

Discapacidad
Televisión
(www.discapacidad.tv)
és un projecte únic
al món del qual
es poden extreure
moltes conclusions.
Es tracta d'un canal
temàtic que emet
en directe per
Internet i que està
pensat per donar
veu al col·lectiu
amb discapacitats.
En tan sols un any i
mig de vida aquest
canal ja ha assolit una
quota de 40.000
espectadors diaris,
unes xifres que
demostren que la
televisió per la Xarxa
no només és possible
sinó que ja és tota una
realitat.

L'èxit de la discapacitat feta televisió

Anna Galdón
Fotos: Sergio Ruiz

La presentadora Montse Font recorda la primera vegada que es va posar davant d'una càmera. Estava impressionada, nerviosa i ho veia "tot molt gran", però tenia ganes d'aprendre. Un any després ja ho té sota control. Agafa el guió, se'l mira i es prepara per entrar al plató. És divendres i, en poc més de deu minuts, a dos quarts de vuit del vespre, començarà el programa (*Esto es lo que hay*) que ella mateixa copresenta amb Nico Ortiz. Tots dos s'acomoden davant un decorat senzill, fan les proves de so i de càmera i ultimem els detalls de l'entrevista d'avui, que vol retre un petit homenatge a la també presentadora Raquel Soto.

Un cop els tècnics s'han assegurat de tancar amb clau la petita porta que dona accés directe del carrer al plató, ja està tot preparat perquè comenci un programa que, malgrat emetre's per Internet, s'estima que veuran prop de quaranta mil persones. "No tinc la sensació que em miri tanta gent –assegura Font abans de començar– sé que al darrere hi ha la família i els amics, si bé no sóc conscient de les audiències".

Discapacidad Televisión (www.discapacidad.tv) és un projecte únic al món que va néixer ara fa un any i mig de la mà de Claudio Capeli, un productor que va veure la necessitat de crear un canal dedicat al col·lectiu amb discapacitats. "Tal com hi ha el Discovery

Channel o el National Geographic –explica el fundador i director– calia un canal que tractés aquesta qüestió de manera directa (amb persones que parlen sobre la discapacitat) i indirecta (el mateix presentador és una persona amb discapacitat)".

La fórmula no era senzilla: es volia una televisió temàtica, en directe i per Internet, i l'únic referent fins al moment era *Paralímpics Televisió*, que depèn del Comitè Olímpic Internacional i que emet cada quatre anys i en diferit. "No va ser fàcil –recorda Capeli– perquè no hi havia referents i el pressupost era mínim. No estàvem en crisi en el moment d'idear el projecte, però just començar va haver-hi el canvi de cicle. Així doncs, tot ha estat possible gràcies als voluntaris".

Un total de disset voluntaris que, com Montse Font, no són periodistes professionals, abans mai havien estat davant una càmera de televisió i han après l'ofici sobre la marxa. El mateix Nico Ortiz tampoc no tenia cap experiència el dia que es va animar a participar-hi: "Un amic de l'associació m'ho va proposar i em vaig decidir després de veure les possibilitats del mitjà per al col·lectiu. Vaig venir i al sortir ja tenia un programa i era presentador! Tot va anar molt ràpid però m'agrada, és un projecte bonic i fascinant. Som petits i estem començant, encara que podem



A l'esquerra, Montserrat Font, copresentadora del programa *Esto es lo que hay* amb Raquel Soto, presentadora de *Peces de colores*.

arribar a fer molt”.

Ara bé, els voluntaris no són els únics que aprenen de zero: Discapacidad Televisión ha firmat convenis amb escoles de cinema de Barcelona perquè tècnics d'imatge i so hi facin pràctiques. Per Capeli, es tracta de formar nous professionals i alhora sensibilitzar-los en el món de la discapacitat: “Fer televisió és igual a Barcelona que a Hollywood, si bé aquí els complementem l'aprenentatge perquè puguin aportar un granet de sorra quan vagin a mitjans generalistes. Que puguin veure quan un subtítol ha de ser més gran o quan s'ha de canviar l'àudio si és per a persones sordes. La divulgació també és una de les nostres metes”.

Dins aquest gran equip de voluntaris, presentadors i estudiants que, dia rere

dia, creen Discapacidad Televisión, una de les poques persones que tenia experiència radiofònica i televisiva prèvia és Raquel Soto, presentadora de *Peces de Colores*, un espai dedicat a la paràlisi cerebral. El mateix nom és un joc de pa-

Discapacidad Televisión està feta per i per a discapacitats i és possible gràcies a disset voluntaris sense experiència

raules. “Les persones que tenim paràlisi cerebral –aclareix Soto– ens diem PC i, com que tots som diferents, tots som de colors, se'm va acudir aquest títol”. El nom no tan sols designa la temàtica sinó que alhora sintetitza l'essència i la filosofia del programa:

“M'agrada parlar de temes que interessen, com la Renda o els problemes fiscals. Aquesta setmana preparo un especial sobre horts urbans adaptats a cadires de rodes”. Ara bé, tot i l'experiència prèvia, Soto afirma que no sempre és fàcil trobar les idees o els convidats adients i parlar durant cinquanta minuts sense telepunter (teleprompter). “A vegades l'únic remei és enrotllar-te com pots”, sentència.

UNA VISIÓ EQUIVOCADA

Segons l'últim estudi realitzat per l'Institut Nacional d'Estadística l'any 2008, a Espanya hi ha més de 3,8 milions de persones amb discapacitat, cosa que representa un 8,5% de la població. Si mirem cap a Europa, el número creix

De Barcelona a l'Amèrica Llatina

“La discapacitat és igual aquí que a l'Argentina, a Panamà o a Mèxic”. D'aquesta manera explica Claudio Capeli, creador i fundador de Discapacidad Televisión, l'estreta relació de la cadena amb l'Amèrica Llatina. Una relació fruit dels contactes de Capeli que ha donat peu a la transmissió de coneixement entre dos continents i que ha estat un èxit.

Nico Ortiz en recorda l'inici. “Des del principi, vam veure que moltes associacions d'Amèrica Llatina es posaven en contacte amb nosaltres perquè els agradava el projecte. A partir d'aquí s'hi van anar sumant programes i el resultat és el que hi ha. Però tot ha estat improvisat”. El fet és que Discapacidad Televisión compta amb un programa setmanal emès en directe des de l'Argentina i té corresponsals a Mèxic, Panamà i Colòmbia.

En emetre per Internet, la televisió temàtica ho té molt fàcil per compartir programes i continguts audiovisuals. “El que volem és un punt d'unió –detalla el director– per acostar totes les persones amb discapacitat en un mateix espai, en aquest cas en línia”. La interactivitat és el motor que els ha permès ampliar horitzons. “La Xarxa permet participar des de tot el món i dir la teva en directe. Apossem molt per la interactivitat”, assegura Capeli. Precisament, el programa de Karina Vimonte, realitzat en directe des de Buenos Aires, és un dels espais amb més participació de l'audiència al xat en línia.

fins a 50 milions de ciutadans, més d'un 10% de la població total. No parlem, doncs, d'una minoria. Ara bé, tot i aquestes xifres, el col·lectiu continua sense estar representat en els mitjans de comunicació generalistes. I encara més, el Comitè Espanyol de Representants de Persones amb Discapacitat

Els convenis amb escoles de cinema permet que tècnics d'imatge i so hi facin pràctiques i estiguin sensibilitzats

(CERMI) ha assegurat recentment en una trobada informativa que Espanya compta amb una de les legislacions més avançades de la Unió Europea en la matèria, però tot i això la discapacitat encara no es tracta amb normalitat als telenotícies. Sovint se'n mostra una visió oficialitzada que, tot i que intenta oferir

La tasca de la cadena és la de parlar d'esdeveniments quotidians des d'un punt de vista diferent, el de la discapacitat

un punt de vista positiu, acostuma a presentar les persones com a protagonistes, en lloc d'incloure-les com a simples espectadors. Tal com apunta la *Declaració de Salamanca* elaborada l'any 2004 amb motiu de la I Trobada de Periodisme i Discapacitat: “[Els mitjans] continuen oferint una visió equivocada i unificada

Espanya té una de les legislacions més avançades, però la discapacitat no es tracta amb normalitat als telenotícies

que en cap cas afavoreix l'eliminació de prejudicis”.

Precisament, la tasca de Discapacidad Televisión és la de parlar d'esdeveniments quotidians des d'un punt de vista diferent, el de la discapacitat. El fundador i actual director de la cadena, Clau-

dio Capeli, assegura que abans de començar el projecte va haver d'investigar sobre les necessitats de cada col·lectiu per saber com s'ha d'elaborar cada programa: quina mida ha de tenir el subtítol si s'adrecen a persones cegues o amb baixa visió, com s'ha de regular l'àudio per a les persones sordes o de quin color han de ser els decorats són alguns exemples més clars. Cada col·lectiu té unes necessitats i per això no hi ha cap programa que ho tingui tot. Primer, perquè seria quasi impossible tecnològicament parlar cobrir tots els col·lectius en un sol espai televisiu i, segon, seria un malbaratament dels recursos. “Un programa dirigit a persones amb poca visió sobre les noves tècniques d'implants de retina no interessa a un sord, que té un camp de visió de 270 graus. Més aviat se li farà avorrit llegir un subtítol tan gran. Per això dediquem un programa a cada col·lectiu, perquè així maximitzem al 100% tots els recursos. Cada persona té el que necessita”, detalla Capeli. El que sí té

en ment el director de la cadena és multiplicar la programació per destinar més hores a cada col·lectiu. Però això ja és parlar de futur i, de moment, hi ha altres prioritats.

Una d'aquestes prioritats és la d'augmentar la participació dels telespectadors. Ja des dels seus inicis, la cadena sempre ha intentat aprofitar els recursos que proporciona Internet per crear una televisió plenament participativa. No és fàcil, perquè la població encara no té integrat que pot i ha de ser part dels mitjans de comunicació. Amb tot, a poc a poc s'ha anat consolidant el xat i l'audiència cada vegada s'anima més a participar. Ho fan sobretot des d'altres parts del món, per enviar preguntes, comentaris o felicitacions, però sigui com es vulgui la cadena té ja més

integrat que pot i ha de ser part dels mitjans de comunicació. Amb tot, a poc a poc s'ha anat consolidant el xat i l'audiència cada vegada s'anima més a participar. Ho fan sobretot des d'altres parts del món, per enviar preguntes, comentaris o felicitacions, però sigui com es vulgui la cadena té ja més



A dalt, els tècnics Jonathan Fernández i Auriel Sánchez. A la pàgina següent, a dalt, Claudio Capeli, director i fundador de la cadena amb Montserrat Font i Raquel Soto. A la dreta, el comercial Manuel Fernández. A sota, els tècnics en plena emissió.

de cinc mil amics al Facebook i ja ha creat una pàgina de club de fans. Així doncs, també són molt útils els blocs, que moltes vegades permeten incloure un enllaç directe amb la pàgina web de Discapacidad Televisión.

Com a tresorer del projecte, Nico Ortiz assegura que aquesta via és una de les més efectives quan es vol arribar a gent nova: "Els telespectadors encara són poc participatius i els costa dir la seva, però el xat o el Facebook ajuden molt. A més, sabem que hi ha prop de cinc-cents blocs que tenen l'enllaç i fan difusió del nostre web". Per la seva banda, Font assegura que hi ha molta incertesa. "És el gran misteri de la televisió. Algunes vegades penses que el programa és molt interessant i no hi

participa ningú, i d'altres creus que és complementari i tens molt d'èxit al web. Mai se sap!", admet.

Amb tot, cal remarcar que els programes amb més participació són també aquells que aconsellen sobre un tema

Els mitjans continuen oferint una visió equivocada i unificada que no afavoreix l'eliminació de prejudicis

d'especial interès per a l'audiència i, per tant, donen peu a preguntes i propostes, com ara el programa *Discapacidad & Salud*, conduït pels doctors Emili Figueras i Alberto Badí, o *Capacidad sexual*, presentat per Iván González. Com és lògic en una televisió

d'aquestes característiques, la temàtica condiona la interactivitat d'aquells que estan davant l'ordinador.

SORPRESOS PER L'ÈXIT

En total, i d'acord amb les últimes dades d'audiència del passat mes de juny, són 40.000 els telespectadors que, des de qualsevol punt del món, engeguen l'ordinador per entrar al web de Discapacidad Televisión i per veure algun dels programes que s'hi emeten. Una xifra gens menyspreable que s'acosta a les quotes d'audiència de televisions autonòmiques emeses per TDT, com ara la TPA, d'Astúries o l'IB3, de les Illes Balears, amb 45.000 i 43.000 telespectadors respectivament.



Els primers sorpresos han estat els responsables del projecte. “El passat mes de desembre teníem 25.000 espectadors, –recorda Capeli– per l’aniversari vam arribar a 30.000 i ara ja estem a 40.000. Crec que en algun moment hem de tocar sostre. Per a una televisió normal no és tant, però nosaltres som un canal temàtic i amb una temàtica molt particular”. Nico Ortiz tampoc no s’ho acaba de creure: “No ens ho esperàvem i precisament aquest és un dels problemes que tenim, que hem crescut tan ràpid que ens ha agafat una mica desprevinguts. Crec que la gent se sent a gust amb nosaltres perquè ho fem tot amb molta dedicació i constància”.

A banda del creixement ràpid, un dels problemes inicials va ser el finançament. Com tota televisió, la via principal era la publicitat, encara que el projecte es va posar en marxa just en el moment en què s’iniciava la crisi econòmica actual. Per aquest motiu, el director va decidir que també vendrien l’espai televisiu: “Oferim a associacions i productores l’oportunitat d’emetre des del nostre espai i amb els nostres recursos”.

Aquesta segona via funciona força, ara bé, si la televisió té èxit és gràcies també al fet que les persones que hi treballen ho fan voluntàriament i que, en els últims mesos, hi ha hagut una pujada de la publicitat. Manuel Fernández, comercial encarregat de buscar patrocinadors i clients potencials, creu que el canal temàtic dona més seguretat a les marques del sector. “Les empreses d’ortopèdia, les òptiques o les grans fundacions no s’anuncien als mitjans generalistes perquè moltes vegades el missatge no arriba a qui hauria d’arribar. Aquí hi ha menys audiència, però hi ha la que busquen”, assegura.

I no solament parlem de farmacèutiques o empreses auditives: des de fa uns mesos aquest comercial ha observat que el canal desperta l’interès de sec-

tors tradicionalment poc vinculats a la discapacitat, com ara el de les agències de viatges o el d’empreses de tecnologia. Negocis i entitats que, vista la demanda, s’han llançat a adaptar els productes a nous col·lectius. Un fet que no hauria estat possible sense la tasca d’aquells que s’han decidit a mostrar re-

L’èxit de la iniciativa ha fet que ja tinguin més de cinc mil amics al Facebook i fins i tot disposin d’un club de fans

alitats que semblaven invisibles.

La funció principal de la cadena és precisament la de difondre una realitat particular, la de la discapacitat. Ara per ara, l’objectiu és consolidar l’audiència i asentar les bases creades. L’emissió per satèl·lit està en la ment de Claudio Capeli, però de moment cal dedicar temps

Les dades d’audiència els donen 40.000 teleespectadors, una xifra similar a IB3, la televisió de les Illes Balears

i esforç a establitzar el ràpid creixement que ha tingut la cadena. Els voluntaris volen crear una setmana temàtica, és a dir, aconseguir que tots els programes es posin d’acord per dedicar una setmana a un tema concret. “Hauria de ser de cara a un o dos anys, –explica Font– encara estem començant

Els anunciants solen ser empreses vinculades a la discapacitat, però també desperta l’interès d’altres sectors

i som poca gent. Ja és prou difícil trobar temes com per a sobre haver-ho d’acotar tant. Seria complicat”.

El fet és que, a Discapacidad Televisión, cada presentador té autonomia per decidir l’estructura del programa i plena llibertat per organitzar-ne l’espai.

Aquesta llibertat permet escollir des del decorat (Raquel Soto té peixos de fusta i de peluix al plató) fins a l’ètica del programa de manera molt acurada: “M’agraden les coses clares, –comenta– i no pas els temes amb morbo. En el meu programa vull reportatges optimistes i gent positiva. Persones amb projectes interessants i idees alternatives, que hagin escrit un llibre o hagin participat en esdeveniments engrescadors. I en general prefereixo els temes socials, de grup, més que les històries individuals”. Tot un exemple d’ètica professional que Soto intenta dur a la pràctica sempre que pot, essent conscient que no sempre és fàcil trobar persones amb paràlisi cerebral que puguin assistir al programa. Però avui Soto no ha estat l’encarregada de pensar l’espai, organitzar el temps i “enrotllar-se”, com ella mateixa defineix el que fa quan no sap què dir davant de càmera. Avui ha estat la convidada especial, l’objecte de l’entrevista dels seus companys Montse Font i Nico Ortiz.

Després de cinquanta minuts de conversa i deu de publicitat, el programa posa el punt i final. Els micròfons tornen al seu lloc, les càmeres deixen de gravar i el decorat es desmunta per deixar-ho tot ben endreçat. Els tècnics col·loquen els cables i, un cop ha sortit tothom, s’apaguen els llums. Discapacidad Televisión no és només una televisió feta per i per a discapacitats: és un projecte que, amb només un any de vida, ha sabut mobilitzar un col·lectiu tradicionalment poc representat en els mitjans. Una idea única, trencadora i valenta que proposa un nou model audiovisual, el del canal temàtic, per Internet i en directe. Una televisió sense fronteres que ha trencat esquemes i ha provat que la televisió temàtica per Internet ja és possible. ■