

Introducción

¿Influye el lenguaje en la forma en que pensamos? ¿Puede el lenguaje ser herramienta de estigmatización o de inclusión? ¿Contribuye con la creación de un sistema de discriminación o exclusión o simplemente lo desvela y lo tematiza?

Exploramos cómo circulan las “noticias” vinculadas al autismo en los medios de comunicación, específicamente en la prensa escrita.

En los últimos años, la lucha por los derechos y la construcción de la ciudadanía en el ámbito de la discapacidad se libra también en el lenguaje, en el entramado de la intertextualidad, los medios de comunicación y las redes sociales.

Consideramos que es sumamente relevante la forma en que el tema del autismo se trata en medios masivos de comunicación. La forma en que se trata el tema en la prensa puede ayudar a perpetuar mitos, estigmatizar o promover buenas prácticas basadas en evidencia científica.

Objetivo

Analizar el tratamiento informativo que se le ha dado al autismo en un medio de comunicación generalista, considerando su posible impacto en las oportunidades de inclusión educativa y social de las personas autistas.



Método

Criterio de inclusión (ver Figura 1)

Se han analizado todas las publicaciones realizadas en un periódico generalista español en los años 2019 y 2020 en las que se abordaba el autismo.

Hemos elegido EL PAÍS porque es el diario más leído de España en la prensa digital, y por tratarse del medio elegido por un estudio anterior para analizar las publicaciones del año 2017 (Lacruz Pérez, Tárraga Mínguez, Pastor Cerezuela, Fernández Andrés y Sanz Cervera, 2020), con el fin de poder comparar los datos relativos al año 2017 con aquellos relativos a nuestro periodo de análisis.

Análisis de contenido

Se incluyeron las categorías de «tipo de contenido abordado», «imagen social proyectada» e «inclusión», orientada a registrar si los artículos mostraban ejemplos de inclusión (escolar, laboral, en la comunidad, etc.) o experiencias negativas de estigmatización o exclusión (situaciones de bullying, maltrato, abusos, etc.).

Análisis lexicométrico de corpus

Los artículos fueron procesados utilizando la herramienta de análisis de corpus Voyant Tools (Sinclair y Rockwell, 2016).

Nube de palabras 2020



Resultados

En relación con el contenido, los artículos son mayoritariamente de visibilización, tanto en 2019 (67%) como en 2020 (73%), frente a una distribución más equilibrada de los tipos de contenido en los artículos de 2017. También se ha observado una reducción muy significativa de los artículos sobre las causas del autismo, que fueron el 40% en 2017 y tan solo el 10% en 2019, con ninguno (0%) en 2020. El porcentaje de artículos sobre la intervención en el autismo se ha mantenido relativamente estable, siendo el 22% de ellos en 2017, el 17% en 2019 y el 27% en 2020.

Si analizamos la imagen social proyectada llama la atención el notable incremento producido en el porcentaje de artículos en los que se proyecta una imagen vulnerable del autismo, que pasó de ser un 17% en 2017 a un 53% en 2019 y un 27% en 2020. También se ha producido un aumento en los artículos en los que se destaca que estas personas precisan una atención especial, pasando del 13% en 2017 al 20% en 2019 y al 64% en el primer año de la pandemia. Los artículos centrados en la falsa vinculación entre vacunas y autismo, cayeron por el contrario de un 36% en 2017 a un 7% en 2019, desapareciendo en 2020.

Si analizamos la valoración acerca de los TEA brindada en los artículos periodísticos analizados en nuestro estudio, cabe consignar que en 2017 el 65% de los artículos resaltaban aspectos negativos del TEA mientras que un 35% resaltaban aspectos positivos. En la muestra analizada aparece 12 veces la frase «padecen autismo» o «padecen un TEA». La palabra «padece» se utiliza un total de 47 veces, «víctimas» se utiliza 25 veces y «sufre» otras 27.

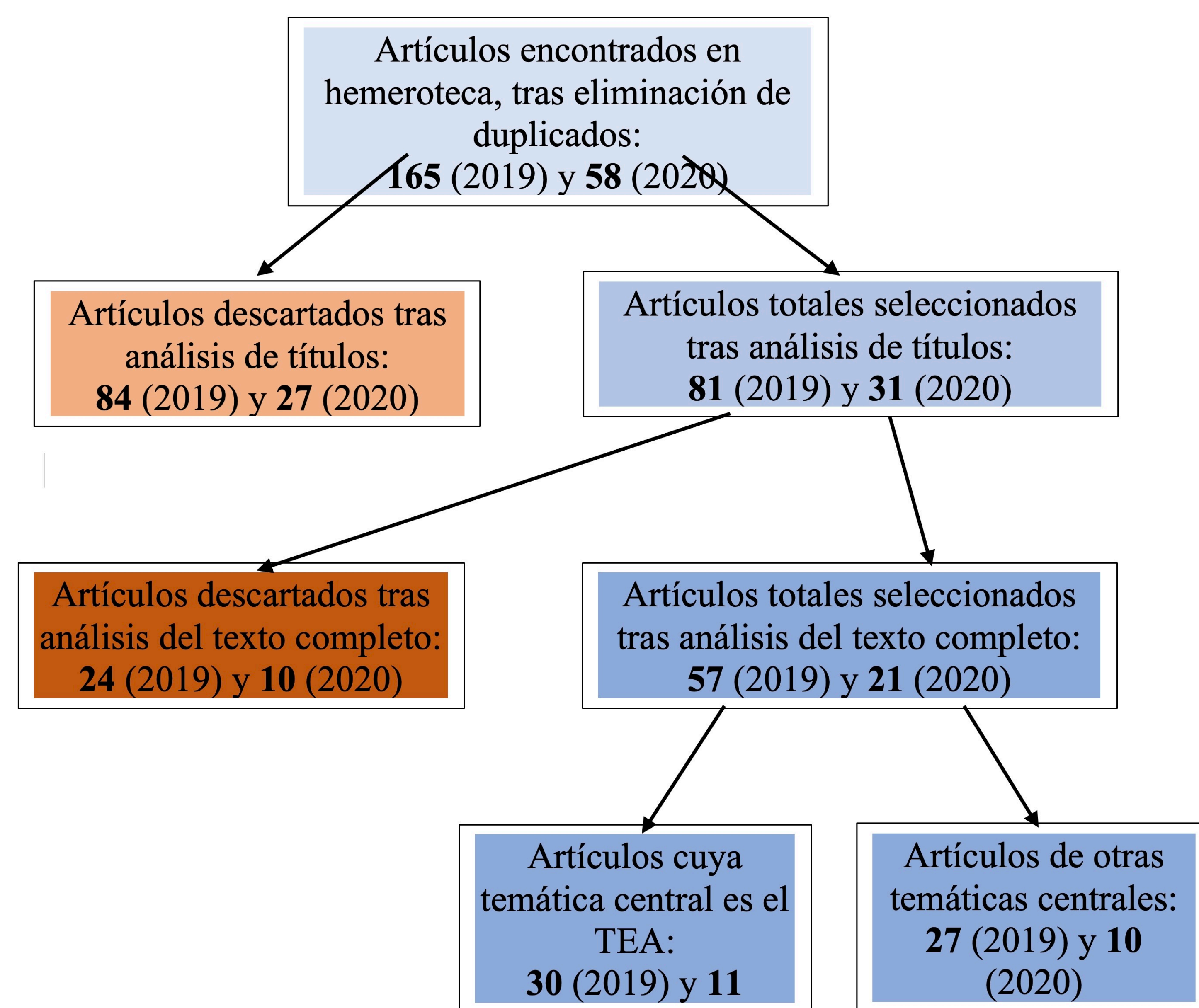


Figura 1. Diagrama del proceso de búsqueda y selección de artículos

Inclusión	2019 Nº artículos (%)	2020 Nº artículos (%)
Ejemplo de inclusión	24 (42%)	4 (19%)
Neutro	15 (26%)	7 (33%)
Ejemplo de no inclusión	18 (32%)	10 (48%)
Total	57 (100%)	21 (100%)

Imagen social proyectada del TEA	2017 Nº artículos (%) Temática central TEA	2019 Nº artículos (%) Temática central TEA	2019 Nº artículos (%) Otras temáticas	2020 Nº artículos (%) Temática central TEA	2020 Nº artículos (%) Otras temáticas
Impersonal	28 (36%)	2 (7%)	8 (30%)	0 (0%)	3 (30%)
Vulnerable	13 (17%)	16 (53%)	4 (15%)	3 (27%)	2 (20%)
Genio	12 (15%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (9%)	0 (0%)
Precisa atención especial	10 (13%)	6 (20%)	7 (26%)	7 (64%)	5 (50%)
Dificultades sociales	9 (12%)	1 (3%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
Ejemplo de superación	5 (7%)	5 (17%)	8 (30%)	0 (0%)	0 (0%)
Total	77 (100%)	30 (100%)	27 (100%)	11 (100%)	10 (100%)

Tipo de contenido	2017 Nº artículos (%) Temática central TEA	2019 Nº artículos (%) Temática central TEA	2019 Nº artículos (%) Otras temáticas	2020 Nº artículos (%) Temática central TEA	2020 Nº artículos (%) Otras temáticas
Causas	31 (40%)	3 (10%)	6 (22%)	0 (0%)	1 (10%)
Visibilización	25 (33%)	20 (67%)	15 (56%)	8 (73%)	7 (70%)
Intervención	17 (22%)	5 (17%)	6 (22%)	3 (27%)	2 (20%)
Descripción conductual	4 (5%)	2 (7%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
Total	77 (100%)	30 (100%)	27 (100%)	11 (100%)	10 (100%)

Conclusiones

Consideramos que es muy importante la forma en que el tema del autismo se trata en medios de comunicación. Se pone en juego la sensibilidad para comprender las diferencias y construir prácticas, culturas y políticas inclusivas. En la medida que las propias personas con TEA, sus familias y los profesionales e investigadores del área participemos más del debate público en medios, se derribarán mitos y se contribuirá con la toma de conciencia del tema basado en la evidencia y en las necesidades reales de las personas y las mejoras en su calidad de vida.