

● **Pedro Gutiérrez y Almudena Martorell**  
 Zaragoza / Madrid (España)

DOI:10.3916/C36-2011-03-09

# Las personas con discapacidad intelectual ante las TIC

People with Intellectual Disability and ICTs

## RESUMEN

Las nuevas tecnologías han introducido profundos cambios en nuestro entorno y en los modos de relacionarnos con los demás. La televisión, el teléfono móvil e Internet han abierto nuevas posibilidades de comunicación, ocio y formación para muchas personas. Pero el acceso a las nuevas tecnologías para algunos individuos o grupos sociales puede hallarse condicionado por diferentes barreras. Uno de los grupos que habitualmente resultan «invisibles» en las investigaciones sobre comunicación y nuevas tecnologías es el de las personas con discapacidad intelectual (DI). En la presente investigación han participado 156 personas adultas con DI (trabajadores y usuarios de la Fundación Carmen Pardo-Valcarce en Madrid, España). Se ha llevado a cabo un estudio exploratorio con el fin de caracterizar en términos generales los patrones de uso de las nuevas tecnologías de comunicación (Internet y teléfonos móviles) de los participantes, así como sus patrones de consumo de televisión. Como conclusión puede señalarse que las pautas de comportamiento de las personas con DI en relación a las nuevas tecnologías de información y comunicación, en términos generales, se aproximan a las de la población general. Solo en aspectos puntuales podemos encontrar diferencias llamativas. En algunos casos, tales diferencias pueden atribuirse directamente a la DI. Pero también es necesario tener en cuenta un posible efecto estigma actuando en las personas que rodean al individuo con DI, que puede motivar comportamientos discriminatorios.

## ABSTRACT

New technologies have dramatically changed our daily lives and the way we are connected to other people. Television, cellular telephony and the Internet have opened up new opportunities in communication, leisure and training, and yet barriers prevent certain social groups from accessing these new technologies. People with intellectual disability (ID), for instance, are often «invisible» to communication and new technology researchers. An exploratory study was made of 156 adults with ID (workers and users of the Carmen Pardo-Valcarce Foundation sheltered employment programs and workshops in Madrid, Spain) to show their patterns of new technology (cell phones, Internet and television) use. The study confirms that these patterns are similar to those expected of the general public but specific differences were found. Some could be attributed to the direct effects of intellectual disability, but others could result from the hypothetical stigma effect on the attitude of those close to the person with intellectual disability, which might lead to discriminatory behaviors.

## PALABRAS CLAVE / KEYWORDS

Discapacidad, TIC, telefonía móvil, Internet, televisión, recepción, discriminación, psicología.  
 Disability, ICT, cellular telephony, Internet, television, reception, discrimination, psychology.

◆ Dr. Pedro Gutiérrez Recacha es Profesor del Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid ([pedro.gutierrez@uc3m.es](mailto:pedro.gutierrez@uc3m.es)).

◆ Almudena Martorell Cafranga es Directora de la Fundación Carmen Pardo-Valcarce de Madrid ([almudena.martorell@fcpv.es](mailto:almudena.martorell@fcpv.es)).

## 1. Introducción

Las nuevas tecnologías han introducido profundos cambios en nuestro entorno y en los modos de relacionarnos. La televisión, el teléfono móvil y el uso de Internet han abierto nuevas posibilidades de comunicación, ocio y formación en un mundo cada vez más global. Indudablemente, las nuevas tecnologías han facilitado de forma decisiva el intercambio de información entre individuos diversos, contribuyendo a eliminar barreras y distancias físicas. Sin embargo, como han indicado recientemente M.P. Núñez y J.A. Liébana (2004: 40), «en este mundo globalizado y comunicado se sigue reflejando la desigualdad, como lo demuestra el hecho de que las TIC no sean asequibles a todos por igual». La cuestión de la asequibilidad, empero, no solo debería ser entendida en términos económicos. El uso de las TIC habitualmente requiere unos ciertos conocimientos o competencias de manejo que deben ser aprendidas. Y tal aprendizaje puede, en ocasiones, resultar complicado para determinados sectores sociales.

Todos sabemos que las nuevas generaciones presentan una facilidad considerable para adaptarse a los cambios tecnológicos (tal vez porque desde su infancia están acostumbradas a usar tecnología) mientras que las personas de mayor edad presentan un número más elevado de dificultades –y de reticencias– que obstaculizan su incorporación a las posibilidades de la era digital. De la misma manera, el acceso a las nuevas tecnologías para algunos individuos o grupos sociales puede hallarse condicionado por barreras que no resultan conspicuas y sobre las que poco se ha investigado. En este sentido, creemos que es necesario prestar atención desde el punto de vista de la investigación a aquellos grupos de individuos que, por sus propias características intrínsecas, pueden presentar un acceso diferencial a las tecnologías de información y comunicación. Y esta necesidad se hace aún más imperativa cuando estamos hablando de individuos que tradicionalmente no han sido contemplados en los estudios realizados sobre uso de nuevas tecnologías.

Uno de estos grupos de individuos que habitualmente resultan «invisibles» en las investigaciones sobre comunicación y nuevas tecnologías es, sin lugar a dudas, el de las personas con discapacidad intelectual. La discapacidad intelectual (DI) constituye un meta-síndrome caracterizado por limitaciones significativas en el funcionamiento intelectual y en el aprendizaje (Salvador-Carulla & Berteli, 2008) que se manifiesta por una disfunción en las habilidades prácticas, sociales y conceptuales (Schalock, Borthwick-Duffy & otros, 2010). El concepto de DI es complejo e involucra dis-

tintos factores biológicos, psicológicos y sociales. En el pasado, para dar cuenta del fenómeno se utilizaron expresiones como «retraso mental» o «deficiencia mental». Sin embargo, actualmente existe un amplio consenso en el uso del término «discapacidad intelectual» pues se considera que no presenta los matices peyorativos de los anteriores. Tradicionalmente, el cociente intelectual (CI) se ha utilizado como principal medida cuantitativa del grado de DI. La clasificación internacional de enfermedades publicada por la Organización Mundial de la Salud establece cuatro niveles de DI en función de la gravedad de la misma: DI leve (CI entre 50 y 69), moderada (CI entre 35 y 49), severa (CI entre 20 y 34) y profunda (CI menor de 20) (OMS, 1994). Asimismo se ha introducido la denominación «inteligencia límite» para describir a aquellos individuos que presentan limitaciones intelectuales pero cuyo CI se encuentra por encima de 70 (por tanto, estrictamente no podría decirse que presentarían DI).

Resulta escasa la investigación que se ha dedicado hasta la fecha a analizar patrones de uso y consumo que permitan describir el acceso de las personas con DI a los medios de comunicación y las nuevas tecnologías. ¿Las limitaciones cognitivas asociadas a un CI por debajo de la media pueden suponer una barrera que dificulte el acceso a las mismas? ¿En qué medida? El hecho de que las personas con DI habitualmente requieran supervisión de algún tipo de cuidador o tutor, ¿puede limitar su libre acceso a los medios de comunicación o reducir su autonomía a la hora de seleccionar los contenidos? El objetivo de la presente investigación es promover la reflexión sobre tales cuestiones. Para ello, se pretende analizar el comportamiento de una muestra de personas con DI en tres aspectos distintos: uso de la telefonía móvil, acceso a Internet y consumo de televisión.

## 2. Material y métodos

En la presente investigación han participado 156 personas adultas con DI, trabajadores y usuarios de la Fundación Carmen Pardo-Valcarce. Esta Fundación, con sede en Madrid, se halla inscrita en el Registro de Fundaciones, siendo reconocida como entidad benéfico-docente de interés público<sup>1</sup>. Su principal objetivo desde hace veinte años es proporcionar atención a las personas con DI. Los individuos participantes en la presente investigación son tanto trabajadores de los centros especiales de empleo de la fundación como usuarios de su centro ocupacional. El rango de sus cocientes intelectuales oscila entre la DI moderada y la inteligencia límite.

El objetivo principal de la investigación consiste,

en primer lugar, en llevar a cabo un estudio descriptivo que permita caracterizar en términos generales los patrones de uso de las nuevas tecnologías de comunicación (Internet y teléfonos móviles) de los participantes, así como sus patrones de consumo de televisión. Para evaluar dichos hábitos de uso, como fase preliminar de la investigación se procedió a entregar a los 156 participantes un cuestionario en el que se les preguntaba acerca de los siguientes asuntos: uso del móvil (si el participante disponía de un móvil propio, el número de llamadas realizadas y mensajes enviados a diario, si el participante se encargaba de realizar las recargas o si se ocupaba de éstas algún familiar o tutor, si el participante era capaz de asumir el coste económico de las recargas con sus propios ingresos o si, por el contrario, éste recaía sobre sus familiares o tutores); acceso y uso de Internet (si el participante disponía de una conexión en su hogar o fuera del mismo, con qué frecuencia se conectaba y si hacía uso de programas de mensajería instantánea o chats) y consumo de televisión (número de horas de consumo diario y tipo de contenidos que el participante veía habitualmente). Las preguntas presentadas fueron cerradas (es decir, de tipo test), de modo que cada participante tuvo que elegir una respuesta entre varias opciones dadas. El cuestionario fue redactado en un lenguaje de fácil lectura, utilizando términos sencillos que fueran comprendidos sin dificultad

por los participantes. Asimismo, éstos rellenaron el test con el apoyo de un educador especial que se encargó de explicarles cada una de las preguntas y de resolver sus dudas.

Como segundo objetivo se ha planteado explorar la relación entre determinadas características individuales y los patrones de uso evaluados en los cuestionarios. Las características individuales consideradas fueron las siguientes:

1) Género. De los 156 participantes en la investigación, 105 fueron hombres (67,3%) y 51 mujeres (32,7%).

2) Edad. Las edades de los participantes en la muestra estaban distribuidas de la siguiente forma: 73

participantes (46,8%) con edades hasta 30 años, 64 participantes (41,0%) con edades entre 31 y 40 años, 17 participantes (10,9%) de más de 40 años. Dos participantes no indicaron su edad en el cuestionario.

3) Cociente intelectual (CI). Como medida del grado de DI de los participantes se ha utilizado la más comúnmente empleada: el cociente intelectual. Dicho dato pudo consultarse para 128 de los participantes en los archivos de la Fundación. El CI había sido obtenido previamente mediante la aplicación de la escala Wechsler para adultos mediante el test WAIS-III (Wechsler, 2001). La distribución del grado de DI entre estos 128 participantes, de acuerdo con los criterios de la clasificación CIE-10 de la OMS antes

**El porcentaje de consumo de dibujos animados es mayor en el grupo donde el cuidador elige el canal. En consecuencia, los resultados de esta investigación parecen apuntar a una cierta tendencia por parte de algunos padres a «infantilizar» a sus hijos con discapacidad intelectual (DI), al menos en lo que se refiere a pautas de consumo televisivo. Dicho de otro modo, los adultos con DI parecen mostrar en sus pautas de consumo televisivo algunos rasgos típicos del consumo en población infantil, al menos en una proporción mayor que la que podría esperarse en adultos de su edad sin discapacidad.**

mencionados fue la siguiente: discapacidad moderada en un 5,5% de los casos (7 participantes), discapacidad ligera en un 68,0% (87), inteligencia límite o superior en un 26,6% (34). El valor medio del CI para los participantes fue de 62,87 (desviación típica: 10,97).

Al analizar los patrones de consumo de televisión, se creyó oportuno considerar también la distinción entre aquellos participantes que escogían su propia «dieta» de televisión (si elegían sus espacios favoritos dentro de la programación) y aquellos que acataban la decisión de otros adultos (si eran los padres o cuidadores los que asumían la responsabilidad de elegir los contenidos televisivos que consideraran más convenientes para ellos).

Los datos obtenidos fueron analizados utilizando el paquete estadístico SPSS versión 15.0. Además de un análisis meramente descriptivo, se llevaron a cabo análisis comparativos de medias (pruebas t de Student) y pruebas no paramétricas (chi-cuadrado) para determinar la presencia de diferencias estadísticamente significativas.

### 3. Resultados

#### 3.1. Uso de telefonía móvil

La inmensa mayoría de los participantes (un 89,7%) disponía de teléfono móvil. Por lo que se refiere a la frecuencia de utilización del mismo, la mayoría de éstos (59,3%) reconoció usarlo de forma esporádica para realizar llamadas absolutamente necesarias. Un 22,9% realizaría entre 1 y 3 llamadas al día, un 6,4% realizaría entre 3 y 5 y un 11,4% más de 5.

En cuanto al mantenimiento económico del teléfono móvil (pago de los costes) los participantes se dividieron en dos grupos: aquellos que pagaban de su propio dinero (un 53,6%) y aquellos a quienes se lo pagaba la familia (40,0%; un 5,7% reconoció pagarlo a medias con sus padres). Dentro de la muestra se consideró el grupo de usuarios de móvil de prepago, distinguiendo a su vez en el mismo dos subgrupos: los participantes que se encargaban de realizar por sí mismos las recargas (82) y los que habitualmente recurrían a algún familiar para realizarlas (44). La comparación del CI medio en ambos subgrupos indicó la presencia de diferencias significativas ( $t=2.145$ ,  $p=0,017$ ), presentando el grupo de individuos que realizan la recarga por sí mismos un nivel más alto de CI.

#### 3.2. Acceso y uso de Internet

Tomando en consideración las posibilidades de acceso a Internet, los participantes se dividieron en dos grupos mayoritarios: el primero, constituido por un 50% de los mismos, reconoció disponer de conexión a Internet en su ámbito doméstico, mientras que el segundo, constituido por un 41,7%, carecía de cualquier tipo de acceso. Solo un 6,4% reconoció navegar por la Red recurriendo a conexiones fuera de su hogar, como por ejemplo acudiendo a establecimientos públicos, pagando en locales destinados a tal efecto, conectándose en casa de algún amigo o familiar, etc. (el 1,9% restante no contestó a la pregunta).

Preguntados por la utilización, un 56,4% afirmó no usar Internet habitualmente, un 7,7% reconoció usarla

durante menos de una hora en los fines de semana, un 6,4% más de una hora solo los fines de semana, un 9,6% afirmó utilizarla a diario menos de una hora y un 16,7% se conectaba más de una hora a diario. Se llevó a cabo la subdivisión de la muestra en dos grupos en función de si el CI estaba por encima o por debajo de la mediana de la muestra ( $CI \leq 60$  y  $CI > 60$ ). No se encontraron diferencias significativas en los porcentajes de frecuencia de utilización de Internet entre ambos subgrupos ( $\chi^2=4,466$ ,  $p=0,347$ ).

Otro resultado es el que se refiere a la comparación entre disponibilidad de acceso a Internet y grado de uso por parte de los participantes. La distribución de los participantes en función de estas dos condiciones aparece reflejada en la tabla 1.

	No la utilizan	Sólo fines de semana (-1 hora)	Sólo fines de semana (+1 hora)	A diario (-1 hora)	A diario (+1 hora)
Sin acceso a Internet	64	0	1	0	0
Con acceso a Internet fuera de casa (pagando, casas de amigos...)	0	2	1	0	2
Con acceso a Internet en casa	19	10	8	15	24

Tabla 1. Distribución de los participantes en función del grado de utilización de Internet y de la disponibilidad de conexión.

La tabla muestra que la mayor parte de los participantes que no utilizan nunca Internet carece de conexión en sus hogares (hay 64 individuos en esta condición). Sin embargo, se puede constatar asimismo que hay 19 participantes que, disponiendo de conexión en casa, no hacen uso de la misma, frente a otros 57 que, con la misma disponibilidad en el hogar, sí ejercen uso de la Red (con frecuencia variable). Expresando estos resultados en términos de porcentaje, puede afirmarse que un 25% de los participantes cuyas familias tienen acceso a Internet jamás utilizan este servicio.

Solo un 22,4% de los participantes reconoce intervenir en «chats» o hacer uso de las aplicaciones de mensajería instantánea. No se apreciaron diferencias significativas en función del género ( $\chi^2=0,011$ ,  $p=0,917$ ), ni en función del CI: se realizó una comparación entre el CI medio en el subgrupo que utilizaba tales aplicaciones con el subgrupo que no la hacía y no se hallaron diferencias significativas ( $t=1,682$ ,  $p=0,095$ ). Sí se encontraron diferencias significativas en función de la edad ( $\chi^2=7,746$ ,  $p<0,05$ ), resultando más frecuente el uso de este tipo de servicios entre los participantes más jóvenes.

#### 3.3. Consumo de televisión

Solo siete de las 156 personas consultadas (un 4,5%) afirmaron no ver la televisión a diario. Por el contrario, la mayor parte de los participantes pasaba más de dos horas diarias ante un televisor (63 partici-

Formato televisivo	Audiencia entre hombres	Audiencia entre mujeres	$\chi^2$	Significación
Informativos	56,4%	41,2%	3,158	N.S.
Telenovelas	19,0%	35,3%	4,847	P<0,05
Series	63,4%	88,2%	10,331	P<0,001
Deportes	55,4%	19,6%	17,716	P<0,001
Películas	76,2%	66,7%	1,576	N.S.
Magazines	33,3%	43,1%	1,393	N.S.
Rosa	19,0%	28,6%	1,747	N.S.
Dibujos	22,2%	18,8%	0,234	N.S.
Concursos	39,4%	46,9%	0,766	N.S.

Tabla 2. Comparación del porcentaje de audiencia de cada formato televisivo en función del género.

pantes, un 40,4%). Un 23,7% (37 participantes) reconoció un consumo menor de una hora al día, mientras que un 29,5% cifró el mismo en torno a las dos horas diarias.

A su vez, un 38,5% de los participantes reconoció ver habitualmente la televisión sin compañía, frente a un 42,9% que afirmó verla habitualmente junto a algún familiar. En lo que se refiere a la elección de los programas, un 41,7% de los participantes aseguraron escoger por sí mismos los contenidos televisivos visionados. Un 32,1% afirmó negociar la elección de programas con su familia y solo un 14,7% reconoció ver los contenidos que otra persona elegía para ellos.

En cuanto a la audiencia por formatos específicos, el número de participantes que reconoció ver cada tipo de programa televisivo y el porcentaje que tal número supone sobre el total de la muestra aparecen indicados a continuación (ordenados de mayor a menor aceptación): películas, 111 (71,20%); series, 109 (69,90%); informativos, 78 (50,0%); deportes, 66 (42,30%); concursos, 62 (39,70%); magazines, 55 (35,30%); telenovelas, 37 (23,70%); programas «rosa», 33 (21,20%); dibujos animados, 31 (19,90%); otros, 15 (9,60%).

Se ha comparado el porcentaje de hombres y de mujeres que afirman ver cada formato televisivo mediante una prueba chi-cuadrado. No se han encontrado diferencias significativas excepto en tres casos: los deportes, las telenovelas y las series de televisión. Los participantes masculinos muestran una preferencia significativamente mayor por los programas deportivos que las participantes femeninas. El fenómeno se invierte al considerar telenovelas y series de televisión. La tabla 2 muestra los resultados.

Además del género, se ha considerado también la relación del CI con las preferencias televisivas de los participantes. Para cada uno de los formatos televisivos propuestos se ha dividido la muestra en dos subgrupos: el primero, compuesto por aquellos participantes

que reconocen que el tipo de programa considerado forma parte de su dieta televisiva habitual; el segundo, compuesto por aquellos participantes que niegan verlo habitualmente. Para cada tipo de programa, se ha comparado el CI medio de los participantes en ambos grupos mediante una prueba t de Student. Solo se apreciaron diferencias significativas en un único caso: los informativos ( $t=3,932$ ,  $p<0,05$ ), siendo el CI medio de los espectadores 64,59 (desviación típica de 11,30) y el CI medio de los no espectadores 59,87 (desviación típica de 9,00).

Otra variable considerada ha sido la edad. Se ha distinguido entre participantes de hasta 30 años (73 individuos), entre 31 y 40 (64) y mayores de 40 (17). El patrón de audiencia parece ser el mismo excepto en cuatro tipos de contenidos televisivos: los informativos, las películas, los magazines y los programas «rosa». En tales casos, el grado de preferencia es significativamente mayor en los participantes de mayor edad. La tabla 3 indica los resultados de esta comparación.

Otro análisis realizado ha consistido en distinguir entre los participantes que eligen por sí mismos los contenidos que ven en televisión (65 individuos) y los que aceptan la elección de sus padres o familiares (23). No se han apreciado diferencias significativas entre los dos grupos excepto en cuatro casos: magazines, programas de temática «rosa», dibujos animados y concursos. Los participantes tienden a consumir más estos programas cuando son otros los que eligen el canal de televisión. Los resultados de esta comparación aparecen descritos en la tabla 4.

#### 4. Discusión

Los resultados obtenidos con respecto al uso del móvil parecen indicar que las personas con DI (al menos, las consideradas en la muestra de nuestro estudio) no presentan, en términos generales, grandes dificultades en su uso. Tan solo las personas con un CI más

Formato televisivo	Audiencia (hasta 30 años)	Audiencia (31 y 40 años)	Audiencia (mayores 40)	$\chi^2$	Significación
Informativos	41,7%	56,3%	75,0%	6,900	P<0,05
Telenovelas	26,4%	23,8%	18,8%	0,441	N.S.
Series	72,2%	75,0%	56,3%	2,236	N.S.
Deportes	37,5%	50,0%	43,8%	2,156	N.S.
Películas	62,5%	79,7%	93,8%	8,980	P<0,05
Magazines	34,7%	30,6%	68,8%	8,177	P<0,05
Rosa	19,7%	17,7%	50,0%	8,140	P<0,05
Dibujos	26,1%	17,7%	12,5%	2,162	N.S.
Concursos	42,9%	35,5%	62,5%	3,964	N.S.

Tabla 3. Comparación de los porcentajes de audiencia por formatos televisivos en función de la edad.

Formato televisivo	Audiencia entre el grupo de los participantes	Audiencia entre el grupo que eligen otros	$\chi^2$	Significación
Informativos	43,8%	60,9%	1,986	N.S.
Telenovelas	15,9%	26,1%	1,161	N.S.
Serios	65,6%	82,6%	2,329	N.S.
Deportes	45,3%	52,2%	0,320	N.S.
Películas	70,3%	82,6%	1,315	N.S.
Magazines	23,8%	52,2%	6,294	P<0,05
Rosa	11,3%	39,1%	8,510	P<0,01
Dibujos	18,0%	39,1%	4,098	P<0,05
Concursos	33,9%	60,9%	5,049	P<0,05

Tabla 4. Comparación de los porcentajes de audiencia por formatos televisivos en función de quién mantiene el control de la televisión.

bajo pueden encontrar alguna limitación a la hora de realizar operaciones cognitivamente más complejas (como controlar el dinero gastado en el móvil y encargarse de administrar las recargas) por lo que pueden llegar a requerir la ayuda de familiares o cuidadores. Por lo demás los datos obtenidos parecen congruentes con los que cabría esperar si la encuesta se hubiera realizado entre población general. Por tanto, los resultados obtenidos en este estudio apuntan hacia la conclusión de que el uso del móvil podría generalizarse también entre la población con DI.

En cuanto a la relación con Internet, llama la atención el hecho de que el porcentaje de la muestra de personas con DI que usa la Red se halle muy próximo a las cifras habitualmente estimadas para la población general española. Como ejemplo podemos considerar la estimación proporcionada por la 11ª edición de la Encuesta a Usuarios de Internet hecha pública por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) en 2009, el mismo año en que se recopiló la información de nuestro estudio (a la hora de comparar, es importante contar con estimaciones que no se hallen muy separadas cronológicamente, ya que es un hecho constatado que las cifras relacionadas con el uso de nuevas tecnologías pueden variar considerablemente en un período relativamente breve de tiempo, como 2-3 años). Si en la muestra de nuestro estudio el porcentaje de participantes que utiliza habitualmente Internet es del 40,4%, la mencionada encuesta de la AIMC proporciona una cifra del mismo orden para la población general mayor de 14 años (si bien ligeramente superior): un 45%. Los datos parecen corroborar la hipótesis de que un nivel de inteligencia límite o una discapacidad ligera o moderada no tienen por qué suponer una limitación a la posibilidad de que el individuo disfrute de las ventajas del acceso a la Red. Asimismo, esta idea queda apoyada por el hecho de que no existan diferencias significativas en la frecuencia de uso entre el grupo con CI por encima de la mediana y el grupo con CI por debajo de la misma. El

hecho de que el uso de aplicaciones de mensajería resulte significativamente más frecuente en los participantes de menor edad también parece reflejar una tendencia de la población general.

Entonces, en función de los datos analizados, ¿podría asumirse que no existen barreras específicas que limiten el acceso a Internet a personas con DI fuera de aquéllas presentes también en la población general? Creemos que las conclusiones del presente estudio no pueden resultar tan positivas. Conviene, sin ir más lejos, prestar atención al dato (ya reflejado en el apartado 3.2) que se refiere a que un 25% de los participantes que disponen de conexión en su hogar nunca utiliza Internet. No disponemos de información sobre porcentajes en la población general, pero, teniendo en cuenta que en nuestro estudio estamos considerando individuos mayores de 18 años y no población infantil, consideramos que existen indicios más que suficientes para pensar que esta cifra resultaría notablemente superior a la que podríamos obtener si realizáramos un estudio entre individuos mayores de edad que vivieran con sus padres u otros familiares sin presentar ningún tipo de discapacidad. El mencionado porcentaje induce a pensar que una proporción apreciable de padres con hijos con DI tienden a manifestar ciertos prejuicios sobre el uso que éstos puedan hacer de Internet: temor a que su hijo pueda causar algún tipo de desperfecto en el equipo como desconfigurar algún programa o descargar algún virus informático; miedo a que su hijo pueda verse afectado por contenidos nocivos en la Red en mayor grado que una persona sin discapacidad o, simplemente, la creencia de que a su hijo no le vaya a interesar navegar por la Red únicamente por su condición de persona con discapacidad... La investigación que nos ocupa no nos permite extraer conclusiones más precisas sobre la posible existencia de estos prejuicios y su forma de operar, pero al menos apunta a una conclusión general: para casi una cuarta parte de padres y tutores los problemas que una persona con DI puede encontrar al navegar por Internet superan las posibles ventajas, por lo que creen conveniente restringir o impedir completamente su acceso. De ahí se desprende que la primera barrera que puede imposibilitar que una persona con DI se beneficie del potencial educativo, lúdico y comunicativo de Internet podría situarse en su entorno más cercano. Sin embargo, tampoco conviene caer en el alarmismo, pues si bien en nuestra muestra el porcentaje de padres que no fomenta entre sus hijos el uso de su acceso doméstico a Internet es considerable, no por

ello deja de ser minoritario: tres cuartas partes de los padres con conexión en su hogar no ponen impedimentos a que sus hijos con DI hagan uso del servicio.

Con respecto al consumo de televisión, puede afirmarse que, en términos generales, los resultados obtenidos se muestran en consonancia con los que serían esperables en población sin DI. Por ejemplo, al considerar la división por género (tabla 2) encontramos que la preferencia por series y telenovelas es significativamente mayor entre las mujeres, mientras que la preferencia por los deportes es significativamente mayor entre los hombres. Este dato, que apunta a patrones de consumo diferenciales en función del género, no deja de tener implicaciones relevantes que pueden extenderse a otros ámbitos relacionados con el mundo de la DI. Por ejemplo, aunque algunos estudios extienden las diferencias de género de la población general a las personas con DI –por ejemplo, la investigación de McDermott, Martin y Butkus (1999) sobre integración laboral– otros sugieren que las personas con DI tienden a ser tratadas como «personas de género neutro» antes que como individuos con preferencias y necesidades propias relacionadas con su adscripción genérica (Umb-Carlsson & Sonander, 2006). En ese sentido, los resultados de nuestra investigación apoyarían la idea de que el término «discapacidad intelectual» no puede convertirse en una mera etiqueta que eclipse otras características individuales, como las diferencias de género. También los resultados encontrados en función de la edad (tabla 3) parecen coherentes con los esperables en la población general: informativos, películas, magazines y programas «rosa» gustan más entre los más mayores.

No se aprecian diferencias significativas en cuanto a CI –o lo que es lo mismo, en cuanto al grado de DI– que distingan al grupo de participantes que se declaran espectadores de un determinado programa y al grupo que se declara no espectador. La única excepción se refiere a los informativos, y no puede considerarse sorprendente. Es lógico que los participantes con menor CI presenten mayores dificultades para comprender los contenidos presentados en los informativos. Una solución que permitiría evitar la posible discriminación de las personas con DI que desean mantenerse infor-

madas sería desarrollar programas informativos que expusieran las noticias en un lenguaje accesible.

Un dato relevante es asimismo el que se refiere a las diferencias en función de quién controla la elección del canal. En primer lugar, llama la atención que aparezcan diferencias significativas en el porcentaje de consumo de los llamados programas «rosa» o información del «corazón». La probabilidad de que la persona con DI consuma tales programas es sensiblemente mayor cuando no es él quien elige la programación. El hecho de que sean las preferencias televisivas de los padres las que se impongan a las de los hijos cuando éstos son mayores de edad puede ser considerado algo inusual en relación a la tendencia constatada en la población general, al menos si tenemos en cuenta las investigaciones –ciertamente, no muy numerosas– pu-

**Es lógico que los participantes con menor cociente intelectual (CI) presenten mayores dificultades para comprender los contenidos presentados en los informativos. Una solución que permitiría evitar la posible discriminación de las personas con discapacidad intelectual (DI) que desean mantenerse informadas sería desarrollar programas informativos que expusieran las noticias en un lenguaje accesible.**

blicadas al respecto. Por ejemplo, los autores del informe Pigmalión (Del Río, Álvarez y Del Río, 2004), haciéndose eco de la investigación llevada a cabo por Piñón, Huston y Wright (1989), señalan al respecto: «Cuando los padres ven la televisión con sus hijos suelen determinar lo que se ve, especialmente el padre –según la opinión de las madres y los hijos–; la mayor parte del tiempo que dedican los niños a ver programas de adultos es con sus padres. Sin embargo, al llegar la adolescencia, la influencia toma la dirección opuesta: muchas veces los adolescentes influyen sobre la elección de programas». A este dato habría que sumar también el hecho de que el porcentaje de consumo de dibujos animados es mayor en el grupo donde el cuidador elige el canal. En consecuencia, los resultados de esta investigación parecen apuntar a una cierta tendencia por parte de algunos padres a «infantilizar» a sus hijos con DI, al menos en lo que se refiere a pautas de consumo televisivo. Dicho de otro modo, los

adultos con DI parecen mostrar en sus pautas de consumo televisivo algunos rasgos típicos del consumo en población infantil, al menos en una proporción mayor que la que podría esperarse en adultos de su edad sin discapacidad. Dicha «infantilización» podría traducirse en una mayor probabilidad de ver programas no deseados, bien porque se imponen los gustos de los padres –por ejemplo, programas del corazón–, bien porque los padres no pretenden imponer sus gustos sino más bien sus criterios acerca de qué contenidos televisivos resultan adecuados para sus hijos (por ejemplo, dibujos animados). Sería necesario llevar a cabo una investigación más precisa al respecto antes de obtener conclusiones definitivas.

Entre las limitaciones del presente estudio cabe señalar el hecho de que los participantes solo muestren inteligencia límite o DI ligera o moderada, por lo que nuestros resultados no podrían generalizarse a grados de discapacidad más severos. También debe considerarse como un límite a la generalización de los datos el hecho de que la muestra se haya tomado en un único escenario (usuarios o trabajadores de la Fundación Pardo-Valcarce en Madrid). Ésta ha promocionado mediante cursos y actividades el acceso de sus usuarios a las nuevas tecnologías, por lo que los resultados obtenidos podrían variar si el estudio se replicase en un entorno de otras características. Asimismo, todos los datos analizados se han obtenido, como ya se ha mencionado, a partir de cuestionarios rellenados por los participantes. No se ha cotejado la información preguntando a sus familiares ni mediante métodos de observación directa. Podría darse, en ese sentido, un cierto riesgo de sesgo de deseabilidad (es posible, por ejemplo, que algunos participantes hayan reducido deliberadamente las horas de consumo de televisión o el dinero gastado en el móvil sabiendo que valores excesivamente altos resultarían «inadecuados»).

En definitiva, podemos concluir afirmando que las pautas de comportamiento de las personas con DI en relación a las nuevas tecnologías de información y comunicación, en términos generales, se aproximan a las de la población general. Solo en aspectos puntuales podemos encontrar diferencias llamativas. En algunos casos, tales diferencias pueden atribuirse directamente a la discapacidad (por ejemplo, podemos asumir que la complejidad de los contenidos que aparecen en los informativos televisivos dificulta su comprensión para personas con un bajo CI). Pero también es necesario tener en cuenta un posible efecto estigma por parte de

las personas que rodean al individuo con discapacidad, lo que puede motivar comportamientos hasta cierto punto discriminatorios: es posible que pensemos que una persona con DI, por el simple hecho de presentar tal discapacidad, no esté interesada en determinados contenidos televisivos –por lo que al final nosotros asumamos la responsabilidad de elegir por él– o que no pueda manejarse adecuadamente por Internet –y que le neguemos la posibilidad de usar nuestro ordenador o nuestro acceso a la Red–. El eliminar las posibles discriminaciones que pueden llegar a derivarse de este efecto estigma para que las personas con DI puedan beneficiarse adecuadamente de todas las ventajas que ofrecen las nuevas tecnologías de información y comunicación es responsabilidad de toda la sociedad.

### Notas

<sup>1</sup> Los autores quieren expresar su agradecimiento a los siguientes profesionales de la Fundación C. Pardo-Valcarce por su participación en la presente investigación diseñando los cuestionarios utilizados y ayudando a los participantes a rellenarlos: Cristina Sota, Antonio Cavadas, Concepción Cuenca, Marco Herrero, Jorge Rodríguez y Santiago Silva.

### Referencias

- AIMC (Ed.) (2009). *11ª Encuesta a Usuarios de Internet. Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación*. Nota de prensa ([www.aimc.es/09notas/encuesta11b.pdf](http://www.aimc.es/09notas/encuesta11b.pdf)) (11-3-2010).
- DEL RÍO, P.; ÁLVAREZ, A. & DEL RÍO, M. (2004). *Pigmalión: informe sobre el impacto de la televisión en la infancia*. Madrid: Fundación Infancia y Aprendizaje.
- MCDERMOTT, S.; MARTIN, M. & BUTKUS, S. (1999). What Individual, Provider, and Community Characteristics Predict Employment of Individuals with Mental Retardation? *American Journal on Mental Retardation*, 104; 346-355.
- NÚÑEZ, M.P. & LIEBANA, J.A. (2004). Reflexión ética sobre la (des)igualdad en el acceso a la información. *Comunicar*, 22; 39-45.
- OMS (Ed.) (1994). *Décima clasificación internacional de los trastornos mentales y del comportamiento. Criterios diagnósticos de investigación*. Madrid: IMSERSO/Organización Mundial de la Salud.
- PIÑÓN, M.F.; HUSTON, A.C. & WRIGHT, J.C. (1989). Family Ecology and Characteristics that Predict Young Children's Educational Viewing. *Child Development*, 60; 846-856.
- SALVADOR-CARULLA, L. & BERTELLI, M. (2008). 'Mental Retardation' or 'Intellectual Disability': Time for a Conceptual Change. *Psychopathology*, 41; 10-16.
- SCHALOCK, R.L.; BORTHWICK-DUFFY & AL. (2010). *Intellectual Disability: Definition, Classification, and Systems of Supports*. Washington (USA): American Association on Intellectual and Developmental Disabilities.
- UMB-CARLSSON, O. & SONNANDER, K. (2006). Living Conditions of Adults with Intellectual Disabilities from a Gender Perspective. *Journal of Intellectual Disability Research*, 50; 326-334.
- WECHSLER, D. (2001). *WAIS-III. Escala de Inteligencia de Wechsler para adultos, III*. Madrid: TEA.