevista en el guión original de conducción de los grupos focales, exactamente porque dicho sistema no existe, bajo el mismo formato, en Paraguay ni en Argentina. En la capital del estado brasileño de Bahía, la discusión sobre este instrumento de regulación surgió a partir de la manifestación de un niño con discapacidad auditiva. Para él, la televisión “debería ser libre”, o sea, que los niños pudieran ver cualquier programa. El moderador preguntó si los jóvenes respetaban los símbolos que aparecían en la pantalla antes de cada atracción. “Yo no”, dijo uno. “Yo los respeto”, dijeron otros dos. Un colega rebatió: “claro que no los respetas”. La mayoría de los demás afirmó que no cumplía las determinaciones. Fue eso lo que hizo que el tema pasara a ser objeto de reflexión.

En uno de los grupos, el moderador preguntó si los jóvenes se habían dado cuenta de los nuevos símbolos y las llamadas indicativas de las clasificaciones por edades. Una niña dijo que ya los había visto y que, así, “está cultural para nosotros”. El moderador le pregunta si entiende la interpretación en lengua de señas, ya que tiene discapacidad auditiva. “La veo, pero no la entiendo. Porque dice que es para una edad mínima de 14 años, pero yo veo la telenovela. Y no sé si está prohibido”. El moderador le pregunta si sus padres le dejan ver aquel programa. “Mi padre está trabajando. Yo me quedo en casa solo con mi hermana. Acabo viéndolo”.

Otro chico con discapacidad auditiva dijo que comprendía a la intérprete que aparece en los anuncios de la televisión, pero se queja del tamaño del “ventanuco” por el que aparece en la pantalla. “Es muy pequeño, no se ve bien. Podría ser más grande. Es rápido, tendría que hacer más despacio las señas”, reclama.

El moderador se dirigió a los chicos y chicas con discapacidad auditiva e indagó si entienden con claridad a la intérprete de la televisión. Una niña asintió. Otros dos niños dijeron que no. La intérprete que participaba en la sesión del grupo focal tradujo: “Dicen que no consiguen ver bien. Las imágenes son pequeñas, a veces salen distorsionadas. Les confunden mucho los mensajes presentados”.

Otras intervenciones semejantes se presentaron en distintos momentos de los grupos focales, lo que permite identificar con mayor nitidez las dificultades que tienen las personas con discapacidad auditiva ante la pequeña pantalla. Una adolescente con esa característica dijo que no le gustaban ciertos dibujos animados por una razón práctica: “falta identidad y subtítulos. Y entonces, yo no consigo saber su objetivo, no entiendo los dibujos. Es malo para mí”. Otro adolescente desdeña los telediarios, total “hablan de muchos asuntos que, en realidad a menudo no entendemos”. Una joven con discapacidad auditiva presenta un deseo que podría ser una solución al problema: “Yo quería que se presentara el noticiero en lengua de señas”.

Un adolescente aprovecha el debate sobre esta temática y protesta en favor de los niños. Según él, en el programa Casos de familia sólo pueden participar y contar sus relatos los adultos. “Me parece mal lo que están haciendo. Creo que los niños también podrían ir al programa y contribuir con sus palabras”.

La televisión ideal

También se incentivó a los jóvenes participantes en la investigación a que reflexionaran sobre qué sería una programación televisiva ideal. El moderador les presentó a los adolescentes la siguiente indagación: “¿cómo actuarías si tuvieras tu propio canal de televisión?” Las respuestas variaron desde tonos más creativos y reivindicativos a la duda y una absoluta falta de propuestas por parte de esos telespectadores. No obstante, dicho comportamiento no difiere del verificado en otros grupos focales sobre los medios de comunicación ya realizados por ANDI. De un modo general, los adolescentes tienden a reproducir en sus propuestas los contenidos a los que tienen acceso de manera cotidiana. O sea, la mayor parte de las veces, saben criticar lo que existe, pero padecen enormes dificultades a la hora de sugerir alternativas – lo que no debe causar extrañeza, dada la fase embrionaria, si existen, de las iniciativas de educación para los medios de comunicación en los países estudiados.

Entre aquellos que hicieron sugerencias, hay casos de una posible emisora compuesta por una programación exclusiva de dibujos animados y “mucho Gugu [presentador brasileño]”. Canales sólo con telenovelas, otros sólo con deportes. Muchos también defendieron que modificarían las programaciones presentadas y acabarían con programas como el del comunicador brasileño Fausto Silva y con la versión en dibujos animados del *Chavo del 8*, por ejemplo.

Otros “propietarios” fueron más allá en sus objetivos de reprogramar la programación televisiva. Una niña llegó a decir: “si yo fuera la dueña, podría cambiar el mundo”. Otra dio un discurso político: “yo cambiaba toda la tele. No creo mucho en política, pero si estuviera en la televisión, tendría el derecho a decir lo que digo y lo que siento. Por mí, lo cambiaría todo. Si los políticos no estuvieran de acuerdo, les diría: no me gusta eso, ¡cambien!”. Una tercera mantuvo el entusiasmo: “me gustan los programas que muestran las manifestaciones, porque salen consignas, y se aprendería con ello. Puede haber una solución”.

Noticias y derechos

Tal vez la ausencia de una exigencia de esa naturaleza – contenidos específicos para personas con discapacidad en la televisión – sea el resultado de una invisibilidad mayor. ¿Los adolescentes con discapacidad ven noticias que reflejen su condición? ¿La gente con discapacidad forma parte de la pauta de los telediarios? Los realizadores de esta investigación les preguntaron a los adolescentes

LAS SUGERENCIAS DE LOS ADOLESCENTES

- “Si fuera la dueña de una televisión, habría comedias, dibujos animados, pero no muchos telediarios”.
- “Yo iba a ser un buen dueño de la cadena SBT. Lo único que no iba a permitir era *El Chavo del 8* en dibujos animados. Hay una parte de esa serie que no me gusta, que es el perrito Satanás. No iba a dejar que saliera y listo”.
- “En la mía, iba a haber comedias y películas de terror”.
- “Yo iba a poner los dibujos animados de Disney”.
- “Yo iba a poner películas de terror. Y también iba a continuar siendo el dueño, siempre el dueño”.
- “Yo solo iba a cambiar los noticieros. Iban a ser noticias lo que se retransmitiera”.
- “Si yo tuviera una empresa de televisión, pondría unos 150 canales, 30 de deportes, 40 de dibujos animados y 20 interactivos”.
- “En la mía iba a haber tres cosas: deportes, cosas para el público joven y dibujos animados”.
- “Yo iba a poner un poco de todo. Deportes, dibujos, telediarios”.
- “Yo ponía muchas películas, de guerra y también de Jesús”.
- “Programas para la mujer, donde se enseña a cuidar de las flores. Haría también trabajos manuales. Sería muy útil”.
- “Si yo tuviera un programa, sería todo de información. Todo lo que sucede en el mundo. Información bien detallada, pero buena”.
- “Yo me parecería a Favio Posca [personaje de una telenovela argentina], igual a él. Quiero disfrazarme como él”.

Llama la atención que ninguno de los participantes de cualquiera de los grupos focales realizados haya sugerido la creación de un programa destinado directamente a gente con discapacidad o que mostrara esa realidad. Los adolescentes con discapacidad son, antes que nada, adolescentes y les preocupa de manera inmediata el montar su programación con base en sus preferencias: dibujos animados, películas, telenovelas y otras atracciones. Sin embargo, una vez más se confirma la invisibilidad de este tema en el discurso de los propios adolescentes. Incluso en una oportunidad como la presentada durante los grupos focales – en la que eran libres para proponer la inclusión de cualquier tipo de programación – no surgió ni una única sugerencia que remitiera a especificidades de la población con discapacidad.

si recordaban reportajes con esa temática, cuando habían sido retransmitidos y de qué forma se retrataba a esas personas.

De manera general, las respuestas indicaron o bien la escasez de reportajes, o bien su ocurrencia remota. Varios jóvenes sólo se acordaban de trechos de reportajes, películas o anuncios. Fueron escasas las ocasiones en las que los niños y niñas articularon en sus respuestas las condiciones de discapacidad y la fase de adolescencia de los retratados. “Vi un video sobre este tema. Salió incluso una amiga mía que participó en la *Carrera desafío*. Salió en la Globo. Me pareció muy guay”, dijo uno de los jóvenes brasileños. Su compañero de grupo, un niño con discapacidad visual, citó un reportaje sobre la Fundación Dorina Nowill para Ciegos, una entidad que atiende a personas ciegas y con baja visión.

Entre los reportajes mencionados, merecen ser destacados los que giran en torno al tema de la violación de los derechos de las personas con discapacidad. Una adolescente argentina citó, por ejemplo, un reportaje transmitido por la televisión sobre los abusos sufridos por dos estudiantes con discapacidad en pleno transporte escolar. Otra se acordó de un programa de periodismo de investigación que acompañó a un niño en silla de ruedas en su tentativa de viajar. Debido a su condición, la ley le garantiza al adolescente el derecho de utilizar gratuitamente este transporte, en uno de los asientos reservados. Sin embargo, la empresa no autorizó a que hiciera el viaje, por alegar que era temporada alta. “La empresa les vendía los asientos a los turistas y ganaba dinero con ello”.

Según los participantes en el estudio, otra hecho bastante común consiste en la explotación de la situación de las personas con discapacidad, con el objetivo de generar sentimientos de compasión y lástima. Un adolescente porteño cuenta el caso de un programa que pedía billetes para dos niños con discapacidad. “Fueron, filmaron y salieron por la tele dos conocidos míos”, relata, descontento con la exposición, que más le pareció una humillación. Otro joven paraguayo se acordó de un anuncio en el que una señora con discapacidad pedía donativos.

Invisibilidad

Para los niños y niñas que participaron en los grupos focales, no es común que la televisión muestre a personas con discapacidad en una posición digna. “Como un señor con muletas que cumplía los 50”, recordó un adolescente de Asunción. Más raro aún es que la televisión retrate a gente con discapacidad reivindicando sus derechos. Un grupo de jóvenes puso un ejemplo: “fuimos a una manifestación para darle un abrazo [simbólico] al Congreso argentino por los derechos de los discapacitados”, empezó uno de ellos. Otro completó: “Como yo estaba con muletas, me sacaron fotos”. Y añade: “Es bueno y está bien que se haga eso por los discapacitados. Le

En consonancia con la cobertura normalmente mostrada en los periódicos, los adolescentes que participaron en la investigación recordaron casos relacionados con la accesibilidad, los deportes, las personas con discapacidad en condiciones excepcionales (de víctimas o héroes).

De acuerdo con el estudio *Medios de comunicación y discapacidad* – realizado por ANDI y por la Fundación Banco do Brasil, con el apoyo de la *Escola da Gente* –, entre los temas más cubiertos por parte de la prensa escrita brasileña se encuentran las cuestiones de accesibilidad (el 13,8%) y violencia (el 8%), entre cerca de 20 temas estudiados.

faltan tanto el respeto a nuestros derechos que hay gente que no nos deja subir a los autobuses, que a veces pasan sin parar. En realidad, ¡esa manifestación fue espléndida!”

Otro ejemplo que le dio un ángulo positivo a una materia periodística fue el caso de los Juegos Parapanamericanos del 2007. Un adolescente con discapacidad visual recordó a los ciegos que jugaban a la pelota y una niña con discapacidad auditiva explicó que los atletas se orientaban por el ruido de la pelota en el campo. Se mencionaron también otras modalidades deportivas, además de la actuación de los atletas en silla de ruedas.

Personajes sobresalientes

Es curioso observar que la visibilidad de las personas con discapacidad crece cuando se desplaza el foco del periodismo al entretenimiento, específicamente a la ficción. Los adolescentes recordaron con más facilidad a personajes con discapacidad retratados en las telenovelas y los dibujos animados – tal vez por ser más cautivador el universo de la ficción o también porque tales personajes permanecen durante más tiempo en la pantalla. El hecho es que algunos fueron mencionados fácilmente. Con otros, hizo falta un estímulo extra del moderador.

Ha de resaltarse que ese tipo de mención resultó más relevante en los grupos realizados en Brasil. El *merchandising* social incluido en las telenovelas (especialmente en las de la Red Globo), en historias en cómic, en programas infantiles y en las películas acabó causando un impacto sobre la opinión de los participantes oriundos de Salvador y de Sao Paulo.

Entre los adolescentes de los grupos focales brasileños, destacaron dos personajes de telenovelas: Jatobá, el simpático ciego que representó el actor Marcos Frota en la telenovela *América*, y Clara, la chiquilla con síndrome de Down de *Páginas de la vida*, ambas exhibidas hace pocos años por la televisión gratuita en ámbito nacional. Sus discapacidades fueron identificadas con facilidad por parte de los jóvenes y siempre se describió a estos personajes con cualidades positivas. Por ejemplo, se consideró a Clara “bonita”, “mucho más desarrollada”, “muy inteligente”. La identificación con el personaje fue tan grande que una de las participantes en el estudio llegó a decir que “Clara era igual a mí”.

Se enumeraron además los personajes de Gabrielzinho y Flor, también de la telenovela *América*; Joana, de la telenovela *Chiquititas*; Luca, personaje con discapacidad de la *Pandilla de Mónica*; Francesca, una chica en silla de ruedas de la *soap opera* *En el gimnasio*; y Mauro, un amigo con discapacidad visual del personaje Júlio, en *Quiquiriquí*.

Júlio llegaba de la escuela y se fue a hacer los deberes a casa de Júlio, entonces él estaba usando una regleta. Llega Caco, que es el papagayo, y le preguntó qué pasaba. Y entonces habló él. Y, cuando fue a guardar su material, Caco le preguntó a Júlio por qué guardaba el material sin mirar. Entonces Júlio se lo explicó.

– **Adolescente brasileño**

En la Pandilla de Mónica hay un chico llamado Luca, es un personaje nuevo que creó Maurício de Souza. Ese sí que me gustó, porque el propio dibujo representa a una persona con un problema físico. Marcó a todos los niños del mundo que tienen alguna discapacidad. – **Adolescente brasileño**

Mostraron tener peor memoria los participantes de los grupos focales realizados en Paraguay. No se mencionó el nombre de ningún personaje, solo se hicieron descripciones vagas. Un joven citó una telenovela en la que salía un chico en silla de ruedas. Él había sufrido un accidente de tráfico. Otro niño se acordó de una telenovela llamada *Rubí*, cuyo personaje principal tenía una hermana con discapacidad física, víctima de un empujón en la escalera. Dos adolescentes recordaron también una película con un hombre ciego que quería asesinarlos a todos.

Entre los argentinos, en ambos grupos se acordaron del personaje Juan, de la telenovela *Son de Fierro*, un profesor ciego, que demuestra ser una buena persona e inspira una cierta compasión por parte del público, y está enamorado de una alumna suya. Los jóvenes del estudio citaron también a otros dos personajes: Osvaldo Laport, de la telenovela *Custodio de este amor*, y el personalísimo oficial vivido por Al Pacino en la película *Perfume de mujer*.

Como una de las actividades finales realizadas en el ámbito de los grupos focales, el moderador quiso verificar cómo se comportaban los niños y niñas ante unos dibujos animados en los que salían personajes con discapacidad. Para ello, se exhibió un episodio de *Clifford, el perrito*⁴. Si antes se había incitado a los adolescentes a citar de memoria a personajes de telenovelas o de dibujos animados que tuvieran alguna discapacidad, ahora el desafío consistía en ver el episodio y destacar algo parecido.

En la mayoría de los ocho grupos focales hubo dudas, inseguridad y confusión a la hora de describir a los personajes y la trama. El moderador les preguntó sobre la existencia de personas con discapacidad en aquellos dibujos animados [más allá del episodio específico presentado], pero no todos consiguieron identificar ese elemento en la historia. Hay participantes que se centraron más en la trama y se olvidaron de registrar si había o no personajes con discapacidad. Otros llegaron a afirmar que existía algún personaje con ese perfil, pero fueron vagos y superficiales. Una joven respondió: “él es delgadito. Tiene síndrome de Down, yo qué sé” – cuando, en realidad, el personaje usa silla de ruedas.

Por otro lado, algunos adolescentes consiguieron no solo identificar a un personaje ciego en el episodio exhibido, sino que también a la perrita que hacía de guía. Un niño con discapacidad auditiva dijo, por medio de su intérprete: “Me pareció interesante la mujer que no veía. Aunque no consiguiera ver, consiguió notar el problema de la flor, que se estaba muriendo porque el agua la estaba encharcando”. Otro adolescente con esa misma discapacidad completó: “Es la historia del perro guía. Él ayuda al ciego a desplazarse. Le da información y respeta las señales de su dueño”.

Cuando se les incitó a añadir comentarios sobre la historia, otros cuatro jóvenes describieron lo que habían extraído de los dibujos animados. “Creo que la idea consiste en mostrar que un discapacitado visual no es un inútil. La niña pensó que no podría ver cómo son las plantas, pero tenía una técnica”, dijo el primero. “A la gente le parece que un discapacitado visual no puede hacer nada, pero puede hacer todo lo que quiera. Con el aparato necesario, puede hacerlo todo. Bien sea un perro guía, un bastón, el braille o la regleta”, completó el segundo. El moderador indaga si es importante que se trate sobre esos asuntos en los dibujos animados. “Sí, educa a los niños aún pequeños, para que no discriminen cuando sean mayores”. Un tercer participante interviene: “Los dibujos también muestran que no existe eso de los prejuicios, ¿verdad? Si una persona es discapacitada, va a serlo durante el resto de su vida. Eso no tiene cura, y ese es el ejemplo que están dando”. Un cuarto niño concluye. “Los dibujos sirven de ejemplo, para incentivar a los niños más pequeños a que no tengan prejuicios al ver a un discapacitado”.

⁴ Por problemas técnicos, estos dibujos animados no pudieron exhibirse en los grupos de Asunción y Buenos Aires, solo fueron descritos por el moderador.

MARCÁNDOLES EL GUIÓN A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los trabajos desarrollados en el ámbito de los grupos focales buscaron también promover debates acerca de lo que les gustaría encontrar a los jóvenes con discapacidad en los medios de comunicación en lo que se refiere a reportajes. Una niña paraguaya fue muy directa: “quería ver a niños sordos en la tele. Nunca los he visto”. Su colega de grupo prefiere ver noticias sobre deportes para discapacitados. “Hay muchos juegos para sordos, como el *softball*, las Olimpiadas, etc.” Otro chico dijo que esperaba ver en los medios de comunicación que las cosas van a mejorar para la gente con discapacidad: “todos tienen sus derechos”.

Debe observarse que, cuando se les preguntó cómo les gustaría que se presentara en la televisión el tema discapacidad, los jóvenes de los tres países adoptaron, de manera general, una perspectiva con más propuestas, en busca de soluciones.

Las propuestas de esos jóvenes telespectadores, con conocimiento de causa de las dificultades cotidianas de un adolescente con discapacidad, pueden servir de guión para las redacciones de los tres países en los que se realizó este estudio:

- “Me gustaría que salieran noticias sobre que es posible que haya menos escalones y más rampas, ya que hay gente que tiene problemas y no puede subir”.
- “Información para ayudar a los discapacitados. Así como hacen algunos programas en los que se hay un número de teléfono disponible para recibir ayuda”.
- “Quería ver un reportaje sobre un niño que tiene dificultades a la hora de caminar”.
- “Me gustaría que la gente se preocupara más por los discapacitados y que abordaran temas de los niños con problemas. Así, se conoce mejor el asunto”.
- “Quiero ver más cosas reales e informativas, porque hay muchos que no conocen esos problemas. Me gustaría saber más sobre las dificultades de cada uno”.
- “Para mí, lo que falta es valor. Algo no se está mostrando aquí, en Argentina. Hace falta valor para conocer el asunto”.
- “Yo quería ver que hasta el presidente ayuda a los discapacitados, pues me parece que ahora no nos está ayudando. Me gustaría que se colocaran rampas, cosas de ese tipo”.
- “Yo quería que mostraran las dificultades que tienen a la hora de estudiar las personas con discapacidad”.
- “Quería ver que está mal dejar a una persona con discapacidad quedarse de pie en el autobús”.
- “Cierta día, la emisora Bandeirantes fue a mi colegio y nos grabó a la hora del recreo. Quería que saliéramos por la tele jugando, estudiando”.
- “Yo quería que el telediario se presentara en lengua de señas”.
- “Me gustaría saber más sobre los atletas con discapacidad. Cómo consiguieron llegar adonde están”.

CONCLUSIÓN

La realización de ocho grupos focales en cuatro ciudades de tres países latinoamericanos permitió conocer la opinión de 67 adolescentes con discapacidad, con edades entre los 11 y los 13 años, de ambos sexos y tanto con un bajo nivel de renta, como de clases media y alta. El estudio hizo posible entrever no solo sus hábitos de consumo de los medios de comunicación, como también sus posturas ante los contenidos retransmitidos por este medio. Y además se puso de manifiesto la interacción de esos sujetos, el choque de opiniones, las contradicciones y la reformulación de sus discursos.

A modo de conclusión, se pueden destacar los siguientes aspectos:

- Existen grandes semejanzas entre los adolescentes con discapacidad participantes en los grupos focales y los demás sujetos de su misma edad, aunque sin discapacidad. En muchos momentos de los debates, la ausencia de visión o de audición, sus imposibilidades físicas, e incluso la distinción de los niveles de desarrollo intelectual, no se interpusieron entre los participantes en el estudio, sus hábitos o preferencias de consumo de los medios de comunicación. Los adolescentes con discapacidad no hicieron de su situación una bandera ni una tabla de salvación. Razonaron y actuaron como cualquier otro adolescente: con una cierta inseguridad, ambigüedad y un pragmatismo desconcertante.
- No se hicieron sentir grandes distinciones entre los niños y niñas con discapacidad argentinos, brasileños y paraguayos. Dialogan unos con los otros. Los detalles locales – como los programas mencionados – es lo que podría suponer alguna distancia, pero como muchas atracciones resultan comunes entre los países, ni siquiera se destacó ese aspecto. Los países de La Plata ven las telenovelas brasileñas. Los dibujos animados se retransmiten aquí y allá. O sea, la mayor parte de las referencias a los medios de comunicación son comunes.
- De manera general, los adolescentes de la investigación mencionaron pocos casos de noticias sobre personas con discapacidad. Menos aún sobre adolescencia y discapacidad, lo que hace de ese par algo prácticamente oculto.
- Se deja ver que el joven con discapacidad se ve poco a sí mismo en la programación convencional de las emisoras de televisión. Se queja del exceso de violencia y de la “chabacanería” reinante y, si pudiera, interferiría positivamente en la definición de pautas periodísticas que le prestasen la debida atención a la vida de las personas con discapacidad.
- Básicamente fueron recordados tres tipos de personas con discapacidad entre los personajes de telenovelas: los ciegos, las personas en silla de ruedas y aquellas con síndrome de Down. La inclusión de personajes con discapacidad durante los últimos años hizo que las telenovelas fueran recordadas rápida y espontáneamente por parte de los participantes de este estudio, tanto en Brasil – con más frecuencia – como en Argentina y Paraguay.

-
- Aunque todavía consuman muchas horas de dibujos animados a lo largo del día, los adolescentes del estudio sintieron dificultades a la hora de recordar a personajes con discapacidad, así como no se sintieron tan seguros en el momento de destacarlos en la trama. A veces, hubo que motivarlos, llamar su atención hacia tales personajes.
 - Como la realidad cotidiana de la gente con discapacidad tiene lugar lejos de la pantalla, los adolescentes se ven poco a sí mismos en ese universo. Su percepción consiste en que la televisión podría ser un espejo, aunque actualmente todavía funcione más como una ventana o un escaparate. Por esta razón, no es raro que las miradas de los participantes en la investigación hayan buscado más directamente los problemas sociales y humanos que los suyos propios. Los adolescentes de este estudio se compadecen más de los niños en situación de calle, de las niñas que sufren abusos, de la miseria y la pobreza. Como si su situación no contara, y como si los derechos de los demás fueran más violados que los suyos propios.
 - Independientemente de los resultados que interpretan las narraciones particulares de los participantes, el estudio denota la necesidad urgente de incluir a ese público en investigaciones como ésta, que no se limitó a compilar sus opiniones solo sobre cuestiones relativas a la discapacidad, sino sobre un asunto más amplio, acerca del que tienen todo el derecho a dar sus puntos de vista.
 - Una vez más, tal y como ocurrió con actividades desarrolladas por adolescentes sin discapacidad, los grupos demuestran la necesidad de que se incluya una seria discusión sobre la educación para los medios de comunicación en el currículo escolar.

FICHA TÉCNICA

ANDI – Agencia de Noticias de los Derechos de la Infancia

Presidente: Oscar Vilhena Vieira

Vicepresidente: Geraldinho Vieira

Secretario Ejecutivo: Veet Vivarta

Secretaria Ejecutiva Adjunta: Ely Harasawa

Más una ventana que un espejo: la percepción de adolescentes con discapacidad sobre los medios de comunicación en Argentina, Brasil y Paraguay

Realización

Agencia de Noticias de los

Derechos de la Infancia – ANDI

Red ANDI América Latina

Apoyo

Save the Children Suecia

Supervisión editorial

Veet Vivarta

Coordinación general del estudio

Guilherme Canela

Consultor

Romeu Kazumi Sassaki

Asistentes de coordinación

Ana Néca y Fábio Senne

Ayudante en prácticas

Ingred Castro

Coordinación editorial

Adriano Guerra

Consultoría de texto

Rogério Christofolletti

Edición de texto

Marília Mundim

Producción

Tainá Frota

Traducción

Sandra Pérez

Diagramación

Diogo Moraes

Brasília, enero de 2008

EQUIPOS LOCALES

Argentina

Organización: Periodismo Social

Coordinación Ricardo Andrada

Organización y asistentes: Monica Zavala y Laura Laborde

Brasil

São Paulo

Organización: Cipó – Comunicación Interactiva

Coordinación: Ciza Lessa

Organización y asistente: Mariana Albanese

Intérprete de lengua de señales: Roberta Almeida

Salvador

Organización: Cipó – Comunicação Interativa

Coordinación: Milena Oliveira

Asistentes: Ana Flávia Souza; Anselmo Souza; Bruna Hercog

Intérprete: Cristiane Santana de Melo

Filmación: Luca Pedreira

Paraguay

Organización: Agencia Global de Notícias

Coordinación: María Silvia Calvo

Responsable general: Fernando Hamuy

Organización y asistentes: Letícia Ritter y Cláudia Pacheco

Intérprete de lengua de señales: Ignácio Chavez

El uso de un idioma que no discrimine ni marque diferencias entre hombres y mujeres o niños y niñas es una de las preocupaciones de los realizadores de esta investigación. Sin embargo, no se ha llegado a un acuerdo entre los lingüistas sobre la manera de hacerlo. Por ello, con el propósito de evitar una sobrecarga gráfica a la hora de marcar la existencia de ambos sexos en lengua española, se optó por usar el masculino genérico clásico en la mayor parte de los casos, con lo que se sobreentiende que todas las menciones en dicho género representan a hombres y a mujeres.



SDS - Ed. Boulevard Center, Bl. A, sl. 101
70. 91-900 – Brasília, DF
Telephone: (61) 2102 -6508
Fax: (61) 2102 -6550
Site: www.andi.org.br