

Universidad Andina Simón Bolívar

Sede Ecuador

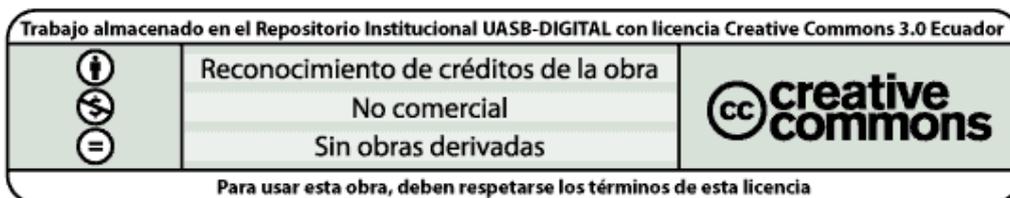
Área de Comunicación

Programa de Maestría en Comunicación

**La imagen de las personas con discapacidad que proyecta la
comunicación de bien público del Consejo Nacional de
Igualdad de Discapacidades (CONADIS) desde enero de 2013
hasta febrero de 2014**

Andrea Paola Yépez Mosquera

Quito, 2017



**Cláusula de cesión de derecho de publicación de
Tesis**

Yo, Andrea Paola Yépez Mosquera, autora de la tesis intitulada La imagen de las personas con discapacidad que proyecta la comunicación de bien público del Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades (CONADIS) desde enero de 2013 hasta febrero de 2014 mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título Magíster en Comunicación en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

Fecha.

Firma:

UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR

Sede Ecuador

Área de Comunicación

Maestría en Comunicación

La imagen de las personas con discapacidad que proyecta la comunicación
de bien público del Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades
(CONADIS) desde enero de 2013 hasta febrero de 2014

Andrea Paola Yépez Mosquera

Directora: Ximena Vaca

Quito - Ecuador

2017

Resumen

La presente tesis aborda la proyección de la imagen de las personas con discapacidad en la comunicación de bien público del Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades (CONADIS). En este contexto, el objetivo principal busca identificar los elementos claves de la caracterización audiovisual y la representación presentes en los videos de CONADIS los cuales determinar características sociales que se les atribuye a las personas con discapacidad. El corpus del análisis son cinco videos emitidos desde enero de 2013 hasta febrero de 2014. En las revisiones efectuadas en la biblioteca de la Universidad Andina Simón Bolívar, Universidad Católica, Universidad Central y Flacso no se encontraron investigaciones sobre la imagen de las personas con discapacidad que se proyecta en los videos de CONADIS, por lo que el estudio pretende ser un aporte valioso para futuras investigaciones comunicacionales y relacionadas al ámbito de la discapacidad. Este trabajo pretende ser un aporte sobre cómo se está proyectando la imagen de las personas con discapacidad desde la comunicación de bien público de CONADIS y su percepción.

Para conseguir los objetivos propuestos, primero se realiza una aproximación conceptual sobre imagen, cultura, representaciones, estereotipos y campañas comunicación de bien público, tomando en cuenta la dimensión social, para luego analizar el contenido, considerando el contexto en el cual fueron elaborados los videos y las características de su construcción audiovisual.

La imagen que proyecta los videos de CONADIS, proyectan a las personas con discapacidad como un grupo de atención prioritaria que exige sus derechos. Estos videos ya no solo se centran en la atención médica o la rehabilitación, sino buscan el apuntan al cumplimiento de normativas técnicas establecidas y en cambios actitudinales de la sociedad, para una inclusión efectiva, donde se entienda que las barreras a las que se enfrentan las personas con discapacidad no son problemas individuales, sino una problemática estructural y social.

Palabras claves: Personas con discapacidad; comunicación de bien público; imagen; representación; estereotipo.

Agradecimiento

A mi familia, ustedes cuatro son mi roca, mi mundo y mi alegría.

A Ximena por ser una guía en este camino

Dedicatoria

A las personas con discapacidad, por demostrar que lo especial se lleva en el corazón.

Tabla de contenidos

Capítulo primero: Imagen, representación e identidad	12
1.1 Definición de la Imagen como Comunicación.....	12
1.2 Cultura Visual.....	15
1.3 Representaciones: dar sentido a las cosas.....	18
1.4 Funciones constructivas del estereotipo: la identidad social.....	20
1.5 Campañas de comunicación de bien público.....	22
Capítulo segundo: La Discapacidad en el Ecuador	31
2.1 Definición de Discapacidad y tipos de Discapacidad.....	31
2.2 Acciones desarrolladas en Ecuador a favor de las personas con discapacidad....	34
2.3 Realidad de la Discapacidad en el Ecuador.....	36
2.4 Institucionalidad y Derechos: CONADIS.....	45
Capítulo tercero: Análisis de la imagen de las personas con discapacidad que proyecta la comunicación de bien público del Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades (CONADIS)	47
3.1 Revisión y características del contenido de los videos de CONADIS	
3.1.1 Video plataforma virtual CONADIS.....	48
3.1.2 Video Historia de vida – Fernando Mora.....	52
3.1.3 Video construyendo una sociedad inclusiva	55
3.1.4 Video prevención de discapacidades en accidentes de tránsito.....	58
3.1.5 Video dificultades a las que se enfrentan las personas con discapacidad....	60
3.2 Construcciones audiovisuales de las personas con discapacidad en los cinco videos de CONADIS.....	64
3.3 Estereotipos de las personas con discapacidad en los cinco videos de CONADIS.....	69
3.4 Análisis del grupo focal y entrevistas.....	73
Conclusiones	82
Bibliografía	86

Índice de tablas

Tabla 1. Discapacidad por provincia.....	38
Tabla 2. Tipos de discapacidad.....	39
Tabla 3. Discapacidad por género.....	41
Tabla 4. Personas con discapacidad incluidas laboralmente por provincia.....	42
Tabla 5. Personas con discapacidades incluidas laboralmente por tipo de discapacidad.....	43
Tabla 6. Comparación de la entrevista grupal y el grupo focal.....	74

Índice gráficos

Gráfico 1. Tipos de discapacidad.....	39
Gráfico 2. Discapacidad por género.....	41
Gráfico 3. Inclusión laboral por tipo de discapacidad.....	43
Gráfico 4. Representación por género.....	65
Gráfico 5. Representación por tipo de discapacidad.....	65
Gráfico 6. Representación por rango de edad.....	66
Gráfico 7. Representación por etnia.....	67
Gráfico 8. Valores asociados a la discapacidad.....	71

Introducción

La discapacidad forma parte de la condición humana. Todos en algún momento de nuestra vida tendremos algún tipo de discapacidad ya sea transitoria o permanente. Con la edad perderemos poco a poco la visión, nuestra capacidad de movilizarnos o nuestra audición. Es en ese momento entenderemos las dificultades a las que se enfrentan las personas con discapacidad día a día.

Mi relación con los temas de discapacidad está marcada por dos momentos. Hasta los diecinueve años no conocía nada respecto a la discapacidad, no tenía familia o amigos con alguna discapacidad, lo único que me recordaba que existían personas con estas condiciones era ver en la calle alguien en silla de ruedas.

En la universidad conseguí una pasantía en FENEDIF (Federación Nacional de y para Personas con Discapacidad Física) y mi perspectiva acerca del tema cambió completamente. Comencé a involucrarme, aprender, pero sobre todo empecé a sentir.

Mis impresiones fueron diversas acerca de las personas con discapacidad que conocí y de la manera cómo vivían en una sociedad poco incluyente. Las personas con discapacidad generaron impresiones desde sorpresa y admiración, hasta la tristeza e indignación.

Más tarde, conseguí un trabajo en CONADIS (Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades). Aquí ya no solo aprendí sobre proyectos sociales y campañas específicas, sino que en esta institución pude ver cómo las políticas públicas y las acciones por parte del Estado pueden influir notablemente en la vida de las personas con discapacidad. Establecer políticas transversales genera una gran diferencia en la calidad de vida de una nación a mediano y largo plazo.

Finalmente, después de algunos años en CONADIS formé parte de uno de los proyectos más difíciles, pero de los más gratificantes. La Misión Solidaria Manuela Espejo dirigida desde la Vicepresidencia de la República. Todo lo que había aprendido en las oficinas de FENEDIF y CONADIS se quedó corto contrastado con la realidad de salir al campo, recorrer todo el Ecuador y tratar con miles de personas con discapacidad y sus familias. Aquí reconocí la importancia que tiene cada aspecto de las estrategias, políticas y planes de y para las personas con discapacidad.

El presente estudio surgió de las inquietudes, principalmente comunicacionales, de esos ocho años de trabajo en el ámbito de la discapacidad en el Ecuador. De todo lo que aprendí, pero también de todo lo que falta por hacer.

Algo que llamó mi atención en estos años de trabajo fue la falta de comunicación y consulta hacia las personas con discapacidad sobre temas que les competen. Muchas veces son excluidos en la toma de decisiones en cuestiones que afectan directamente su vida.

La investigación es esencial para acrecentar la comprensión de la sociedad sobre la problemática de la discapacidad y su dificultad de desenvolverse en un ambiente poco incluyente. Es momento de comenzar a ser más críticos y exigentes en cuanto a la elaboración de políticas, estrategias, planes, proyectos, mensajes y campañas para las personas con discapacidad.

Por eso, la importancia de analizar cómo se gestiona la comunicación de bien público en una institución como CONADIS, que se encarga de las políticas transversales nacionales sobre temas de discapacidad. El presente análisis es una combinación de dos temas que me apasionan y considero fundamentales, la comunicación y la discapacidad en el Ecuador.

Este análisis busca identificar qué imagen proyectan los videos de comunicación de bien público de CONADIS de las personas con discapacidad, por lo tanto, se busca identificar características sociales que se les atribuye a las personas con discapacidad.

Esta tesis empieza con un marco teórico, donde se definen conceptos y categorías fundamentales del trabajo de análisis como imagen, cultura visual, representaciones, estereotipos y campaña de comunicación de bien público, entre los más importantes. El capítulo dos presenta datos y conceptos sobre la discapacidad en el Ecuador y las acciones tomadas en favor de las personas con discapacidad. El tercer capítulo detalla las líneas metodológicas, herramientas de investigación y presenta el análisis de las construcciones audiovisuales y estereotipos de las personas con discapacidad representadas en los cinco videos analizados. Finalmente, se presentan las conclusiones de este trabajo.

Capítulo primero

Imagen, representación e identidad

En esta investigación se analizó cinco videos de comunicación de bien público del Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades (CONADIS) y la imagen de las personas con discapacidad que proyectan. A continuación, se delimitará el marco teórico a partir del cual se realizará un acercamiento a la definición de imagen como comunicación, cultura visual, representaciones, estereotipos y campañas de comunicación de bien público como conceptos principales.

1.1 Definición de la Imagen como Comunicación

La comunicación se puede entender como la transmisión, mediante canales naturales o artificiales, de una parte de un mundo situado en un lugar o época determinada hacia otro lugar y época, para influir en el desarrollo de los comportamientos de los receptores, siendo así, se puede afirmar que una de las funciones de la comunicación es transmitir imágenes de un lugar del mundo a otro. “Esta idea de comunicación designa con el nombre de imagen a un sistema de datos sensoriales estructurados, que son producto de una misma escena”¹.

El papel de la imagen en la comunicación ha evolucionado a lo largo de los años hasta llegar a la sociedad tecnológica de la actualidad. La imagen es un objeto de percepción y simbolización. Las personas descubren una sensación, sentimiento o actitud sobre una imagen que observan. La comunicación visual tiene una fuerte carga semántica lo que hace que el discurso audiovisual genere mensajes más allá del lenguaje verbal.

Si se toma en cuenta la masificación, es decir, la multiplicación de la imagen a través de la copia, ha atravesado tres etapas. La primera, la “prehistoria de la imagen”, donde las imágenes eran el producto único de un artesano igualmente único. La segunda etapa de la imagen fue el descubrimiento de la trama fotográfica. La difusión del cartel, las postales, reproducciones de pinturas y la expansión de las artes gráficas fueron factores que impulsaron la masificación de las imágenes a tal punto que ya no son

¹Abraham Moles, *La Imagen: Comunicación funcional*, (México DF, Trillas, 1991), 11.

objetos de atención inmediata ya que se han devaluado por su abundancia. Estamos, al parecer, en la tercera etapa de la imagen donde ya no es solo un producto de la comunicación. En esta etapa se toma conciencia de la búsqueda de una teoría de la comunicación visual en donde lo operacional se somete, y el empleo del estímulo visual pertenece por derecho a una estrategia de comunicación.²

La imagen tiene un soporte material, es decir, puede ser un documento de papel o un conjunto de señales eléctricas; además, es objetiva en el sentido de que es un objeto particular siempre accesible a cualquier observador, que se convierte en potencial testigo del acto que el emisor crea.

En el universo comunicacional, la imagen es un elemento clave, es una representación de nuestra realidad captada a través de los sentidos, que posee una carga significativa. Para Joan Costa, la imagen es “la impresión, ya sea de conjunto o relativa a cada detalle que compone un campo visual, y *la conclusión que de ella obtenemos*, aunque ésta sea inconsciente. Una imagen es pues una síntesis de lo que vemos y de su figura particular, pero sobre todo, de aquello que *evoca* en nuestro espíritu o en nuestra mente³.”

Por su parte, para Lorenzo Vilches “la imagen tiene significación porque hay personas que se preguntan por su significado. Una imagen de por sí no significa nada⁴.” Pero puede representar mucho, sobre todo si esta imagen proviene o es presentada por un emisor que llega a un gran porcentaje de la sociedad y tiene credibilidad.

Las imágenes funcionan como textos visuales, una combinación de elementos formales y temáticos que siguen ciertas reglas y estrategias específicas en su elaboración. Estas características construyen significados que son presentados al receptor. Una imagen, presentada en un video, no es necesariamente un espejo de la realidad, pero es un texto cultural que contiene formas de ver el mundo.

El significado de la imagen y los usos que se le puedan dar muchas veces depende de las representaciones que posea una sociedad, no solo de quién la crea. La imagen opera sobre todo en el plano afectivo de las personas, estimula situaciones,

²Abraham Moles, *La Imagen: Comunicación funcional*.

³ Joan Costa, *La imagen y el impacto psico-visual*, (Barcelona, Zeus, 1971), 78. Énfasis añadido.

⁴ Lorenzo Vilches, *La lectura de la imagen: Prensa, cine, televisión*, (Barcelona, Paidós Ibérica, 2008), 14.

estados de ánimo, rechazo, aceptación, etc. Es la figura característica de los conjuntos visuales asociados a determinados acontecimientos de las personas y actúa por la reacción reflejo en la identidad de los objetos desde su aspecto externo o aparente⁵.

Las personas que reciben la imagen no solo ven un cuadro, una fotografía o un video; miran una realidad que es una representación que incluye su propia experiencia. La imagen por sí sola es vacía y necesita de la competencia interpretativa de un observador. Son estos observadores los que brindan a la imagen contenidos, experiencias, relaciones, etc.

La imagen como texto posee una unidad discursiva superior a una cadena de proposiciones visuales aisladas, que se manifiesta como un todo estructurado e indivisible de significación que puede ser actualizado por un lector o destinatarios⁶.

Es importante analizar la imagen como un discurso visual cargado de significados e interpretaciones por parte del observador. Las imágenes aportan conceptos, significación cultural, prácticas sociales y demuestran relaciones de poder.

Tienen la capacidad de lograr un efecto de sentido, es decir, pueden producir sentimientos de pertenencia o identificación a una comunidad específica. “Determinan rasgos y proporciona nuevas condiciones de construcción de colectivos de identificación basados en su propio capital cultural”⁷.

La imagen está irrumpiendo de una forma determinante en la manera de entender el mundo. Su evolución ha permitido construir la memoria visual de las personas, en todas y cada una de sus manifestaciones. La presencia masiva de la imagen en los medios de comunicación hace que tenga un carácter hacia el eclecticismo y la capacidad de representar una amalgama de valores y de ideas distintas de ver la realidad.

En esta tesis se analizó cinco videos de CONADIS. La conceptualización de estos videoses importante a fin de entender su vínculo con la imagen que proyectan las personas con discapacidad. Para Abraham A. Moles “la imagen es un soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del ambiente óptico (universo perceptivo), capaz de subsistir a través del tiempo, y que constituye uno de los

⁵Costa, *La imagen y el impacto psico-visual*, 79.

⁶ Vilches, *La lectura de la imagen*, 38.

⁷Eliseo Verón, *El cuerpo de las imágenes*, (Bogotá, Norma, 2001), 108.

componentes principales de los mass – media (fotografía, pintura, ilustraciones, esculturas, cine, televisión)”.⁸

Así, se entenderá lo audiovisual tanto lo tecnológico como lo comunicacional, “como un formato de producción del mensaje (que podría ser impreso, de audio, multimedia, etc.). Con los elementos tecnológicos (cámara, micrófono, etc.), técnicos (encuadre, planos, etc.) y comunicacionales (signos, ideologías, etc.)”.⁹ Lo audiovisual no es un simple elemento tecnológico sino un medio comunicacional para transmitir discursos, ideologías e imágenes.

1.2 Cultura Visual

El vocablo “cultura” era antiguamente sinónimo de agricultura o labranza. En su uso original, fue un sustantivo relacionado al progreso: la tendencia o el crecimiento de algo, particularmente cosechas o animales. Su significado, se desarrolló en el siglo XVIII y se refería a “cultivar” o “cultivarse” como metáfora educativa, es decir, como actividad concerniente a desarrollar la inteligencia, los conocimientos y las vivencias estéticas. La Ilustración hizo prevalecer la identificación de la noción de “cultura” con la de “civilización”, entendida como grado de “autodesarrollo histórico de la humanidad”, estableciendo, indirectamente, la superioridad de la Europa Culta y de las clases ilustradas. El contenido conceptual de “cultura” que parece más extendido el que la identifica como la práctica de actividades intelectuales, técnicas y artísticas, se puede afirmar que toda sociedad forma parte de una cultura.¹⁰

A veces, la cultura es definida en términos de sentidos compartidos: “somos capaces de comunicarnos porque compartimos de manera amplia mapas conceptuales e interpretamos el mundo, o le damos sentido, aproximadamente de la misma manera”¹¹. Al afirmar que se pertenece a una misma cultura, no solo se comparte mapas conceptuales, sino también un modo parecido de interpretar los signos de un lenguaje, porque solo de esta manera se puede intercambiar los sentidos entre la gente. Pertenecer

⁸ Abraham A. Moles, “La imagen como cristalización de lo real”. En Desiderio Navarro, edit. Imagen: Teoría francesa y francófona del lenguaje visual y pictórico, (La Habana, Criterios, 2002), 154.

⁹ Moles, *La imagen como cristalización de lo real*, 15.

¹⁰ Gonzalo Abril, *Cultura Visual de la Semiótica a la Política*, (Madrid, Plaza y Valdés editores), 2013.

¹¹ Stuart Hall, “Significado, representación, ideología: Althusser y los debates postestructuralistas” en MORLEY, D. Estudios culturales y comunicación: análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo, (Barcelona, Paidós), 1998, 5.

a una cultura es formar parte de un mismo universo conceptual y lingüístico, es saber cómo los conceptos e ideas se traducen en diferentes lenguajes y cómo el lenguaje hace referencia al mundo. El compartir el mismo universo conceptual en una cultura permite crear una fuente de identidad y pertenencia para los miembros del propio grupo y diferenciarse respecto a otros grupos.

Se puede reconocer dos dimensiones de la cultura: “una práctica, relativa a las formas de acción (por ejemplo, instrumental, expresiva, ritual, etc.) y a los hábitos de comportamiento de las sociedades, y otra construida por las representaciones teóricas, tales como (según la enumeración de Brandt, 2011) narraciones históricas, creencias religiosas mitos y ficciones, principios e ideas”.¹²

La cultura visual no puede ser desligada del contexto de las prácticas, representaciones y experiencias culturales en general. Para la teórica de la literatura, historiadora del arte y de la historia de la cultura, Mieke Bal, nuestra cultura contemporánea puede ser reconocida como primordialmente visual, cuanto a la idea de que la vida actual transcurre en una pantalla.

Se suele identificar cultura visual como “cultura de la imagen”, pero lo cierto es que ni las imágenes son necesariamente fenómenos de la experiencia visual ni la cultura visual se restringe al dominio de la imagen ni, desde el punto de vista de una teoría de las facultades, al de las operaciones de la imaginación. Una cultura visual desborda, además, el marco puramente perceptivo de la visión: lo visible siempre tiene un armazón invisible. La cultura visual es una forma de organización socio-histórica de la percepción visual, de la regulación de las funciones de la visión, y de sus usos epistémicos, estéticos, políticos y morales.¹³

La cultura visual es un modo socialmente organizado y pensado de crear, distribuir e registrar textos visuales, proceso que requiere siempre unas determinadas tecnologías del hacer – visible, técnicas de producción, de reproducción y de archivo.

Un texto visual, como el texto en general, reconoce la existencia de redes textuales, pues no hay texto que no interactúe con otros. Además, los textos visuales son mirados a través de los ojos de la cultura, de los mapas conceptuales que se comparten.

Un creador audiovisual que realizase algún texto visual como una fotografía o un video, es el responsable de una creación o producción, y por tanto también de alguna clase de actividad poética en la medida en que añade un nuevo objeto al mundo. Pero

¹²Abril, Cultura Visual, 24.

¹³Abril, Cultura Visual, 35.

también, es el sujeto de una práctica en tanto que su producción, su fotografía o video, afecta a las formas de representación misma, a su reproducción o modificación, a la naturalización o problematización de las formas previas de representar el mundo.

Los textos visuales son aplicaciones de prácticas semióticas a la vez que procesos generadores y productores de prácticas socio discursivas. Al tener en cuenta al texto y a la cultura y su tratamiento conjunto, las tres dimensiones: visualidad, imagen y mirada son pertinentes para su análisis.

La visualidad no remite meramente a la información o a los datos ópticos. El concepto de “visualidad” no equivale al de “visión”, sino más bien al de “visión socializada”: la relación visual entre el sujeto y el mundo está medida por un conjunto de discursos, redes de significantes, intereses, deseos y relaciones sociales.¹⁴

Hay textos visuales porque alguien los mira, en el contexto de alguna práctica sociodiscursivo. La mirada, lejos de ser enteramente exterior al texto visual, está ya en alguna medida, contenida en él. “Los textos visuales, de forma explícita o implícita, nos adjudican un lugar, una posición de observadores y evaluadores. Nuestra mirada está contenida en ellos porque los textos, a la vez que son mirados, nos miran”¹⁵.

La imagen no coincide con visualidad, porque en el caso de los textos visuales gran parte de lo que se llama “imagen” es ajeno a lo visible o totalmente invisible. Las imágenes no se agotan en lo visible, sino que hay en ellas siempre trazos de lo que no se ve. Las imágenes siempre adhieren algún imaginario social, son a la vez parte y resultado de estos imaginarios. Lo que no está presente en una imagen también forma parte de lo que representa, la ausencia también comunica.

La visualidad, la imagen y la mirada mantienen una relación de mediación, según la cual cada dimensión hace posible la interrelación y efectuación de las otras. Solo a través de disposiciones concretas de la mirada es posible que una experiencia visual se active con determinada imagen.¹⁶

Una imagen no es solo una colección de cualidades sino la descripción de un objeto categorizado en una cultura, y también un conjunto de atributos simbólicos más o menos abstractos que se le ha dado al objeto que presenta la imagen.

¹⁴ John A. Walter, Sarah Chaplin, Una introducción a la cultura visual, (Barcelona, Octaedro), 2002, 41-42.

¹⁵ Abril, Cultura Visual, 63.

¹⁶ Abril, Cultura Visual, 49.

1.3 Representaciones: dar sentido a las cosas

Uno de los abordajes que más aporta al estudio de la cultura es el de las representaciones. Para Stuart Hall la representación significa usar el lenguaje para decir algo con sentido sobre el mundo, o para representarlo de manera significativa para otras personas. La representación es una parte esencial del proceso mediante el cual se produce el sentido y se intercambia entre los miembros de una cultura. Pero *implica* el uso del lenguaje, de los signos y las imágenes que están en lugar de las cosas, o las representa. La representación conecta el sentido al lenguaje y la cultura.¹⁷

La manera de cómo el lenguaje representa al mundo explica como el concepto de representación se conecta al sentido y a la cultura. Para esta tesis se utilizó la aproximación construccionista de la representación ya que aborda la construcción del sentido a partir del lenguaje y mediante él. Bajo este enfoque, las cosas no significan, las personas *construyen* el sentido usando sistemas representacionales –conceptos y signos-. Los signos son arbitrarios, es decir, no hay una relación natural entre el signo y su sentido o concepto.

La aproximación construccionista diferencia el mundo material, donde las cosas y la gente existen, y las prácticas simbólicas y los procesos mediante los cuales la representación, el sentido y el lenguaje operan. En otras palabras, este enfoque no niega la existencia del mundo material, sin embargo, no es el mundo material el que aporta el sentido, es el sistema de lenguaje y los sistemas conceptuales de la cultura¹⁸.

La representación es la producción de sentido de los conceptos de nuestra mente mediante el lenguaje. Se utiliza signos, organizados en lenguajes de diferentes clases, a fin lograr una comunicación significativa con otros. Sin embargo, como son las personas las que hacen que las cosas signifiquen, no hay garantía que un objeto de una cultura tenga un sentido equivalente en otra, precisamente porque las culturas difieren.

Para Hall existen dos sistemas de representaciones. Estos sistemas consisten no en conceptos individuales, sino en diferentes modos de organizar, agrupar, arreglar y clasificar conceptos y establecer relaciones complejas entre ellos.

¹⁷Stuart Hall, “El Trabajo de la representación”, en Taller Interactivo: Prácticas y Representaciones de la Nación, Estado y Ciudadanía, (Perú, Lima), 2002.

¹⁸Hall, El trabajo de la representación.

El primero, es el sistema mediante el cual cualquier objeto o evento se correlaciona con un conjunto de conceptos o representaciones mentales preexistentes. Sin estas representaciones mentales no se puede interpretar el mundo. Esto se debe a que el sentido depende del sistema de conceptos e imágenes formadas en el pensamiento, que pueden estar en lugar del mundo o representarlo, permitiendo referirse a cosas que están dentro o fuera de la mente. Se puede formar conceptos de cosas que se perciben como sillas, casas, animales, pero también, se puede formar conceptos de cosas abstractas que no se ven ni se sienten como la muerte, la guerra o el amor¹⁹.

Las representaciones sociales proceden de las experiencias de un grupo y de la compilación de conceptos en torno a un objeto, persona o idea que está presente en el entorno. Estas formas de ver el mundo inciden en el comportamiento interno del grupo y su relación con otros. La existencia de diferentes tipos de representaciones se basa en las expresiones en las que se materializa la relación del individuo con la sociedad y la cultura.

El segundo sistema de representación involucrado en el proceso global de construir sentido es el lenguaje. Compartir un mapa conceptual para dar sentido a las cosas no es suficiente, es necesario poder representar o intercambiar sentidos y conceptos y solo es posible cuando se tiene un lenguaje compartido. Los mapas conceptuales compartidos deben ser traducidos a un lenguaje común, de tal modo que se pueda correlacionar estos conceptos e ideas con ciertas palabras escritas, sonidos producidos o imágenes visuales. “El término general que se usa para palabras, sonidos o imágenes que aportan sentido *es signos*. Estos signos están en lugar de, o representan, los conceptos y las relaciones conceptuales que se tiene. Este conjunto de relaciones constituye el sistema de sentido de la cultura”²⁰.

La comunicación es posible porque se comparten ampliamente los mismos mapas conceptuales y por tanto la interpretación del mundo. Pertenecer a una misma cultura hace que se interprete el mundo aproximadamente de una misma manera ya que se comparte sentidos. Por eso, la cultura se puede definir en términos de sentidos compartidos.

¹⁹Stuart, Hall, El trabajo de la representación, “El Trabajo de la representación”, en Taller Interactivo: Prácticas y Representaciones de la Nación, Estado y Ciudadanía, (Perú, Lima), 2002.

²⁰Ibíd.

Las personas que pertenecen a una misma cultura, también comparte un mapa conceptual similar; además comparten el mismo modo de interpretar los signos de un lenguaje ya que de esa manera pueden intercambiar sentidos entre los miembros de una cultura. Los signos visuales y las imágenes son signos ya que portan sentido y por tanto pueden ser interpretados La relación entre cosa, concepto y signo es la razón de la producción de sentido dentro de un lenguaje. El proceso que vincula estos tres elementos y los convierte en un conjunto es lo que se denomina “representaciones”.

El sentido no está en el objeto, persona o cosa, ni está en la palabra. Son las personas quienes fijan el sentido de manera tan firme que después de cierto tiempo, parece ser algo natural e inevitable. El sentido es construido por el sistema de representaciones y fijado por un código, que establece una correlación entre el sistema conceptual y el sistema del lenguaje. Las convenciones sociales y lingüísticas cambian a lo largo del tiempo y los códigos lingüísticos varían de modo significativo de una lengua a otra. “El punto principal es que el sentido no está inherente en las cosas, en el mundo. Es construido, producido. Es el resultado de una práctica significativa: una práctica que produce sentido, que hace que las cosas signifiquen.”²¹

1.4 Funciones constructivas del estereotipo: la identidad social

Pertenecer a una cultura implica que las personas tienen la capacidad de reflexionar e interactuar sobre sí misma y sobre los otros. A través de la cultura se discierne los valores. Ofrece la capacidad de expresarse y buscar incansablemente nuevas significaciones. El lenguaje cotidiano se refiere constantemente a frases hechas, a expresiones que se perciben como fórmulas fijas, entendidas como estereotipos.

El estereotipo en el sentido de esquema o fórmula cristalizada aparece en el siglo XX y se convierte en un centro de interés para las ciencias sociales. El publicista norteamericano Walter Lippmann fue el primero en introducir la noción de “estereotipo”, designando mediante este término a imágenes de la mente que mediatizan nuestra relación con lo real. “Se trata de representaciones cristalizadas, esquemas culturales preexistentes, a través de los cuales cada uno filtra la realidad del entorno”²².

²¹Ibíd.

²²Ruth Amossy, Anne Herschberg, Estereotipos y clichés, (Buenos Aires, Editorial Universitaria de Buenos Aires, 2001), 31.

Para Stuart Hall el estereotipo es la práctica significativa y central de la representación de la diferencia, pero también la manera de otorgar sentido al mundo²³. Por otra parte, Philippe Leyens sostiene que los estereotipos son “creencias compartidas relativa a las características personales, por lo general, rasgos de personalidad, pero también con frecuencia comportamientos de un grupo de personas.”²⁴

El estereotipo atraviesa a la opinión y el sentido común, de la relación con el otro y de la categorización. Permite entender integraciones sociales y la relación entre el lenguaje y la sociedad. Los estereotipos se generan como un conjunto de creencias mantenidas entre grupos y subgrupos de la misma sociedad para dar respuesta a la identificación propia y ajena. Los estereotipos son vistos como estructuras que incluyen los conocimientos, las creencias y expectativas sobre el comportamiento de los miembros de los diferentes grupos sociales. La persona advierte en los otros algún rasgo que caracteriza un grupo conocido: obreros, políticos, maestros, y completa la información que no conoce por medio de estereotipos que tiene en su mente.

El estereotipo se ha abordado desde su connotación negativa como prejuicio de la sociedad y en su connotación positiva, relacionada con la construcción de la identidad y la cognición social, lo que produce una bivalencia constitutiva de la noción de estereotipo en el pensamiento contemporáneo. Ya sea que el estereotipo se entienda bajo un sentido peyorativo o positivo, las ciencias sociales hacen del estereotipo un concepto bien definido que permite analizar la relación del individuo con el otro y consigo mismo, o las relaciones entre los grupos y sus miembros individuales.²⁵ Ahora es importante, más allá de considerar que los estereotipos son correctos o incorrectos, determinar si son útiles o nocivos para la sociedad.

La imagen que las personas se hacen de los otros pasa por categorías a las que se los vinculan, de igual manera, la imagen que tiene el individuo sobre sí mismo está determinada por su pertenencia a uno o varios grupos. Las personas miran y se ven a sí mismos como obreros, estudiantes, ejecutivos, latinos. Las representaciones colectivas, necesariamente superficiales, tienen un impacto considerable sobre la identidad social.

²³Stuart Hall, *Sin Garantías en El espectáculo es el otro*, (Lima, Envion), 2010, 45.

²⁴Jacques Philippe Leyens, *Estereotipos, discriminación y relaciones entre grupos*, (España, McGraw-Hill Interamericana de España, 1996), 12.

²⁵Leyens, *Estereotipos, discriminación y relaciones entre grupos*, 34.

En la sociedad contemporánea, las construcciones imaginarias cuya adecuación a la realidad es dudosa, si no inexistente, se ven favorecidas por los medios de comunicación, la prensa y la literatura masiva. Con frecuencia, el público se forja a través de la televisión y la publicidad una idea de un grupo nacional con el que no hay ningún contacto. [...]. El impacto de estas representaciones resulta poderoso no solo en el caso de los grupos de los que no se tiene un conocimiento efectivo, sino también de aquellos con los que se tiene contacto cotidiano o los grupos a los que uno pertenece. [...]. La visión que nos hacemos de un grupo es el resultado de un contacto repetido con representaciones enteramente construidas o bien filtradas por el discurso de los medios. El estereotipo será principalmente resultado de un aprendizaje social. [...]. Lo que percibimos está moldeado de entrada por las imágenes colectivas que tenemos incorporadas en nuestra mente. Decía Lippman que lo que vemos es lo que nuestra cultura ha definido previamente por nosotros²⁶.

El importante papel que juegan los medios de comunicación en la transmisión de estereotipos hace que el discurso publicitario cumpla un rol importante en estas construcciones cognitivas. La publicidad considerada como un tipo de lenguaje construye una situación semiótica de la realidad y puede ser vista como un sistema propio de comunicación. La permeabilidad contextual del mensaje publicitario permite reflejar los estereotipos sociales desde su articulación gramatical, se puede decir que pasa a ser una construcción mental a signo lingüístico. Los sujetos trascienden la mera referencialidad en las representaciones publicitarias, transformando al modelo retratado, prototipo del estereotipo, en un referente de todo grupo social. Por lo tanto, donde hay estereotipo publicitario hay interpretación subjetiva y ahí su definición como representaciones mentales.²⁷

1.5 Campañas de comunicación de bien público

La publicidad configura, en buena medida, nuestro panorama urbano. Y no solo el exterior, el de la calle, sino también – y esto es, después de todo, lo decisivo – el interior de nuestros espacios domésticos. En ellos, a través de los medios de comunicación, se ha instalado un escaparate permanente de manera que el exterior, lo público, se ha instalado en el que fuera el espacio de la privacidad, de la intimidad, provocando una radical mutación. De manera que, finalmente, se funde, y se confunde,

²⁶Amosy, Herschberg, Estereotipos y clichés, 41.

²⁷José Ariel Rementería, “Naturaleza del Estereotipo Publicitario Hipster” Revista Publicitas Comunicación y Cultura, Vol. 2 -2 diciembre (2014): 38.

con nuestra cotidianidad. Y conforma, así, un paisaje imaginario. Es decir: hecho esencialmente – sin duda no exclusivamente – de imágenes²⁸.

Cada vez hay una mayor sensibilización de la opinión pública frente a temas de interés social y humanitario. Esta inclinación se refleja en el aumento de acciones y propuestas para lograr transformaciones drásticas sobre problemas sociales. La comunicación de bien público es un importante aporte para influir en estos cambios pues brinda información, conceptos e ideas a través de las palabras e imágenes.

La ascendente utilización de la comunicación de bien público va por delante de su reflexión teórica. De ahí que sea necesario iniciar un análisis sobre sus aspectos esenciales: su concepto, características, objetivos, temas y el papel que está cumpliendo en la sociedad.

La comunicación de bien público se ha fortalecido a lo largo de los años debido a numerosos cambios políticos y sociales como el aumento del número de instituciones públicas y su necesidad de comunicar masivamente sus acciones, el incremento de entidades de carácter asociativo y entidades sociales dependientes o no del Estado y los cambios legales para proteger a los grupos de atención prioritaria²⁹.

Para esta tesis se entenderá a la comunicación de bien público como “el tipo de comunicación que se caracteriza por la propagación de mensajes, cuyo fin es lograr una mejor calidad de vida, mediante técnicas de comunicación masivas y/o directas, creando conciencia y modificando conductas, a través de la formación, cambio o refuerzo de la actitud de la sociedad”³⁰.

La comunicación de bien público se basa en temas sociales cuyos objetivos están al servicio de una causa también social. Quedan fuera de este ámbito otras causas sociales vinculadas con aspectos comerciales y políticos, aunque sean de interés público, así como la publicidad turística.

Existen otras expresiones que se utilizan para denominar a la comunicación con objetivos sociales como la publicidad social. Esta se refiere a “la comunicación publicitaria, es decir, la actividad comunicativa de carácter persuasivo, *pagada*,

²⁸Jesús Gonzáles Requena, Amaya Ortiz de Zárate, *El spot publicitario: La metamorfosis del deseo*, (Madrid, Cátedra, 1999), 7.

²⁹María Cruz Alvarado López, *Publicidad Social: Una modalidad emergente de Comunicación* (tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid, 2010), 6.

³⁰Guillermo Caro, *Publicidad de bien social*, (Bogotá: Paulinas, 1995). En Paula Hasen, *Discriminación de género: mujeres en igualdad: Campaña de Bien Público para la Fundación Mujeres en Igualdad*, (tesis de grado, Universidad de Palermo, 2013), 47.

intencional e interesada que sirve, a través de los medios publicitarios, a causas concretas de interés social, y que, por lo tanto, se plantea objetivos de carácter no comercial”.³¹

Al ser pagada, la publicidad social se considera un término inadecuado para el fin de esta tesis. Sin embargo, comparte características, elementos y objetivos con la comunicación de bien público. Se utiliza el término “comunicación” que es evidentemente más amplio que publicidad, por lo tanto, el término comunicación de bien público se considera más completo para el fin de este análisis si se considera que no todos los videos de CONADIS fueron pautados en medios masivos y con fines publicitarios.

Características de las campañas de comunicación de bien público

La comunicación de bien público posee una serie de peculiaridades derivadas de la propia definición, que le aportan especificidad y le atribuyen de características básicas como su finalidad de servir a causas de interés social, plantearse objetivos no comerciales y buscar contribuir con el desarrollo social.

Jaime Orozco destaca la importancia del desarrollo de una comunicación de bien público como medio propicio para generar cambios en la mentalidad y en el comportamiento de los individuos. Aun cuando no existen culturas universales ni valores de este tipo una de las funciones principales de este tipo de comunicación es la de generar condiciones de desarrollo en un país o región determinada³².

Las características definitorias de la comunicación de bien público, más allá de que su contenido y finalidad social, son:

1. Derivar de una causa o proyecto social.
2. Es promovida por anunciantes sin fines de lucro.
3. Se dirige al receptor – consumidor típico de las sociedades occidentales desarrolladas.

³¹Alvarado, *Publicidad Social*, 336. Énfasis añadido.

³² Jaime Orozco, *Publicidad Social ; comunicación estratégica para el desarrollo* (Medellín, Universidad Pontificia Bolivariana, 2007)

4. Tiene como principales beneficiarios el bienestar individual o colectivo, ya sea de los receptores y de la sociedad en que éstos viven o de individuos y sociedades lejanas.
5. Su referente principal será “productos sociales”
6. Su contenido es también social, y
7. Su finalidad prioritaria es servir a esa causa o proyecto³³.

Es importante destacar que no todos los problemas sociales precisan de comunicación para ser solucionados y una estrategia comunicacional no resolverá por completo estos problemas, así la comunicación de bien público puede compartir esa responsabilidad con otras modalidades, lo importante será determinar la necesidad real o no se su utilización.

Otra de sus características generales es su naturaleza persuasiva, aunque esta comunicación puede adoptar un mensaje aparentemente informativo, lo que finalmente busca es la persuasión del público objetivo al que se dirige. La comunicación con fin social puede ser de mucha importancia como elemento de aceptación o rechazo de comportamientos relacionados con el bienestar social y el desarrollo.

“La existencia de la sociedad no garantiza por sí sola la armonía entre sus miembros, siempre empujados a adoptar ciertas modalidades de conducta y rechazar otras. Este movimiento de impulso y rechazo se realiza mediante la comunicación y la persuasión”³⁴. Por lo tanto, para cambiar alguna conducta considerada negativa o perjudicial por una sociedad, o por el contrario, para adoptar un comportamiento considerado positivo o beneficioso, es imprescindible utilizar la persuasión en la comunicación de bien público. El carácter persuasivo de este tipo de comunicación está presente tanto en la elaboración de sus mensajes, como en los objetivos perseguidos y finalmente alcanzados tras su difusión.

³³ María Cruz Alvarado López, “La Publicidad Social: concepto, objeto y objetivos” *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la comunicación*, Redes. Com No2 (2005): 267.

³⁴ Kathleen Reardon, *La persuasión en la comunicación. Teoría y contexto* (Barcelona, Paidós Comunicación, 1991), 26.

Objetivos de las campañas de comunicación de bien público

Si bien el objetivo final de la comunicación de bien público siempre será de carácter social, también existen objetivos más concretos que puede cumplir.

Uno de los desafíos particulares al que nos enfrentamos en las campañas de bien público es el de cumplir con objetivos ambiciosos en lo que a comportamiento se refiere. El fabricante busca aumentar un punto el porcentaje de su participación en el mercado; el minorista busca atraer el público a su local; la marca de servicios busca mejorar la satisfacción del cliente por uno o dos puntos. Sin embargo, se pretende que las campañas de bien público produzcan transformaciones drásticas en cuestiones apremiantes. [...] Tarea no menor, especialmente cuando las armas de las que disponemos para lograrlo son, en definitiva, solo palabras e imágenes³⁵.

La comunicación de bien público se puede considerar una actividad interesada, al igual que la publicidad comercial, la diferencia radica que los beneficiarios en este tipo de comunicación no son los agentes que ejercen como emisores, sino los propios receptores.

En general, el objetivo de la comunicación de bien público puede resumirse en: estimular la adopción de una idea, una práctica o ambas³⁶, por lo tanto, intenta satisfacer objetivos relacionados con:

1. **Denunciar** la existencia de ciertos problemas, en campañas que, con el recurso de la notoriedad, lo único que pretenden es un nivel crítico de conocimiento de la población. En cualquiera de estas campañas hay siempre una potencial capacidad persuasiva, aunque su intención original sea más informativa³⁷.
2. **Sensibilizar** a la población mediante un mecanismo de implicación respecto a problemas que necesitan algo más que un simple conocimiento. Esta segunda posibilidad ya es propiamente persuasiva [...] Los mecanismos de implicación dependen del tipo de público objetivo que se considere y del nivel de desarrollo de las sociedades en que se actúe. [...] Estos objetivos no son tan fáciles de alcanzar como los de simple notoriedad y operan más a largo plazo³⁸.
3. **Inducir** una acción de los receptores, inmediata o a largo plazo, bien como meta inmediata de la publicidad, que necesitará algo más que simple comunicación, bien como resultado de un largo procedimiento de la información y que suele ser la meta final (implícita o explícita) de la mayoría de las campañas. Es el nivel máximo de la actuación de la publicidad, sólo

³⁵Richard Storey, "Iniciar un comportamiento positivo". En Consejo Publicitario Argentino, *La publicidad de bien público: El impacto de la comunicación social*, (Buenos Aires, Temas, 2011), 3.

³⁶Alvarado, *Publicidad Social*, 372.

³⁷Ibíd., 373.

³⁸Ibíd.

alcanzable si otros factores logísticos operan conjuntamente con ella, como los que en el marketing comercial están relacionados con la naturaleza del producto y la distribución del mismo³⁹.

Estos tres objetivos se refieren a los tres componentes de las actitudes que permiten entender lo cognitivo, lo afectivo y lo conativo como los objetivos a alcanzar por parte de la comunicación persuasiva.

Por otra parte, para Eloísa Nos Aldás el objetivo principal de la comunicación de bien público es “Promover la toma de conciencia de la problemática del desarrollo, comprender sus causas y soluciones, su interdependencia y su reciprocidad, para un mejor conocimiento mutuo⁴⁰”.

El desafío de la comunicación de bien público es crear comportamientos nuevos en la sociedad, o deslegitimar actitudes negativas, pero constantes. Este tipo de comunicación promueve básicamente conceptos, representados en ideas cuando se trata de promover una creencia, una actitud o un valor; o conceptos representados en prácticas sociales cuando implica que las personas deben realizar un tipo de acción, ya sea aislada y puntual o regular e incluso definitiva.

La comunicación de bien social, a pesar de tener objetivos diferentes a los de la publicidad en general, poseen elementos comunes. Para que nuestra intención no sólo se traduzca en una buena acción sino en una “acción eficiente” debemos tener en cuenta la mayor cantidad posible de información, conocimientos, técnicas y ciertas etapas a seguir para lograr la efectividad del mensaje y la eficiencia de los objetivos planteados⁴¹.

Principales temas que aborda las campañas de comunicación de bien público

Los diferentes problemas sociales han evolucionado a lo largo de los años. De igual manera, las temáticas sociales que se tratan en las campañas de comunicación de bien público se han renovado tratando de reflejar los problemas y preocupaciones actuales. No solo han cambiado los temas tratados sino también sus mensajes y soluciones.

³⁹Ibíd.

⁴⁰EloísaNos Aldás, *Lenguaje publicitario y discursos solidarios, Eficacia publicitaria ¿eficacia cultural?* (Barcelona, Icaria, 2007), 213.

⁴¹Guillermo Caro, “La comunicación es servicio: manual de comunicación para organizaciones sociales, hacia una gestión estratégica y participativa” (Buenos Aires, Ediciones Granica, 2001), 167.

La comunicación de bien público trata diversos problemas que se resumen en un único tema universal con el que se puede relacionar a las diferentes causas sociales, la protección de los derechos humanos, basada en la Declaración Universal proclamada por la Asamblea Nacional General de las Naciones Unidas en 1948.

Dentro de esta temática universal de la protección de los derechos humanos, se puede diferenciar los cuatro núcleos que acumulan la mayor cantidad de acciones comunicativas:

1. La salud y el bienestar público y social. Ámbito en el que estaría las campañas que tratan de informar, educar o persuadir al receptor de la necesidad de:
 - a) proteger de alguna enfermedad (como ejemplo el SIDA);
 - b) abandonar algún hábito de consecuencia negativa para la vida (como la adicción al tabaco, alcohol u otras drogas);
 - c) adquirir hábitos saludables (chequeos periódicos, vacunación, alimentación sana, deporte, protección solar); o
 - d) colaborar en la mejora de la calidad de vida (civismo, ahorro, conducción prudente, etc.)⁴².
2. La marginación y discriminación que abarcaría acciones cuya comunicación se dirige a fomentar actitudes solidarias o a colaborar con los colectivos marginados, desprotegidos o menos favorecidos por la sociedad, o que sufren cualquier tipo de discriminación por razones de raza, *discapacidad*, clases social, procedencia, edad, sexo, etc. Colectivos como: enfermos, drogodependientes, gitanos, discapacitados, inmigrantes, vagabundos, niños, mayores, etc.⁴³.
3. La protección del entorno, natural y urbano. Si bien, según el nuevo concepto de ecología cuyo objeto fundamental de protección es el hombre, lo urbano, como ambiente vivencial más inmediato y agredido, acapara últimamente más campañas que la naturaleza⁴⁴.
4. La solidaridad internacional, donde los dos grandes apartados serían los problemas de larga duración y los coyunturales, que conocemos como catástrofes. Estos últimos suelen alcanzar, quizás por su tratamiento informativo en los medios, un mayor nivel de notoriedad también en la publicidad⁴⁵.

Los cuatro núcleos o temáticas que trata la comunicación de bien público abarcan la protección de los derechos humanos y se pueden agrupar en dos ejes: el personal relativo a las personas, su integración y salud; y el eje ambiental relativo al entorno natural y urbano.

⁴²Alvarado, "La Publicidad Social: concepto, objeto y objetivos", 270.

⁴³Ibid.

⁴⁴Ibid.

⁴⁵Alvarado, *Publicidad Social*, 359.

Los diferentes asuntos que emplea la comunicación de bien público tratan de ejercer un papel informativo en los grupos a los que se dirige, respecto a la forma de solucionar sus problemas o mejorar su calidad de vida. Los temas tratados buscan persuadir o motivar cambios de comportamiento en un grupo de la sociedad sin ningún tipo de beneficio comercial.

Los objetivos que persiguen las campañas de bien público tratan de representar el interés común de la mayoría de las personas, fortalecer valores que en el imaginario colectivo se reconocen como positivos y aceptados, además de informar y denunciar problemas apremiantes de nuestros días.

Una pregunta interesante que se hace en el libro *La publicidad en el tercer sector: tendencias y perspectivas de la comunicación solidaria*, es ¿la comunicación de bien público puede realmente impulsar cambios de actitud efectivos, modificando la actitud personal, las creencias o los prejuicios que una persona pueda tener sobre un tema?

La respuesta a la pregunta dependerá de tener claro que la actitud de las personas sobre algo se basa en tres componentes generales: “un primer elemento de tipo informativo (“qué conozco de un determinado tema”), pues sin conocimiento de un asunto no hay actitud; un segundo elemento de tipo valorativo o afectivo (“qué siento hacia ese tema”); y un tercer elemento, que define claramente el comportamiento, de predisposición para la acción (“cómo pienso actuar hacia dicho tema”).⁴⁶

Para algunos autores, la publicidad social y las campañas de comunicación de bien público tienen la capacidad de cambiar o modificar actitudes arraigadas en las sociedades. Un ejemplo, fue la campaña realizada en Gran Bretaña e Irlanda sobre el uso de cinturones de seguridad de los pasajeros que viajan en el asiento trasero. La investigación descubrió que las personas sentían que no usar cinturón era una elección personal y no afectaba a nadie más que ellos. Basados en ese hallazgo, la campaña dramatizó un accidente de tránsito donde las personas que no usaban los cinturones de seguridad, por el impacto, lastimaban a los otros pasajeros. La dramatización mostró la peor consecuencia emocional: el sentimiento de culpa al ser responsable de la muerte de otra persona. La evaluación de la campaña demostró una amplia reconsideración sobre el tema del uso del cinturón de seguridad, lo que a su vez inició un cambio de

⁴⁶ Eloísa Nos Aldás, Vicente J. Benet, *La publicidad en el tercer sector: tendencias y perspectivas de la comunicación solidaria* (Barcelona, Icaria Editorial, 2003), 6.

comportamiento ya que hubo un aumento del 23% en el uso del cinturón de seguridad en el primer año de la campaña⁴⁷.

Este tipo de comunicación actúa directamente sobre el elemento emotivo de la actitud de las personas, brinda datos adicionales que pueden cambiar la opinión del individuo respecto a algún tema. Esta información puede profundizar la visión sobre un problema u ofrecer nuevos puntos de vista sobre el mismo.

Una vez que se tiene la mayor información sobre el tema, la valoración y, por ende, la actitud hacia el mismo puede cambiar.

Resulta evidente que las campañas de publicidad no sólo aportan información, sino que consiguen que ésta sea presentada al público revestida de un tono afectivo que desea promover la implicación sentimental del espectador. Y si este último establece lazos afectivos con el problema social expuesto, es porque ha modificado el segundo componente de la actitud⁴⁸.

Como se explicó anteriormente, la comunicación de bien público se caracteriza por ser persuasiva y busca mejorar la calidad de vida de las personas. A través de diferentes mensajes y propuestas trata de incorporar nuevas imágenes e ideas en la mente de las personas a las que se dirige con el fin de educar en temas específicos que afectan a la sociedad.

⁴⁷Richard Storey, "Iniciar un comportamiento positivo", 17.

⁴⁸Nos Aldás, Benet, *La publicidad en el tercer sector*, 7.

Capítulo segundo

La discapacidad en el Ecuador

2.1 Definición de discapacidad y tipos de discapacidad

Según el informe conjunto de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y del Banco Mundial publicado en junio de 2011 - el primero a nivel mundial desde hace 40 años - el 15% de la población mundial tiene alguna discapacidad, lo que representa más de mil millones de personas.⁴⁹

En el primer Informe Mundial sobre Discapacidad, se advierte que pocos países disponen de mecanismos adecuados para satisfacer las necesidades de las personas con discapacidad. Además, se destaca que una quinta parte de esta población tiene que enfrentar numerosas barreras en su vida cotidiana. Estas dificultades alcanzan todos los aspectos del diario vivir, desde la estigmatización hasta la falta de sistemas de salud y rehabilitación adecuados. Tienen, además, menos posibilidades de estudio y de empleo, generados por varios factores como la falta de transporte o de acceso a edificios. Las personas con discapacidad son particularmente vulnerables a las deficiencias que presentan los servicios tales como la atención de salud, la rehabilitación, educación y recreación.

La discapacidad afecta de manera desproporcionada a las poblaciones vulnerables. Los resultados de la Encuesta Mundial de Salud indican que la prevalencia de la discapacidad es mayor en los países de ingresos bajos que en los países de ingresos más elevados. Las personas en el quintil más pobre, las mujeres y los ancianos también presentan una mayor prevalencia de la discapacidad. Las personas con pocos ingresos, sin trabajo o con poca formación académica tienen mayor riesgo de discapacidad.⁵⁰

Sumadas a las dificultades físicas, médicas y laborales, las personas con discapacidad también deben enfrentar las visiones estereotipadas de su condición. Las actitudes negativas y prejuicios constituyen obstáculos constantes en su diario vivir.

⁴⁹ Organización Mundial de la Salud, Discapacidad y Rehabilitación, en <http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/es/>. Consultado: 26 de febrero de 2015

⁵⁰ Organización Mundial de la Salud, *Resumen Informe Mundial sobre la Discapacidad* (Malta: Organización Mundial de la Salud, 2011), 8 -9.

Aunque la discapacidad se asocia con desventaja, no todas las personas con discapacidad tienen las mismas desventajas, por lo que es importante que la formulación de políticas públicas, servicios y programas determinen las necesidades, por lo menos a grandes rasgos, de cada tipo de discapacidad.

El entorno juega un papel fundamental para facilitar o restringir la participación de las personas con discapacidad. La falta de consulta y participación hace que las personas con discapacidad estén excluidas en la toma de decisiones en temas que afectan en su vida, incluidos los procesos comunicacionales.

La discapacidad es parte de la condición humana y en algún afectará a casi todas las personas. Su significado ha evolucionado con los años y en cada época ha enfrentado la cuestión moral y política para encontrar la mejor forma de incluir y apoyar a las personas con discapacidad, incluyendo el lenguaje. “La discapacidad es compleja, dinámica, multidimensional y objeto de discrepancia”.⁵¹ Ha pasado de ser un problema individual y médico a una problemática estructural y social en que las personas son consideradas discapacitadas por la sociedad más que por sus cuerpos.

La Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, instrumento internacional de Derechos Humanos de las Naciones Unidas que tiene como objetivo proteger los derechos y la dignidad de las personas con discapacidad, define de manera genérica a quien posee una o más discapacidades como *persona con discapacidad*.

Un gran desafío ha sido definir con exactitud lo que se entiende por persona con discapacidad, ya que este término varía considerablemente de acuerdo a la metodología de investigación aplicada en cada país y las modificaciones a través del tiempo.

La Organización Mundial de la Salud define a la discapacidad como un término general que abarca las deficiencias, las limitaciones de la actividad y las restricciones de la participación. Las deficiencias son problemas que afectan a una estructura o función corporal; las limitaciones de la actividad son dificultades para ejecutar acciones o tareas, y las restricciones de la participación son problemas para participar en situaciones vitales. Por consiguiente, la discapacidad es un fenómeno complejo que refleja una interacción entre las características del organismo humano y las características de la sociedad en la que vive.⁵²

⁵¹Organización Mundial de la Salud, *Informe Mundial sobre la Discapacidad*, (Malta: Organización Mundial de la Salud, 2011), 4.

⁵²Organización Mundial de la Salud, *Discapacidades*, en < <http://www.who.int/topics/disabilities/es/> >. Consultado: 4 de marzo de 2015

Para efectos de esta investigación se adoptará el término de persona con discapacidad que establece La Ley Orgánica de Discapacidades del Ecuador:

Artículo 6.- Persona con discapacidad.- Para los efectos de esta Ley se considera persona con discapacidad a toda aquella que, como consecuencia de una o más deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales, con independencia de la causa que la hubiera originado, ve restringida permanentemente su capacidad biológica, psicológica y asociativa para ejercer una o más actividades esenciales de la vida diaria, en la proporción que establezca el Reglamento.⁵³

Adicionalmente, la tipología reconocida por el Sistema Único de Calificación de Discapacidad en el Ecuador corresponde a:⁵⁴

1. Discapacidad física
2. Discapacidad visual
3. Discapacidad auditiva
4. Discapacidad del lenguaje
5. Discapacidad intelectual
6. Discapacidad psicológica
7. Discapacidad mental
8. Discapacidad visceral

La discapacidad no es solo un tema de salud o rehabilitación, es de Derechos Humanos. Por lo tanto, es fundamental fomentar una visión positiva sobre el tema, incluyendo el lenguaje y la proyección de y hacia las personas con discapacidad. En la entrevista realizada a Xavier Torres, Vicepresidente del CONADIS, manifestó que:

Uno de los mayores retos que tenemos las personas con discapacidad es fomentar el buen uso del lenguaje y la manera a cómo se refieren a nuestra condición de vida. Existen términos que a toda costa deben ser evitados ya que menosprecian lo que realmente somos, por ejemplo:

Discapacitado: Es un término que sugiere que la discapacidad es parte de su definición como ser humano, y no lo es.

Personas con capacidades diferentes o especiales: Estos términos no cumplen los principios de igualdad propios de las personas, todos tenemos diferentes capacidades y necesidades, varía en cada persona.

⁵³ Ecuador, Ley Orgánica de Discapacidades, en Registro Oficial, Suplemento No 796 (Quito, 25 de septiembre de 2014), 8.

⁵⁴ CONADIS, *Agenda Nacional para la Igualdad en Discapacidades*, (Quito: CONADIS, 2014), 24.

Enfermo: La discapacidad no es una enfermedad, es una situación que se puede modificar si eliminamos barreras de nuestro entorno. Una persona en silla de ruedas como yo, está perfectamente sana y mi discapacidad es solo evidente cuando no tengo accesibilidad a algún lugar.

Minusválido: Es una palabra en latín que significa menos valioso.

Normal vs. Anormal: No existe científico, sabio, filósofo o político que pueda definir lo que es la normalidad, no existe nadie plenamente normal.⁵⁵

Hoy, se busca que la discapacidad sea parte de la identidad cultural de las personas y sus familias, que sea un motivo de sentir orgullo ante la superación y no vergüenza ante la diferencia. Desde la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad se sostiene y defiende que todas las personas tienen el mismo valor en tanto son seres humanos.

2.2 Acciones desarrolladas en Ecuador a favor de las personas con discapacidad

En el Ecuador la discapacidad ha sido tratada bajo criterios de compasión y beneficencia. Han sido esfuerzos conjuntos los que han transformado poco a poco esta realidad. A partir de los años 50, a través de las asociaciones de padres de familia de personas con discapacidad e instituciones privadas, comienza la evolución de las políticas en pro de personas con discapacidad.

En la década del 70, el sector público desarrolla importantes acciones en los campos de educación, salud y bienestar social en favor de las personas con discapacidad. Se crean varios servicios y organismos técnico-administrativos; y, se emiten las primeras normativas y reglamentaciones. En 1977 se expide la Ley General de Educación, que puntualizó como responsabilidad del Estado, la educación especial.⁵⁶

En 1982 se expide la Ley de Protección del Minusválido y comienza la creación y formación de varios centros de rehabilitación y escuelas de educación especial dependientes del Instituto Nacional del Niño y la Familia (INNFA) y otras ONG. Se fortalecen aspectos de protección, educación especial, capacitación ocupacional integración laboral.

En 1991, por decisión del Instituto Nacional del Niño y la Familia (INNFA) y los Ministerios de Salud, Educación y Bienestar Social, a través del trabajo

⁵⁵ Xavier Torres, vicepresidente de CONADIS, entrevistado por Andrea Yépez, Quito, 12 de enero de 2015.

⁵⁶ CONADIS, “Agenda Nacional para la Igualdad en Discapacidades”, 17.

multidisciplinario e interinstitucional de la Comisión Interinstitucional de Análisis de la Situación de las Discapacidades en el Ecuador, se publica el primer Plan Nacional de Discapacidades. Los esfuerzos realizados en Ecuador durante las décadas anteriores, fueron bien intencionados pero desordenados, con duplicidad de acciones y dispersión de recursos.⁵⁷

El 10 de agosto de 1992, se publica la Ley 180 en el Registro Oficial N° 996, normativa que impulsa la atención interinstitucional a las personas con discapacidad con enfoque de derechos y crea el Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS), como entidad autónoma y rectora del tema en el país, con el mandato legal de dictar políticas, coordinar acciones públicas y privadas, e impulsar investigaciones sobre discapacidad.⁵⁸

El 30 de marzo de 2007, Ecuador se adhirió a la convención de las Naciones Unidas con el propósito de promover y fortalecer la protección de los derechos de las personas con discapacidad. Desde el 25 de septiembre de 2012 se encuentra publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 796 la Ley Orgánica de Discapacidades. La Ley introduce algunos cambios institucionales importantes, al crear un nuevo organismo rector de políticas en materia de discapacidad, denominado *Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades*.

En la actualidad, las personas con discapacidad y sus familias están amparadas por normativas nacionales e internacionales, además de programas y proyectos de carácter privado. Entre los principales instrumentos en el Ecuador que ofrecen un marco normativo amplio, para la garantía y ejercicio de los derechos de las personas con discapacidad, están:

1. La Constitución de la República del Ecuador (2008): menciona en 21 artículos y en una disposición transitoria, la defensa de los derechos de las personas con discapacidad y la responsabilidad del Estado en su implementación.
2. La Ley Orgánica de Discapacidades y su Reglamento (2012): normativa que asegura la prevención, detección oportuna, habilitación y rehabilitación de la discapacidad y garantizar la plena vigencia, difusión y ejercicio de los derechos de las personas con discapacidad.

⁵⁷Ibíd., 18

⁵⁸Ibíd.

3. La Convención Sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (ONU-2006): instrumento internacional que busca promover, proteger y asegurar el goce pleno y en condiciones de igualdad de todos los derechos humanos y libertades fundamentales por todas las personas con discapacidad, y promover el respeto de su dignidad inherente.
4. La Convención Interamericana para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra las Personas con Discapacidad (OEA-1999): instrumento jurídico internacional, aprobado por la Organización de Estados Americanos (OEA), para la protección de las personas con discapacidad.

Poco a poco, se concretan acciones orientadas por los principios de normalización y equiparación de oportunidades, que señalan que la atención de las personas con discapacidad debe realizarse en los mismos sitios y sistemas de toda la población, procurando así una verdadera inclusión donde puedan ejercer sus derechos ciudadanos.

2.3 Realidad de la discapacidad en el Ecuador

Calificar la discapacidad permite identificar los aspectos biológicos, psicológicos y sociales que originan una deficiencia y evaluar las consecuencias de éstas. Logra determinar una situación para planificar acciones con la finalidad de equiparar oportunidades y permitir una mejor inclusión de las personas con discapacidad.

“La evaluación de discapacidades es realizada por un equipo de profesionales en medicina, psicología y trabajo social, quienes a través de la aplicación de los baremos o tablas de evaluación médica, psicológica y social, determinan el porcentaje de la discapacidad que dependerá, fundamentalmente, de la dimensión de las secuelas para desempeñarse en las actividades de la vida diaria y del auto cuidado.”⁵⁹

La Ley Orgánica de Discapacidades en el Artículo 8 establece que: La autoridad sanitaria nacional creará el Subsistema Nacional para la Calificación de la Discapacidad, con

⁵⁹ CONADIS, “Agenda Nacional para la Igualdad en Discapacidades”, 22.

sus respectivos procedimientos e instrumentos técnicos, el mismo que será de estricta observancia por parte de los equipos calificadores especializados.⁶⁰

Artículo 9.- Calificación. - La autoridad sanitaria nacional a través del Sistema Nacional de Salud realizará la calificación de discapacidades y la capacitación continua de los equipos calificadores especializados en los diversos tipos de discapacidades que ejercerán sus funciones en el área de su especialidad.

La calificación de la discapacidad para determinar su tipo, nivel o porcentaje se efectuará a petición de la o el interesado, de la persona que la represente o de las personas o entidades que estén a su cargo; la que será voluntaria, personalizada y gratuita.⁶¹

En este ámbito, la competencia corresponde al Ministerio de Salud Pública, a través de la Dirección Nacional de Discapacidades, Rehabilitación y Cuidados. Gracias a la calificación, las personas que poseen más del 40% de discapacidad pueden acceder a beneficios tributarios, exoneración del impuesto a la renta y devolución del impuesto al valor agregado.

En el país existen algunos estudios y registros sobre la prevalencia de la discapacidad. Entre los principales estudios e investigaciones están:

1. “Los impedidos en el Ecuador”, diagnóstico realizado por el INNFA (1981) determina el 12.8% de población con discapacidad.
2. El estudio “Situación actual de las personas con discapacidad en el Ecuador”, desarrollado por el CONADIS y la Universidad Central (1996), señala que el 13.2% de la población presenta algún tipo de discapacidad.
3. “Ecuador: la discapacidad en cifras”, estudio efectuado por el CONADIS y el INEC (realizado en 2004 y publicado en 2005), establece el 12.14% de población con discapacidad.
4. En 2010, el estudio bio-psicosocial- clínico genético denominado “Misión Solidaria Manuela Espejo”, implementado por la Vicepresidencia de la República, determinó que 294.803 personas con discapacidad se encuentran en situación crítica. Se utilizó una metodología aplicada en Cuba y Venezuela para registrar un conjunto de variables de tipo socioeconómico- sanitario y un análisis médico de la discapacidad.⁶²

⁶⁰ Ecuador, Ley Orgánica de Discapacidades, en Registro Oficial, Suplemento No 796 (Quito, 25 de septiembre de 2014), 8.

⁶¹Ibid.

⁶²CONADIS, “Agenda Nacional para la Igualdad en Discapacidades”, 12.

Existen varias aristas para analizar los resultados y porcentajes de la discapacidad en el Ecuador, cada uno más complejo que el otro, ya que se pueden abordar desde distintos niveles: criticidad, acceso a la rehabilitación, inclusión laboral, educación, accesibilidad, causas genéticas, accidentes, etnias, etc. Cada cifra y porcentaje mostrará una realidad diferente, con necesidades específicas. Para este análisis se utilizaron las estadísticas del Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades que fueron actualizadas en agosto de 2015 y muestran el número de personas con discapacidad por provincia; tipo de discapacidad y sus porcentajes y la inclusión laboral de las personas con discapacidad. Estos datos permitirán tener una visión macro de la discapacidad en el Ecuador. Las provincias con mayor número de personas con discapacidad son: Azuay, Guayas, Los Ríos, Manabí y Pichincha, esto se debe a la densidad poblacional que existe en estas provincias.

Tabla 1
Discapacidad por provincia

Provincia	Personas
AZUAY	27.713
BOLÍVAR	6.051
CAÑAR	7.418
CARCHI	4.966
CHIMBORAZO	13.683
COTOPAXI	10.054
EL ORO	18.623
ESMERALDAS	12.949
GALÁPAGOS	394
GUAYAS	94.043
IMBABURA	11.102
LOJA	14.211
LOS RÍOS	18.988
MANABÍ	44.083
MORONA SANTIAGO	4.831
NAPO	3.654
ORELLANA	5.066
PASTAZA	2.870
PICHINCHA	60.137
SANTA ELENA	8.906
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	11.484
SUCUMBÍOS	5.021
TUNGURAHUA	11.863
ZAMORA CHINCHIPE	3.427
TOTAL	401.537

Fuente: Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades
Elaboración propia

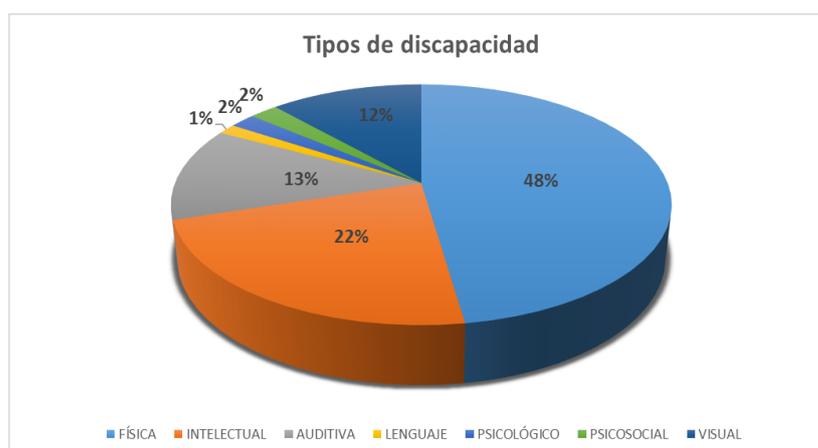
Durante el estudio bio psicosocial que realizó la Misión Solidaria Manuela Espejo en 2010, se determinó que en la Amazonía y en la Sierra influyen en las causas de discapacidad el clima, la geografía, el nivel cultural y la accesibilidad de servicios de salud. En la Sierra se determinó un mayor grado de desnutrición, de enfermedades respiratorias y un bajo ingreso económico en relación al resto de regiones.⁶³

Tabla 2
Tipos de Discapacidad

Tipo de discapacidad	Personas
FÍSICA	191.384
INTELLECTUAL	90.259
AUDITIVA	50.580
LENGUAJE	5.562
PSICOLÓGICO	7.913
PSICOSOCIAL	8.706
VISUAL	47.134
TOTAL	401.537

Fuente: Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades
Elaboración propia.

Gráfico 1
Tipos de discapacidad



Fuente: Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades
Elaboración propia

⁶³Vicepresidencia de la República del Ecuador, Resultados y Diagnóstico Misión Solidaria Manuela Espejo, 13.

En el Ecuador los tipos de discapacidad más frecuente son la física y la intelectual, además de ser las más visibles. Estos datos muestran la necesidad inmediata de fortalecer y hacer cumplir las políticas de accesibilidad física y educación especial en el país. Estas cifras revelan que las personas con discapacidad se encuentran en todo el país, por lo que los organismos estatales y privados no se pueden centrar solo en las provincias más grandes. Es importante la coordinación de los organismos centrales con las instituciones provinciales para elaborar una planificación social y cumplir los derechos de las personas con discapacidad.

La discapacidad con mayor incidencia en el país es la física, esta se refiere a un grupo de limitaciones, que interfieren en la función física de una o más extremidades y además en la habilidad motriz. Las causas para el desarrollo de las discapacidades motrices son de origen prenatal, perinatal y postnatal. Las condiciones prenatales están ligadas a eventos ocurridos antes del nacimiento; las perinatales son aquellas vinculadas con eventos al momento del alumbramiento y las condiciones postnatales se refieren a eventos que surgieron después del parto.⁶⁴

La discapacidad intelectual puede responder a factores tanto ambientales como genéticos. Cuando los factores ambientales actúan en etapas muy tempranas del desarrollo embrionario, los defectos mal formativos resultan fenocopias de defectos genéticos, es decir, simulan síndromes genéticos. Debido a esto, es importante determinar el momento en que pudo haber ocurrido el fenómeno que originó la discapacidad. El conocimiento de tales factores constituye la principal herramienta para la prevención y tratamiento de las personas con discapacidad⁶⁵.

Uno de los ámbitos en los que más conflictos tienen las personas con discapacidad intelectual es su inclusión en los ámbitos de laborales y educativos. Es evidente la necesidad de incorporar a la actividad económica y al sistema educativo a este segmento de la población, que puede sacar gran provecho de una oportunidad de trabajo o estudio que le permita potenciar sus habilidades sociales, sus capacidades únicas y explorar su independencia como individuo activo de la sociedad.

⁶⁴Vicepresidencia de la República del Ecuador, Primer Estudio Biopsicosocial Clínico Genético de las Personas con Discapacidad, 115.

⁶⁵Ibíd., 91.

Tabla 3
Discapacidad por género

Género	Personas
MASCULINO	223.928
FEMENINO	177.610
TOTAL	401.537

Fuente: Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades
 Elaboración propia

Gráfico 2
Discapacidad por género



Fuente: Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades
 Elaboración propia

El análisis de las personas con discapacidad, de acuerdo al género, muestra una prevalencia de la discapacidad entre hombres sobre mujeres. Sin embargo, la discapacidad afecta de manera más directa a las poblaciones vulnerables. Las personas con pocos ingresos, las mujeres y los adultos mayores presentan una mayor prevalencia en las dificultades a las que se enfrenta diariamente. Las mujeres con discapacidad enfrentan una sociedad discriminatoria no solo por su género, sino adicionalmente por sus discapacidades. Las mujeres con discapacidad también sufren desigualdades en la

contratación, las tasas de ascensos, la remuneración por igual trabajo, el acceso a actividades de capacitación y reciclaje profesional, el crédito y otros recursos productivos, y rara vez participan en los procesos de toma de decisiones económicas. Las mujeres y las niñas con discapacidad experimentan una discriminación por partida doble, lo que hace que estén más expuestas a la violencia por motivos de género, los abusos sexuales, el abandono, los malos tratos y la explotación. Fomentar la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer con discapacidad es crucial para su desarrollo.

Tabla 4
Personas con discapacidad incluidas laboralmente por provincia

Provincia	Personas
AZUAY	7.192
BOLÍVAR	886
CAÑAR	1.292
CARCHI	764
CHIMBORAZO	2.087
COTOPAXI	1.943
EL ORO	2.827
ESMERALDAS	1.646
GALÁPAGOS	112
GUAYAS	21.345
IMBABURA	1.768
LOJA	2.625
LOS RÍOS	2.525
MANABÍ	8.634
MORONA SANTIAGO	655
NAPO	519
ORELLANA	748
PASTAZA	419
PICHINCHA	24.632
SANTA ELENA	1.001
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	1.459
SUCUMBÍOS	777
TUNGURAHUA	2.118
ZAMORA CHINCHIPE	591
TOTAL	88.565

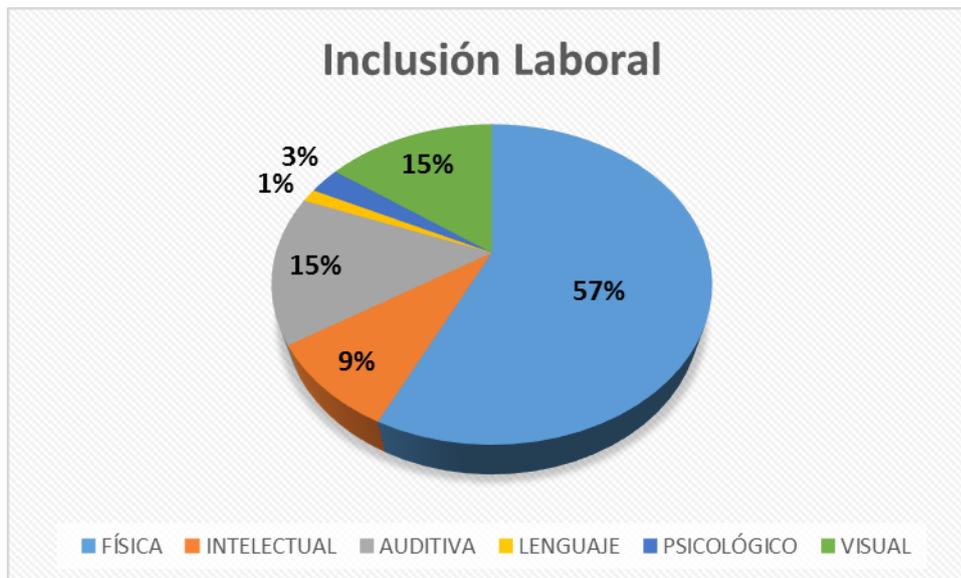
Fuente: Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades
 Elaboración propia

Tabla 5
Personas con discapacidad incluidas laboralmente por tipo de discapacidad

Tipo de discapacidad	Personas
FÍSICA	50.601
INTELLECTUAL	7.822
AUDITIVA	13.242
LENGUAJE	1.189
PSICOLÓGICO	2.438
VISUAL	13.273
TOTAL	88.565

Fuente: Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades
 Elaboración propia

Gráfico 3
Inclusión laboral por tipo de discapacidad



Fuente: Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades
 Elaboración propia

Son varias las acciones que se han tomado en favor de las personas con discapacidad y su inclusión en el ámbito laboral, convirtiendo estas prácticas en políticas de Estado. La Ley Orgánica de Discapacidades dedica la sección V (artículos

45 a 55) del capítulo segundo de su título II al trabajo y la capacitación de las personas con discapacidad. Sus principales disposiciones en esta materia son:

- Se declara el derecho de las personas con discapacidad a acceder a un trabajo remunerado en condiciones de igualdad y a no ser discriminadas en las prácticas relativas al empleo tanto en el sector público como el privado.
- El artículo 47 de la Ley Orgánica de Discapacidades establece para los empleadores públicos y privados que cuenten con un número mínimo de veinticinco trabajadores la obligación de contratar un mínimo de cuatro por ciento de personas con discapacidad, en labores permanentes que sean apropiadas en relación de sus conocimientos, condiciones físicas y aptitudes individuales.
- El artículo 49 establece para los empleadores una deducción en impuestos cuando contraten más del cuatro por ciento de personal con discapacidad establecido por la Ley.
- También está establecido por la Ley que los servicios de capacitación profesional y demás entidades de capacitación deberán incorporar personas con discapacidad a sus programas regulares de formación.

Adicionalmente, en la Ley Orgánica de Comunicación se expresa que:

- Art. 10.- Normas deontológicas. - Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria:

a. No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud;

b. Abstenerse de usar y difundir imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades;

c. Evitar la representación positiva o avalorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas;

2.4 Institucionalidad y Derechos: Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades CONADIS

El artículo 156 de la Constitución de la República (2008) otorga a CONADIS vigencia permanente como ente responsable de la formulación, transversalización, seguimiento y evaluación de las Políticas Públicas para las Discapacidades, misma que deben ser implementadas por los Ministerios rectores y ejecutores.⁶⁶

En la disposición transitoria Sexta de la Constitución (2008); establece que “Los Consejos Nacionales de la Niñez y Adolescencia, Discapacidades, Mujeres, Pueblos y Nacionalidades Indígenas, Afroecuatorianos y Montubios, se constituirán en Consejos Nacionales para la Igualdad, para lo que adecuarán su estructura y funciones a la Constitución”.⁶⁷

En este contexto, el CONADIS, tiene las siguientes atribuciones:

1. Formulación: De políticas y herramientas de gestión pública para erradicar la desigualdad y la discriminación que afectan la vida de las personas con discapacidad, en coordinación con las entidades rectoras y ejecutoras del Estado, sector privado y sociedad civil.
2. Transversalización: De la política pública y el principio de igualdad y no discriminación en discapacidades en la planificación institucional de los organismos y entidades del Estado para la garantía del ejercicio de los derechos de las personas con discapacidad y sus familias.
3. Observancia: De la participación de la sociedad civil en la rendición de cuentas de organismos y entidades del Estado sobre la planificación de políticas públicas en

⁶⁶ Constitución de la República del Ecuador [2008], tít. IV, “Participación y Organización del Poder”, cap. Tercero, “Función Ejecutiva”, art. 156, ([Quito]: Asamblea Nacional, Comisión Legislativa y de Fiscalización, s.f.): 90, 91.

⁶⁷ Constitución de la República del Ecuador [2008], “Disposiciones Transitorias”, sexta, ([Quito]: Asamblea Nacional, Comisión Legislativa y de Fiscalización, s.f.): 199.

discapacidades y el cumplimiento de la normativa nacional e institucional de los derechos humanos de las personas con discapacidad.

4. Seguimiento y evaluación: Del cumplimiento de las políticas públicas implementadas por los organismos y entidades del Estado, sus presupuestos, resultados e impactos, para el ejercicio y garantía de los derechos humanos de las personas con discapacidad y sus familias.

El 2 de diciembre de 2014 CONADIS presentó el Informe de avance 2014: Política pública para personas con discapacidad y sus familias como resultado de la gestión intersectorial. En este evento CONADIS detalló las acciones más relevantes en relación a la implementación de políticas públicas, donde se destaca la presentación de la Agenda para la Igualdad de las Discapacidades (ANID) 2014 – 2017.

Este documento recoge las políticas públicas formuladas en relación a las áreas de: sensibilización, participación, prevención, salud, educación, trabajo, accesibilidad, turismo, cultura, deporte, recreación, protección y seguridad social, legislación y justicia, vida libre de violencia, política pública y rendición de cuentas.

El objetivo de la Agenda Nacional para la Igualdad de las Discapacidades (ANID) 2014 – 2017 es impulsar y transversalizar en los sectores público y privado, la equiparación de oportunidades para las personas con discapacidad, así como la prevención de discapacidades a nivel nacional. Constituye un referente para entidades de los sectores público y privado, en pro del diseño e implementación de las políticas públicas con enfoque para la igualdad desde la perspectiva de discapacidades.

Capítulo tercero

Análisis de la imagen de las personas con discapacidad que proyecta la comunicación de bien público del Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades (CONADIS)

En este apartado se efectúa un acercamiento y lectura de los cinco videos de CONADIS emitidos desde enero del 2013 hasta febrero de 2014, con la finalidad de determinar en cada uno imágenes y textos que construyen el discurso audiovisual de la comunicación de bien público de CONADIS y la imagen que proyectan de las personas con discapacidad. La importancia de este corpus es más cualitativa que cuantitativa ya que, aunque está constituido solo por cinco videos, constituyen una muestra del conjunto de tópicos sobre la discapacidad. Los videos son:

1. Plataforma virtual CONADIS
2. Historia de Vida - Fernando Mora
3. Construyendo una sociedad inclusiva
4. Prevención de Discapacidades en Accidentes de Tránsito
5. Dificultades a las que se enfrentan las personas con discapacidad

La forma en que los grupos sociales son representados y entendidos a través de la imagen pública condiciona las ideas y percepciones sobre ellos y su propia autoimagen. En ese sentido, los cinco videos de CONADIS son generadores de conceptos, juicios e imágenes, contruidos socialmente sobre las personas con discapacidad.

En esta tesis se analizó la representación de las personas con discapacidad desde la caracterización audiovisual. Se buscó conocer la representación según género, edad, etnia, descripción física y vestimenta, es decir, un juego visual que está construido y reflejado mediante la imagen final de las personas con discapacidad que se ve en los videos, además de determinar cómo se generan estereotipos de los tipos de discapacidad y las personas que las representan (Ficha anexo 1). Adicionalmente, se utilizó un grupo

focal y entrevistas con la finalidad de obtener información de cómo las personas con discapacidad perciben la imagen que proyecta de ellas los videos de CONADIS.

3.1 Revisión y características del contenido de los videos de CONADIS

3.1.1 Video Plataforma virtual CONADIS

Este video es *informativo* y busca dar a conocer la plataforma virtual de CONADIS. Tiene una duración de tres minutos y veinticuatro segundos. Es utilizado en los diferentes talleres de sensibilización a nivel nacional.

Inicia con la página oficial de la plataforma www.plataformaconadis.gob.ec, en fondo celeste. Inmediatamente, presenta a una mujer, con discapacidad física, sirviéndose sola una taza de café para luego mostrar un plano detalle de sus muñecas, que es donde se presenta su discapacidad. La siguiente persona en el video es un joven con discapacidad física también, su dificultad de moverse es evidente ya que lo tienen que cargar en su silla de ruedas para que baje unas escaleras y subirlo en brazos a un carro. En seguida, aparece un hombre joven trabajando frente a una computadora con auriculares en un *call center*. Dentro de esta secuencia, sigue la imagen una mujer junto a una joven con discapacidad intelectual, síndrome de Down, que parece estar en una entrevista de radio. Luego, se muestra una sala de reuniones donde hay cinco personas que, por el movimiento de sus manos y las expresiones de sus rostros, tienen discapacidad auditiva. La siguiente secuencia, muestra a las personas, antes presentadas, ingresando a diferentes entidades públicas como Consejo de la Judicatura, Ministerio de Educación, SRI y Ministerio de Relaciones Laborales.

Se continúa con un plano de la fachada CONADIS, para luego mostrar, en varias tomas, al personal que trabaja en la institución. En la toma final de esta secuencia se puede ver en una computadora la página de la plataforma.

El video continúa con una imagen del centro de salud No 8 de Cotacollao donde un hombre con discapacidad auditiva, (personaje apareció anteriormente en la escena de las cinco personas reunidas con discapacidad auditiva), se acerca a una ventanilla en busca de medicina. El joven que lo atiende, al no conocer el lenguaje de señas, ingresa a

la página de la plataforma para consultar las señas y comunicarse con la persona con discapacidad auditiva y saber qué es lo que necesita.

Las siguientes imágenes muestran a las personas con discapacidad del inicio del video, solicitando a diferentes funcionarios información. Por ejemplo, atención médica. Todos son recibidos con cordialidad y trato personalizado. Las imágenes sugieren que los funcionarios se toman el tiempo y los recursos necesarios para entregar toda la información o atención requerida. Nuevamente, en varios de los planos se distinguen computadoras con la página de la plataforma virtual de discapacidades.

En la secuencia final se regresa a CONADIS, donde en un plano final se presenta lo que parece ser una explicación de la plataforma. El video termina con los logos de Ministerio de Relaciones Laborales, CONADIS y la Universidad Tecnológica Indoamérica.

Todo el video es sonorizado con música instrumental, dos melodías diferentes. La segunda inicia cuando aparece el plano de la fachada de CONADIS, sigue manteniendo un ritmo tranquilo. El video de plataforma virtual de discapacidades no tiene locución o claqueta.

Características del video Plataforma virtual CONADIS

La finalidad de este video es dar a conocer la plataforma virtual de CONADIS en favor de las personas con discapacidad. Su función es sobre todo *informativa*, sin embargo, también tiene como objetivo *sensibilizar* sobre el conocimiento de un tema específico, la discapacidad.

El video muestra en secuencia a una mujer con discapacidad física en su domicilio; un joven con discapacidad física trasladándose; un hombre con aparente discapacidad visual trabajando; una joven con discapacidad intelectual en una entrevista de radio y cinco personas con discapacidad auditiva en una sala de reuniones.

A excepción del joven en sillas de ruedas, todas las personas con discapacidad en el video son autosuficientes, realizan sus actividades cotidianas con total normalidad e integradas de forma favorable a la sociedad. Lo que brinda al espectador una imagen positiva de las personas con discapacidad.

Sin embargo, las escenas del segundo joven que debe ser cargado y depende absolutamente de terceros para su movilización, contradicen esta idea de superación e integración que se intentó mostrar con los demás personajes, incluso su silla de ruedas se convierte en un objeto sin importancia. Si bien las personas con discapacidad enfrentan barreras físicas a diario, el video trata de mostrar un entorno positivo y las escenas del joven absolutamente vulnerable rompen con este objetivo, además de mostrarlo en una situación de riesgo innecesaria.

En planos generales se ve a las personas con discapacidad, antes presentadas, ingresando a diferentes instituciones públicas, para luego dar paso a una toma de las instalaciones de CONADIS y una serie de imágenes de sus funcionarios trabajando, donde se puede observar en una imagen una computadora con la página de la plataforma. En esta secuencia no existe una continuidad clara ya que se pasa de las actividades de las personas con discapacidad a las labores cotidianas de los funcionarios, sin que quede clara la relación unos con otros. Esta parte del video brinda poca información y no queda claro cuál es su objetivo comunicacional.

El video continúa con escenas de personas con discapacidad que acuden a solicitar diferentes servicios en instituciones como el Consejo de La Judicatura, Ministerio de Educación, SRI y Ministerio de Relaciones Laborales. Estas instituciones fueron escogidas ya que tienen convenios con CONADIS para dar a conocer la Plataforma virtual y son actantes importantes en temas de discapacidad.

El hombre con discapacidad auditiva va a un centro médico, quien lo atiende en la ventanilla busca en su computadora las señas adecuadas para comunicarse con él y lo hace de manera exitosa. Sin embargo, no queda claro en dónde busca la información de las señas. Se entiende que el video es para promocionar la plataforma virtual del CONADIS, donde existe todo este tipo de información, pero en las imágenes solo se muestran las señas sin saber a qué lugar se acudió para la consulta por lo que el *objetivo de promocionar la plataforma no se cumple*.

Posteriormente, el video retorna a las distintas instituciones y se puede observar a las personas con discapacidad acercarse a diferentes ventanillas para solicitar información y turnos. Son atendidas de forma inmediata, cordial y efectiva, pero la secuencia se vuelve un poco repetitiva ya que en todos los casos se presenta el mismo comportamiento.

Una vez obtenido el turno, las personas con discapacidad son atendidas de forma personalizada y brindándoles la información necesaria. Es evidente la calidez en los funcionarios. En la secuencia de la joven con discapacidad intelectual que busca información, se hace un primer plano del adhesivo que se le entrega y se lee “Educación Inclusiva”. Esta imagen fortalece el objetivo de integración que busca la plataforma virtual de CONADIS al brindar herramientas e información para la inclusión de las personas con discapacidad. Las escenas donde se atienden a las personas con discapacidad también se vuelven repetitivas ya que se realizan las mismas acciones una y otra vez.

En la secuencia final se regresa a las instalaciones de CONADIS para mostrar en una pantalla lo que parece ser la explicación de la plataforma virtual y se cierra el video con los logos de Ministerio de Relaciones Laborales, CONADIS y la Universidad Tecnológica Indoamérica, las cuales elaboraron de este video.

La mayoría de los planos utilizados son generales y medios, se centran en mostrar actividades puntuales y algunas perspectivas. El video no tiene planos que brinden una intencionalidad específica o imágenes construidas para dar un significado como tal. Los dos únicos planos detalles que pueden tener una intencionalidad emocional son el plano detalle de los muñones de la mujer con discapacidad física y el plano detalle adhesivo que se le entrega a la joven con discapacidad intelectual. El video está elaborado para informar y narrar de forma lineal diferentes actividades de las personas con discapacidad.

La música también tiene un papel importante en el video. En las tomas de CONADIS la música instrumental se torna más alegre y dinámica. De alguna manera sugiere que CONADIS genera un cambio en la vida de las personas con discapacidad. Las primeras secuencias muestran imágenes de la vida cotidiana de los protagonistas, se da paso a CONADIS para retomar a las personas con discapacidad y mostrar que su vínculo con las instituciones ha mejorado.

Si bien la finalidad es dar a conocer la plataforma virtual, solo en tres escenas, se puede observar la página de CONADIS en computadoras y siempre en segundo plano. En ningún momento se muestra a los funcionarios, que atienden a las persona con discapacidad, acceder a la plataforma en busca de información o herramientas. Por lo que no se cumple el objetivo comunicacional del video, que es dar a conocer la

plataforma virtual de CONADIS. La falta de locución y la extensión del video hacen que sea más complicado decodificar su mensaje.

3.1.2 Video Historia de vida – Fernando Mora

Este video tiene una duración de cuatro minutos y treinta y siete segundos. Es parte de un grupo de videos de historias de vida de personas con discapacidad que son utilizados en los diferentes talleres de *sensibilización*, también fue pautado en cines de Quito y Guayaquil el último trimestre del 2014.

El video narra la vida de Fernando Mora de cincuenta y un años. Inicia con una fotografía de él cuando tenía dos años, donde se le ve un niño feliz. Fernando cuenta su vida, como tiene discapacidad auditiva, utiliza lenguaje de señas para narrarla, simultáneamente se ve una intérprete de lenguaje de señas y se escucha a través de una locución – en voz en off – lo que él cuenta.

Las primeras escenas muestran a Fernando comunicándose con la intérprete, en una especie de entrevista, donde se destaca los movimientos de sus manos y la expresión de su rostro, incluso en las sombras que se reflejan en el césped. En un plano medio se muestra a Fernando contando cómo su familia se enteró de su discapacidad y lo que hicieron para apoyarlo, como dejar su Zaruma natal para instalarse en Quito en busca de médicos y especialistas que lo ayudaran. Mientras cuenta el apoyo que recibió, se muestran varias fotografías antiguas de él junto a su familia.

Nuevamente, la secuencia se repite y se muestra un plano medio de Fernando seguido de fotografías familiares mientras él cuenta la excelente relación que mantuvo con sus padres.

En la siguiente secuencia Fernando mira unas fotografías y narra cómo se inspiró en su padre para aprender el oficio. Mientras cuenta cómo se compró su primera cámara de rollo y aprendió poco a poco a tomar fotografías, se muestran escenas donde ordena fotografías y opera una cámara de fotos profesional, que aprendió a manejar auto educándose para convertirse en fotógrafo empírico. Fernando expresa su amor por su oficio y lo feliz que le hace tomar fotografías.

La secuencia que sigue, inicia con una escena de Fernando trabajando con elementos electrónicos, seguido de un plano detalle de su rostro. Narra lo feliz que se

siente al trabajar en el mantenimiento de computadoras, mientras, se lo ve utilizando un multímetro. Tanto el mantenimiento de las computadoras, como la edición de las fotografías los hace desde su casa.

El video continúa con Fernando en su otro lugar de trabajo, la Federación de Sordos. En las siguientes escenas se lo ve interactuar con sus compañeros y realizar sus actividades diarias. Narra la excelente relación que tiene con sus colegas y lo bien que se desempeña en su trabajo.

A continuación, Vinicio Baquero, que también tiene discapacidad auditiva, elogia la constante preparación y auto superación de Fernando, además de destacar su creatividad el momento de trabajar. Las escenas que se presentan en esta secuencia varían entre planos medios de Vinicio y escenas de Fernando trabajando con computadoras. La voz en off que interpreta a Vinicio es distinta a la que interpreta a Fernando.

El video continúa con dos testimonios de compañeras de Fernando refiriéndose a su buen desempeño laboral y lo mucho que aporta a la Federación, sobre todo por su conocimiento tecnológico. Las escenas que acompañan a estas dos declaraciones muestran a Fernando comunicándose en lengua de señas con sus compañeras y su trabajo del día a día.

La secuencia final, nuevamente muestra varias escenas de Fernando en su lugar de trabajo, junto a sus compañeros, mientras cuenta como quisiera ayudar a otras personas sordas a superarse. Resalta su auto educación, cuenta que solo terminó la escuela y ha llegado lejos preparándose él. Finalmente, se muestran dos fotografías de Fernando junto a otras personas con discapacidad y cierra con el logo de CONADIS. Todo el video es sonorizado con música instrumental.

Características video Historia de vida – Fernando Mora

Este video forma parte de un grupo de historias de vida de personas con discapacidad que han logrado el éxito tanto personal como profesional. Fue pautado en cines de Quito y Guayaquil con la finalidad de brindar un mensaje de sensibilización.

Desde el inicio se muestra un discurso positivo, con una fotografía del protagonista de niño con una gran sonrisa. Luego, se da un mensaje sobre la vida y el

protagonista empieza a presentarse. Es evidente que Fernando tiene discapacidad auditiva ya que se prioriza en las tomas el movimiento de sus manos y la manera de cómo se comunica con la intérprete. Una escena muestra la sombra de los dos, reflejada en el césped donde se resalta cómo las manos permiten la comunicación, sin la necesidad de la voz.

El momento que Fernando comienza a narrar su vida y el apoyo incondicional que tuvo de sus padres, la toma es un plano medio donde él mira directo a la cámara por lo que, generando una conexión con los espectadores, pues parece que se comunica directamente con ellos.

Un elemento que distrae la narración de Fernando es la doble interpretación que existe. Si bien la voz femenina en off interpreta lo que él está diciendo, es confuso ver a Fernando y a la intérprete simultáneamente realizando las mismas señas para contar la historia. El hecho de que la voz en off es femenina cuando interpreta a Fernando también hace que la narración sea más confusa. Además, existen pequeños errores de contenido, por ejemplo, la locución dice que Fernando tiene 51 años y en los generadores aparece que tiene 52.

El video tiene una fuerte carga emotiva. Durante la narración se muestran fotografías antiguas de su familia en ambientes alegres y de unión. Las fotografías de su madre y su padre son especialmente conmovedoras ya que refuerzan la idea de la excelente relación que tuvo con ellos y cómo gracias a sus acciones él pudo superarse en la vida.

Cuando Fernando narra cómo se desarrolló en el oficio de la fotografía y el inicio de su superación laboral, el tema familiar sigue teniendo fuerza, ya que fue su padre quien lo inspiró en el oficio. Esta idea se robustece con las tomas de las fotografías que admira, en su mayoría de su familia.

En todo momento se muestra a Fernando en situaciones positivas, ya sea con su familia o en su ambiente laboral. Se lo presenta como una persona eficiente y capacitada para desempeñarse laboralmente de la mejor manera, quien mantiene una excelente relación con sus compañeros.

Los planos detalle de diferentes instrumentos tecnológicos, computadoras, consolas y cámaras fotográficas que maneja Fernando demuestran que las personas con discapacidad no solo pueden realizar tareas simples y repetitivas, sino que con

preparación, estudios e información accesible pueden realizar cualquier actividad sin que su discapacidad merme su rendimiento.

La música instrumental que sonoriza el video también apoya el discurso positivo que se trata de dar. Sin embargo, un elemento que contradice este ambiente es la manera como la intérprete cuenta la historia de Fernando. Para la comunidad sorda es muy importante que la comunicación sea completa y esto incluye la entonación. Las personas con discapacidad auditiva *hablan con sus manos y escuchan con sus ojos*, además su rostro se convierte en la entonación de su comunicación. Esto es evidente en Fernando y Vinicio, el compañero entrevistado en el video. Ambos expresan mucho, no solo con sus manos sino también con su rostro. La intérprete es plana y carente de emociones, por lo que brinda una interpretación fría y poco emotiva.

Este video utiliza la estrategia del *storytelling* donde se refuerza la importancia que tienen las historias en la vida de los individuos y el poder de que gozan los relatos el momento de transmitir emociones y sentimientos. Esta estrategia busca contar historias usando el lenguaje sensorial de tal manera que trasmite al espectador la capacidad de interiorizar y crear significados personales, en este caso, de la vida de Fernando⁶⁸

3.1.3 Video Construyendo una sociedad inclusiva

Este video tiene una duración de un minuto y tres segundos. Es utilizado en los talleres de *sensibilización* a nivel nacional que imparte CONADIS y fue pautado en los cines de Quito y Guayaquil en el último trimestre del 2014. Para todo este video se utilizó la técnica de *stop motion* en plastilina. Inicia con una imagen donde se anuncia que este video es un aporte a la comunidad de Cinemark y Multicines.

Una voz en off locuta las imágenes de este video. Se inicia con la frase “Hay una situación que debemos cambiar” seguida de la animación de dos personajes de plastilina que representan hombres caminando por una vereda en sentido contrario, uno de ellos tiene discapacidad visual; la frase que aparecen esta escena es “No podemos seguir caminando por veredas distintas”.

La siguiente toma, bajo la frase “No está bien que nos traten diferente” muestra a dos figuras animadas tratando de comunicarse, uno tiene discapacidad auditiva y el

⁶⁸ Christian, Salmon, *Storytelling la máquina de fabricar historias y formatear las mentes*, (Barcelona, Atalaya, 2008).

personaje que se encuentra sentado en el escritorio muestra su frustración porque aparentemente el primero no le entiende. Sigue la escena de una profesora con tres estudiantes, una de ellas es apartada del grupo y se lee la frase “que nos invisibilicen” como continuidad de la expresión anterior.

A continuación, se muestra a los personajes animados negando con sus cabezas y sosteniendo un cartel donde se lee “No podemos seguir así”. La siguiente escena muestra a varias de estas figuras representando a diferentes personas con discapacidad. Los personajes aparecen en un entorno oscuro, que luego se ilumina completamente.

Se puede apreciar a un hombre con bastón (discapacidad visual), uno en silla de ruedas (discapacidad física), dos utilizando sus manos para comunicarse (discapacidad auditiva) y una figura que representa a una mujer de talla baja.

Lo siguiente que se lee es “No somos personas con capacidades especiales ni diferentes” mientras se observa un personaje animado empujando esta frase con su muleta. Continúa con dos personajes tomados de las manos, caminando juntos bajo la frase “Empecemos a compartir”. La secuencia sigue con los personajes que tenían dificultades en comunicarse, para ahora verlos que lo han logrado con éxito. Sigue la escena en la escuela, donde la niña excluida es integrada al grupo de clases y la frase es “A Incluímos”.

En la escena final se puede ver a varios personajes interactuar de manera amigable y feliz. Están representadas tanto personas con y sin discapacidad y la frase que cierra es “Cambiemos, construyamos juntos una sociedad más inclusiva con las personas con discapacidad”. El video finaliza con el logo de Ecuador Ama la Vida y el logo de CONADIS.

Características del video Construyendo una sociedad inclusiva

Este es el único video dentro del corpus del análisis que utiliza la técnica de animación en *stop motion*. El video inicia con el mensaje impreso este es un aporte a la comunidad por parte de dos empresas privadas que junto con una institución del Estado buscan *sensibilizar* a la sociedad sobre un tema de inclusión y generar un cambio.

Las ideas que se presentan en el video son puntuales y concretas. Se requiere un cambio de actitud respecto a una realidad. Se enumera los comportamientos negativos

por parte de la sociedad, como el trato diferente y la invisibilización de las personas con discapacidad. Se denuncia la necesidad de cambiar estas conductas, de no actuar de la misma manera.

El momento en que se invita a “vernós de otra manera”, los personajes animados que representan a las personas con discapacidad, y que al inicio de esta toma estaban en una aparente obscuridad se iluminan. Esto representa la importancia de que las personas con discapacidad salgan a la luz, se integren a la sociedad y que las personas sin discapacidad, el Estado y los diferentes organismos no invisibilicen a este grupo de atención prioritaria.

Los personajes animados de hombres y mujeres representan los diferentes tipos de discapacidad: física, intelectual, auditiva y visual, lo que fortalece la idea de inclusión dentro del propio grupo de las personas con discapacidad.

El video tiene dos objetivos claros, el primero, es buscar sensibilizar a la sociedad para que sea más incluyente con las personas con discapacidad. El segundo, es el uso correcto del término. En el video se afirma que *no son personas con capacidades especiales ni diferentes* y uno de los personajes aleja esta afirmación con un golpe de su muleta, en señal de rechazo. Afirmar que son personas con capacidades especiales o diferentes no cumple los principios de igualdad entre todas las personas, ya que todos tenemos capacidades y necesidades diferentes.

Sin embargo, no se fortalece, ni siquiera se menciona claramente, que el término correcto determinado por la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, instrumento internacional de Derechos Humanos de las Naciones Unidas y la Organización Mundial de la Salud es *personas con discapacidad*.

El video continúa con la invitación a un cambio de comportamiento de negativo a positivo, propio de las campañas de bien público que utilizan la estrategia de problema – solución constantemente. Las afirmaciones que se dan buscan que la sociedad comience a compartir, a comunicarse y a ser más inclusiva.

En el mensaje final aparece una toma donde todos los personajes animados, que representan a personas con y sin discapacidad interactúan de una manera cordial y amigable, lo que simboliza la capacidad de la sociedad de ser inclusiva y vivir sin ningún tipo de discriminación. La afirmación es clara, es momento de “cambiar de construir juntos una sociedad más inclusiva con las personas con discapacidad”.

La voz en off, en todo momento habla en primera persona plural. Lo que la hace apropiarse de las afirmaciones y al mismo tiempo compartirlas con sus semejantes, permite que el mensaje se sienta más personal. La voz femenina es cercana y amigable y queda claro que quien locuta el mensaje es una persona con discapacidad. Las sobreimposiciones tienen el mismo texto de la locución y refuerzan el mensaje.

En este video los personajes o actantes son elementos estructurales importantes en el concepto de la imagen de las personas con discapacidad. Los personajes que representan a las personas con discapacidad logran crear un efecto identificador en relación al espectador ya que personifican diferentes etnias y edades.

Al ser un video animado y con ideas fáciles de decodificar como la inclusión y la solidaridad, es ideal para varios tipos de públicos objetivos. Al estar pautado en los cines el mensaje estuvo al alcance de niños, jóvenes y adultos.

3.1.4 Video Prevención de discapacidades en accidentes de tránsito

Este video tiene una duración de un minuto y cinco segundos. Es *informativo* y se utiliza en los talleres de sensibilización de CONADIS. Empieza con el tema: prevención de discapacidades, para luego dar paso a la presentadora, que aparece sobre un fondo cromado, quien brinda a lo largo del video diferentes consejos para evitar accidentes de tránsito. Acompaña en el video un intérprete para las personas con discapacidad auditiva. Los consejos que se da a peatones y conductores son:

1. Mientras conduces el vehículo no hables por celular, la conversación puede distraerte.
2. Jamás conduzcas si haz bebido alcohol, tu irresponsabilidad puede causar daños severos en otras personas inocentes.
3. Realiza un mantenimiento periódico a tu vehículo.
4. Si conduces motocicleta o bicicleta siempre utiliza casco, respeta la capacidad de pasajeros permitida por la ley, utiliza el carril correspondiente y no rebases imprudentemente ni transites por las veredas.
5. Cuando eres un peatón respeta las señales de tránsito y cruza solo por los pasos cebra.

6. Espera y exige que el bus pare correctamente en la parada y utiliza los puentes peatonales.

Mientras se brinda cada consejo las imágenes acompañan a la mayoría de las acciones descritas. Cuando se da el consejo de respetar las paradas de buses, se ve a las personas esperar y abordar el vehículo en el lugar correcto. Cada consejo es representado con una secuencia de imágenes.

El mensaje final que da la presentadora es “Valoremos nuestra vida, ayúdanos a prevenir una discapacidad”. El video finaliza con el logo de Ecuador Ama la Vida y el logo de CONADIS.

Características del video Prevención de discapacidades en accidentes de tránsito

Este video es *informativo* y busca *prevenir* la generación de discapacidades causadas por accidente de tránsito discapacidades por accidentes de tránsito. A medida que se brindan los consejos, la mayoría de las escenas dramatizan lo que se dice. Los planos son generales y narran la locución de forma lineal. No existen planos subjetivos o imágenes compuestas que tengan un significado específico más allá de comunicar una acción.

Si bien este video brinda consejos útiles a la sociedad, parece poco relacionado con el tema de las discapacidades. A lo largo de todo el video solo aparece una persona con discapacidad, en la toma donde un grupo de ciudadanos cruzan por el paso cebra, en segundo plano se puede apreciar a una mujer con discapacidad física cruzando la calle. Aparte de esta escena las personas con discapacidad no tienen ninguna participación en el video.

El mensaje final, a más de ser conductores y peatones prudentes, es valorar vida y evitar una discapacidad. Este mensaje puede tener algún tipo de impacto en las personas sin discapacidad que, como es normal, desean evitar esta condición. Sin embargo, puede resultar contradictorio o negativo para las personas que ya poseen una discapacidad, ya que se puede entender que adquirir una discapacidad es no valorar la vida.

Este video forma parte de un grupo de productos que brindan información para evitar discapacidades en el hogar, trabajo y en accidentes de tránsito. Sin embargo, esta mirada es limitada ya que las razones para que se presente una discapacidad son diversas, más allá de las discapacidades adquiridas en accidentes, están las condiciones congénitas y enfermedades específicas que pueden resultar en una discapacidad.

Evitar una discapacidad por accidente va más allá de ser un conductor o peatón consciente, debería ser una prioridad social. Estos consejos lo que buscan es evitar las discapacidades físicas, que son las que generalmente resultan de los accidentes, dejan de lado la prevención de la discapacidad visual, intelectual y auditiva que están más relacionadas con acciones médicas preventivas.

Estos consejos son útiles y valiosos para la sociedad, no obstante, es contradictorio que vengan de una institución del Estado como CONADIS que más allá de establecer políticas transversales en favor de las personas con discapacidad, busca a través de proyectos, servicios y talleres que las personas con discapacidad se empoderen de su condición y dejen de ocultarse de la sociedad. Muchos de los talleres de sensibilización buscan que la discapacidad sea parte de la identidad cultural de quienes la poseen.

3.1.5 Video Dificultades a las que se enfrentan las personas con discapacidad

Este video tiene una duración de siete minutos y dieciocho segundos. Es parte de un grupo de videos informativos que son utilizados en los talleres de sensibilización de CONADIS. Inicia con el logo de CONADIS, y desde el principio está presente el intérprete de lengua de señas. El tema es: las dificultades que enfrentan las personas con discapacidad, específicamente las barreras físicas y actitudinales.

La presentadora aparece sobre un fondo cromado, con una pantalla a su derecha que muestra lo que narra. Ella, invita a conocer y reflexionar sobre algunas de las barreras y proponer soluciones para la construcción de una sociedad más incluyente.

La primera barrera que presenta es la forma como ha sido construida la ciudad, ya que impide el desplazamiento y movilidad de diferentes personas. Las rampas, veredas, puentes, deben ser construidos de acuerdo a la normativa a favor de las personas con discapacidad. Mientras la conductora comenta estas dificultades, aparecen

varias escenas de personas con discapacidad visual y física con problemas para moverse.

La secuencia continúa con las dificultades que tiene una mujer en sillas de ruedas para subir a una rampa desde la calle hasta la vereda, al principio nadie ayuda a la joven. La imagen se fortalece cuando la conductora comenta que la verdadera dificultad está en las barreras actitudinales.

El video recalca la importancia de espacios accesibles para las personas con discapacidad, una señalética adecuada, rampas, baños accesibles tanto en lugares públicos como privados. Estas recomendaciones vienen acompañadas de imágenes de personas con discapacidad que grafican lo narrando.

La siguiente secuencia muestra la dificultad que tienen las personas con discapacidad física para acceder a cruces peatonales con gradas y se brinda información de los parámetros técnicos de cómo deben ser construidos los pasos peatonales para que sean accesibles a todos.

Otra de las barreras que presenta el video, es la dificultad de las personas de talla baja para acceder a las ventanillas de diferentes servicios. En la secuencia se puede ver como una joven de talla baja tiene dificultad para realizar un pago de planilla por lo alto de la ventanilla. Nuevamente, se muestra las alternativas que se pueden brindar a las personas de baja estatura o en sillas de ruedas para ofrecerles una atención más inclusiva.

La siguiente secuencia muestra las dificultades que tienen las personas con discapacidad física o visual para acceder al transporte público y se invita a buscar alternativas inclusivas para los traslados.

La próxima barrera física que se ve en el video es la dificultad que tienen las personas con discapacidad visual para transitar por la ciudad. Por ejemplo, la utilización de bandas táctiles como adornos urbanos desorientan a las personas ciegas. Nuevamente, se explican las normas técnicas para la correcta utilización de estos implementos. Dentro de esta secuencia, las escenas de personas con discapacidad visual con dificultad para orientarse, desplazarse y circular por la ciudad son evidentes. El video continúa con la explicación de las normas técnicas que deben tener las veredas para facilitar de la movilización de las personas con discapacidad.

La siguiente secuencia grafica las dificultades que tienen las personas con discapacidad para obtener una correcta atención. Se afirma que todo servicio de atención al público debe contar con un intérprete. En el video se ve como un joven se comunica en lengua de señas para ser atendido. Esta dificultad es más evidente cuando una persona con discapacidad auditiva necesita contactarse con el servicio de emergencias, ya que solo se lo puede hacer a través una llamada telefónica, o de teléfonos de alta tecnología. El video muestra una dramatización de un hombre con discapacidad auditiva que necesita comunicarse con emergencias, pero no lo puede hacer.

El video continúa y muestra las dificultades de las personas con discapacidad para trasladarse por vía aérea debido a la falta de información en formatos específicos y de espacios inclusivos.

El contacto y buen trato a las personas con discapacidad intelectual también es abordado. Todo es expuesto a través de imágenes que robustecen el mensaje. Se informa sobre la necesidad de un sistema educativo inclusivo que permita el desarrollo de niñas y niños con discapacidad. En las imágenes se puede apreciar a niñas y niños con y sin discapacidad interactuando en las aulas de clases.

Las barreras físicas nuevamente son abordadas en el video, en este caso se trata la dificultad que tienen las personas con discapacidad física para estacionarse. En el video se explica y grafica la normativa vigente que los estacionamientos preferenciales públicos y privados deben tener.

Hacia el final del video la presentadora, expresa que las personas con discapacidad no deberían necesitar de otras personas para explicar sus necesidades, por el contrario, la sociedad debería ser inclusiva y brindar todos los recursos para que las personas con discapacidad puedan exponer sus casos.

Otra barrera recurrente para las personas con discapacidad que presenta el video es la falta de comunicación e información en época de elecciones. En las escenas se puede apreciar como el braille y los textos de fácil lectura nos son tomados en cuenta para la difusión de propuestas electorales. En los discursos políticos no se considera un intérprete de lengua de señas para la comunicación con las personas con discapacidad auditiva.

El video finaliza con una invitación a la sociedad para ser parte de este reto y gran responsabilidad. En la escena final aparecen los logos de Ecuador Ama la Vida y el logo de CONADIS.

Características del video Dificultades a las que se enfrentan las personas con discapacidad

Este video es *informativo* y el más extenso del corpus del análisis. Su mensaje central son las barreras físicas y actitudinales a las que se enfrentan las personas con discapacidad día a día. La información es dada por una presentadora y un intérprete. A medida que avanza el video las imágenes grafican los que se está informando. Los planos que se manejan son principalmente generales y medios, que permiten una narración lineal.

Se puede observar las dificultades y retos a los que se enfrentan las personas con discapacidad. Lo poco inclusivo que son la mayoría de los espacios públicos y privados quedan en evidencia, así como todas las tareas pendientes para lograr una sociedad realmente inclusiva. Por cada barrera que se presenta también se informa la acción adecuada para superarla, por lo que mensaje no solo denuncia las carencias, sino aporta con soluciones.

La información que se brinda para superar las barreras no solo se limita a consejos, sino que también propone soluciones técnicas y basadas en parámetros establecidos. Las normativas vigentes en diferentes áreas como parqueaderos, señalética, movilidad, etc., se explica con claridad por lo que se convierte en un mensaje fácil de asimilar por los espectadores.

Las diferentes dramatizaciones que se presentan son protagonizadas por las mismas personas con discapacidad. Ellos son los que ilustran las barreras que enfrentan día a día, por lo que, a pesar de ser un video informativo, tiene un nivel emocional latente ya que se busca generar empatía con este grupo de atención prioritaria. Cada discapacidad es representada con una barrera específica, todas son abordadas de alguna manera, por lo que se logra incluir a todas las personas con discapacidad en las problemáticas que presenta el video. No solo se consideran las dificultades más conocidas como la movilización de una persona en sillas de ruedas, sino otras poco

entendidas como los problemas que tienen las personas con discapacidad auditiva cuando están en un aeropuerto antes de tomar un avión

La diversidad comunicacional también es un tema importante en el video. Una de las mayores discriminaciones que sufren las personas con discapacidad visual y auditiva es la privación de gran cantidad de información que no está disponible en los soportes adecuados. Un ejemplo que se utiliza, es la poca información a la que acceden las personas con discapacidad auditiva y visual en tiempo de campañas electorales o actos políticos; un hecho que CONADIS informó al resto de las instituciones públicas, principalmente al Ejecutivo, por lo que hoy, todos los discursos de las principales autoridades cuentan con intérprete de lengua de señas.

El contenido del video más allá de denunciar los problemas y dar las soluciones técnicas, también tiene un mensaje un poco más emotivo al afirmar que las verdaderas barreras para las personas con discapacidad no son las físicas, sino las barreras actitudinales, son estas las que no permiten una verdadera inclusión. La discapacidad es evidente por lo poco accesible que es la sociedad, más que por la limitación de un cuerpo. La discapacidad de una persona en silla de ruedas queda en evidencia cuando no cuenta con rampas para su movilización o con transporte inclusivo, si estas falencias fueran resueltas, la persona en silla de ruedas podría realizar sus actividades cotidianas con normalidad. Finalmente, este es el único video del corpus del análisis donde claramente se explica que el término correcto que se debe utilizar es *persona con discapacidad*.

3.2 Construcciones audiovisuales de las personas con discapacidad en los cinco videos de CONADIS

Para analizar la construcción audiovisual de las personas con discapacidad de los cinco videos de CONADIS se elaboró una ficha donde se indica la caracterización de las personas que representan a cada tipo de discapacidad referente a: género, tipo de discapacidad, rango de edad, etnia y descripción física. Se analizó la discapacidad física, intelectual, visual y auditiva que constituyen las más frecuentes en el Ecuador. En los cinco videos estudiados se determinó la representación de un total de cuarenta y cinco personas con discapacidad.

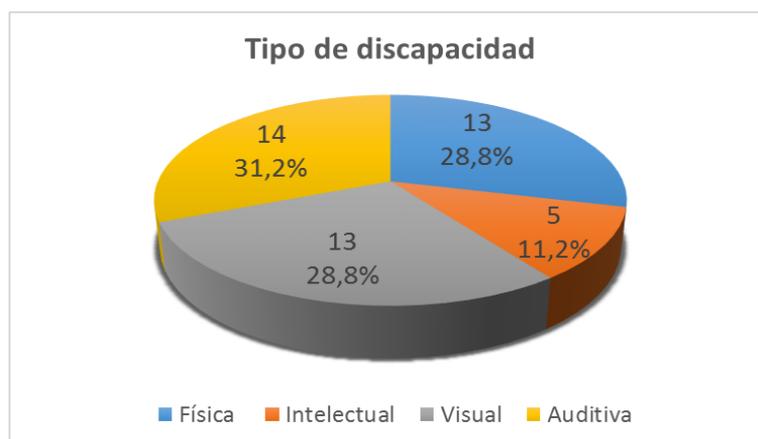
Gráfico 4
Representación por género



Elaboración propia

Si bien la prevalencia de la discapacidad en el Ecuador es superior en los hombres con un 56% frente al 44% de las mujeres, esta diferencia es todavía mayor en la participación de ambos géneros en los videos analizados. La superioridad en número de hombres protagonistas de los videos demuestra la discriminación que las mujeres enfrentan, no solo por su discapacidad, sino en este caso por su género. Es importante recalcar que las mujeres con discapacidad enfrentan problemas serios en cuanto a la educación, salud e inclusión laboral. La falta de participación igualitaria ahonda estas diferencias.

Gráfico 5
Representación por tipo de discapacidad

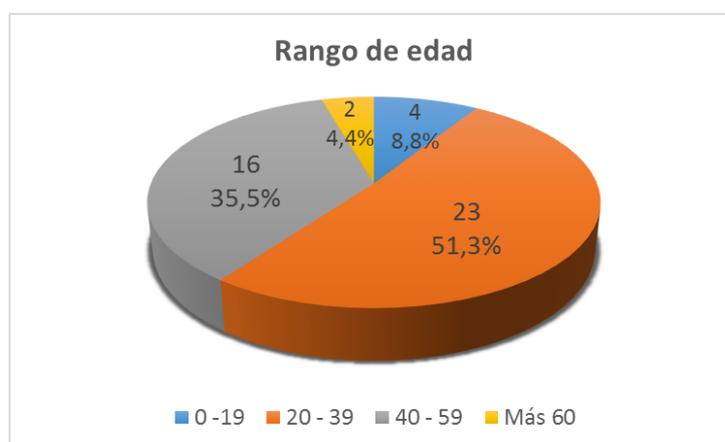


Elaboración propia

En cuanto a la representación de personas con discapacidad física, auditiva y visual en los videos de CONADIS se determinó una participación equitativa. Sin

embargo, la representación de personas con discapacidad intelectual está muy por debajo de los otros tipos de discapacidades. En el Ecuador más de 90.000 personas tienen discapacidad intelectual, si a esto se le suma las casi 17.000 personas con discapacidad psicológica y psicosocial representan el segundo tipo de discapacidad más frecuente en el país. La poca representación de personas con discapacidad intelectual en los videos de CONADIS invisibiliza a este grupo tan importante.

Gráfico 6
Representación por rango de edad

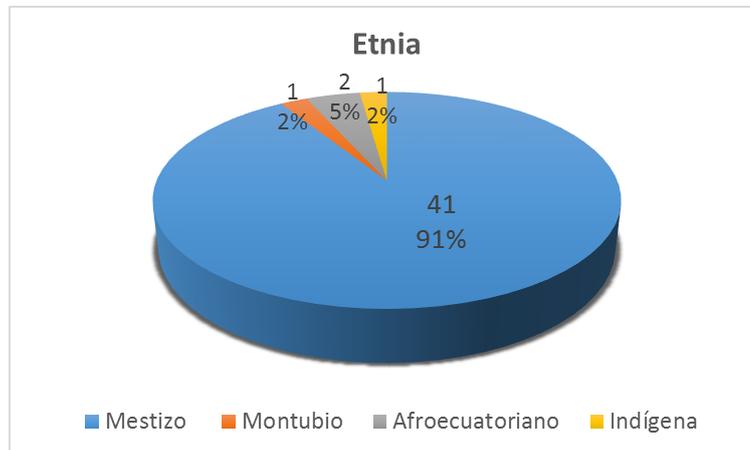


Elaboración propia

De las 45 personas con discapacidad representadas en los videos de CONADIS el mayor grupo se encuentra en los rangos de edad entre 20 y 39 años seguidos por el grupo de 40 a 59 años. Son prácticamente dejados de lado los niños y los adultos mayores con discapacidad. Es importante destacar que a mayor edad, la discapacidad aumenta en la población. Esta relación posiblemente se debe a que conforme avanza la edad se presentan mayores problemas de salud, que pueden llevar a deficiencias tanto físicas como intelectuales. El Informe Mundial sobre Discapacidad establece que el número de personas con discapacidad está aumentando, debido al envejecimiento de la población y al incremento global de los problemas crónicos de salud asociados a la

discapacidad, como la diabetes, las enfermedades cardiovasculares y los trastornos mentales.⁶⁹

Gráfico 7
Representación por etnia



Elaboración propia

Casi la totalidad de las personas con discapacidad representadas en los cinco videos de CONADIS son mestizas. Solo dos afroecuatorianos (uno un personaje animado) y un montubio (personaje animado) participan en los videos. Esta representación dista con la realidad del Ecuador que es un país multiétnico. Manabí, con casi 45.000 casos, es una de las cinco provincias con más personas con discapacidad en el Ecuador. Y provincias como Chimborazo, Cotopaxi y Bolívar, con una población altamente indígena, presentan más de 29.000 personas con discapacidad. La diversidad étnica no es representada en los videos analizados.

Personas con discapacidad física: Se determinó la representación de trece personas con discapacidad física en los videos analizados, de los cuales cinco son hombres y ocho mujeres. Los tipos de discapacidades físicas que se distinguen en los videos son el uso de sillas de ruedas (en su mayoría), personas de talla baja, uso de muletas y discapacidad en las manos. La mayoría de las personas con discapacidad física se encuentran en el rango de edad entre 20 a 59 años, sin embargo, en el video

⁶⁹Vicepresidencia de la República del Ecuador, Primer Estudio Biopsicosocial Clínico Genético de las Personas con Discapacidad, (Quito: Vicepresidencia, 2012), 45.

“dificultades a las que se enfrentan las personas con discapacidad” se puede ver a una persona que aparentemente supera los sesenta años. En el video “sociedad inclusiva” se ve el personaje de una mujer indígena con muletas y un hombre afro ecuatoriano en silla de ruedas, el resto de representaciones son hombres y mujeres mestizos.

Personas con discapacidad intelectual: En total se representan a cinco personas con discapacidad intelectual, de las cuales tres son mujeres y dos son hombres. A excepción de un niño con aparente retraso mental en el video “dificultades a las que se enfrentan las personas con discapacidad”, los cuatro restantes tienen síndrome de Down. Las cinco personas representadas bajo este tipo de discapacidad son mestizos, además cuatro de los cinco están en el rango de edad de 0 a 19 años. Una de las razones por las que se representan a las personas con discapacidad intelectual, sobre todo síndrome de Down, cuando son jóvenes es porque tienen una expectativa de vida menor en comparación a otros tipos de discapacidades.

Personas con discapacidad auditiva: En los cinco videos de CONADIS se representan a catorce personas con discapacidad auditiva, de las cuales diez son hombres y cuatro son mujeres. El lenguaje de señas que utilizan permite distinguir visualmente con claridad quiénes están bajo este tipo de discapacidad. Las catorce personas representadas con discapacidad auditiva están en el rango de edad de 20 a 59 años y son mestizas, a excepción del personaje del video “sociedad inclusiva” que es el único montubio en el corpus del análisis.

Personas con discapacidad visual: Se determinó la representación de trece personas con discapacidad visual, de las cuales diez son hombres y tres son mujeres. El uso del bastón permite determinar qué personas representan este tipo de discapacidad. En cuanto al rango de edad, a excepción de una mujer que aparenta superar los sesenta años en el video “dificultades a las que se enfrentan las personas con discapacidad”, todos los demás están en el rango de edad de entre 20 a 59 años. Además, en este tipo de discapacidad también se puede distinguir a una mujer afro ecuatoriana, las demás personas con discapacidad visual son mestizas.

De las cuarenta y cinco personas con discapacidad representadas en los cinco videos analizados, la mayoría tienen una vestimenta semiformal y cinco usan trajes formales o uniformes. Los colores que predominan en cuanto a las vestimentas son los azules (jeanes y trajes) y colores claros como amarillos, verdes y rosas. En algunas tomas, es posible ver que utilizan ropa de marcas reconocidas y accesorios como relojes y joyas.

El concepto que se tiene de la discapacidad y su representación no está en la discapacidad en sí, son las personas quienes fijan el sentido, en ocasiones de manera tan firme, que después de un tiempo parece ser algo natural e inevitable. Las representaciones son una parte esencial del proceso mediante el cual se produce sentido y se asimila conceptos con la discapacidad.

Al representar a las personas con discapacidad y los diferentes tipos de discapacidad se relacionan un conjunto de conceptos mentales preexistentes. Sin estas representaciones mentales no se puede interpretar el mundo. Esto se debe a que el sentido depende del sistema de conceptos e imágenes formadas en el pensamiento, en este caso de las personas con discapacidad.

3.3 Estereotipos de las personas con discapacidad en los cinco videos de CONADIS

Las representaciones de personas con discapacidad en los cinco videos de CONADIS son construidas y creadas para significar. Reflejan rasgos y elementos corporales, físicos, de vestimenta, edad y etnia. Ya se ha analizado las construcciones visuales de las personas con discapacidad en los videos, ahora se describirá algunos estereotipos sobre los tipos de discapacidades. El análisis se lo realizó a través de la observación y la descripción para identificar características similares que se presentan en las discapacidades física, intelectual, visual y auditiva.

Para Stuart Hall el estereotipo es la práctica significativa y central de la representación de la diferencia, pero también la manera de otorgar sentido al mundo⁷⁰. Tipificar es esencial para la producción de significados. Los estereotipos reducen la complejidad social a pocos rasgos sencillos que a su vez son fáciles de reconocer.

⁷⁰Stuart Hall, Sin Garantías en El espectáculo es el otro, (Lima, Envion), 2010, 45.

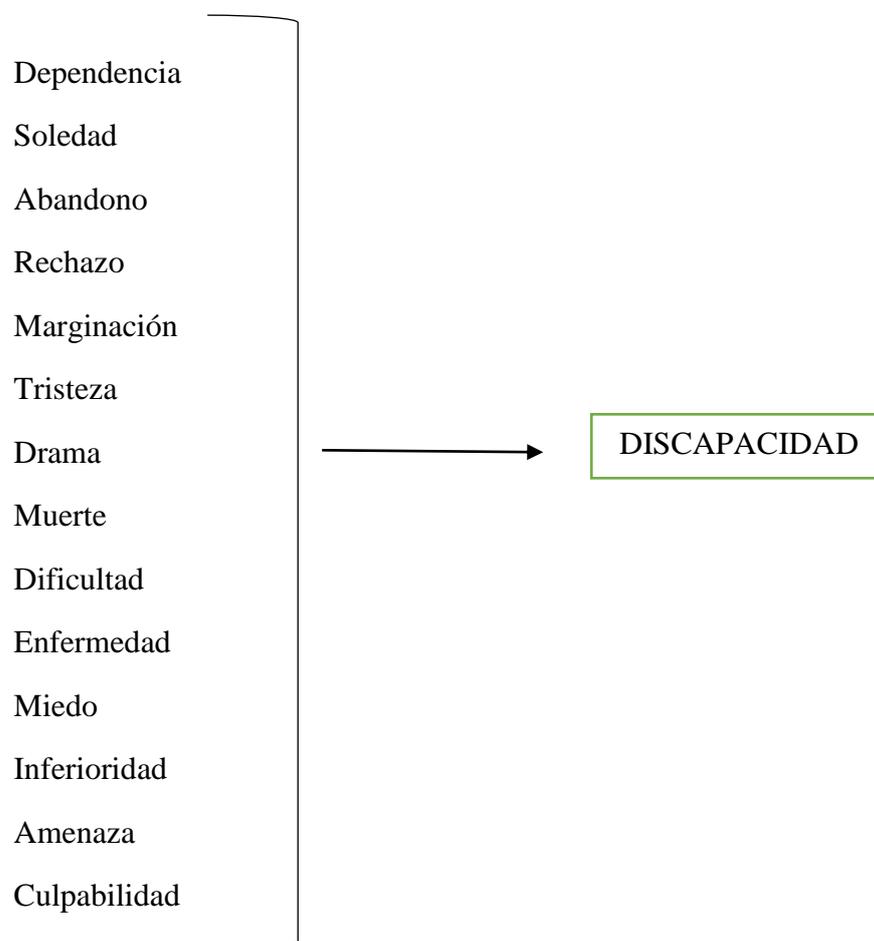
La discapacidad ha adquirido visibilidad y presencia en los medios de comunicación y, dentro de ellos, en las campañas de comunicación de bien público. Estas acciones comunicativas tienen una influencia activa en las actitudes, los prejuicios y el conocimiento del público hacia la discapacidad, así como hacia la autoimagen de las personas con discapacidad. Estas imágenes se enfocan desde la generalización, a partir de representaciones estereotipadas.

En el proceso de interpretación de las representaciones de personas con discapacidad de los videos analizados, intervienen directamente los receptores, con prejuicios, valores y sentimientos, es decir, con los mapas conceptuales que tienen sobre la discapacidad. Los videos actúan como un trasmisor de imágenes sesgadas sobre este grupo de atención prioritaria, lo que propicia un modelo sociocultural en el que el público se proyecta.

Para María Cruz Alvarado, la discapacidad suele presentarse como algo excepcional frente a lo natural, y como algo cargado de negatividad frente a la positivación típicamente publicitaria. Así lo evidencia los valores más frecuentes con los que se asocia en estos mensajes y que constituyen el campo semántico derivado de ella: miedo, soledad, dolor, enfermedad. Una presentación que en nada favorece al colectivo⁷¹.

⁷¹ María Cruz Alvarado, Susana del Andrés del Campo, Rodrigo Gonzales Martín, Discapacidad: estigma y concienciación: Análisis de la representación de las personas con discapacidad en la comunicación publicitaria, (Comunicación e Ciudadanía), 2007, 41.

Gráfico 8
Valores asociados a la discapacidad⁷²



En cuanto a los elementos verbales, los textos suelen cargarse con palabras y expresiones propias de la “jerga” característica de la publicidad social como: “ayuda” o “necesidad”. Y desde el punto de vista sonoro, son característicos los silencios, vinculados con situaciones graves⁷³.

Para Alvarado, también adquiere importancia el código gestual, que se utiliza como elemento discriminador y demarcador de diferencias entre personas con y sin discapacidad, a las que se les asigna distintos gestos y estados de ánimos. Así, es frecuente, la primacía que adquieren las expresiones faciales básicas capaces de

⁷²Alvarado, Discapacidad: estigma y concienciación, 41.

⁷³Ibíd, 39 - 40.

significar seriedad, tristeza, preocupación o dolor, en los rostros de personas con discapacidad. ⁷⁴

Los estereotipos son creencias compartidas relativas a las características de un grupo social que facilitan dar respuesta a la identificación propia y ajena. Entendiendo al estereotipo como un factor que reduce la complejidad de la vida social, los diferentes tipos de discapacidad mantienen ciertas características que les permiten ser reconocidas en los videos:

Discapacidad física: La discapacidad física todavía está relacionada fuertemente con el uso de sillas de ruedas y muletas. Sin embargo, comienza a fortalecerse las representaciones de personas de talla baja y discapacidades en otras partes del cuerpo, más allá de las piernas.

Discapacidad intelectual: La discapacidad intelectual todavía se representa con el síndrome de Down. Este tipo de discapacidad es especialmente difícil de representar ya que existen condiciones como el autismo que visualmente no se pueden plasmar o condiciones como el retraso mental que pueden poner a la persona con discapacidad a una exposición de situación de riesgo innecesaria.

Discapacidad visual: Los bastones guías y las gafas oscuras son estereotipos clásicos para representar a las personas con esta discapacidad y están presentes en los videos analizados.

Discapacidad auditiva: Este tipo de discapacidad también es complicada de representar visualmente, los gestos y en ocasiones los audífonos permiten mostrar quien posee esta discapacidad.

En los videos analizados, las palabras que destacan al momento de referirse a las personas con discapacidad son: inclusión, familia, superación, barreras físicas y actitudinales, oportunidad y respeto.

En los videos “plataforma virtual del CONADIS”, “historia de vida-Fernando Mora” y “construyendo una sociedad inclusiva” los gestos que predominan en las personas con discapacidad son de serenidad, felicidad y seguridad. Se invita a la inclusión y superación. Por otro lado, en el video “dificultades a las que se enfrentan las

⁷⁴Ibíd.

personas con discapacidad” los gestos que predominan en las personas con discapacidad son la molestia y seriedad al enfrentarse a barreras físicas y actitudinales y al no cumplimiento de sus derechos. Valores o sentimientos como dependencia, abandono, rechazo, enfermedad o miedo no están presentes en los videos analizados.

En el corpus analizado solo en una toma del video “plataforma virtual de CONADIS” se muestra a un joven con discapacidad física en una situación de riesgo al tener que ser cargado para bajar unas gradas y subir a un vehículo. A parte de esta escena, las demás personas con discapacidad que son representadas en los videos se encuentran en situaciones y lugares favorables para su desarrollo como en escuelas, parques, lugares de trabajo, etc. Además, realizan actividades cotidianas como manejar vehículos, viajar, realizar trámites.

Los estereotipos negativos y dramáticos donde la discapacidad aparece como un estigma, consecuencia derivada de una enfermedad, catástrofe o conducta no están presentes en los cinco videos analizados. Por el contrario, las representaciones en los cinco videos son reivindicadoras con esta minoría. Se basa en una comunicación alternativa, donde se aplauden las diferencias y se exigen los derechos. Se deja de lado los estereotipos de la discapacidad basados en la caridad y la beneficencia.

3.4 Análisis del grupo focal y entrevistas

Para complementar esta investigación se realizó un grupo focal formado por cinco miembros de las Federaciones para Personas con Discapacidad, el objetivo fue revelar su percepción sobre los videos analizados de CONADIS.

Se utilizó un grupo focal como herramienta de recolección de datos, pues permite sistematizar la información acerca de conocimientos, actitudes y prácticas sociales que difícilmente serían obtenidas a través de otras técnicas. El grupo focal ofrece observaciones centradas en los intereses del investigador, y las conclusiones dadas por dos u ocho personas producirán ideas más nutritivas en significado y contenido, que las hechas a diez personas en entrevistas individuales. El grupo focal no sólo va a generar las respuestas al objetivo de la investigación, sino también una

aproximación a las experiencias de los participantes⁷⁵. Además, comparados con la entrevista grupal, el grupo focal permite obtener una multiplicidad de miradas y procesos emocionales dentro del contexto del grupo.

Tabla 6
Comparación de la entrevista grupal y el grupo focal⁷⁶

Criterio	Entrevista grupal	Grupos focales
Número de participantes	6- 10	5 -10
Objetivo	Opiniones	Experiencias
Calidad de la interacción	Parcial	Si
Nivel de estructura	Alto	Bajo
Profundidad de la experiencia	Poca profundidad	Medio
Alcance de las experiencias	Medio	Amplio
Nivel de participación del moderador	Alto	Bajo

Elaboración propia

El grupo focal se centra en la interacción dentro del grupo, la cual gira alrededor del tema propuesto por el investigador. Su utilización es recomendada cuando el tema de investigación es complejo e incluye un amplio número de posibles variables, además, se desea conocer la percepción de las personas respecto a lo que genera o impide un comportamiento, así como su reacción ante diferentes ideas, conductas, productos o servicios⁷⁷.

Se propone que, según las características y la complejidad del tema a tratar, así como la experiencia y la habilidad del moderador, se determine el número adecuado de participantes, sin exceder las 12 personas. Así mismo, para tratar temas sensibles o controvertidos, recomienda la utilización de grupos pequeños, entre 5 y 8 participantes.

⁷⁵Escobar, Jazmine, Bonilla-Jiménez, Francy, *Grupos focales: una guía conceptual y metodológica*, Cuadernos hispanoamericanos de psicología, 9(1), (Bogotá, Universidad del Bosque), 2009, 51-67.

⁷⁶Escobar, Bonilla-Jiménez, *Grupos focales*, 51 – 67.

⁷⁷Ibíd.

Cabe anotar que el tamaño del grupo focal también depende del nivel de profundidad que se le va a dar a la entrevista por parte del investigador y de los objetivos de la investigación⁷⁸.

El grupo focal permite que los participantes compartir experiencias al interior del grupo, hace del grupo focal una forma más efectiva, profunda y significativa de obtener información. Esta técnica permite a los investigadores descubrir las unidades de conceptualización desde la perspectiva de las personas estudiadas, en lugar de imponerles clasificaciones a sus comportamientos.

La técnica de grupos focales es limitada en términos de su capacidad para generar resultados que representen la opinión de una muestra grande de personas, ya que el número de participantes es muy pequeño y no representativo. No obstante, como las personas que participaron en el grupo focal fueron seleccionadas aleatoriamente de un grupo relativamente homogéneo, se pueden realizar generalizaciones interesantes para determinar la imagen de las personas con discapacidad que proyecta la comunicación de bien público del CONADIS.

Resultados

El grupo focal estuvo formado por cinco miembros de las Federaciones de Personas con Discapacidad del Ecuador. Tres de los participantes tienen discapacidad física o mixta, uno tiene discapacidad intelectual (leve retraso mental) y otra discapacidad auditiva. El rango de edad de los participantes está entre los 25 y 45 años. Dos tienen estudios universitarios y tres culminaron su secundaria. Todos trabajan.

El objetivo del grupo focal fue determinar la percepción que los participantes tienen sobre los videos presentados. Para realizar el grupo focal, primero se proyectó un video y luego se aplicó un banco de preguntas abiertas (ver anexo 2). Los participantes respondieron libremente a cada pregunta y pudieron compartir sus puntos de vista con los otros integrantes del grupo. Este procedimiento se aplicó con los cinco videos. Los resultados que se obtuvieron en este grupo focal se presentan en base a cada video analizado.

⁷⁸Ibíd.

Plataforma Virtual CONADIS

Los participantes del grupo focal se mostraron interesados en ver y opinar sobre los videos de CONADIS, si bien las Federaciones no forman parte del Consejo, todos están al tanto de sus funciones.

Los participantes declararon que este video muestra a las personas con discapacidad siendo incluidas y productivas en la sociedad. Se les percibe capaces de desarrollarse sin problemas en actividades cotidianas ya sea en su hogar o lugar de trabajo. Se determinó que el video busca sensibilizar sobre temas de educación, trabajo y servicios para las personas con discapacidad y que herramientas, como la plataforma virtual, tienen esa finalidad. Una de las participantes manifestó que *“las personas con discapacidad podemos acceder a atención efectiva y afectiva, pero depende de los funcionarios capacitarse y perder el miedo a tratar con gente como nosotros”*. Dos de los aspectos que más se recordaron sobre el video fueron la comunicación del hombre con discapacidad auditiva y la cordial atención por parte de los funcionarios públicos, sin embargo, en seguida hicieron notar que no siempre se topan con funcionarios cordiales: *“No creo que las personas que trabajan en esos lugares siempre atiendan de esa manera, tengas o no discapacidad, como te atiendan depende del ánimo que se levanten”*, a lo que otro participante añadió: *“pero hay que reconocer que la atención ha mejorado, sobre todo si tienes discapacidad, sí se agiliza todo un poco más”*.

Cuando se les consultó sobre si les gustaría que se muestra a las personas con discapacidad de otra forma, la mayoría consideró que en este video las muestra de una forma realista, acudiendo a trabajar, estudiando o realizando trámites sin problemas. Sin embargo, una de las participantes comentó que no se siente identificada con el joven en silla de ruedas: *“el hombre que bajaron cargando, no creo que debamos ser mostrados así, a pesar de tener discapacidad somos independientes capaces de defendernos solos”* pero otro de los participantes le comentó: *“pero también es la realidad, no todos podemos movernos por nuestra cuenta, físicamente no podemos ser independientes y necesitar asistencia también forma parte de tener discapacidad”*. Al final de la discusión de este video los participantes concluyeron que ni todas las personas con discapacidad son independientes, ni todas necesitan ayuda continua.

Historia de vida - Fernando Mora

Al consultar al grupo cómo creen que se muestra a Fernando Mora en este video, los calificativos más utilizados fueron: “seguro”, “fuerte”, “con objetivos trazados”, “independiente”, “familiar” y “trabajador”. Uno de los participantes dijo *“así se debe mostrar a uno de nosotros”*. Para la mayoría la finalidad del video es mostrar un caso exitoso de una persona con discapacidad. El participante con discapacidad intelectual manifestó: *“cuando sea mayor como él, también voy utilizar cámaras y computadoras, es inteligente”*. Dos de los aspectos más recordados del video fueron la relación familiar de Fernando y que trabaja en lo que le gusta. Una de las participantes manifestó: *“Muchas personas piensan que porque tenemos discapacidad solo podemos trabajar en limpieza o arreglando anaqueles, no tienen idea de lo que somos capaces de hacer, ni siquiera nos dan una oportunidad, creen que no podemos ser profesionales respetados”*. Cuando se les preguntó si les gustaría que lo muestren de otra forma, muchos coincidieron que es un “buen ejemplo”, sin embargo, la participante anterior dijo: *“Es verdad se logró superar, pero no creo que sea tan buena idea que se recalque tanto que no tuvo ningún estudio formal y que fue autodidacta, es verdad que es un mérito, pero para mí da la idea errónea de que no es necesario estudiar, que simplemente encontraremos algo que nos guste hacer, creo que la necesidad de la educación siempre tiene que ser fortalecida”*. Para finalizar la discusión de este video los participantes se logran identificar sobre todo con el tema del apoyo familiar.

Construyendo una sociedad inclusiva

Cuando se presentó el video, los participantes describieron dos maneras de mostrar a las personas con discapacidad. La primera se presenta al inicio del video cuando las personas con discapacidad son excluidas e invisibilizadas; y la segunda cuando comienzan a formar parte de la sociedad. Un participante manifestó *“se muestran dos realidades que vivimos a diario, por un lado existen los que nos rechazan y por otro lado los que nos aceptan, la verdad no creo que nunca se elimine completamente la exclusión”*. En cuanto al mensaje del video, por unanimidad se determinó que es la inclusión de las personas con discapacidad en todos los ámbitos.

También se destaca que tres de los cinco participantes mencionaran que el mensaje del video es el uso del término correcto, persona con discapacidad. *“Ya no me enojo más cuando me llaman discapacitado o con capacidades diferentes, al principio me dolía y me enojaba, luego, trabajando en la Federación, me di cuenta que solo es falta de cultura, de que la sociedad se interese un poco más, sé que no soy un discapacitado, ojalá todos los demás se den cuenta algún día también”*, manifestó uno de las participantes. En cuanto a lo que más recuerdan del video es la diversidad de personajes. Llamó su atención la representación del montubio, la mujer indígena y el afro ecuatoriano en silla de ruedas: *“Ese muñequito negrito es igualito a un primo mío, y los dos están en silla de ruedas”*. Sobre si les gustaría que las personas con discapacidad fueran representadas de otra forma en este video, el grupo dijo que no, que los personajes son agradables y llamativos y están representadas todos los tipos de discapacidades. Finalmente, se sintieron identificados con el hecho de que todos en algún momento de su vida se sintieron excluidos.

Prevención de discapacidades en accidentes de tránsito

De los cinco videos presentados en el grupo focal este fue el que menos opiniones generó, esto se debe a que los participantes no pudieron distinguir a personas con discapacidad que participaran en él, por lo que las preguntas uno, cuatro y cinco casi no generaron ninguna reacción. Cuando se les pregunto qué es lo que más recuerdan, los calificativos utilizados fueron: consejos tontos, consejos repetitivos y nada nuevo. La única pregunta que generó opiniones en este video fue la que se refiere al mensaje del mismo. *“Entiendo que se trate de dar un mensaje a la sociedad, pero qué tiene que ver con nuestra condición, creo que el mensaje es muy simplista en cuanto a discapacidad se refiere”*, *“a mí me choca el mensaje final de la conductora, que valoremos nuestra vida, me da a entender que por tener discapacidad no lo hacemos o que la tenemos por culpa de un accidente”*, *“pero al fin y al cabo son consejos que nos pueden ayudar, nadie quiere sufrir un accidente, son cosas que podemos hacer para que no nos pase nada”*, fueron algunas de las reacciones de los participantes.

Dificultades a las que se enfrentan las personas con discapacidad

Los participantes del grupo focal manifestaron que el quinto video muestra a las personas con discapacidad en su lucha diaria por desenvolverse en una ciudad poco incluyente. *“Muchas de las dificultades que vemos en el video yo las vivo diariamente, el no poder subirme a un bus por mi silla de ruedas, el no poder bajar de una vereda o simplemente no poder usar un baño público, en una ciudad como la nuestra es muy difícil mi movilización, puede que las personas poco a poco sean más incluyentes, pero a la ciudad, hablando físicamente, le falta muchísimo”*, dijo una de las participantes. Además, se determinó que perciben a las personas con discapacidad representadas en este video como independientes, que se desenvuelven de la mejor manera a pesar de las barreras diarias: *“Simplemente tenemos que resolver lo que se nos presenta, no nos queda de otra, ya no podemos seguir esperando que los demás resuelvan nuestros problemas”*. En cuanto al mensaje la mayoría concluyó que se trata sobre el respeto a sus derechos y construir una sociedad incluyente tanto física como socialmente. Lo que más recuerdan sobre el video fue el mal uso de las bandas táctiles y la dificultad de las personas con discapacidad auditiva para viajar por avión o llamar a emergencias: *“uno muchas veces piensa que las personas sin discapacidad no entienden los obstáculos que enfrentamos cada día, pero viendo el video, me doy cuenta que a veces ni nosotros que tenemos discapacidad física, entendemos las dificultades que enfrenta una persona ciega, sorda o con discapacidad intelectual, cada discapacidad es una realidad con sus problemas y soluciones como muestra el video.”*

Cuando finalizó el grupo focal, en general los cinco participantes consideraron positiva la imagen que representa los videos de CONADIS de las personas con discapacidad. Se identificaron con muchas de las características, situaciones y barreras presentadas en los videos, sin embargo, dejaron claro que es muy difícil identificarse completamente con alguna de estas representaciones porque cada persona que tiene discapacidad vive su propia realidad.

Entrevistas

Con la finalidad de tener una perspectiva más amplia de los videos analizados, se realizó dos entrevistas; la primera fue a Xavier Merino con discapacidad visual, integrante de la Federación Nacional de Ciegos del Ecuador (FENCE) y la segunda a Yajaira Escudero con discapacidad auditiva, integrante de la Federación Nacional de Sordos del Ecuador (FENASEC).

En la entrevista realizada a Xavier Merino, es evidente que la percepción que obtiene de la imagen de las personas con discapacidad en los videos de CONADIS es exclusivamente por las locuciones y musicalización de los productos audiovisuales. Al preguntarle como creía que eran representadas las personas con discapacidad en los videos analizados y si se identificaba con ellos, respondió:

“Es muy difícil analizar y opinar sobre algo (los videos) que no fueron hechos para ti. Estamos en una sociedad dominada por la visión y la mayoría de la información simplemente no está disponible para personas ciegas. En uno de los videos solo escuche música, en otro, consejos para ser conductores prudentes, que no significa mucho teniendo en cuenta que no manejo. Me quede un poco confundido con el video sobre la historia de Fernando Mora, porque si bien era sobre un hombre la contaba una mujer.

El único momento en el cuál me sentí identificado fue cuando se nombraron las dificultades que tenemos las personas ciegas al momento de movilizarnos por la ciudad y la dificultad que tenemos para obtener información porque no está en el soporte indicado para nosotros, como es el caso de estos videos. Creo que este tipo de producto, estas campañas no son para personas ciegas y aporta muy poco. Sin embargo, también creo que se puede hacer cosas muy interesantes en otros medios como la radio o documentos en braille para fortalecer el mensaje de inclusión, solo se necesita ser más creativo y tener en cuenta que no todo está basado en la visión, nos olvidamos que tenemos otros cuatro sentidos, igual o más importantes que nos permiten desarrollarnos con normalidad”⁷⁹.

⁷⁹Xavier Merino, integrante de FENCE, entrevistado por Andrea Yépez, en la Federación Nacional de Personas Ciegas, Quito, 9 de noviembre de 2015.

La siguiente entrevista fue realizada a Yajaira Escudero, integrante de FENASEC, al contrario de la entrevista con Merino, en esta ocasión la sonorización del video no obtuvo mayor impacto, además para realizar la entrevista se contó con un intérprete de lengua de señas. Al preguntarle como creía que eran representadas las personas con discapacidad en los videos analizados y sí se identificaba con ellos, respondió:

“Me identifico con muchas de las dificultades de las personas con discapacidad en los videos, a veces, la gente no sabe lo complicado que es solicitar información, viajar a ir al médico, es muy difícil comunicarse. En especial creo que el video de Fernando Mora es un ejemplo de como las personas sordas nos superamos cada día. Los videos creo que están bien elaborados, que representan un lado positivo de las personas con discapacidad y que dan herramientas precisas para lograr una sociedad más incluyente. Creo que es fundamental que se incluya en la mayoría de los videos a intérpretes de lengua de señas porque así nosotros también podemos entender el mensaje que se desea transmitir. Sin embargo, me parece que en el video “construyamos una sociedad incluyente se olvidaron totalmente de la comunidad sorda y es una pena porque de todos es el video más llamativo. Existen otras formas de llevar un mensaje a la comunidad sorda más allá de la lengua de señas, si no la querían poder, por ejemplo, están los subtítulos para que nosotros conozcamos que se está diciendo en el video. Me gusto que no se muestra pobreza o enfermedades, sino, otra cara de la discapacidad. Nosotros trabajamos, estudiamos, viajamos y llevamos una vida normal, solo que sorteamos una que otra barrera de vez en cuando.”⁸⁰”

Si bien los productos analizados son audiovisuales, es importante conocer la opinión de personas que acceden a este contenido a través de otros sentidos, ya que lo que se busca es una sociedad incluyente en todo sentido.

⁸⁰Yahaira Escudero, integrante de FENASEC, entrevistado por Andrea Yépez, en la Federación Nacional de Personas Sordas, Quito, 10 de noviembre de 2015.

Conclusiones

La imagen es un elemento clave de la representación de nuestra realidad y posee una carga significativa. Una imagen es una síntesis de lo que vemos y opera en nuestro plano afectivo. Tiene la capacidad de estimular situaciones, estados de ánimo, rechazo o aceptación ya que aporta conceptos, significación cultural, prácticas sociales y demuestra relaciones de poder. Hoy en día, nuestra cultura puede ser reconocida fundamentalmente como visual ya que presenta la vida a través de una pantalla.

Las personas con discapacidad han adquirido presencia en los medios de comunicación. La forma como son representadas influencia en las actitudes, estereotipos y el conocimiento que el público tiene sobre la discapacidad, así como su autoimagen.

Las personas construyen el sentido usando sistemas de representaciones e intercambiando estos sentidos entre los miembros de la cultura. Los mapas conceptuales que se comparten deben ser traducidos a un lenguaje común, de tal modo que se pueda correlacionar estos conceptos e ideas con ciertas palabras escritas, sonidos producidos o imágenes visuales. La comunicación es posible porque se comparten ampliamente los mismos mapas conceptuales y por tanto la interpretación del mundo.

En los cinco videos analizados de CONADIS, las personas con discapacidad fueron representadas como un grupo de atención prioritaria que exige sus derechos. El mensaje ya no solo se centra en la atención médica o la rehabilitación, sino en el cumplimiento de normativas técnicas establecidas y en cambios actitudinales de la sociedad. Ya no se busca la inserción, sino una inclusión efectiva, donde se entienda que las barreras a las que se enfrentan las personas con discapacidad no son problemas individuales, sino una problemática estructural y social.

Existe diferencia en cuanto a la representación igualitaria de las personas con discapacidad. Las mujeres, niños y adultos mayores con discapacidad, así como las personas con discapacidad intelectual y grupos étnicos, a parte de los mestizos, son menos visibilizados en los videos. El mensaje principal que promueve los videos de CONADIS es la inclusión, sin embargo, son excluyentes cuando se refiere a la falta de representación de diversos grupos étnicos de personas con discapacidad. Solo en el video de construyamos una sociedad incluyente se puede ver personajes o actantes que

representan a montubios, indígenas o afro-ecuatorianos, los demás videos solo tienen como protagonistas a personas con discapacidad mestizas. Es importante destacar que en todas las provincias del Ecuador se registran todo tipo de discapacidades. De igual manera, la representación de adultos mayores o niños con discapacidad es muy escasa, casi inexistente. Esto refleja una exclusión y refuerza la idea de que las personas con discapacidad son un grupo distante, no se visualiza que la discapacidad puede presentarse en cualquier etapa de la vida.

Las personas con discapacidad representadas en los videos fueron mostradas en actividades cotidianas. Se las representó en sus trabajos, en las escuelas, realizando trámites en instituciones públicas, manejando vehículos o viajando. Si bien los videos muestran las dificultades a las que se enfrentan, no las presentan en situaciones de vulnerabilidad excesiva, sino como individuos independientes, que reivindican la inclusión. Estas representaciones cristalizadas generan estereotipos respecto a las personas con discapacidad.

Los estereotipos son esquemas culturales preexistentes, a través de los cuales cada uno filtra la realidad del entorno. Son creencias compartidas relativas a las características de un grupo. Las personas advierten en los otros algún rasgo que caracteriza al grupo conocido, y completan la información que no conocen por medio de estereotipos en su mente. Pueden ser abordados desde su connotación negativa como prejuicio de la sociedad, o desde su connotación positiva, relacionada con la construcción de la identidad y la cognición social. Las representaciones publicitarias se convierten en prototipos del estereotipo, en un referente de todo un grupo social que ayuda a construir su identidad.

En los videos analizados, se mantienen estereotipos relacionados a los diferentes tipos de discapacidades como: la silla de ruedas, gafas oscuras, bastones audífonos y el síndrome de Down para representar a las personas con discapacidad intelectual; estos elementos refuerzan la idea de que esta es la única forma de reconocer los diferentes tipos de discapacidad. Tal vez es la más simple, ya que el uso de estereotipos reduce la complejidad y simplifican a un grupo, pero no es la única.

Características como enfermedades, dependencia, soledad, etc., que típicamente estaban relacionadas a la discapacidad, no están presentes en los videos analizados. Las personas con discapacidad son representadas como un grupo productivo que trabaja o

estudia. Los estereotipos negativos, o mejor dicho los prejuicios, son dejados de lado para dar paso a una comunicación reivindicadora de un grupo de atención prioritaria que exige sus derechos.

Los estereotipos ayudan a construir la identificación de un grupo social. En el grupo focal realizado para determinar la percepción que tienen las propias personas con discapacidad de las representaciones de los videos, manifestaciones como “gente como nosotros” o “uno de nosotros” demuestran que las personas con discapacidad se identifican como grupo específico y se auto reconocen con ciertas representaciones de los videos. Sin embargo, no se identifican completamente con los mensajes difundidos por los videos, ya que como señalaron, cada persona con discapacidad es una realidad distinta. Cuando se le preguntó a los participantes del grupo si le gustaría que las personas con discapacidad fueran representadas de manera distinta en los videos, se mencionó que sería importante representarlas practicando algún deporte o realizando alguna actividad cultural.

Además, se determinó con las entrevistas que muchas veces la información para personas con discapacidad solo está disponible en textos, videos o audios y se dejan de lado otros formatos para diferentes tipos de discapacidad. Al momento de elaborar un mensaje sobre temas de discapacidad, es importante considerar el sistema braille, documentos de fácil lectura o subtítulos para personas con discapacidad auditiva. La comunicación debe ser inclusiva y no solo basarse en formatos tradicionales.

Es importante asegurar la intervención de las personas con discapacidad en la elaboración de mensajes y productos que se refieren a ellos, pues tienen a menudo perspectivas únicas acerca de su situación. Este grupo tiene derecho a controlar su vida y por lo tanto, debe ser consultado sobre cuestiones que le incumben. Esta participación debe establecerse durante todo el proceso, desde la creación del mensaje hasta su evaluación.

En los videos analizados, las personas con discapacidad no hablan por ellos mismos, en tres de los cinco videos existe un narrador y uno de los videos no tiene locuciones. La única persona con discapacidad que habla por ella misma es Fernando Mora en su historia de vida.

Un elemento poco desarrollado en los cinco videos de CONADIS es la falta de información y persuasión para el uso del término correcto para referirse a este grupo de

atención prioritaria. La Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, instrumento internacional de Derechos Humanos de las Naciones Unidas que tiene como objetivo proteger los derechos y la dignidad de las personas con discapacidad, define de manera genérica a quien posee una o más discapacidades como persona con discapacidad.

Es vital reforzar y apoyar la investigación sobre la discapacidad que resulta esencial para aumentar la comprensión pública acerca de este tema. Los esfuerzos deben estar direccionados a la mayor cantidad de disciplinas posibles, no solo en el área de la salud, rehabilitación o educación, sino en temas como la comunicación para ampliar el conocimiento de discapacidad y construir una sociedad más incluyente.

Bibliografía

- Abril, Gonzalo. *Cultura Visual de la Semiótica a la Política*. Madrid, Plaza y Valdés editores, 2013.
- Alvarado López, María Cruz. *Publicidad Social: Una modalidad emergente de Comunicación*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2010.
- Amossy, Ruth, Herschberg Anne. *Estereotipos y clichés*, Buenos Aires, Editorial Universitaria de Buenos Aires, 2001.
- -----. “La Publicidad Social: concepto, objeto y objetivos” *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la comunicación, Redes*. Com No 2 (2005).
- Caro, Guillermo. *Publicidad de bien social*. Bogotá: Paulinas, 1995. En Hasen, Paula, *Discriminación de género: mujeres en igualdad: Campaña de Bien Público para la Fundación Mujeres en Igualdad*. Palermo: Universidad de Palermo, 2013.
- -----. “La comunicación es servicio: manual de comunicación para organizaciones sociales, hacia una gestión estratégica y participativa”. Buenos Aires: Ediciones Granica, 2001.
- CONADIS, *Agenda Nacional para la Igualdad en Discapacidades*. Quito: CONADIS, 2014.
- Costa, Joan. *La imagen y el impacto psico-visual*. Barcelona: Zeus, 1971.
- Ecuador, Constitución de la República del Ecuador [2008], tít. IV, “Participación y Organización del Poder”, cap. Tercero, “Función Ejecutiva”, art. 156, ([Quito]: Asamblea Nacional, Comisión Legislativa y de Fiscalización, s.f.)
- Ecuador, Ley Orgánica de Discapacidades, en Registro Oficial, Suplemento No 796. Quito, 25 de septiembre de 2014.
- Garrido, María del Camino. “Análisis del Discurso: ¿Problemas sin resolver?”. *Revista Contextos*, XIX – XX/37-40 (2002).
- Hall, Stuart. “Significado, representación, ideología: Althusser y los debates postestructuralistas” en MORLEY, D. *Estudios culturales y comunicación: análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*, Barcelona, Paidós, 1998.
- -----. “El Trabajo de la representación”, en *Taller Interactivo: Prácticas y Representaciones de la Nación, Estado y Ciudadanía*, Perú, Lima, 2002.

- Harris, Alex, Vallence, Charles. “¿Quién es el dueño del mensaje?”. En Consejo Publicitario Argentino, *La publicidad de bien público: El impacto de la comunicación social*. Buenos Aires: Temas, 2011.
- Jazmine, Escobar, Francy, Bonilla-Jiménez. *Grupos focales: una guía conceptual y metodológica*, Cuadernos hispanoamericanos de psicología, 9(1), Bogotá, Universidad del Bosque, 2009.
- Leyens Jacques Philippe. *Estereotipos, discriminación y relaciones entre grupos*, España, McGraw-Hill Interamericana de España, 1996.
- Lomas, Carlos. *El espectáculo del deseo: Normas y usos de la persuasión publicitaria*. Barcelona: Octaedro, 1996.
- Moles, Abraham A. “La imagen como cristalización de lo real”. En Desiderio Navarro, edit. *Imagen: Teoría francesa y francófona del lenguaje visual y pictórico*. La Habana: Criterios, 2002.
- ----- . *La Imagen: Comunicación funcional*. México DF, Trillas, 1991.
- Nos Aldás, Eloísa. *Lenguaje publicitario y discursos solidarios, Eficacia publicitaria ¿eficacia cultural?* Barcelona: Icaria, 2007.
- Nos Aldás, Eloísa, Benet, Vicente J. *La publicidad en el tercer sector: tendencias y perspectivas de la comunicación solidaria*. Barcelona: Icaria Editorial, 2003.
- Organización Mundial de la Salud, Discapacidad y Rehabilitación, en http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/es/
- Organización Mundial de la Salud, Resumen Informe Mundial sobre la Discapacidad. Malta: Organización Mundial de la Salud, 2011.
- ----- . Informe Mundial sobre la Discapacidad. Malta: Organización Mundial de la Salud, 2011.
- Organización Mundial de la Salud, Discapacidades, en <http://www.who.int/topics/disabilities/es/>
- Orozco, Jaime. *Publicidad Social; comunicación estratégica para el desarrollo*. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana, 2007.
- Pericot, Jordi. *Servirse de la Imagen, un análisis pragmático de la imagen*. Barcelona: Ariel, 1987.
- Reardon, Kathleen. *La persuasión en la comunicación. Teoría y contexto*. Barcelona: Piados Comunicación, 1991.

- Rementería José Ariel, “Naturaleza del Estereotipo Publicitario Hipster” Revista Publicitas Comunicación y Cultura, Vol. 2 -2 diciembre 2014.
- Salmon, Christian, *Storytelling la máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Barcelona, Atalaya, 2008.
- Serrano, Martín. “La comunicación pública y la supervivencia”. Madrid: 1992. En Alvarado López, María Cruz. *Publicidad Social: Una modalidad emergente de Comunicación*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2010.
- Storey, Richard. “Iniciar un comportamiento positivo”. En Consejo Publicitario Argentino, *La publicidad de bien público: El impacto de la comunicación social*. Buenos Aires: Temas, 2011.
- Stubbs, Michael. *Análisis del discurso social y político*. Quito: Abya – Yala, 1999.
- Torres, Xavier, vicepresidente de CONADIS, entrevistado por Andrea Yépez, Quito, 12 de enero de 2015.
- Van Dijk, Teun. *Estructuras y Funciones del Discurso*. Barcelona: Siglo Veintiuno Editores, 2005. En Carrera, Diego. *Mediatización de la política: el discurso audiovisual del gobierno ecuatoriano y sus signos*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, 2009.
- -----. “El análisis crítico del discurso”, Revista Anthropos, No. 186 (septiembre – octubre de 1999).
- -----. *La Noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós, 1990.
- Van Dijk, Teun, Rodrigo Mendizabal, Iván. *Análisis de Discurso social y político*. Quito: Abya . Yala, 1999. En Carrera, Diego, *Mediatización de la política: el discurso audiovisual del gobierno ecuatoriano y sus signos*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, 2009.
- Vicepresidencia de la República del Ecuador, Primer Estudio Biopsicosocial Clínico Genético de las Personas con Discapacidad. Quito: Vicepresidencia, 2012.
- Verón, Eliseo. *El cuerpo de las imágenes*. Bogotá: Norma, 2001.
- Vilches, Lorenzo. *La lectura de la imagen: Prensa, cine, televisión*. Barcelona: Paidós Ibérica, 2008.

Anexos

1. Ficha característica audiovisuales

Características audiovisuales de la representación de las personas con discapacidad				
Plataforma Virtual CONADIS				
Género	Tipo de Discapacidad	Edad	Etnia	Características

2. Preguntas grupo focal

Preguntas - Plataforma virtual CONADIS

1. ¿Cómo muestra el video a las personas con discapacidad?
2. ¿Cuál cree que es el mensaje de este video?
3. ¿Qué es lo que más recuerda del video?
4. ¿Le gustaría que el video muestre a las personas con discapacidad de otra forma?
5. ¿Se siente o no identificado con el video de? ¿Por qué?