Inclusión y discapacidad en la era digital:

Análisis del uso e impacto de las redes sociales desde la educación, la visibilidad y empoderamiento

Tesis doctoral

Mónica Bonilla-del-Río



Directoras:
Dra. Amor Pérez-Rodríguez
Dra. Rosa García-Ruiz

Universidad de Huelva

Inclusión y discapacidad en la era digital: Análisis del uso e impacto de las redes sociales desde la educación, la visibilidad y empoderamiento

Tesis Doctoral

Mónica Bonilla-del-Río

Directoras

Dra. M. Amor Pérez-Rodríguez
Dra. Rosa García-Ruiz

Doctorado Interuniversitario en Comunicación

Universidad de Huelva

Inclusión y discapacidad en la era digital: Análisis del uso e impacto de las redes sociales desde la educación, la visibilidad y empoderamiento

Mónica Bonilla-del-Río

Directoras:

Dra. M. Amor Pérez-Rodríguez

Dra. Rosa García-Ruiz

Programa de Doctorado
Interuniversitario en Comunicación
Universidad de Huelva, 2023.
Educomunicación y Alfabetización Mediática

Esta tesis doctoral ha sido elaborada con el apoyo de la Ayuda para la Formación de Profesorado Universitario (FPU) (REF. FPU18/04619), financiada por el Ministerio de Universidades de España, del Programa de Promoción del Talento y su Empleabilidad, en el marco del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2017-2020 en I+D+i.



ÍNDICE

1 **PRELIMINARES** 4
1.1. Agradecimientos 5
1.2. Resumen/Abstract 7

2 **INTRODUCCIÓN** 9
2.1.1. Contexto y relevancia de la investigación 11
2.1.2. Enfoque y naturaleza de la tesis por compendio 23
2.2.1. Context and relevance of the research 27
2.2.2. Scope and nature of the compilation dissertation 38

3 **OBJETIVOS** 41

4 **METODOLOGÍA** 45

5 **ARTÍCULOS DE LA TESIS POR COMPENDIO** 52
5.1. Artículo I 54
5.2. Artículo II 56
5.3. Artículo III 58
5.4. Artículo IV 60

6 **PUBLICACIONES COMPLEMENTARIAS** 62
6.1. Artículos científicos 63
6.2. Capítulos de libro 66

7 **CONCLUSIONES** 68
7.1.1. Conclusiones 69
7.1.2. Limitaciones y futuras líneas de investigación 81
7.2.1. Conclusions 84
7.2.2. Limitations and future lines of research 95

8 **REFERENCIAS** 98

9 **ANEXOS** 107


64GB
1. PRELIMINARES



AGRADECIMIENTOS

Muchas gracias a mi madre y mi hermana por ser pilares fundamentales en mi vida. Porque a pesar de la distancia os he sentido siempre cerquita y conmigo. A mí tía y mis primos, por todo vuestro apoyo y por estar ahí siempre. A mi abuela, por ser nuestras coordenadas y la mejor «güela» del mundo. A mi abuelo, porque sé que tú también estarías orgulloso de mí. Sin vosotros yo no sería quién soy y nunca hubiese podido llegar hasta aquí. Mil gracias por todo.

El desarrollo de este trabajo tampoco hubiese sido posible sin la ayuda de mis directoras de tesis. Muchas gracias por vuestra orientación, revisiones y recomendaciones durante todo el proceso.

Gracias a Amor por avalar mi candidatura FPU y por guiarme en el desarrollo de la tesis. Por tus consejos, tu apoyo y comprensión. Por tu preocupación, generosidad y acogida, ya no solo a nivel académico sino también personal, que siempre te agradeceré enormemente.

Y a Rosa, por apostar por mí y acompañarme desde el principio. Solo puedo darte las gracias por tu confianza, tu apoyo, tus palabras de ánimo y por creer en mí siempre. Por hacerme saber y demostrarme que puedo contar contigo. Nunca podré agradecértelo lo suficiente.
Muchísimas gracias a ambas por todo.

Gracias también a todos los docentes e investigadores que en algún momento me inspiraron a ser mejor, mil gracias por vuestro apoyo, ayuda y palabras de ánimo durante estos años: Ana, Paloma, Ángel, Luis Miguel, Mariló, Iván, Patri, Beatriz, Miguel, Margarita, Paula, Irina, Natalia, Mariana, Miguel Ángel, Carmen, Joan, Toñi, Charo y Santi. Y, especialmente, a Ignacio por ser, además, nuestra guía y «conciencia investigadora», muchísimas gracias por confiar en mí, por ayudarme siempre y por todo lo aprendido académica y profesionalmente. Y, por supuesto, a Ismar por la grandísima oportunidad de poder realizar las estancias internacionales en la Universidad de São Paulo, siendo para mí un honor haber podido colaborar conjuntamente y aprender de su gran sabiduría y experiencia.

Muchísimas gracias a los coautores con los que he tenido el inmenso placer de trabajar y de los que tanto he podido aprender: María Luisa, Bárbara, Alejandro, Victoria y Juan Carlos. Ojalá podamos seguir colaborando e investigando sobre esta temática tan relevante y necesaria. Y unos agradecimientos muy especiales a todas las personas que han participado en los estudios por su predisposición, labor y colaboración.

Muchas gracias también a todas las personas maravillosas que he conocido durante esta etapa y que me han aportado tanto:

A Sabi. Mi gaditana favorita. La alegría personificada. La persona más noble y con el corazón más grande que he conocido nunca. Mil gracias por tu empatía, por tus consejos y tu cariño. Porque aún no me he ido y ya te echo de menos. Porque no es justo que vivas tan lejos. Y perdón si algún día no he estado del todo a la altura contigo. Pero, amiga, te quiero una «jartá» y te llevaré siempre, siempre, conmigo. «No ni ná».

A Arantxa. Porque todo lo bueno que pueda decirte se queda corto. Mil gracias por tu ayuda, por tu apoyo y por estar ahí siempre. Te lo he dicho muchas veces, pero no me cansaré de repetírtelo: eres la persona más inteligente, eficaz, diligente y responsable que conozco. Sin duda, eres la «Messi» de nuestra promoción. La «Hermione» de nuestra generación. La mejor entre las mejores. Sabes que te admiro y estoy convencida de que vas a conseguir lo que quieras y llegarás donde tú, y solo tú, te propongas. Porque te mereces todo. Y más.

A Belén. La mejor compi que te puedas «echar a la cara». La que siempre tiene palabras de ánimo para todas. Gracias por los bailes, las risas y los desayunos en la Rábida. Por tu sentido del humor, el buen rollo que transmites y la alegría que contagias. Porque todas sabemos que esto sin ti no hubiese sido lo mismo. ¡Muchísimas gracias por todo!

A Antonella. Por tener «ese cañón de alegría disparando en los ojos» y por ser «gente guapa y luminosa». Mil gracias por tu apoyo, tu generosidad y tu empatía. Por escucharnos, aconsejarnos y cocinarnos tan rico. Por estar siempre dispuesta a ayudar y por ser como eres. «Les juro que no le exagero, todo es corazón».

A Daniela. La chica del ukelele. La de la eterna sonrisa. Probablemente la ecuatoriana que mejor baile flamenco en todo el mundo. Porque para ti solo puede haber adjetivos buenos: divertida, amable, trabajadora, fuerte, luchadora, empoderada… En definitiva, una auténtica crack. Admiro, sin duda, tu fuerza, tu valentía y tu gran energía. Gracias por todo.

Y a todos los compañeros que he tenido la suerte de conocer aquí, gracias por los maravillosos momentos compartidos: Laura, María, Eli, Odiel, Dieter, Vanessa, Allegra, Marcelo, Heleny, Ana María, Juan Carlos, Alberto, Álex, Antonio, Tania, Robin, Mariana, Laudyth, Erika y Any.

Por supuesto, gracias también a todos los compañeros de la 5ª Promoción del Doctorado, especialmente a mis queridos Rigli y Édgar. Un placer coincidir y aprender con y de todos vosotros.

Y, por último, muchas gracias a mis amigas, por estar siempre ahí a pesar de la distancia. A mis «profes en apuros» y a mis «callejeras viajeras», por todos los momentos compartidos y porque podamos seguir coleccionando muchos más. Quiero agradecer también y especialmente a Andrea, por la amistad que perdura en el tiempo, por las conversaciones infinitas y por estar siempre dispuesta a escuchar y brindar los mejores consejos. Y a Sheila, por tener siempre las palabras de ánimo necesarias. Mil gracias por tu empatía, tu apoyo y por acompañarme durante todo el proceso. Sin vosotras esto no hubiese sido posible.

Muchísimas gracias a todos, de corazón.



RESUMEN

La inclusión digital de las personas con discapacidad en redes sociales puede influir de manera directa en el acceso a la información, la igualdad de oportunidades y el empoderamiento del colectivo y, por ende, en su calidad de vida y su capacidad para participar activamente en la sociedad. Esta investigación tiene como objetivo comprender el uso e impacto de las redes sociales por parte de las personas con discapacidad desde una perspectiva inclusiva, educativa, de visibilidad y empoderamiento. Este compendio de publicaciones recoge un primer estudio de caso, realizado en un centro de educación especial de Cantabria, en el que se analizan las experiencias educativas para la promoción del uso seguro y responsable de los medios de comunicación y las redes sociales por parte del alumnado. La segunda investigación recoge la percepción de los diferentes agentes educativos (familias, profesionales y usuarios con discapacidad) de un centro ocupacional de la Comunidad Autónoma de Madrid sobre el uso, las oportunidades, barreras y cambios producidos por la pandemia de la COVID-19 en relación con las redes sociales. En el tercer y cuarto artículo se desarrollan sendos análisis de contenido sobre cuentas de influencers con discapacidad intelectual y física, respectivamente, con el fin de analizar los usos de las redes sociales por parte de los creadores de contenido y las colaboraciones que realizan con las marcas. Los hallazgos apuntan hacia el establecimiento de las redes sociales como herramientas que promueven la diversidad y la representación de las personas con discapacidad en línea, permitiendo mejorar la concienciación de los usuarios hacia la diversidad y favorecer oportunidades para la educación y el desarrollo personal y profesional del colectivo.

Palabras clave

Inclusión, discapacidad, redes sociales, educación, concienciación; visibilidad, empoderamiento.

ABSTRACT

The digital inclusion of people with disabilities in social media could have a direct impact on their access to information, equal opportunities and empowerment, and therefore on their quality of life and ability to actively participate in society. This research aims to understand the use and impact of social media by people with disabilities from an inclusive, educational, visibility and empowerment perspective. This compilation dissertation includes a first case study, carried out in a special education centre in Cantabria, which analyses educational experiences for the promotion of the safe and responsible use of the media and social media by students. The second investigation examines the perception of the different educational agents (families, professionals and users with disabilities) of an occupational centre in the Autonomous Community of Madrid on the use, opportunities, barriers and changes produced by the COVID-19 pandemic in relation to social media. The third and fourth articles are content analyses of the accounts of influencers with intellectual and physical disabilities, respectively, with the aim of exploring the uses of social media by the content creators and their collaborations with brands. The findings suggest the importance of social media as a tool that promotes diversity and the representation of people with disabilities online, improving users' awareness of diversity and promoting opportunities for the education and personal and professional development of people with disabilities.

Keywords

Inclusion, disability, social media, education, awareness, visibility, empowerment.

SOCIAL MEDIA



2. INTRODUCCIÓN

2.1. INTRODUCCIÓN

2.1.1. Contexto y relevancia de la investigación

La omnipresencia de dispositivos y medios de comunicación provoca que el acceso a los recursos digitales y mediáticos se produzca a edades cada vez más tempranas, lo que implica que los niños y jóvenes crezcan y se desarrollen rodeados de información, dispositivos y medios. En este contexto las generaciones más jóvenes adquieren habilidades en el uso y el manejo de estas herramientas, aunque el simple hecho de que se desarrollen en un entorno multipantalla y mediatizado no garantiza que adquieran las competencias necesarias para hacer un uso crítico y responsable de estos medios (Scolari, 2019; Haddon et al., 2020; Janschitz & Penker, 2022).

La alfabetización mediática, por tanto, se ha convertido en un factor fundamental y en un derecho básico en las sociedades democráticas, donde los ciudadanos necesitan desarrollar las habilidades, conocimientos y actitudes que faciliten el aprovechamiento de los recursos disponibles y la participación en la sociedad, beneficiándose de las oportunidades y posibilidades que ofrecen estos recursos y siendo capaces de prevenir y detectar los posibles riesgos o peligros que en ocasiones están asociados al uso de estos medios (Bonilla-del-Río & Aguaded, 2018; Sádaba & Salaverría, 2023).

En este sentido, destaca la apuesta de los organismos tanto a nivel internacional como nacional de fomentar estrategias encaminadas a la promoción de la educación en medios de la ciudadanía (Wilson et al., 2011; European Commission, 2016; Naciones Unidas, 2017; Aguaded et al., 2021), especialmente de los niños y jóvenes. Asimismo, se enfatiza la necesidad de promover la accesibilidad de las personas con discapacidad a las tecnologías y los sistemas de información y comunicaciones, con el fin de garantizar los derechos de este colectivo y superar barreras que perpetúan desigualdades y aumentan la brecha digital (Naciones Unidas, 2006, 2021; Bernabéu et al., 2011). De este modo, en la actualidad, la alfabetización mediática se presenta como una necesidad ineludible y como un elemento inclusivo de la ciudadanía

en la sociedad. Específicamente, en cuanto al colectivo con discapacidad, la alfabetización mediática puede contribuir a la reducción de situaciones de exclusión social y a la promoción de su participación plena en la sociedad, entendiéndose como un factor influyente en el desarrollo de mejoras en su calidad de vida, de empoderamiento e integración efectiva tanto a nivel digital como social (Zappalá et al., 2011; Wang & Wu, 2021). Por tanto, la relevancia de analizar los usos y el impacto de los recursos digitales y mediáticos, centrando el foco de atención en el uso de las redes sociales, por parte del colectivo con discapacidad, así como examinar el rol y apoyo que adquieren los principales agentes educativos implicados en su desarrollo, se presenta como uno de los principales motivos que justifican la base de esta investigación.

Otro de ellos es la escasa presencia de investigaciones que combinan el binomio conformado por alfabetización mediática y discapacidad en revistas indexadas en prestigiosas bases de datos como WOS o Scopus (Bonilla-del-Río et al, 2018a). Pues a pesar de que existen diversos estudios en el área sanitaria y médica sobre la adecuación de las TIC a las características y necesidades del colectivo con discapacidad, el número de publicaciones científicas que ponen el foco de atención en el uso de los medios y las tecnologías por parte de las personas con discapacidad y que analizan sus inquietudes, necesidades, intereses o dificultades ante el acceso y utilización de estos recursos es limitado e insuficiente (Prefasi et al., 2010). Se trata, por tanto, de un colectivo que a lo largo de la historia ha permanecido olvidado en las investigaciones desarrolladas en este ámbito (Gutiérrez-Recacha & Martorell-Cafranga, 2011; Samaniego et al., 2012), por lo que se plantea la necesidad de darles visibilidad y voz, con el fin de conocer sus consideraciones, sus preocupaciones y sus valoraciones ante el entorno multipantalla, concretamente, ante el uso, apropiación, presencia y accesibilidad a las redes sociales.

Y es que hoy en día, ciertos colectivos sociales, como es el caso por ejemplo de las personas con discapacidad, siguen encontrando dificultades para el acceso, uso y disfrute de los recursos digitales y mediáticos y, por ende, para el aprovechamiento de las oportunidades educativas, sociales y

profesionales derivados de su utilización. De este modo, las barreras que limitan u obstaculizan la accesibilidad y la usabilidad de las plataformas de redes sociales entorpecen y no sirven de garantía para el cumplimiento de sus derechos fundamentales a la educación, la información y el trabajo (Prefasi et al., 2010; Alathur & Pai, 2023). Por tanto, el reto de atender a la diversidad, valorando y teniendo en cuenta las diferencias individuales, sociales, culturales y de género, se establece como una prioridad tanto en el ámbito estatal como internacional. En este sentido, de acuerdo con White y Forrester-Jones (2020), las personas con discapacidad han de disfrutar de las mismas posibilidades de acceso a los entornos virtuales y las redes sociales, procurando que las tecnologías no impliquen situaciones de discriminación o exclusión, sino que sirvan de impulso para la e-inclusión y la participación activa de este colectivo en la sociedad de la información y el conocimiento.

Y es que el progreso y los avances tecnológicos, así como la constante proliferación y evolución de los dispositivos, plataformas y medios de comunicación han provocado importantes cambios que afectan a todos los ámbitos de la vida de las personas, modificando sustancialmente las formas de interacción, relación, comunicación, acceso a la información y el entretenimiento. El fenómeno de digitalización e Internet han magnificado la mediatización cultural, lo que ha afectado a todas las áreas y niveles de nuestra cotidianidad, influyendo en los hábitos, el pensamiento y la evolución de los valores de la sociedad (Galdón, 2013). Por tanto, el entorno multipantalla, caracterizado por la ubicuidad, la inmediatez, la rapidez y la interacción, han fomentado una sociedad extremadamente mediatizada y digitalizada, en la que los dispositivos y las plataformas digitales se establecen como elementos sustanciales presentes en todos los entornos del ser humano (educativo, social, laboral, económico…), modificando significativamente la dedicación y estilo de vida de la población en el uso de estos recursos (Na et al., 2020). La pandemia de la COVID-19 y las medidas restrictivas, como el confinamiento, también afectaron a la ciudadanía en el uso de estos recursos, ya que tanto las personas sin discapacidad como las personas con discapacidad reconocieron hacer un mayor uso de Internet, a pesar de que el aumento en el primer grupo fue más significativo (Park, 2022). Por su parte,

durante este periodo las familias tuvieron un papel fundamental en el apoyo de los jóvenes frente al estrés y la ansiedad escolar (Kaya & McCabe, 2022).

En este contexto, la vida social de los jóvenes se desarrolla y construye a través de los recursos digitales y mediáticos, mediante los cuales acceden a la información a través de páginas web y medios de comunicación, construyen comunidades haciendo uso de dispositivos móviles y redes sociales, se comunican de forma online y se entretienen y divierten en entornos virtuales (Scolari, 2016; Fu & Cook, 2021). Los jóvenes han ido evolucionando en el empleo y el consumo de Internet, por lo que los dispositivos digitales son un medio de interacción natural y cotidiano para este sector poblacional (Ortega et al., 2015). En este sentido, tal y como destacan García-Galera y Valdivia (2014), los jóvenes son usuarios activos de las tecnologías y son protagonistas de los contenidos que se desarrollan, emiten y comparten en Internet, donde las redes sociales adquieren un lugar preferente.

De este modo, además de los medios de comunicación y las actividades de ocio de las que disfrutan en su tiempo libre, muchos jóvenes han descubierto las posibilidades de participar en la cultura de los medios digitales, de ser capaces de mantenerse conectados con amigos y familiares, de compartir fotos, aprender virtualmente y de ejercitar su creatividad, contribuyendo a la generación de contenidos de diversos campos gracias a las facilidades que ofrecen las diferentes plataformas digitales como Instagram, YouTube o Facebook (Hobbs, 2010). Asimismo, estos recursos ofrecen a los jóvenes nuevas posibilidades de intercambio, favorecen la comunicación horizontal, la interacción y la autoexpresión (Reolid-Martínez et al., 2016; Sormanen et al., 2021).

En este sentido, de acuerdo con Callejo (2013), la utilización de los dispositivos y plataformas digitales está ampliamente aceptada y es considerada por los jóvenes como un factor importante en su vida diaria por diversas razones como, por ejemplo, la socialización de estas generaciones en el mundo digital, el amplio acceso a información y contenidos digitales o el seguimiento de patrones de consumo de medios diferenciados a los de la población adulta. No obstante, conviene destacar la necesidad de entender a

los jóvenes como una categoría heterogénea, ya que la edad, el sexo, las capacidades, la educación y otros factores sociales influyen de manera significativa en la cantidad de tiempo y el modo de consumo que dedican los jóvenes al uso de los medios (Callejo, 2013). Teniendo en cuenta estas premisas, en la actualidad, la educación no debe ser ajena a este contexto y ha de adaptarse a las características, necesidades e intereses de los jóvenes que hoy en día forman parte del sistema educativo, adaptando sus prácticas curriculares y metodológicas a la sociedad de la información y el conocimiento y, por ende, a la realidad de los jóvenes.

Y es que, de acuerdo con García-Galera et al. (2014), las tecnologías de la información y la comunicación han favorecido el intercambio de información y experiencias entre personas de distintas partes del mundo y la posibilidad de desarrollar una identidad virtual a través de los “social media”, que modifican y democratizan los procesos comunicativos e incrementan significativamente la participación ciudadana, lo que facilita procesos como la globalización o el ciberactivismo.

Los recursos digitales y mediáticos contribuyen en la promoción de ideales y valores de las generaciones jóvenes (Porras-Hernández & Navarro-Hernández, 2022), debido a que las características y condiciones de este tipo de medios se les presentan como atractivas, sugestivas e influyen en su formación como personas (Farell, 2012). El protagonismo que han adquirido las redes sociales se ve reflejado en las transformaciones que se producen a nivel social, ya que influyen en la formación del pensamiento de la sociedad, las formas de entender la realidad o en los hábitos y costumbres de la ciudadanía. Por tanto, este tipo de plataformas inciden en la educación de la sociedad, especialmente de los jóvenes, formando y modelando las preferencias, gustos y tendencias de la población en los diferentes rangos de edad.

Estudios como el de Peters et al. (2021) o Martínez-Martínez et al. (2022) evidencian que las redes sociales estimulan el desarrollo del autoconcepto y que los jóvenes a través de su consumo construyen ideales en función de los modelos que se transmiten. Esto repercute en la interiorización de los estándares a seguir, lo que puede afectar en su desarrollo.

Específicamente, las redes sociales se han posicionado como plataformas predilectas entre las audiencias jóvenes, siendo estos los usuarios más activos. Es innegable que el consumo de contenidos audiovisuales por parte de los jóvenes se ha transformado mediante la aparición de Internet y la expansión de los recursos digitales, por lo que se ha visto incrementada su preferencia por el acceso ilimitado, inmediato, ubicuo y la variedad de contenidos que ofrecen las plataformas virtuales, por delante de otros medios de carácter tradicional como la radio, la televisión o la prensa escrita (García-Jiménez et al., 2018).

El uso de redes sociales está extendido y generalizado de manera global. En este sentido, de acuerdo con el informe sobre el uso de Internet, redes sociales y móviles realizado por We Are Social (2023a), el número de internautas a nivel mundial a principios de 2023 asciende a 5.160 millones de personas, lo que significa que el 64,4% de la población mundial está conectada, pasando una media de 6 horas y 37 minutos al día en Internet. Mientras que en España la cifra se sitúa en 45,12 millones de internautas, lo que representa al 94,2% de la población española (We are Social, 2023b). En lo referente a la utilización de las redes sociales, actualmente hay 4.760 millones de usuarios de redes sociales a nivel mundial, lo que equivale al 59,4% de la población, que emplean una media de 2 horas y 31 minutos al día en el uso de este tipo de plataformas digitales. En cuanto al perfil demográfico, los usuarios más activos en redes sociales son los jóvenes entre 20 y 29 años (de los cuales el 17,9% son hombres y el 13,5% mujeres), seguidos de los adultos de entre 30 y 39 años (de los cuales el 12,3% son hombres y el 9,9% mujeres). Con respecto a las plataformas, a nivel global Facebook, YouTube, WhatsApp e Instagram se situaron como las redes sociales más destacadas en función de las cuentas de usuarios activos. Pero a nivel nacional, según el estudio de IAB Spain (2022), las plataformas más empleadas fueron WhatsApp (87%), Facebook (71%), Instagram (66%), YouTube (66%) y Twitter (42%), mientras que TikTok es la que mayor crecimiento ha obtenido. En España, la media de uso de las redes sociales se establece en 1 hora y 10 minutos diarios, siendo los jóvenes entre 18 y 24 años los que más tiempo les dedican (1 hora y 28 minutos) (IAB Spain, 2022).

Por lo tanto, las redes sociales cobran cada vez más importancia en la vida de los jóvenes (Xie, 2014), ya que acceden a ellas a edades cada vez más tempranas, convirtiéndose en elementos de ocio y socialización habituales en su cotidianeidad incluso antes de llegar a la etapa de la adolescencia (Martínez-Otero, 2017). La posibilidad de conectarse a Internet, el hecho de disponer de al menos un dispositivo personal, ya sea smartphone, tablet u ordenador, y la facilidad para la descarga de aplicaciones digitales contribuye a la creación de perfiles en redes sociales como Instagram, Twitter, Facebook o TikTok, entre otras. Participar a través de Internet y las redes sociales desde su propio usuario personal genera en los jóvenes la sensación de autoafirmación, ya que a través de estos medios construyen su propia identidad, su propio espacio personal y comunidades con temáticas y aspiraciones compartidas (Gabelas & Marta, 2011; Kawamoto, 2021; Sormanen et al., 2022). Se trata de un lugar en el que pueden compartir sus propios contenidos, mostrar sus gustos e intereses, interactuar con sus amigos y conocer a otras personas. Por tanto, la generación digital no se centra simplemente en la búsqueda de contenido sino en la búsqueda de experiencias interactivas en las que puedan actuar y participar de manera activa (Carrillo & Castillo, 2011; Albarello, 2020). De este modo, en la actualidad, las demandas de las generaciones jóvenes para su participación en redes sociales están relacionadas con el potencial, las diversas funciones o posibilidades que ofrezcan las plataformas para satisfacer las necesidades y los intereses personales y colectivos en relación con los procesos de socialización y comunicación (Marcelino-Mercedes, 2015).

Sin embargo, conviene mencionar que el uso de los recursos digitales y mediáticos en general y de las redes sociales en particular podrían generar efectos negativos, riesgos o peligros si se hace un uso inadecuado o irresponsable. En este sentido, Arab y Díaz (2015) hacen una recopilación destacando algunos de los más relevantes: exposición a contenidos inadecuados o no deseados; dificultad a la hora de socializarse en entornos físicos; dificultad en la percepción de las emociones de los demás en intervenciones producidas en persona; desarrollo de condutas o comportamientos inapropiados o irresponsables salvaguardándose en el

anonimato (como, por ejemplo, la suplantación de identidad o la adopción de actitudes exhibicionistas o agresivas); peligros como el cyberbullying, sexting, la ciberadicción o el grooming, entre otros.

A pesar de estos peligros, las redes sociales ofrecen una serie de ventajas y oportunidades (Veloz-Aguilar, 2017): 1) Facilitan la comunicación con otras personas, ya que permiten compartir contenidos y establecer relaciones a través de Internet con otros usuarios; 2) Suponen un medio de entretenimiento mediante el acceso a información y a contenidos de interés, la comunicación con familiares y amigos, la posibilidad de conocer a gente nueva y de mantenerse conectado a lo que sucede en cualquier lugar y a tiempo real; 3) Son un elemento que puede aprovecharse en la educación como una estrategia para promover la participación activa y la interacción de los estudiantes, ya que ofrecen diversas y variadas posibilidades didácticas; 4) Permiten la apertura a nuevas oportunidades laborales, ya que a través del uso de las redes sociales se puede acceder a ofertas de trabajo.

No obstante, aunque estos recursos pueden contribuir a la creación de oportunidades y pueden facilitar ciertos procesos, tal y como apunta Espinoza (2010), es innegable que también pueden convertirse en herramientas que fomenten la desigualdad o brecha digital, ya que hay diversos factores que pueden dificultar el acceso a ciertos sectores de la población, lo que puede generar situaciones de exclusión social (Valencia-Ortiz et al., 2020).

La OECD (2001) define la brecha digital como la distancia existente entre áreas individuales, residenciales, de negocios y geográficas en relación con los diferentes niveles socioeconómicos y las oportunidades de accesibilidad a las TIC y a Internet, lo que implica finalmente un reflejo en las diferencias entre los distintos países y entre los habitantes de un mismo país. Este término se refiere, por tanto, a la distancia entre aquellas personas que pueden utilizar de manera efectiva los recursos digitales y mediáticos y los que no pueden por diferentes motivos: ser personas mayores, con discapacidad, analfabetos, analfabetos tecnológicos, personas con limitaciones económicas o en situaciones marginales (Gúzman, 2008; Garzón-Asanza et al., 2022). Esta situación se establece como un problema complejo derivado de diversos factores (entre los que destacan los ingresos económicos, la alfabetización y

la educación). Sin embargo, la solución de este no recae únicamente en la dotación de redes e infraestructuras tecnológicas, sino que son necesarias políticas y estrategias educativas encaminadas a la promoción de la inclusión digital y social de la ciudadanía (OECD, 2004).

De este modo, conviene mencionar que no existe únicamente una brecha digital, sino que sería más adecuado y específico referirse a brechas digitales, puesto que se trata de un elemento multidimensional que incluye factores de diversa índole como los factores económicos, geográficos, generacionales, de género, de idioma, de educación, de procedencia sociológica o cultural o de discapacidad (Vega-Almeida, 2007). Las situaciones de e-exclusión de este último colectivo pueden verse agravadas si no se desarrollan estrategias a nivel legislativo, social, político, educativo y económico. Y es que los avances tecnológicos construyen una sociedad mediatizada en torno a los procesos de información y comunicación, por lo que es necesario promover la igualdad de oportunidades y la participación de todos los ciudadanos para evitar las situaciones de exclusión social y digital. De este modo, el acceso de las personas con discapacidad a la sociedad del conocimiento es un factor clave para su inclusión, desarrollo y participación plena en la sociedad (Trevisan & Cogburn, 2020).

De acuerdo con García-Prieto (2016), la Organización Mundial de la Salud ya ponía de manifiesto en 2011 que el escaso uso de los recursos digitales y mediáticos por parte del colectivo con discapacidad aún era significativamente preocupante, registrando niveles limitados en el acceso a las TIC. En estudios más recientes, como el Informe Tecnología y Discapacidad (Fundación Adecco, 2022), también se evidencia la existencia de la brecha digital, puesto que más de la mitad de las personas encuestadas (51%) manifestaron encontrar barreras ante el uso de las TIC. Estas barreras se focalizan en la complejidad de uso (44%), problemas de accesibilidad (32%), falta de recursos económicos para adquirir nuevas tecnologías (26%) y falta de confianza ante los entornos digitales (14%). Este hecho incrementa la brecha digital en cuanto a la accesibilidad e igualdad de oportunidades, producida principalmente por las barreras presentes en la sociedad que aún siguen dificultando la plena inclusión y suponiendo situaciones de exclusión

digital y social. Estos obstáculos suelen estar causados principalmente por el propio diseño del producto, por la falta de accesibilidad de los contenidos, la falta de procesos formativos y de apoyo (García-Prieto, 2016).

Por consiguiente, es necesario el desarrollo de recursos tecnológicos y softwares que promuevan el acceso de manera fácil y adaptada a las necesidades de todos los usuarios, para evitar la propagación de situaciones de exclusión y la eliminación de barreras de esta índole. En esta línea, según Othman et al. (2020), es de vital importancia que los softwares no sean una forma de discriminación o exclusión en sí mismos, es decir, que sus características en cuanto al tamaño, facilidad de manejo, diseño, vida del producto y componentes (auditivos, cognitivos, neurológicos, físicos, del habla y visuales) sean acordes a las necesidades de las personas con discapacidad y estén adaptados a cada tipo de discapacidad. En este sentido, tanto el diseño del producto como el tamaño y las funciones de las que disponga deben facilitar su utilización para favorecer la adecuación de los dispositivos a las necesidades de los usuarios. Asimismo, el hecho de que un producto sirva durante un tiempo prolongado facilita al usuario la posibilidad de no tener que adaptarse a un nuevo producto con características diferentes en períodos breves. Además, será fundamental su eficiencia y que sean apropiados en su funcionamiento, atendiendo a cuestiones como la rapidez y la facilidad de uso. También será necesario que faciliten la conectividad con otros dispositivos, teniendo en cuenta la compatibilidad, los sistemas operativos y las ayudas técnicas. Valorando estos aspectos, es indudable que los factores económicos, políticos y normativos tienen una gran influencia en la inclusión digital y, por tanto, social, del colectivo con discapacidad. Asimismo, las TIC y el acceso a Internet tienen una repercusión fundamental en la progresión social y la integración laboral de las personas con discapacidad (Fundación Adecco, 2022).

A pesar de estas evidencias para el diseño inclusivo de los recursos, como mencionábamos anteriormente, aún siguen existiendo barreras que dificultan el acceso digital tanto a servicios web públicos como privados, lo que dificulta la inclusión de los usuarios en la sociedad de la información y el conocimiento (Ferreira & Díaz. 2009). Por su parte, la falta o lentitud en el

diseño y desarrollo de dispositivos adaptados a las necesidades de los usuarios también implica una nueva desventaja y dificultad para el colectivo. Alcanzar la accesibilidad plena o universal mediante la creación de entornos accesibles para la información y la comunicación o la usabilidad plena de medios y redes sociales, así como promover la alfabetización mediática de la ciudadanía, con el fin de desarrollar su competencia mediática para hacer efectivo dicho acceso, se plantea como un fin deseable y que en el momento actual podría resultar viable. Por consiguiente, surge la necesidad de realizar un planteamiento de estrategias y actuaciones que han de contar con el respaldo administrativo e institucional adecuado para que verdaderamente pueda hacerse efectivo (Rodríguez-Fuentes & García-Guzmán, 2014).

Para ello, es necesario promover el diseño universal o e-accesible para todos, con el fin de favorecer las situaciones de inclusión social y digital de todas las personas. Mediante las facilidades de accesibilidad a los recursos digitales y mediáticos se promueve el acceso a la información y el conocimiento por parte de las personas con discapacidad, sin embargo, es de vital importancia que los contenidos también sean accesibles para todos (García-Pérez & Ortega-Sánchez, 2010). Por consiguiente, es necesario valorar la accesibilidad y la usabilidad que hacen los jóvenes con discapacidad de los recursos digitales y mediáticos, con la finalidad de analizar los factores que influyen en su inclusión digital y social y comprobar el uso que realizan de las plataformas digitales o si cuentan con las adaptaciones necesarias para que sean realmente accesibles, siendo este otro de los motivos que justifican este trabajo.

Sin embargo, es preciso señalar que los datos estadísticos existentes acerca del acceso y uso por parte de las personas con discapacidad a los recursos digitales y mediáticos son limitados, ya que las investigaciones realizadas que tienen como protagonista a este colectivo no se desarrollan anualmente. Por tanto, se analizarán los resultados de aquellos estudios más relevantes y recientes, destacando los datos más actualizados hasta la fecha.

En la última encuesta realizada por el INE (2022) en torno a la discapacidad, se estimaba que en 2020 un total de 4,32 millones de personas (de seis o más años) tenían algún tipo de discapacidad en España, lo que se

traduce en un incremento del 14% en relación con los datos de la última encuesta que se llevó a cabo en 2008. En este sentido, de acuerdo con el informe "Brecha digital y discapacidad", que recoge datos del INE de 2017, las personas con discapacidad física en España representaban el 37,9%, las personas con discapacidad intelectual y/o mental el 25,7% y las personas con discapacidad sensorial el 16% (Martínez-Toran & Esteve-Sendra, 2021).

En relación con los estudios realizados sobre la disponibilidad y accesibilidad a los recursos digitales y mediáticos por parte de las personas con discapacidad, conviene señalar la Estrategia Española sobre Discapacidad 2014-2020 (Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, 2014) que pone el foco de atención en la necesidad de garantizar y promover estrategias políticas que tengan como objetivo la mejora de la calidad de vida de las personas con discapacidad. Este informe resalta las Tecnologías de la Información y la Comunicación como un elemento trascendental y que en la actualidad se establece como un ámbito de máximo interés, entendiendo que se han de dedicar los esfuerzos necesarios para la promoción de la accesibilidad y usabilidad de los recursos digitales y mediáticos, con el fin de favorecer la inclusión efectiva de este colectivo en la sociedad. Asimismo, el Informe "Tecnológica + Sociedad en España 2021" (ONTSI, 2022), en el que se analizan datos relativos a la accesibilidad digital a nivel estatal, pone de manifiesto que España es el cuarto país de la Unión Europea con mayor crecimiento en relación con el acceso a Internet en los hogares.

Por su parte, la "Investigación sobre Tecnologías de la Sociedad de la Información para Todos" impulsado por el Centro Nacional de Tecnologías de la Accesibilidad (CENTAC) y desarrollado por un equipo de investigación de la Universidad Politécnica de Madrid pone de relieve que las barreras de disponibilidad y accesibilidad dificultan la usabilidad de los productos y servicios que ofrece la Sociedad de la Información y el Conocimiento a las personas con discapacidad (Valero, 2011). De este informe se desprende que Internet y la telefonía móvil son los recursos que se adecuan más a las necesidades de las personas con discapacidad, mientras que los recursos más tradicionales como la radio, la televisión o la telefonía fija muestran más

dificultades de acceso para este colectivo. La falta de accesibilidad provoca el surgimiento de una brecha de acceso a los recursos digitales y mediáticos que afecta en mayor medida a la población infantil y las personas con discapacidad cognitiva. En cambio, las personas con discapacidad física cuentan con una mayor oferta en cuanto a la accesibilidad a los recursos, mientras que las personas con discapacidad visual destacan las dificultades para acceder a ciertos recursos.

En este sentido, en la investigación desarrollada por la Fundación Adecco (2022), se pone de manifiesto que las TIC tienen una gran influencia en la vida de las personas con discapacidad. De este modo, se evidencia que el 91,8% de este colectivo valoran positivamente el uso de las tecnologías, considerando que mejoran considerablemente y en diversos ámbitos su calidad de vida. Asimismo, el 75% de los participantes destacaron que las TIC y redes sociales les facilitan la interacción con otras personas, aumentando su red de contactos y de apoyo social.

Estos estudios demuestran que el acceso a las TIC es un factor fundamental en la mejora de la calidad de vida y la promoción de la autonomía personal de las personas con discapacidad. Sin embargo, y aunque es cierto que se ha progresado y se ha comenzado a extender el uso que hacen de estos recursos, continúan existiendo barreras que dificultan la accesibilidad y el uso efectivo de estos recursos. Este hecho implica la necesidad de replantearse cuáles son los motivos que dificultan dicha accesibilidad, con el fin de conocer las barreras que limitan la igualdad de condiciones y dificultan la inclusión digital y social de las personas con discapacidad.

2.1.2. Enfoque y naturaleza de la tesis por compendio

En una sociedad caracterizada por la presencia tecnológica, la necesidad de facilitar la accesibilidad de todos los ciudadanos y promover sociedades cada vez más inclusivas debería ser una prioridad fundamental, por una cuestión de equidad y justicia social. Partiendo de un enfoque educomunicativo, este compendio de publicaciones aborda una línea de investigación que combina dos ejes fundamentales: la discapacidad y las redes sociales. Estas temáticas han focalizado el objeto de estudio de los

artículos que se presentan en este trabajo, desarrollados desde una perspectiva que analiza las posibilidades educativas, de visibilidad y empoderamiento que pueden suponer estas plataformas digitales al colectivo con discapacidad.

El interés por esta temática, bajo mi punto de vista tan relevante como necesaria, surgió allá en 2017 gracias a una docente y un grupo de estudiantes con discapacidad de un centro de Educación Especial de Torrelavega que visitaron la Universidad de Cantabria, donde yo trabajaba en ese momento. Nos explicaron un interesante proyecto en el que participaban, destacando la importancia de promover el uso seguro de las redes sociales entre la juventud y la necesidad de apostar por la alfabetización mediática del colectivo. Hasta ese momento no me había planteado para el desarrollo de mi tesis doctoral la posibilidad de analizar el acceso y uso de los smartphones y plataformas digitales por parte de las personas con discapacidad, pero conocer su experiencia, la ilusión con la que trabajaban y el reclamo y necesidad de dar visibilidad a este tipo de iniciativas, hicieron que de manera muy clara pudiera saber que esa debía ser mi línea de investigación. Asimismo, tan solo unos años antes, había realizado mis prácticas del Grado de Magisterio en un centro de Educación Infantil y Primaria adaptado a niños con necesidades educativas especiales, habiendo sido designado como un centro específico adaptado a las necesidades de niños con discapacidad motórica. Además, este centro estaba muy concienciado con la promoción del uso de las TIC entre el profesorado y el alumnado, implementando un Plan Digital para la mejora de la competencia digital de los docentes y estudiantes y el impulso de hábitos y comportamientos responsables y seguros con respecto a las tecnologías. Esta experiencia me sirvió para vivir de primera mano y comprender la importancia de una educación de calidad, inclusiva y adaptada a las necesidades e intereses de todo el alumnado, que debería promoverse desde edades tempranas, así como la importancia de desarrollar la alfabetización mediática.

La concesión de la ayuda FPU y mi traslado a Huelva, con su correspondiente participación en un proyecto de investigación relacionado directamente con las redes sociales, motivaron aún más y me ayudaron a

terminar de definir el objeto de estudio. En este contexto comenzaron a surgir posibles preguntas de investigación: ¿Cuáles son los usos, intereses y actitudes de los jóvenes con discapacidad ante las redes sociales a nivel de usuario? ¿Cuáles son las principales barreras y apoyos que encuentran para acceder y hacer uso de estas plataformas digitales? ¿Cómo están implicados los diferentes agentes educativos en los procesos de alfabetización mediática? ¿Qué contenidos comparten en redes sociales los creadores de contenido con discapacidad? ¿Cuáles son las inquietudes y hábitos de interacción con sus seguidores?

De este modo, se comenzó a perfilar el enfoque de este compendio de publicaciones. El primer artículo se centró en el estudio de caso del centro de educación especial mencionado anteriormente. En esta primera publicación, se analizó la intervención pedagógica y los proyectos educativos que desarrollaba el centro para la promoción de la alfabetización mediática de los estudiantes a través de los medios de comunicación y las redes sociales. Este estudio supuso el punto de partida y nos permitió visitar las instalaciones del centro, conocer a los estudiantes, al director y a algunos de los docentes que participaban en las propuestas didácticas para la concienciación y promoción del uso responsable de estas plataformas digitales.

En el segundo artículo se plantea otro estudio de caso en un centro de la Comunidad de Madrid, con el fin de analizar las experiencias que tienen los jóvenes con discapacidad en el uso de las redes sociales, así como el papel de otros agentes como los educadores y las familias para favorecer el acceso y usabilidad de este tipo de recursos. La pandemia de la COVID-19, sin duda, ha afectado al desarrollo de esta tesis doctoral, debido a que el período de confinamiento y estado de alarma coincidieron con el momento de su realización. Consecuentemente, esta emergencia sanitaria ha influido, no solo en su desarrollo a nivel personal, sino también en las realidades de las personas que han participado en el segundo de los estudios. El cierre obligatorio de las instituciones educativas modificó de manera repentina los procesos de enseñanza-aprendizaje, obligando a los profesionales, jóvenes y familias a adaptarse a los entornos virtuales. En este sentido, se pretendió identificar también el impacto de la COVID-19 en el uso de las plataformas

digitales por parte de los diferentes agentes educativos, atendiendo a los usos, oportunidades y barreras a los que se enfrentaron.

Las siguientes publicaciones abordan la temática de los influencers tras la identificación de perfiles en redes sociales gestionados por personas con discapacidad con un número significativo de seguidores. La importancia de analizar el uso que realizan de estas plataformas digitales, su representación, la visibilización de su discapacidad desde una perspectiva educacional y de concienciación social, así como las interacciones con su audiencia y las colaboraciones que realizan con las marcas fueron clave en los dos siguientes artículos que se presentan en este compendio de publicaciones.

La importancia de esta línea de investigación radica, por tanto, en la relevancia social que han adquirido en la actualidad, por un lado, la educación mediática de la ciudadanía como un elemento fundamental para el desarrollo social y de la cultura educativa (Medina et al., 2017) y, por otro, la inclusión social, digital y educativa para la promoción de una sociedad más justa y equitativa (Mooney, 2018) y adaptada a las características de los ciudadanos.

2.2. INTRODUCTION

2.2.1. Context and relevance of the research

The omnipresence of devices and communication media has caused access to digital and media resources to occur at ever younger ages, which leads to children and youth growing and developing surrounded by information, devices, and media. In this context, the younger generations acquire skills for the use and management of these tools, although the simple fact that they grow and develop in a multi-screen and media-based environment does not guarantee their acquisition of the necessary competences for their use of media in a critical and responsible manner (Scolari, 2019; Haddon et al., 2020; Janschitz & Penker, 2022).

Media literacy, then, has become a fundamental factor and an essential right of democratic societies, in which citizens need to develop skills, knowledge, and attitudes that facilitate the use of resources available and their participation in society, to benefit from the opportunities and possibilities offered by these resources, and to be able to prevent and detect the possible risks or threats that are often associated with the use of these media (Bonilla-del-Río & Aguaded, 2018; Sádaba & Salaverría, 2023).

In this sense, the commitment of international and national organizations for promoting strategies aimed at the promotion of media education of citizens is highlighted (Wilson et al., 2011; European Commission, 2016; Naciones Unidas, 2017; Aguaded et al., 2021), with special emphasis on children and youth. Likewise, the need to promote the accessibility of individuals with disability to technology and information and communication systems is emphasized, to guarantee their rights and to overcome barriers that perpetuate inequalities and increase the digital divide (Naciones Unidas, 2006, 2021; Bernabéu et al., 2011). Therefore, and presently, media literacy is presented as an inescapable necessity and an inclusive element of citizens in modern society. More specifically, with respect to people with disabilities, media literacy can contribute towards the reduction of social exclusion situations, and the promotion of their full participation in society, understood

as an influential factor for the improvement of quality of life, empowerment, and effective integration, at the digital and social levels (Zappalá et al., 2011; Wang & Wu, 2021). Therefore, the importance of analyzing the uses and impacts of digital and media resources, focusing on the use of social networks by people with disabilities, as well as the examination of the role of the main education agents involved in their development, and the support they provide, are presented as the main justifications for the basis of the present research.

Another reason is the scarcity of studies that combine the media literacy and disability pairing in journals indexed in prestigious databases such as WOS or Scopus (Bonilla-del-Río et al, 2018a). Despite the existence of diverse studies in the areas of health and medicine, on the adequacy of the ICT to the characteristics and needs of the people with disabilities, the number of scientific publications centered on the use of media and technologies by individuals with disabilities, which analyze their concerns, needs, interests, or difficulties experienced on the access and use of these resources, are limited and insufficient (Prefasi et al., 2010). Therefore, we are dealing with a collective that has been historically forgotten in studies conducted in this area (Gutiérrez-Recacha & Martorell-Cafranga, 2011; Samaniego et al., 2012), so that a need arises to provide them with visibility and voice, to discover their questions, concerns, and evaluations before a multi-screen environment, more specifically, on the use, suitability, presence, and accessibility to social networks.

And the truth is, as of today, that certain social groups, such as the people with disabilities, still find it difficult to access, use, and enjoy digital and media resources, and therefore, cannot take advantage of the educational, social, and professional opportunities they provide. Thus, the barriers that limit or block accessibility to and usability of social networks, hinder and do not guarantee the compliance with their fundamental rights to education, information, and work (Prefasi et al., 2010; Alathur & Pai, 2023). Therefore, the challenge of attending to diversity, valuing and considering individual, social, cultural, and gender differences, is established as a priority at the state and international levels. In this sense, in agreement with White and Forrester-Jones (2020), people with disabilities must enjoy the same possibilities of

accessing virtual environments and social networks, ensuring that technologies do not imply situations of discrimination or exclusion, but instead promote e-inclusion and the active participation of this collective in the society of information and knowledge.

Progress and technological advances, as well as the constant proliferation and evolution of devices, platforms and communication media, have resulted in important changes that affect every aspect of a person's life, substantially modifying our ways of interacting, relating, communicating, accessing information, and entertaining ourselves. The phenomena of digitalization and the Internet have magnified cultural mediatization, which has affected all areas and levels of our everyday lives, influencing our habits, thoughts, and the evolution of societal values (Galdón, 2013). Therefore, the multi-screen environment, characterized by ubiquity, immediacy, quickness, and interaction, has promoted a society that is extremely mediatized and digitized, in which digital devices and platforms have become established as substantial elements present in every human environment (education, social, work, economic…), significantly modifying the dedication and lifestyle of the population in the use of these resources (Na et al., 2020). The COVID-19 pandemic, and its associated restrictive measures, such as confinement, also affected the population's use of these resources, as both people without and with disabilities, recognized their greater use of the Internet, despite the use by the former being more significant (Park, 2022). On their part, Kaya and McCabe (2022) demonstrated that during this period, families played a fundamental role in the support of the youth when facing stress and school anxiety.

In this context, the social life of the youth takes place and is constructed through digital and media resources, through which they access information through webpages and communication media, construct communities by using their mobile devices and social networks, communicate online, and are entertained and have fun in virtual environments (Scolari, 2016; Fu & Cook, 2021). The youth have evolved on the use and consumption of the Internet, so that digital devices have become a natural and everyday medium of interaction for this sector of the population (Ortega et al., 2015). In this sense, the youth

are active users of technologies and are the protagonists of the contents they develop, broadcast, and share on the Internet, where social networks have a preferential place (García-Galera and Valdivia, 2014).

Thus, aside from communication media and the leisure activities they enjoy in their free time, many youth have discovered the possibilities of participating in the culture of digital media, being able to remain connected with friends and family members, share photos, learn virtually, and exercise creativity, contributing towards the creation of content in different fields thanks to the possibilities offered by different digital platforms such as Instagram, YouTube, or Facebook (Hobbs, 2010). Likewise, these resources offer the youth new possibilities of exchange, favoring horizontal communication, interaction, and self-expression (Reolid-Martínez et al., 2016; Sormanen et al., 2021).

In this sense, in agreement with Callejo (2013), the use of digital devices and platforms is wholly accepted, and considered by the youth as an important factor in their everyday life due to many reasons, such as for example, the socialization of these generations in the digital world, the broad access to information and digital content, or following media consumption patterns that are different from that of the adult population. Nevertheless, it must be underlined that there is a need to understand the youth as a heterogeneous category, as age, sex, skills, education, and other social factors, have a significant effect on the amount of time spent and their manner of media consumption (Callejo, 2013). Considering these premises, education must not be detached from this context, and must therefore adapt to the characteristics, needs, and interests of the youth who are current members of the education systems, by adapting their curricular and methodological practices to the society of information and knowledge, and therefore, to the reality of the youth. In addition, in agreement with García-Galera et al. (2014), ICT have favored the exchange of information and experiences between individuals from different parts of the world, and have brought with them the possibility of developing a virtual identity through “social media”, which modify and democratize communication processes, significantly increasing citizen participation, which eases processes such as globalization or internet activism.

Digital and media resources contribute towards the promotion of ideals and values of the younger generations (Porras-Hernández & Navarro-Hernández, 2022), as the characteristics and conditions of these types of media are presented to them as attractive, suggestive, and may even have an influence of their education as individuals (Farell, 2012). The prominence acquired by social networks is reflected in the transformations produced at the social level, as they have an influence on the shaping of thinking of society, the ways of understanding reality, or the habits or customs of society. Therefore, these types of platforms have an effect on the education of society, especially the youth, as they shape and model the preferences, tastes, and trends of the population in the different age ranges.

Studies such as that proposed by Peters et al. (2021) or Martínez-Martínez et al. (2022) have shown that social networks stimulate the development of self-concept, and that the youth, through their consumption, construct ideals as a function of the models that are transmitted in these media. This has an effect on the internalization of the standards to follow, which could have an effect on their development.

More specifically, social networks have positioned themselves as the platforms preferred by young audiences, who are the most active users. It is undeniable that the consumption of audiovisual content by the youth has been transformed through the appearance of the Internet and the expansion of digital resources, so that their preference has increased due to the unlimited, immediate, and ubiquitous access, and the variety of content offered by virtual platforms, ahead of other more traditional media such as the radio, the television, or written press (García-Jiménez et al., 2018).

The use of social networks is globally extended and generalized. In this sense, in agreement with the report on the use of the Internet, social networks, and mobile phones by We Are Social (2023a), the number of worldwide internet users at the start of 2023 increased to 5.160 billion people, which means that 64.4% of the world's population is connected, spending an average of 6 hours and 37 minutes a day on the Internet. Meanwhile, in Spain, there are 45.12 million internet users, which represents 94.2% of the Spanish population (We are Social, 2023b). With respect to the use of social networks,

there are currently 4.760 billion social network users worldwide, equivalent to 59.6% of the population, with an average of 2 hours and 31 minutes spent every day in these types of digital platforms. As for the demographic profile, the more active users are young adults aged between 20 to 29 years old (of which 17.9% were men, and 13.5% women), followed by adults aged between 30 and 39 years old (of which 12.3% were men and 9.9% women). With respect to the platforms, globally, Facebook, YouTube, WhatsApp, and Instagram were the most utilized as a function of active user accounts. But in Spain, according to a study by IAB Spain (2022), the most utilized platforms were WhatsApp (87%), Facebook (71%), Instagram (66%), YouTube (66%) and Twitter (42%), while TikTok had the fastest growth. In Spain, the average usage time is 1 hour and 10 minutes a day, with the young adults aged between 18 and 24 years old, spending more time with it (1 hour and 28 minutes) (IAB Spain, 2022).

Therefore, social networks have become ever more important in the life of youth (Xie, 2014), as they use them at ever younger ages, becoming common leisure and socialization elements in their everyday lives, even before adolescence (Martínez-Otero, 2017). The possibility of connecting to the Internet, the fact of having at least one personal device, whether tablet or computer, and the easiness in downloading digital applications, have contributed to the creation of social network profiles such as Instagram, Twitter, Facebook, or TikTok, among others. Participating through the Internet and social networks, through the use a personal user account, gives the youth a sense of self-affirmation, as it is through these media where they construct their own identity, their own personal space, and communities according to shared subjects or aspirations (Gabelas & Marta, 2011; Kawamoto, 2021; Sormanen et al., 2022). This is a place where they can share their own contents, show their likes and interests, interact with their friends, and meet other people. Therefore, the digital generation is not simply centered on the search for content, but also on interactive experiences in which they can actively act and participate (Carrillo & Castillo, 2011; Albarello, 2020). In this manner, at present, the demands of younger generations for their participation in social networks are related with their potential, and the diverse functions or

possibilities they offer to satisfy their personal and collective needs and interests, with respect to socialization and communication processes (Marcelino-Mercedes, 2015).

However, we must mention that the use of digital and media resources in general, and social networks in particular, could have negative effects, risks, or threats if used inadequately or irresponsibly. In this sense, Arab and Díaz (2015) compiled some of them, highlighting some of the most relevant: exposure to inadequate or non-desired content; difficulty in socializing in physical environments, difficulty in the development of social skills or the perception of other's emotions in in-person interventions; development of inappropriate conducts or behaviors by safeguarding themselves in anonymity, such as for example, identity theft or the adoption of exhibitionist or aggressive attitudes, dangers such as cyberbullying, sexting, internet addiction, or grooming, among others.

In spite of these dangers, social networks offer a number of advantages and opportunities (Veloz-Aguilar, 2017): 1) The facilitate communication with other individuals, as they allow sharing content and establishing relationships through the Internet with other users; 2) They are a medium of entertainment through the access to information and content of interest, the communication with family members and friends, the possibility of meeting new people and remain connected with what occurs in any place and in real time; 3) They are an element that can be utilized in education as a strategy for promoting active participation and interaction of the students, as they offer diverse and varied didactic possibilities; 4) They allow the opening of new work opportunities, as new job offers can be accessed through social networks.

Nevertheless, although these resources can contribute towards the creation of opportunities, and can facilitate certain processes, as pointed out by Espinoza (2010), it is undeniable that they can also become tools that promote inequality or the digital divide, as many factors exist that can make it difficult for certain sectors of the population to access these resources, which can lead to situations of social exclusion (Valencia-Ortiz et al., 2020).

The OECD (2001) has defined the digital divide as the existing distance between individual, residential, business, and geographical areas in relation

with the different socio-economic levels and the opportunities of accessing information and communication technologies and the Internet, which is ultimately a reflection of the differences between different countries and their inhabitants. This term therefore refers to the distance between those who can effectively use these digital and media resources, and those who cannot due to different reasons: being older, with a disability, illiterate, technologically illiterate, persons with economic limitations, or in marginal situations (Gúzman, 2008; Garzón-Asanza et al., 2022). This situation becomes established as a complex problem derived from different factors (among which we find income, literacy, and education). However, the solution does only fall on the provision of technological networks and infrastructure, but also on the policies needed, and education strategies directed towards the promotion of digital and social inclusion of the general population (OECD, 2004).

In this manner, it is important to mention that there is not only a digital divide, but it would also be more correct and specific to talk about digital divides, as it is a multi-dimensional element that has an influence of different factors, such as economic, geographical, generational, gender-based, language, education, sociological or cultural origin, or disability (Vega-Almeida, 2007). The situations of e-exclusion of the latter group can become aggravated if strategies are not implemented at the legislative, social, political, educational, and economic levels. The reason is that technological advances construct a mediatized society that revolves around information and communication processes, so that it is necessary to promote equal opportunities and the participation of all citizens in order to avoid situations of social and digital exclusion. In this way, the access of the people with disabilities to the society of knowledge is a key factor for their inclusion, development, and full participation in society (Trevisan & Cogburn, 2020).

In agreement with García-Prieto (2016), the World Health Organization had already indicated, in its 2011 manifesto, that the scarce use of digital and media resources by the people with disabilities was still of concern, recording limited levels in the access to the ICT. More recent studies, such as the Technology and Disability Report (Fundación Adecco, 2022), have also demonstrated the existence of the digital divide, given that more than half of

the individuals polled (51%) indicated finding barriers against the use of the ICT. These barriers were centered on the complexity of use (44%), accessibility problems (32%), lack of economic resources for acquiring new technologies (26%), and the lack of confidence in digital environments (14%). This finding increases the digital divide, with respect to accessibility and equal opportunities, mainly produced by the barriers present in society, which are still making difficult the full inclusion of everyone, resulting in situations of digital and social exclusion. These obstacles tend to be mainly caused by the product's own design, due to accessibility to the content, the lack of education, and support (García-Prieto, 2016).

Therefore, it is necessary to develop technological resources and software that promote easy access and that are adapted to the needs of all users, to avoid the propagation of situations of exclusion and to promote the elimination of these types of barriers. Along this line, according to Othman et al. (2020), it is vitally important that software does not become a type of discrimination or exclusion itself, that is, that its characteristics, with respect to the size, ease of use, design, life of the product, and components (hearing, cognitive, neurological, physical, of speech, and visual), are in accordance with the needs of the people with disabilities, and adapted to each type of disability. In this sense, the design of the product, as well as its size and functions, must facilitate its use in order to favor the adaptation of the devices to the needs of the users. Likewise, the fact that a product lasts for a long period of time allows the user to not have to adapt to a new product with different characteristics in a short period of time. Also, its efficiency is fundamental, and its functioning should be appropriate, considering matters such as the speed and ease of use. It would also be necessary that the product is easy to connect to other devices, considering the compatibility, the operating systems, and technical support. Examining these aspects, there is no doubt that economic, political, and legal factors have a great influence on digital, and therefore social inclusion, of people with disabilities. Likewise, the ICT and access to the Internet have a fundamental repercussion on the social progress and job integration of people with disabilities (Fundación Adecco, 2022).

Despite the evidence for the inclusive design of resources, as previously

mentioned, there are still barriers that make difficult the digital access to both public and private web services, which makes difficult the inclusion of users into the society of information and knowledge (Ferreira & Díaz. 2009). On their part, the lack or the slowness in the design and development of devices adapted to the needs of users are also a disadvantage and a difficulty for this collective. Achieving full or universal accessibility through the creation of accessible environments for information, communication, or the full use of media and social networks, and the promotion of media literacy of the population, for the development of their media competences to make this access more effective, is defined as a desirable aim, which could be viable at the present time. Therefore, there is a current need to plan strategies and actions that could count with adequate administrative or institutional support so that it is truly effective (Rodríguez-Fuentes & García-Guzmán, 2014).

Therefore, it is necessary to promote universal or e-accessible design, to favor situations of social and digital inclusion of all individuals. Facilitating accessibility to digital and media resources promotes the access to information and knowledge by individuals with disabilities. However, it is of vital importance for the contents to be also accessible to everyone (García-Pérez & Ortega-Sánchez, 2010). Thus, it is necessary to assess the accessibility and usability of digital and media resources for youth with disabilities, to analyze the factors that influence their digital and social inclusion, and to verify their use of digital platforms, or if they have the necessary adaptations so that they are truly accessible, with this being another of the reasons for the present work.

However, it must be pointed out that the existing statistical data on people with disabilities and digital and media resources are limited, as the studies with this collective as the protagonist are not conducted annually. Thus, the results from the most relevant and recent studies will be analyzed, highlighting the most current ones until the present.

In the last poll conducted by the INE (National Institute of Statistics, 2022) on disability, it was estimated that in 2020, a total of 4.32 million people (older than 6 years old) had some type of disability in Spain, which is translated into an increase of 14% with respect to the previous poll conducted in 2008. In this sense, according to the “Digital Divide and Disability” report, which compiled

data from the INE from 2017, the people with a physical disability in Spain were 37.9% of the total, followed by people with an intellectual and/or mental disability (25.7%), and people with a sensory disability (16%) (Martínez-Toran & Esteve-Sendra, 2021).

With respect to studies conducted on the availability and accessibility to digital and media resources by people with disabilities, the Spanish Strategy on Disability 2014-2020 must be underlined (Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, 2014), as it put the spotlight on the need to guarantee and promote strategic policies whose aims are to improve the quality of life of individuals with disabilities. This report highlights Information and Communication Technologies as an important element, which at present are defined as an area of maximum interest, with the understanding that the necessary efforts must be made for the promotion of the accessibility and usability of digital and media resources, to favor the effective inclusion of this collective in society. Likewise, the “Technological + Society in Spain 2020” report (ONTSI, 2022), which analyzed data related to digital accessibility at the level of the state, indicated that Spain is the fourth country in the European Union with the greatest growth with respect to Internet access at home.

On its part, the “Research on Technologies of the Information Society for All”, promoted by the National Center of Technologies for Accessibility (CENTAC), conducted by a research team from the Polytechnic University of Madrid, highlighted that the barriers to availability and accessibility made difficult the use by people with disabilities, of the products and services offered by the Society of Information and Knowledge (Valero, 2011). This report indicated that Internet and mobile phones resources were better adapted to the needs of the people with disabilities, while the more traditional resources such as television or landlines were more difficult to access by this collective. The lack of accessibility led to the emergence of an access divide associated to digital and media resources that affected children and individuals with cognitive disabilities the most. In turn, those with a physical disability had more offerings with respect to accessibility to resources, while those with visual disabilities highlighted difficulties in accessing certain resources.

In this sense, the research conducted by the Adecco Foundation (2022)

demonstrated that the ICT have a great influence on the lives of people with disabilities. In this way, it was shown that 91.8% of this collective positively evaluated the use of technologies, considering that they considerably improved their quality of life in many areas. Likewise, 75% of the participants highlighted that the ICT and social networks eased their interaction with other people, increasing their networks of contacts, and social support. These studies show that access to the ICT is a fundamental factor in the improvement of quality of life and the promotion of personal independence of individuals with disabilities. However, and although it is true that progress has been made, and their use of these resources has been extended, there are still barriers that make difficult accessibility and the effective use of these resources. This points to the need to re-think the reasons or motives that make accessibility difficult, in order to better define the barriers that limit the equality of conditions and that make difficult the digital and social inclusion of individuals with disabilities.

2.2.2. Scope and nature of the compilation dissertation

In a society characterized by the presence of technology, the need to provide accessibility to all citizens, and promote societies that are increasingly inclusive, should be a fundamental priority, for reasons of equality and social justice. Starting from an educommunicative approach, the present compendium of publications addresses a line of research that combines two fundamental axes: disability and social networks. These subjects have focused the objects of study of the articles that are presented in the present work, developed from a perspective that analyzes the possibilities of education, visibility, and empowerment that these digital platforms could mean to the people with disabilities.

The interest for the subject, which is very important and relevant in my view, emerged in 2017 thanks to a teacher and a group of students with disabilities at a Special Education center located in Torrelavega who visited the University of Cantabria, where I worked at the time. They provided an explanation of an interesting project they participated in, highlighting the safe use of social networks among the youth and the need to commit to media education of this collective. Until that time, for my doctoral thesis, I had not

thought about the possibility of analyzing the access to smartphones and digital platforms of individuals with disabilities, but after learning about their experience, the hope with which they worked, and the demand and need to provide visibility to these types of initiatives, clearly indicated that this should be my line of research. Likewise, only a few years prior, I had taken part in an internship for the Teaching Degree in an Early Childhood and Primary Education center adapted to special education needs children, which was designated as a specific center adapted to the needs of children with motor disabilities. Also, the center was very aware about the promotion of the use of the ICT between the teachers and students, implementing a Digital Plan for the improvement of the digital literacy of educators and students, at the same that it promoted responsible and safe habits and behaviors with respect to technologies. This experience provided me with a first-hand experience and an understanding of the importance of quality and inclusive education, adapted to the needs and interests of all students, which should be promoted from early ages, as well as the importance of developing media literacy.

Obtain the FPU grant, and my transfer to Huelva, with the corresponding participation in a research project directly related with social networks, greatly motivated me and helped me finally define the object of study.

In this context, some possible research questions began to emerge: What are the uses, interests, and attitudes of young people with disability with respect to social networks as users? What are the main barriers and supports they find for accessing and using these digital platforms? How are the different education agents involved in the processes of media literacy? What contents are shared by creators with disabilities in social networks? What are the concerns and interaction habits with their followers?

In this way, the focus of this compendium of publications began to narrow. The first article was centered on the case study of the special education center mentioned previously. In this first publication, the pedagogic intervention and the education projects developed in the center for the promotion of media literacy of the students through communication media and social networks was analyzed. This study was the starting point, and allowed us to visit the center's installations, meet the students and the principal, and some of the educators

who participated in the didactic proposals to raise awareness and promote the responsible use of these digital platforms.

In the second article, another case study was conducted in a center from the Community of Madrid, to analyze the experiences of the young people with disabilities in relation to the use of social networks, as well as the role of other agents such as educators and families, to favor the access and usability of these types of resources. The COVID-19 pandemic, without a doubt, affected the development of this doctoral thesis, given that the period of confinement and state of alarm coincided with it. Consequently, this health emergency had an influence not only on its development at the personal level, but also in the realities of the individuals who participated in the second study. The mandatory closure of the education institutions abruptly modified the teaching-learning processes, forcing professionals, youth, and families, to adapt to virtual environments. In this sense, the intention was to also identify the impact of COVID-19 on the use of digital platforms by the different education agents, considering the uses, opportunities, and barriers they had to face.

The latter publications addressed the subject of influencers after the identification of social network profiles managed by individuals with disabilities who had a significant number of followers. The importance of analyzing the use of these digital platforms, their representation, the visibility of their disability from an educational and social awareness perspective, as well as the interactions with their audience and collaborations with different brands, were key in the last two articles of this compendium of publications.

The importance of this line of research comes from the social relevance acquired by, on the one hand, media education for citizens as a fundamental element for social and education culture development (Medina et al., 2017) and on the other, by social, digital, and educational inclusion for the promotion of a more just and equal society (Mooney, 2018) that is adapted to the characteristics of its citizens.



3. OBJETIVOS

3. OBJETIVOS

La línea de investigación que se plantea aborda una serie de objetivos que permiten definir el objeto y la finalidad del estudio. Estos objetivos generales se materializan en objetivos más específicos formulados en cada una de las publicaciones de esta tesis por compendio, que pretende llegar a comprender el uso e impacto de las redes sociales desde la perspectiva inclusiva, educativa, de visibilidad y empoderamiento del colectivo.

- **Objetivo 1.** Conocer la percepción y/o acciones del profesorado y las familias ante su responsabilidad en lo referente a la alfabetización mediática de los jóvenes con discapacidad.

- **Objetivo 2.** Analizar los intereses, oportunidades y actitudes ante el acceso y uso que realizan de las redes sociales los jóvenes con discapacidad.

- **Objetivo 3.** Identificar las principales barreras y dificultades de accesibilidad a las redes sociales por parte de los jóvenes con discapacidad.

- **Objetivo 4.** Describir el uso e impacto de las redes sociales por parte de creadores de contenido con discapacidad.

El primer objetivo se aborda en la primera publicación titulada «La educomunicación como reto para la educación inclusiva» en el que se analizó la intervención pedagógica de un centro de Educación Especial de Cantabria y los proyectos relacionados con la alfabetización mediática para la promoción segura y la participación activa por parte del alumnado con discapacidad en el uso de los medios de comunicación y, especialmente, de las redes sociales. Estas experiencias educativas ponen de manifiesto la importancia que otorga el profesorado de la institución al desarrollo de la competencia mediática del colectivo y su implicación en esta responsabilidad compartida con las familias.

Por su parte, en relación con el primer, segundo y tercer objetivo, se presenta la publicación titulada «Inclusión educativa en tiempos de COVID-19: Uso de redes sociales en personas con discapacidad intelectual». En esta investigación

se ha realizado un estudio de caso en el que se analizan los usos y percepciones de las redes sociales por parte tanto de los jóvenes con discapacidad como de los especialistas y familias de un centro de la Comunidad de Madrid. Para ello, se ha aplicado un cuestionario y se han realizado entrevistas semiestructuradas a los diferentes agentes educativos, con el fin de identificar las necesidades y principales barreras y dificultades que encuentran a la hora de hacer uso de estas plataformas digitales, situación que se vio agravada por las consecuencias provocadas por la COVID-19. Los objetivos específicos de este estudio abordaron cuestiones como los aspectos que condicionan el uso efectivo de las redes sociales por parte del colectivo, la frecuencia y las plataformas que emplean, la percepción de los agentes educativos ante el uso de este tipo de recursos y el impacto de la pandemia en los procesos educativos y la utilización de las redes sociales.

En cuanto al cuarto objetivo, a partir de las dos últimas publicaciones de esta tesis por compendio, tituladas «Influencers with intellectual disability in digital society: An opportunity to advance in social inclusion» e «Influencers with physical disabilities on Instagram: Features, visibility and business collaboration», se analizan cuentas de creadores de contenido con discapacidad, con el fin de identificar el uso que realizan de estas plataformas y la representación y visibilidad de la discapacidad en sus perfiles. Específicamente, en el primer estudio se realizó un análisis de contenido de perfiles de instagrammers con Síndrome de Down, mientras que en el segundo se analizaron las publicaciones de perfiles de Instagram de influencers con discapacidad física. Estos estudios pretendían establecer si existen diferencias y similitudes significativas en los usos que hacen estos influencers con respecto a las funcionalidades de Instagram. Asimismo, se pretendía explorar cómo es la representación de la discapacidad en sus perfiles y el tipo de contenido que comparten, así como la colaboración que realizan con las marcas.



4. METODOLOGÍA

4. METODOLOGÍA

Los métodos que se han desarrollado en las diferentes publicaciones se adecuan a los objetivos de cada uno de los estudios, a partir de las siguientes técnicas para la recogida de información:

1) Observación
2) Cuestionario
3) Entrevistas
4) Análisis de contenido

Conviene mencionar que el hecho de realizar estudios que aúnen la discapacidad y las redes sociales implica un reto para los investigadores a la hora de desarrollar los enfoques metodológicos y las técnicas de investigación para dar voz y hacer visible a un colectivo que de manera frecuente se ha visto silenciado y relegado a un segundo plano, por lo que resulta fundamental la reflexión y la valoración de la complejidad de los procesos investigativos y las necesidades específicas que pueden surgir en la realización de investigaciones con personas con discapacidad o con los agentes que les acompañan en su vida cotidiana, “puesto que tanto las técnicas de recogida de información como la capacidad de comunicación, expresión y análisis de las personas pertenecientes a este colectivo pueden requerir procesos de adaptación, de escucha, de guía y acompañamiento por parte de los investigadores, lo cual revela la importancia de una mayor implicación tan necesaria como valiosa en términos de inclusión” (Bonilla-del-Río et al., 2018a).

4.1. Observación

Con respecto al primer artículo (Bonilla-del-Río et al., 2018b), teniendo en cuenta la finalidad de conocer las experiencias educativas y profundizar en la realidad y las propuestas didácticas para la promoción de la alfabetización mediática desarrolladas en un Centro de Educación Especial de Cantabria, se empleó la técnica de observación para la recogida de información. De acuerdo con Campos-y-Covarrubias y Lule-Martínez (2012), este procedimiento empírico

permite registrar de manera visual y verificable el objeto de estudio, a partir de la sistematización y de la captación más objetiva posible lo que sucede en un contexto real, con el fin de realizar una descripción o análisis desde un enfoque científico para la explicación o resolución de problemas. Mediante la visita a las instalaciones del centro y la interacción con los diferentes agentes educativos pudimos observar la realidad del centro en primera persona. Esta técnica, propia del método cualitativo, nos permitió realizar una observación participante a través de nuestra integración en el espacio y la realidad observada (Callejo-Gallego, 2002). De este modo, durante la observación se llevó a cabo una interacción con el profesorado y el alumnado en su propio contexto a partir de preguntas y conversaciones que permitieron una mejor comprensión del objeto de estudio a través del establecimiento de una relación inmediata con los informantes y la recogida de datos directamente relacionados con los intereses de la investigación. En cuanto a su modalidad, se realizó una observación no estructurada, también conocida como observación ocasional o no sistemática, debido a que no se tuvieron en cuenta categorías ni indicadores previos, sino que se desarrollaron registros libres y a nivel global de las prácticas educativas, al no tener un conocimiento suficiente de las experiencias desarrolladas en el centro en el momento de comenzar el estudio (Campos-y-Covarrubias & Lule-Martínez, 2012). Para la recogida de la información se empleó como instrumento las notas del trabajo de campo (Callejo-Gallego, 2002), que nos permitieron registrar de manera detallada los aspectos más significativos que pudieron observarse y recordarse durante la visita del centro.

4.2. Cuestionario

Además de conocer las prácticas desarrolladas para fomentar la alfabetización mediática del alumnado con discapacidad, se pretendió profundizar en la implicación y el papel de los agentes educativos (familias y profesionales de la educación) en cuanto a la promoción del uso de las redes sociales por parte del colectivo con discapacidad. Para ello, en el segundo artículo (Bonilla-del-Río & Sánchez-Calero, 2022), se empleó, en primer lugar, un cuestionario que se administró a través de «Google Forms». La muestra estuvo constituida por 32 participantes, 16 familiares de personas con discapacidad usuarias del Centro y 16 agentes educativos como educadores, psicólogos, monitores de ocio y

voluntarios. El cuestionario fue respondido entre los meses de enero y abril de 2021 y se dividió en tres secciones: 1) Datos sociodemográficos relativos al perfil del participante; 2) Nivel de utilización de redes sociales (consideración de los factores que podrían condicionar el uso de las redes sociales por parte del colectivo con discapacidad según el participante); 3) Percepción sobre el uso de redes sociales (opinión sobre el uso de redes sociales por parte de las personas con discapacidad en relación con su postura ante la promoción del uso, los beneficios, la alfabetización mediática del colectivo ante el uso de estas plataformas digitales y su percepción sobre el impacto de la pandemia en el uso de estos recursos). Se trata de un estudio de caso que pretende analizar la realidad de un contexto educativo específico, describiendo la percepción de los participantes en torno al uso de las redes sociales y la situación que vivieron a raíz de la COVID-19 y el cierre repentino de la institución educativa. Se analiza cómo el confinamiento les obligó a adaptarse a este tipo de plataformas digitales para continuar desarrollando los procesos de enseñanza-aprendizaje y mantener la comunicación entre los diferentes agentes educativos.

4.3. Entrevistas

Para profundizar en estas cuestiones, además del cuestionario, se realizaron también entrevistas semiestructuradas durante el mes de abril de 2021. En este tipo de entrevistas se prepara un guion de preguntas, decidiendo previamente qué información específica se pretende consultar, pero, en el momento de desarrollo, las preguntas se formulan abiertamente y de manera flexible, teniendo en cuenta las respuestas de los participantes y, por tanto, siendo posible modificar el orden preestablecido o incorporar nuevas cuestiones que no estaban a priori planteadas (Folgueiras-Bertomeu, 2016).

En total siete personas participaron en las entrevistas, entre las que se encontraba un familiar, una monitora de ocio, una psicóloga, la coordinadora de la institución y tres jóvenes con discapacidad usuarias del centro (Bonilla-del-Río & Sánchez-Calero, 2022). Las entrevistas estuvieron conformadas por 12 preguntas y se desarrollaron de manera telemática a través de plataformas para videoconferencias como Zoom. Se empleó el juicio de expertos para su validación, teniendo en cuenta sus comentarios y propuestas de mejora para construir el instrumento final adaptado al objeto de estudio. Se solicitó permiso a

los diferentes participantes para grabar la entrevista, con el fin de facilitar la transcripción posterior. En las preguntas se consultaba a los participantes sobre su opinión acerca del impacto de la pandemia en el uso de las plataformas digitales por parte de las personas con discapacidad, así como sobre cuáles fueron las plataformas más empleadas, su frecuencia de uso y el tipo de actividades para las que se utilizaron. Del mismo modo, se hizo alusión a cuestiones que indagaban sobre la percepción en la influencia de estos recursos en la vida de las personas con discapacidad y en las principales barreras que encuentran ante el uso de estas plataformas digitales. Por último, se consultó a los participantes sobre su opinión en cuanto a la adaptación de estas plataformas a las necesidades de las personas con discapacidad y las posibles demandas para lograr que fuesen recursos inclusivos.

4.4. Análisis de contenido

Finalmente, en las dos últimas publicaciones (Bonilla-del-Río et al., 2022a, 2022b), se han analizado cuentas de influencers con discapacidad intelectual y física respectivamente.

En el primero de los estudios se analizaron diez cuentas de microinfluencers con Síndrome de Down, concretamente un total de 200 posts publicados entre mayo y junio de 2021. Se empleó la técnica de análisis de contenido, en primer lugar, desde un enfoque cuantitativo. De este modo, se establecieron las categorías e indicadores a partir de una revisión de literatura previa de estudios de redes sociales, adaptándolas a nuestro objeto de estudio. Se identificaron y dividieron las variables en dos tipos. El primero de ellos, hacía referencia a las variables de tipo nominal que incluían el tipo de formato de los posts, el tipo de contenido en cuanto a la temática de la cuenta y la presencia de marcas o colaboraciones publicitarias. En el segundo tipo de variables se establecieron las de escala, entre las que destacan el grado de engagement entre usuarios e influencers y las interacciones en cada publicación, donde se analizó el número de likes, los comentarios en función de si eran positivos o negativos y el número de visualizaciones. El análisis estadístico se realizó con el software SPSS v.25. En una segunda fase, desde un enfoque más cualitativo, se analizaron las publicaciones que habían recibido las interacciones más positivas de cada uno de los perfiles. Para ello, se analizó el tipo de contenido, el formato

del post, la presencia o ausencia del influencer en la publicación y el tipo de presencia y los hashtags empleados.

En el segundo estudio se analizaron diez cuentas de influencers hispanohablantes con discapacidad física, pertenecientes a países de Europa y Latinoamérica. La selección de los perfiles tuvo en cuenta el sexo y el grado de influencia de los instagrammers. De este modo, se tomó en consideración el número de seguidores de los perfiles, por ello, cinco de las cuentas se correspondían con microinfluencers y las otras cinco con macroinfluencers. Se analizaron en total 400 posts. La selección de las categorías y variables analizadas se establecieron en función de la revisión de literatura previa y realizando las adaptaciones pertinentes a nuestro objeto de estudio, entre las que se incluyeron: «1) Temática de las publicaciones; 2) Publicidad; 3) Formato del audiovisual; 4) Interacciones –likes, comentarios y respuestas–; 5) Presencia y compañía del influencer; 6) Accesibilidad; 7) Autorrepresentación/Visibilidad de la discapacidad». El instrumento finalmente se diseñó en «Google Forms» y se llevó a cabo una prueba con un 10% de la muestra total, así como el cálculo del coeficiente Alpha de Krippendorff, con el fin de analizar su precisión y fiabilidad. Para la extracción de datos se empleó el formato Excel y el procesamiento se realizó con el software SPSS v.28.0.



5. ARTÍCULOS DE LA TESIS POR COMPENDIO



5. ARTÍCULOS DE LA TESIS POR COMPENDIO



ARTÍCULO I:

LA EDUCOMUNICACIÓN COMO RETO PARA LA EDUCACIÓN INCLUSIVA



La educomunicación como reto para la educación inclusiva[1]

ESCI. Mónica Bonilla-del-Río, Rosa García-Ruiz, & M. Amor Pérez-Rodríguez

2018

EDMETIC, *7*(1), 66-86.

https://doi.org/10.21071/edmetic.v7i1.10029

La alfabetización digital y mediática se ha convertido en un requisito fundamental y en un derecho básico en las sociedades democráticas. En un contexto donde los medios y los recursos digitales adquieren cada día más importancia, la educomunicación se presenta como un reto para el desarrollo de las destrezas y habilidades necesarias en la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Esta alfabetización puede suponer la superación de barreras de accesibilidad ante las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) por parte de las personas con diversidad funcional, favoreciendo la participación activa, la igualdad de oportunidades y los procesos de inclusión social de este colectivo. En este trabajo se visibilizan las prácticas educativas desarrolladas en un centro de educación especial a través de un estudio de caso, en relación al aprovechamiento de los medios de comunicación como elementos enriquecedores para favorecer la inclusión digital y social de SU alumnado, a través de experiencias educativas como la elaboración de una radio y un periódico escolar y la participación en el “Proyecto Redconsejos”, lo que permite concluir que es posible la mejora de la competencia digital y mediática de los estudiantes, así como su capacidad crítica y reflexiva ante los medios.

[1] Publicación completa en el Anexo I



ARTÍCULO II:

INCLUSIÓN EDUCATIVA EN TIEMPOS DE COVID-19: USO DE REDES SOCIALES EN PERSONAS CON DISCAPACIDAD INTELECTUAL



Inclusión educativa en tiempos de COVID-19: Uso de redes sociales en personas con discapacidad intelectual[2]

JCR-JIF Q2. Mónica Bonilla-del-Río & María Luisa Sánchez Calero

2022

RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 25(1), 141-161

https://doi.org/10.5944/ried.25.1.30875

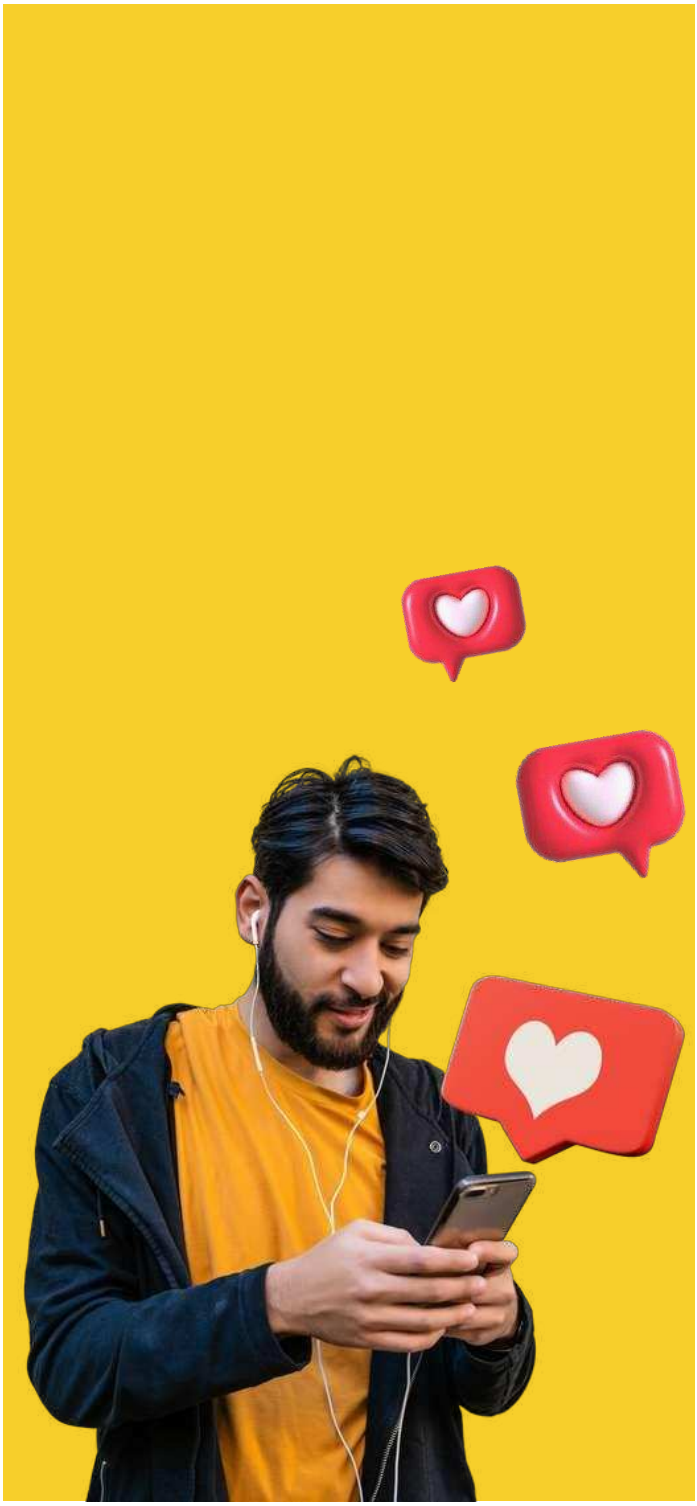
Los procesos de enseñanza-aprendizaje se han transformado de manera repentina e irremediable debido a las consecuencias provocadas por la COVID-19. Tanto los educadores como el alumnado se han visto forzados a adaptarse a las imprevistas necesidades contextuales y pedagógicas, recurriendo a los dispositivos y entornos virtuales para desarrollar sus prácticas didácticas. Estos retos en ocasiones han provocado ciertas dificultades, pero también nuevas oportunidades de comunicación y de acceso a la información y el conocimiento. En la presente investigación se analizan los usos de las plataformas digitales por parte tanto de los jóvenes con discapacidad como de los especialistas y familias de un centro de la Comunidad de Madrid para hacer frente a esta nueva realidad. Para ello, se ha aplicado un cuestionario y se han realizado entrevistas semiestructuradas a los diferentes agentes educativos. Los resultados inciden en los beneficios y barreras que se han encontrado durante el proceso de adaptación a la modalidad virtual impuesta de forma abrupta por la pandemia, así como en los cambios que el confinamiento ha supuesto en el uso que hacen de los dispositivos y plataformas digitales. Las conclusiones apuntan a que hoy más que nunca la inclusión digital implica la inclusión social y educativa. Sin embargo, si no se apuesta por ella estaríamos ante nuevas formas de exclusión que se pronuncian en este contexto de emergencia sanitaria y distanciamiento social. Por tanto, la educación mediática se establece como un factor clave para evitar que se incremente la brecha digital en este colectivo.

[2] Publicación completa en el Anexo II

ARTÍCULO III:

INFLUENCERS WITH INTELLECTUAL DISABILITY IN DIGITAL SOCIETY: AN OPPORTUNITY TO ADVANCE IN SOCIAL INCLUSION





Influencers with intellectual disability in digital society: An opportunity to advance in social inclusion[3]

JCR-JIF Q2. Mónica Bonilla del Río, Bárbara Castillo Abdul, Rosa García Ruiz, Alejandro Rodríguez Martín

2022

Media and Communication, 10(1), 222-234.

https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4763

Social networks are appointed as an opportunity to socially normalize disability, as demonstrated by the growing number of influencers with a disability who are followed by millions of users. Likewise, intellectual disability has its place in the networks, with special relevance among influencers with Down syndrome. In this study, a content analysis of 10 accounts of influencers with Down syndrome from seven different countries was performed. Images, videos, comments, and other interactions with their followers were analyzed. The preliminary results described the influencer profiles, the type of con- tent posted, and their relationship with sponsoring brands. These results indicate that social networks allow them to make their interests visible, take part in the digital environment, and interact with their audience, being a positive influence that promotes respect for diversity. These platforms are positioned as powerful tools for the construction and dissemination of inclusive values and the empowerment of disabled people, minimizing controversial questions such as the instrumentaliza- tion of the disability and its association with clichés. With all the analyzed results, it is possible to evidence that Instagram can be considered a privileged network that could be utilized for the eradication of barriers and to ease the inclusion of people with intellectual disabilities in the public sphere. The conclusions are relevant for the scientific community given that they will allow us to achieve social inclusion, thanks to the impact of the posts from the influencers with disability.

[3] Publicación completa en el Anexo III



ARTÍCULO IV:

INFLUENCERS CON DISCAPACIDAD FÍSICA EN INSTAGRAM: FUNCIONALIDADES, VISIBILIDAD Y COLABORACIÓN EMPRESARIAL

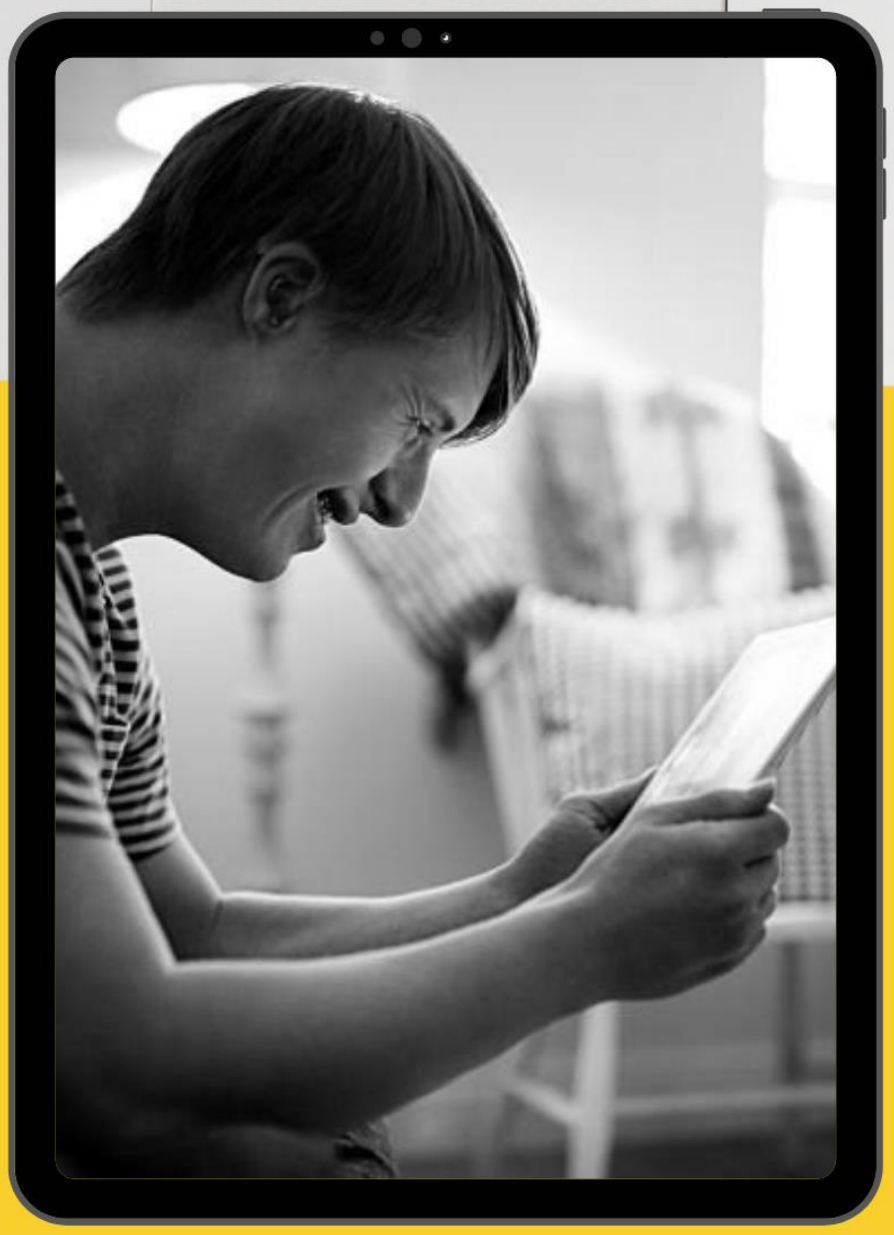


Influencers with physical disabilities on Instagram: Features, visibility and business collaboration[4]

JCR-JIF Q2. Mónica Bonilla-del-Río, Juan C. Figuereo-Benítez, Victoria García-Prieto
2022
Profesional De La Información, 31(6).
https://doi.org/10.3145/epi.2022.nov.12

In the digital world, social media have become important for people with disabilities in terms of communication and visibility. They have also become the ideal place for activism, as they allow the self-representation of disability by the content creators themselves. This social group, traditionally segregated and discriminated against, has seen in these platforms a tool to promote social inclusion and confront the dominant discourse. This paper explores the social media Instagram as a space for communication and visibility of instagrammers with disabilities from Europe and Latin America. The main objective of the research is to analyse the publications of Spanish-speaking influencers with physical disabilities to establish if there are similar characteristics or if there are significant differences in the uses they make of Instagram's functions and how disability is represented in their profiles. Through quantitative, descriptive, and statistical research, a content analysis was carried out of 400 publications corresponding to 10 Instagram profiles, all of them of microinfluencers and macroinfluencers with physical disabilities who had different types of business collaborations. The results show that disability is visible in 85% of the publications, whether in the photos or videos shared, in the text of the post, hashtags or emoticons, although it predominates to a greater extent in audiovisual content. In advertising, mentions or tags of brands stand out, much more than paid collaboration, which appears as a minority compared to other forms of promotion. The degree of influence is decisive for interactions in the form of likes and views per video or reels. Finally, the use of hashtags on inclusion and social awareness reinforces the importance of these platforms for the social integration of people with disabilities.

[4] Publicación completa en el Anexo IV



6. PUBLICACIONES COMPLEMENTARIAS

6. PUBLICACIONES COMPLEMENTARIAS

A lo largo de mi formación predoctoral, he podido participar en el desarrollo de otras publicaciones complementarias que me han ayudado a comprender mejor el proceso de investigación tanto a nivel teórico como metodológico. A continuación, se enumeran brevemente aquellos trabajos en torno a la línea de educomunicación realizados durante este período en función de su tipología.

Artículos científicos

JCR-JIF Q1. Digital creativity to transform learning: Empowerment from a com-educational approach. [Creatividad digital para transformar el aprendizaje: Empoderamiento desde un enfoque com-educativo].

Sánchez-López, I., Bonilla-del-Río, M., & Soares, I.O.
2021
Comunicar, 69, 113-123.
https://doi.org/10.3916/C69-2021-09

Los usos mediáticos cotidianos de toda una generación evidencian la distancia que existe entre la realidad que vive la juventud y las instituciones responsables de su formación. La educación formal sigue estrechamente vinculada al rol pasivo de los receptores literarios, obviándose el potencial de la comunicación conectada y la narrativa digital para el empoderamiento del alumnado. Al mismo tiempo, se está produciendo un interés creciente desde el ámbito mediático profesional por la educación. A esta línea de fuerza la hemos denominado vector com-educativo. En esta investigación, tenemos como objetivo describir potencialidades para favorecer el empoderamiento de los jóvenes desde una perspectiva com-educativa. La metodología implementada combina, en una articulación encadenada, el análisis del discurso multimodal de plataformas de carácter com-educativo con entrevistas a observadores privilegiados. En los resultados se explicita que la implementación de la creación digital se puede emplear para la construcción de la identidad, la interacción y la sociabilización del alumnado a través de la emoción, la empatía y la capacidad de transformación. Permite establecer nodos entre conceptos, la comprensión relacional, la reconstrucción significativa y su apropiación. Se concluye que, bajo esta propuesta, las instituciones de educación formal podrían transitar de un modelo reactivo a un modelo prospectivo, revisando los códigos de emisión y recepción, y proponiendo significados desde la acción creativa y la retroalimentación con la comunidad.

Alfabetización mediática y discapacidad: Análisis documental de literatura científica en Web of Science (WoS) y Scopus

Scopus Q3. Mónica Bonilla-del-Río, Lorena Valor-Rodríguez & Rosa García-Ruiz
2018
Prisma Social, 20, 1-20.
https://bit.ly/33Anz9G

La necesidad de considerar la alfabetización mediática como un derecho básico de la ciudadanía y como un factor clave para la superación de barreras que dificultan la accesibilidad de los colectivos con discapacidad a los dispositivos tecnológicos y a los entornos virtuales es un elemento fundamental para lograr la inclusión social y digital de este sector de la población en la sociedad de la información y el conocimiento. Partiendo de este planteamiento, se presenta una revisión bibliográfica cuyo propósito es examinar las principales tendencias en la producción de literatura científica en los ámbitos de alfabetización mediática y discapacidad. Tras una primera fase de búsqueda y revisión de artículos, en la que se encontraron 1634 documentos en Web of Science y 1852 en Scopus sobre alfabetización mediática (media literacy) y tras su posterior limitación mediante el descriptor «discapacidad» (disability), se disminuyó el número a 9 y 7 documentos respectivamente. Los resultados del análisis documental demuestran que en las investigaciones sobre alfabetización mediática todavía no están muy extendidos los estudios en torno a la discapacidad, por lo que se concluye que es necesario continuar investigando en este ámbito para favorecer el avance científico y social, así como la e-inclusión de este colectivo en la sociedad.

La escuela en la era digital: Smartphones, apps y programación en Educación Primaria y su repercusión en la competencia mediática del alumnado

Scopus Q4. Mónica Bonilla-del-Río & Ignacio Aguaded
2018
Pixel-Bit, 53, 151-163.
https://doi.org/10.12795/pixelbit.2018.i53.10

La sociedad actual caracterizada por fenómenos como la globalización, el entorno multipantalla o los continuos progresos científicos y tecnológicos está provocando modificaciones constantes a nivel económico, social, académico y cultural. Estos cambios configuran nuevos escenarios y retos pedagógicos a los que la escuela debe adaptarse. Desde las instituciones educativas surge la necesidad de promover la alfabetización mediática de los ciudadanos, especialmente de los niños y jóvenes. Este trabajo recoge los resultados obtenidos en una investigación realizada en un colegio de la Comunidad Autónoma de Cantabria, con el fin de analizar el uso que hacen de los dispositivos tecnológicos los niños de Educación Primaria. Asimismo, se pretende profundizar sobre la inclusión de las TIC en las aulas y conocer las percepciones de los diferentes agentes de la comunidad educativa (docente, familias y estudiantes). Los resultados muestran que el alumnado es capaz de realizar diversas tareas a través de las TIC y que los diferentes agentes educativos valoran positivamente los proyectos que se desarrollan en el centro. Se concluye el trabajo destacando la posibilidad de complementar estas experiencias con prácticas que fomenten la competencia mediática y no únicamente la digital, con el fin de formar ciudadanos responsables y críticos ante los medios.

Estudiantes universitarios: Prosumidores de recursos digitales y mediáticos en la era de internet

Scopus Q3. Mónica Bonilla-del-Río, José-Manuel Diego-Mantecón, Francisco-Javier Lena-Acebo
2018
Aula Abierta, 47(3), 319-326
https://doi.org/10.17811/rifie.47.3.2018.319-326

A pesar de la relevancia que los recursos digitales y mediáticos han adquirido en nuestra sociedad, la adquisición de competencias para su uso adecuado y responsable en el contexto educativo no está garantizada. Este trabajo busca analizar los hábitos de producción y utilización de los recursos digitales y mediáticos de una muestra de 252 universitarios españoles, con el objetivo de conocer su competencia digital y su aprovechamiento para un uso educativo. Los resultados revelan una competencia media/alta de los universitarios en cuanto al manejo de los recursos mediáticos y digitales, así como una percepción positiva de la red como fuente valiosa de la que adquirir conocimiento y ampliar información. Admiten utilizar los recursos digitales y mediáticos para trabajar de forma colaborativa y ayudarse en tareas académicas, aunque no producen contenido académico o información en plataformas educativas; es decir, se consideran consumidores mediáticos, pero no productores. Se observó además que los universitarios mayores de 25 años son prosumidores más activos, en lo que se refiera a contenidos e información relacionada con temas académicos, que los estudiantes menores de 26 años, quienes utilizan más las redes para producir y compartir datos personales.

Influence and Relationship between Branded Content and the Social Media Consumer Interactions of the Luxury Fashion Brand Manolo Blahnik

Scopus Q2. Bárbara Castillo-Abdul, Mónica Bonilla-del-Río, Estela Núñez-Barriopedro
2021
Publications, 9(10)
https://doi.org/10.3390/publications9010010

Social networks are particularly significant in marketing and advertising because they provide platforms that offer interactive network channels to develop consumer brands. Among the most useful platforms of this type for capturing leads for businesses of the business to customer are Facebook®. In this sense, this research aims to analyze the degree of influence and relationship between Branded Content and the social media consumer interactions of the luxury fashion firm Manolo Blahnik in the mentioned network. This analysis allows us to see what type of content is more effective in social networks. To do this, an exploratory study was implemented with a review of the literature, followed by a correlation study, with hypothesis set to be contrasted through ANOVA analysis with SPSS software. The conclusion is that social networks facilitate interaction between brands and their followers, allowing the content and messages disseminated to achieve greater impact and commitment to the public and, therefore, increase the engagement between the brand and followers.

El engagement de participantes en MOOC (Massive Open Online Courses): Análisis del diseño instruccional y elementos alternativos

Bárbara Castillo-Abdul, Mónica Bonilla-Del-Río & Sabina Civila
2021
Scopus Q2. *Bellaterra Journal of Teaching & Learning Language & Literature, 14*(3), e944. https://bit.ly/3YZf96C

Los MOOC (Massive Open Online Courses) han significado una oportunidad de formación y emprendimiento en el escenario educativo. La presente investigación aborda un caso de estudio, cuyo objetivo es conocer e identificar las características que inciden en la motivación de los participantes de las vídeo-lecciones que conforman tres cursos ofertados en las plataformas MiríadaX, Edx y ECO: E-learning, Communication y Open-Data". El criterio de selección de estas plataformas se basó en su popularidad, relevancia en el contexto actual y enfoque en la estrategia de promoción de contenidos en el entorno digital. Se concluye que el diseño y las características analizadas de los MOOC inciden en el nivel de engagement de los participantes. En los casos presentados, asimismo, el diseño tradicional educativo de clases virtuales manifiesta carencias de elementos alternativos de gamificación, networking, lo que podría generar un bajo nivel de interés y compromiso por parte de los participantes.

Capítulos de libro

Influencia de la educomunicación en la construcción de la subjetividad de las personas con discapacidad en Colombia

Patricia Muñoz-Borja, Mónica Bonilla-del-Río & María-Cinta Aguaded-Gómez
2021
In G. García, J.A. Nicoletti, M.C. Aguaded-Gómez, M. Bonilla-del-Río (Coords.), *Inclusión y Sociedad* (pp. 41-61)
Pequén Académico

Uso de Instagram como medio para visibilizar la diversidad funcional: La reivindicación de la inclusión mediante el uso de hashtags

Mónica Bonilla-del-Río & María Cinta Aguaded Gómez
2021
In G. García, J.A. Nicoletti, M.C. Aguaded-Gómez, M. Bonilla-del-Río (Coords.), *Inclusión y Sociedad* (pp. 74-86)
Pequén Académico

Redes sociales y discapacidad: Marco conceptual, variables y tendencias

Mónica Bonilla-del-Río, Miguel Ángel Ortiz-Sobrino, Paloma Contreras-Pulido
2020
In I. Aguaded & A. Vizcaíno-Verdú (Eds), *Redes sociales y ciudadanía: Hacia un mundo ciberconectado y empoderado* (pp. 237-243)
Grupo Comunicar Ediciones

Instagram y diversidad: Recursos y usos didácticos de profesores en Educación Especial

Mónica Bonilla-del-Río, Arantxa Vizcaíno-Verdú & Ana-Luisa Valle-Razo
2020
In I. Aguaded & A. Vizcaíno-Verdú (Eds), *Redes sociales y ciudadanía: Hacia un mundo ciberconectado y empoderado* (pp. 237-243)
Grupo Comunicar Ediciones

Percepción del humor, challenges y discapacidad en TikTok

Mónica Bonilla-del-Río, Antonella Di-Cintio & Amor Pérez-Rodríguez
In I. Aguaded, A. Vizcaíno-Verdú, Á. Hernando-Gómez & M. Bonilla-del-Río (Eds.), *Redes sociales y ciudadanía. Ciberculturas para el aprendizaje* (pp. 325-331)
Grupo Comunicar Ediciones

Alfabetización mediática y discapacidad: Una apuesta necesaria para la inclusión social y digital

Rosa García-Ruiz & Mónica Bonilla-del-Río
2020
In P. Muñoz-Borja (Ed. científica), *Discapacidad y TIC: Estrategias de equidad, participación e inclusión* (pp. 60-95).
Editorial Universidad Santiago de Cali.

Gamificación en la Escuela 2.0: Una alianza educativa entre juego y aprendizaje

Rosa García-Ruiz, Mónica Bonilla-del-Río, José Manuel Diego-Mantecón
2018
In Á. Torres-Toukoumidis & L.M. Romero-Rodríguez (Eds), *Gamificación en Iberoamérica: Experiencias desde la comunicación y la educación* (pp. 71-95).
Abya Yala

Los dispositivos móviles en el aula. Oportunidades y retos para el desarrollo de la competencia mediática

Mónica Bonilla-del-Río, Rosa García-Ruiz, Ana Pérez-Escoda
2019
In R. García-Ruiz., A. Pérez-Escoda & M.D. Guzmán-Franco (Eds). *Dispositivos móviles en el aula.*
Docentes y estudiantes prosumidores en la era digital.
Ediciones Egregius.



7. CONCLUSIONES

7.1 CONCLUSIONES

7.1.1. Conclusiones

La diversidad es concebida como una característica constitutiva e inherente del ser humano que se conforma a través de elementos como los entornos comunitarios; los contextos culturales y sociales; los sistemas de valores e ideologías; los conocimientos y experiencias previas; o los diferentes ritmos y estilos de aprendizaje, por lo que se basa en el reconocimiento de una pluralidad de realidades y existencias (Pacheco-Salazar, 2015).

A raíz de los estudios desarrollados durante este período doctoral y en función de los hallazgos obtenidos en los diferentes artículos, se ha podido profundizar y comprender mejor el uso e impacto de las redes sociales por parte del colectivo con discapacidad. Partiendo de la necesidad de alcanzar sociedades cada vez más inclusivas, justas y equitativas, como se ha ido mencionando a lo largo de este informe, es de vital importancia continuar desarrollando investigaciones en esta línea. En este sentido, de acuerdo con Anderson y Jiang (2018), a pesar del extendido uso del smartphone y la popularidad de las redes sociales entre la juventud, los estudios sobre cómo interactúan las personas con discapacidad ante las tecnologías emergentes y sobre su formación en el uso de estos recursos son escasos (Fernández-Batanero & Tadeu, 2019).

La sociedad actual, caracterizada por la era de la digitalización y la información, permite una comunicación fácil y rápida gracias al continuo y constante desarrollo tecnológico (Acosta et al., 2020). En este contexto, las redes sociales se establecen indudablemente como recursos clave y predominantes en las sociedades contemporáneas, por lo que no tener acceso a este tipo de plataformas puede suponer una gran limitación en cuanto a las oportunidades sociales, académicas, laborales y de entretenimiento de las personas con discapacidad. De este modo, las generaciones jóvenes se caracterizan por haber nacido y crecido en un entorno en el que los recursos digitales y mediáticos forman parte de su realidad, por lo que hacen uso de estas herramientas de manera habitual en su vida diaria, lo que implica una incidencia significativa en su comportamiento y su forma de entender el mundo (Córdoba et al., 2017). Por consiguiente, si existen barreras que

dificultan la accesibilidad o uso a estas plataformas a los jóvenes con discapacidad podría suponer situaciones de exclusión digital y social a este colectivo.

A continuación, se expondrán las principales conclusiones en función de los objetivos planteados.

OBJETIVO 1. Conocer la percepción y/o acciones del profesorado y las familias ante su responsabilidad en lo referente a la alfabetización mediática de los jóvenes con discapacidad

A partir del primer estudio (Bonilla-del-Río et al., 2018b), se analizaron las prácticas educativas desarrolladas en un centro de Educación Especial de Cantabria para propiciar la alfabetización mediática y el uso de las redes sociales por parte de las personas con discapacidad. Esta investigación supuso el primer acercamiento a la realidad de un colectivo concreto mediante este estudio de caso, que permitió una mayor comprensión de las experiencias pedagógicas que realizaban los participantes en torno a los medios de comunicación y las redes sociales. Asimismo, se puso de manifiesto la labor y la función del profesorado y de la institución educativa en la detección de las necesidades del alumnado con discapacidad hacia la accesibilidad de estas plataformas digitales, así como su implicación para promover o participar en proyectos educativos que favoreciesen su formación y su uso adecuado.

Se evidenció, por tanto, la necesidad de fomentar la concienciación sobre el uso adecuado de las redes sociales y la sensibilización de los estudiantes acerca de las oportunidades que ofrecen estos recursos, así como de los posibles riesgos asociados en el acceso a los entornos virtuales. El rol del profesorado se centraba en la guía y acompañamiento del alumnado y los contenidos trabajados abordaban cuestiones tan relevantes como el uso seguro de Internet en general y de estas plataformas digitales en particular, la importancia de la identidad digital, el concepto de netiqueta y la prevención de riesgos como el cyberbullying. La metodología empleada fomentaba el trabajo cooperativo y el aprendizaje significativo, debido a que los estudiantes tenían un papel protagonista en los procesos de enseñanza-aprendizaje, pudiendo crear producciones con consejos sobre el uso seguro y responsable de las redes para compartir con otros usuarios. Por consiguiente, se ponía en valor la necesidad de promover su pensamiento crítico, favorecer la

adquisición de un rol activo en su aprendizaje y fomentar la participación en entornos digitales, convirtiéndose en prosumidores mediáticos.

Con respecto al segundo estudio (Bonilla-del-Río & Sánchez-Calero, 2022), se detecta también el papel fundamental de los agentes educativos en la promoción de la accesibilidad y uso de las redes sociales por parte del colectivo con discapacidad. La COVID-19 y las consecuencias de la emergencia sanitaria forzaron a los profesionales y las familias a adaptar los procesos de enseñanza-aprendizaje a los entornos virtuales, lo que supuso modificaciones significativas en el acceso y utilización de las plataformas digitales de la comunidad educativa del centro. Los diferentes profesionales educativos debieron realizar adaptaciones y facilitar dicho acceso y uso. Para ello, en ocasiones fue necesario formar a las personas con discapacidad, pero también a las familias, por ejemplo, a través de la creación de videotutoriales en YouTube y la realización de acompañamientos individualizados. De este modo, esta educación mediática fue clave para lograr desarrollar las competencias necesarias en usuarios y familiares para el seguimiento de las sesiones virtuales, ya que algunas familias no disponían de los recursos, los conocimientos y habilidades necesarios para poder hacer un uso adecuado. Ambos perfiles, tanto profesionales como familiares, coinciden en la necesidad de fomentar el uso responsable de estos recursos, mientras que los educadores inciden en la importancia de realizar talleres formativos que permitan reducir la desconfianza por parte de los familiares hacia el uso de las redes y dotarles de la seguridad y pautas para el acompañamiento en el acceso a estos recursos por parte de los jóvenes con discapacidad. Sin embargo, a pesar de las dificultades que pudieran darse inicialmente, las propuestas del centro fueron bien acogidas y valoradas por familiares y usuarios. La necesidad y posibilidad de adaptarse a los procesos virtuales favoreció que el aislamiento entre los diferentes agentes educativos no fuese completo, sino que finalmente pudieron interaccionar y comunicarse, siendo estas herramientas un apoyo durante el confinamiento.

En esta línea, de acuerdo a los resultados de los participantes (Bonilla-del-Río & Sánchez-Calero, 2022), la mayoría de los familiares y profesionales destacan la influencia de las redes sociales en la integración de los jóvenes con discapacidad y en la mejora de las relaciones que establecen con otras personas. Asimismo, la mitad de los encuestados consideran relevante apoyarles para que puedan

participar en línea a través de estas plataformas digitales. Además, en torno al 44% afirman ofrecerles dicho apoyo y aproximadamente el 47% destaca la importancia de realizar una supervisión del uso que hacen. Por el contrario, los agentes educativos que manifiestan preferencia por limitar su exposición en redes se sitúan en torno al 12% y los que consideran que les perjudicarían en el 6%. La tendencia, por tanto, en la percepción de las familias y profesionales en relación con la promoción del uso de las redes sociales por el colectivo con discapacidad es significativamente más positiva que negativa, destacando las oportunidades que pueden ofrecer estos recursos a sus hijos o estudiantes.

Por consiguiente, tanto el rol de los profesionales educativos como de las familias es crucial en el uso de las estas plataformas por parte de las personas con discapacidad, ya que ambos pueden jugar un papel relevante en la enseñanza y apoyo de las habilidades necesarias para la promoción de la utilización de las redes sociales de forma segura y efectiva.

En este sentido, entre las acciones y funciones que pueden desempeñar las familias podríamos destacar: 1) Educación (formando a las personas con discapacidad sobre los beneficios y riesgos del uso de las redes sociales y enseñándoles cómo utilizarlas de manera responsable, incluyendo aspectos como la configuración de la privacidad de sus perfiles, la identificación de desinformación o la posibilidad de denunciar situaciones de acoso o de bloquear cuentas); 2) Supervisión (acompañando y supervisando el uso de las redes sociales de las personas con discapacidad para comprobar que estén empleando las plataformas adecuadamente y de forma segura, por ejemplo, monitoreando sus interacciones en estos entornos virtuales y ayudándoles a establecer límites en el uso de las redes); 3) Apoyo emocional (brindando apoyo emocional a las personas con discapacidad en caso de enfrentar algún caso de acoso o discriminación por el uso de las redes sociales o ayudándoles en la gestión de emociones negativas o la canalización, búsqueda e identificación de formas y emociones positivas para la interacción en estas plataformas); 4) Conexión social (animando a las personas con discapacidad a emplear las redes sociales para promover su conexión con otros usuarios y sus relaciones sociales positivas, así como ayudar a encontrar comunidades en línea específicas para personas con discapacidad y favorecer su interacción social); 5) Adaptación de las tecnologías (ayudando a las personas con

discapacidad mediante la facilitación de la adaptación de los dispositivos para aumentar su accesibilidad y usabilidad, por ejemplo, configurando la entrada de voz de los dispositivos o la opción de lectura de pantalla); 6) Favorecer la independencia (alentando a las personas con discapacidad a emplear las redes de forma autónoma y apoyándoles en el desarrollo de habilidades para hacerlo); 7) Protección de privacidad (ayudando a configurar los controles de privacidad en redes sociales, concienciándoles y enseñándoles prácticas seguras para proteger su información personal y los datos que comparten en línea); 8) Fomentar su creatividad (favoreciendo su expresión personal en estos entornos virtuales y ayudándoles a emplear de forma creativa las redes a la hora de crear contenido, participar en comunidades en línea o de explorar el uso y posibilidades que les ofrecen los dispositivos y plataformas.

Por su parte, el profesorado también puede asumir diversos roles para favorecer el uso de las redes sociales por parte de sus estudiantes con discapacidad de forma segura como, por ejemplo: 1) Adaptación metodológica (adecuación de sus estrategias de enseñanza y evaluación para adaptarse a las necesidades de los estudiantes con discapacidad en lo relativo al uso de las redes sociales como, por ejemplo, ofrecer alternativas a los recursos de aprendizaje o emplear herramientas accesibles para todos); 2) Facilitación (favoreciendo la participación del alumnado con discapacidad en redes sociales, ayudándoles a comprender su funcionamiento, ofreciéndoles consejos sobre buenas prácticas en línea y enseñándoles cómo crear perfiles, conectarse con otros compañeros de clase y emplear dichas plataformas digitales de forma segura); 3) Monitoreo (chequeando las interacciones de los estudiantes con discapacidad en redes sociales para detectar posibles riesgos, como la discriminación o el ciberacoso y, en caso de detectar alguna de estas situaciones, tomar medidas para tratar de solucionar estos problemas y garantizar un uso seguro para todos); 4) Empoderamiento (ayudando a los estudiantes a tomar un papel activo en comunidades en línea y defender sus propias necesidades y derechos, favoreciendo su participación e interacción en dichas plataformas); 5) Fomentar la competencia mediática (promoviendo el desarrollo de habilidades, conocimientos y actitudes de los estudiantes con discapacidad sobre el uso de estos recursos, incluyendo aspectos como la navegación, la seguridad y la privacidad en línea.

Asimismo, pueden apoyarles en la comprensión del funcionamiento de las redes sociales y su finalidad); 6) Colaboración con otros profesionales (cooperando con otros profesionales como terapeutas, psicólogos o especialistas para tratar de garantizar que los estudiantes con discapacidad puedan acceder a los recursos necesarios para participar en línea de forma efectiva); 7) Desarrollo de proyectos (promoviendo o participando en proyectos educativos que promuevan el uso seguro y responsable de las redes sociales y otros medios de comunicación donde el alumnado adquiera un rol activo); 8) Entorno de apoyo y sensibilización (favoreciendo espacios de colaboración, acompañamiento, guía y fomentando el respeto mutuo entre el alumnado. Asimismo, pueden concienciar al alumnado sobre la importancia de la inclusión y el respeto a las personas con discapacidad en redes sociales a través de la visibilización de los desafíos que enfrenta el colectivo en línea, la detección y reducción de posibles barreras);

Por lo tanto, ambos agentes educativos pueden desempeñar un papel muy relevante en la facilitación del uso de las redes por parte de las personas con discapacidad y pueden desarrollar una gran variedad de acciones para fomentar su accesibilidad a estas plataformas. Al crear un entorno seguro, respetuoso y de apoyo, los profesionales y las familias pueden ayudar a las personas con discapacidad a aprovechar los beneficios de las redes sociales y superar las posibles barreras en el acceso y usabilidad de estos recursos, favoreciendo su inclusión digital y social.

Teniendo en cuenta los hallazgos de ambos estudios, se pone de manifiesto la necesidad de continuar promoviendo la competencia mediática del colectivo con discapacidad, así como de los agentes educativos, necesaria para interactuar y aprovechar al máximo y de manera eficaz y responsable las oportunidades que ofrece el entorno digital. Para ello, es fundamental que la sociedad, los profesionales y familias pongan a su disposición los medios, procesos y entornos que les permitan desarrollar el conjunto de habilidades, destrezas y actitudes para alcanzar la alfabetización mediática del colectivo. Por tanto, se ha de entender que los recursos digitales y mediáticos no son elementos por sí mismos a través de los cuales se produzcan procesos de formación y que de su simple uso se pueda educar a los jóvenes, sino que la comunidad educativa ha de colaborar para promover estrategias y actuaciones encaminadas hacia la educación mediática de

estas nuevas generaciones, asumiendo esta función formativa como una responsabilidad compartida y como una oportunidad de favorecer la inclusión digital y social de las personas con discapacidad.

OBJETIVO 2. Analizar los intereses, oportunidades y actitudes ante el acceso y uso que realizan de las redes sociales los jóvenes con discapacidad

El acceso y uso de las redes sociales por parte de las personas con discapacidad puede verse afectado por varios factores como sus intereses, oportunidades y actitudes.

En este sentido, el nivel de conocimiento y los intereses de las personas con discapacidad sobre las redes sociales y los dispositivos tecnológicos puede influir en la navegación y el aprovechamiento de las oportunidades que pueden ofrecer estos recursos. Entre los principales usos, derivados a raíz del segundo estudio (Bonilla-del-Río & Sánchez-Calero, 2022), destacan la comunicación con amigos, el entretenimiento y la comunicación con familiares y profesorado. También destaca la percepción por parte de los agentes educativos sobre el interés que puede tener para las personas con discapacidad acceder a estos recursos por la posibilidad que les ofrecen las redes para informarse, conocer a gente, mostrarse y darse a conocer. Sin embargo, resulta revelador que el dato significativamente más reducido se corresponde con el conocimiento sobre lo que hacen otros, es decir, que consideran que las personas con discapacidad no tendrían tanto interés en el uso de estas plataformas en cuanto a los contenidos que comparten otros usuarios. Se da, por tanto, más relevancia a la interacción, expresión personal, el acceso a la información y entretenimiento.

Las oportunidades para el acceso y uso de las redes sociales también pueden variar en función de la accesibilidad y disponibilidad de recursos tecnológicos y las posibles barreras asociadas a la utilización de estas plataformas o los propios dispositivos. Entre las ventajas que aportan dichos recursos cabe destacar la accesibilidad prácticamente ilimitada a información multimedia o recursos de aprendizaje colaborativo; la promoción de nuevas oportunidades para establecer relaciones y desarrollar procesos de socialización a través de diferentes recursos como el móvil, el ordenador o tablets; y la oportunidad de participar de manera activa en la sociedad mediante la expresión de opiniones, la producción

de contenidos propios o la posibilidad de compartir o interactuar con los contenidos de otros (Alfaro et al., 2015). Asimismo, las redes sociales pueden propiciar que las personas con discapacidad encuentren comunidades en línea con otros usuarios con los que compartir sus intereses y experiencias y con los que pueden interaccionar, así como convertirse en canales de expresión y empoderamiento para visibilizar y compartir sus propios contenidos (Bonilla-del-Río et al., 2022a, 2022b). El acceso a la cultura y entretenimiento también fue un beneficio destacado, ya que estos recursos facilitan el acceso a contenidos relacionados con la música, el cine, la literatura o el arte. Del mismo modo, ofrecen oportunidades para que las personas con discapacidad consulten contenidos o participen en actividades recreativas, de ocio o relacionadas con el deporte en línea. Por último, el acceso a servicios y recursos de cualquier índole, ya sean, por ejemplo, relacionados con la salud o de asistencia tecnológica, también es otra de las posibles oportunidades que pueden ofrecer estos recursos a las personas con discapacidad, ya que estas plataformas digitales pueden ser fuentes de información y les pueden permitir conocer experiencias de otros usuarios.

En cuanto a las actitudes de las personas con discapacidad ante las redes sociales, los agentes educativos coinciden en su mayoría que son positivas, ya que estas plataformas suponen una motivación para los jóvenes en cuanto a su inclusión dentro del grupo (90%), por lo que todos los encuestados coinciden en la importancia de la formación en el uso de las redes para su desarrollo personal. No obstante, las actitudes del colectivo, así como de las familias y profesionales educativos, pueden variar en función de sus intereses, necesidades y experiencias individuales. La percepción sobre estos recursos, ya sea positiva o negativa, puede influir en las actitudes hacia la promoción de su uso. Las actitudes más positivas enfatizan la utilidad de estas plataformas para la conexión social, el acceso a la información, la comunicación y apoyo que pueden suponer en la vida de las personas con discapacidad. Mientras que las negativas pueden asociarse con las preocupaciones acerca de los riesgos relacionados con el uso de las redes, por ejemplo, aquellos relativos a la privacidad, la seguridad, la accesibilidad o las situaciones discriminatorias o excluyentes. En este sentido, es necesario tomar medidas para garantizar que las redes sean accesibles, seguras y que su diseño y funcionalidades se adapten a las necesidades de las personas con discapacidad,

así como fomentar prácticas educativas que impulsen las habilidades en el uso de estos recursos.

OBJETIVO 3. Identificar las principales barreras y dificultades de accesibilidad a las redes sociales por parte de los jóvenes con discapacidad

Las personas con discapacidad pueden enfrentarse a diversas barreras de accesibilidad a las redes sociales, lo que en ocasiones puede limitar el potencial aprovechamiento de los dispositivos y plataformas.

Entre los factores más influyentes destacados por los participantes del estudio (Bonilla-del-Río & Calero, 2022) se encuentran las dificultades relacionadas con el diseño de los recursos tecnológicos. De este modo, se pone de manifiesto que el diseño de hardware y software no siempre está adaptado para la accesibilidad de todos los usuarios, lo que impide que las personas con discapacidad puedan hacer un uso equitativo de estas plataformas. Por ejemplo, una persona con discapacidad visual puede tener dificultades para acceder a las redes sociales si las aplicaciones no están diseñadas para leer texto en voz alta, es decir, si no permiten el uso de lectores de pantalla. Asimismo, algunas personas con discapacidad pueden tener dificultades para comunicarse en estas plataformas si las funciones comunicativas no están diseñadas para la accesibilidad de los usuarios que puedan presentar dificultades en la lectoescritura, ya que muchas de las redes basan sus sistemas de comunicación en el texto y no ofrecen otras alternativas. Por ejemplo, las personas con discapacidad del habla podrán encontrar dificultades de comunicación a través de chat si no hay opciones de texto a voz disponibles. Por este motivo, una de las herramientas preferidas por los usuarios participantes fue WhatsApp, ya que esta aplicación de mensajería instantánea permite varias formas de comunicación que pueden adaptarse a las necesidades de cada usuario, ya sea a través de las notas de voz, las llamadas o videollamadas y la escritura de mensajes. También la plataforma de Zoom fue considerada como una de las favoritas, ya que ambas son fáciles de usar para los jóvenes con discapacidad y son accesibles y sencillas de manejar. En este sentido, se destaca el tamaño de los dispositivos móviles, que consideran cada vez más pequeños, lo que repercute en el tamaño de pantalla, teclado y caracteres, lo que hace más complejo su utilización.

Por otra parte, podrían existir barreras en cuanto al acceso al propio contenido si este no ofrece opciones accesibles, por ejemplo, la activación de subtítulos en el caso de los vídeos. Otra de las barreras podría estar vinculada a la interacción social, debido a la falta de conocimiento y comprensión sobre la discapacidad por parte de otros usuarios. Esto puede incluir actitudes negativas hacia el colectivo, falta de empatía y comprensión sobre sus necesidades, por ejemplo, a través de comentarios negativos que pudiesen recibir en sus perfiles. En este sentido, las personas con discapacidad podrían ser más vulnerables en cuanto a los riesgos de privacidad y seguridad en redes sociales, debido a la falta de comprensión o falta de acceso a las herramientas de configuración de estas funcionalidades, lo cual supondría otro tipo de barreras. Por ejemplo, una persona con discapacidad cognitiva podría tener dificultades para comprender las políticas de privacidad o los términos de uso de una determinada red social. Por último, las barreras económicas también podrían suponer una limitación en relación con la adquisición de dispositivos o tecnologías accesibles, debido a los altos costos que podrían tener. De hecho, algunos de los encuestados requirieron durante la pandemia apoyo en la dotación de recursos para poder seguir los procesos de enseñanza-aprendizaje en modalidad virtual.

Por tanto, todavía hoy en día existen ciertas barreras que provocan situaciones de exclusión digital y, por ende, social, ya que se considera que el uso y acceso a las plataformas digitales no depende tan solo del tipo o grado de discapacidad, sino también de los diversos desafíos que los usuarios han de afrontar para poder hacer un uso efectivo derivados de estas barreras. Se solicita una mayor concienciación hacia el diseño de dispositivos y recursos digitales accesibles en cuanto al diseño, contenidos, sistemas de comunicación y de interacción, que ofrezcan alternativas factibles para el uso por parte de las personas con discapacidad. Se considera que a menudo hay una falta de comprensión sobre las necesidades y capacidades de las personas con discapacidad por parte de los desarrolladores de software y los diseñadores de productos, lo que puede llevar a la exclusión involuntaria del colectivo. Es importante reconocer que la accesibilidad no es solo una cuestión de conveniencia, sino también de derechos humanos, ya que todas las personas tienen derecho a la información y a participar plenamente en la vida social, cultural y política en igualdad de condiciones.

OBJETIVO 4. Describir el uso e impacto de las redes sociales por parte de creadores de contenido con discapacidad

Los influencers con discapacidad son personas que se han convertido en creadores de contenido y líderes de opinión en las redes sociales, que comparten sus experiencias y conocimientos y que a través de su visibilidad pueden ayudar a derribar estereotipos y barreras en la sociedad (Bonilla-del-Río et al., 2022a, 2022b).

Entre los beneficios del uso de estas plataformas digitales por parte de influencers con discapacidad destaca, en primer lugar, la posibilidad que les ofrecen estos recursos para ayudar a visibilizar al colectivo y sensibilizar a la sociedad sobre sus derechos y necesidades. Estas plataformas pueden servirles de altavoz para compartir sus experiencias y mostrar la diversidad y complejidad de la comunidad de personas con discapacidad. De hecho, en las publicaciones analizadas la naturalidad y espontaneidad presente en los contenidos muestran la «normalización» completa de la imagen de la discapacidad, ya que esta característica no suele ser la temática principal de las cuentas, sino que simplemente es una característica personal más de los creadores de contenido.

Asimismo, los influencers con discapacidad pueden representar a una comunidad que de forma habitual ha sido ignorada o marginada por los medios de comunicación tradicionales, por lo que las redes sociales suponen una nueva forma de representación de la discapacidad. De este modo, a partir de la creación de contenidos sobre sus intereses, aspectos de su vida personal y dificultades o barreras que pueden encontrar en su cotidianeidad, consiguen conectar con audiencias significativas de seguidores. En cierto modo esto evidencia y demuestra a la sociedad que las personas con discapacidad son capaces y autónomas, promoviendo la concienciación y el reclamo de la igualdad de oportunidades.

Por otra parte, los influencers con discapacidad pueden servir de inspiración o ejemplo para otras personas del colectivo y para usuarios sin discapacidad en relación con la superación de barreras y la consecución de sus metas. De este modo, a partir de las redes demuestran que la discapacidad no es una limitación para desenvolverse en los diferentes ámbitos de la vida (laboral, social, familiar, deportivo…).

No obstante, los influencers con discapacidad podrían ser objeto de estigmas, discriminación o acoso en línea, por su exposición pública en redes sociales. En este sentido, pueden recibir comentarios ofensivos, negativos o burlas en torno a su discapacidad, lo que podría afectar a su autoestima y bienestar emocional. Además, los influencers con discapacidad podrían llegar a sentir una presión indebida para representar a todo el colectivo en sus publicaciones y actividades en línea, lo que podría resultarles abrumador y estresante.

También podrían sentir una sobrecarga o presión adicional por trabajar más duro para ganar reconocimiento y mantenerse relevantes en un mercado ya competitivo. En este sentido, la colaboración con marcas y la publicidad son clave en la visibilidad de la discapacidad. Pero también esto podría suponer un riesgo si las empresas tan solo emplean su imagen o utilizan su discapacidad para obtener publicidad positiva. Del mismo modo, los influencers con discapacidad podrían encontrar obstáculos para que las marcas les den oportunidades de patrocinio y colaboración debido a la falta de diversidad en la industria y marketing en redes sociales. Las marcas pueden no estar familiarizadas con la inclusión de influencers con discapacidad en sus campañas de marketing, lo que puede limitar las oportunidades de trabajo para los influencers con discapacidad.

Por último, los influencers con discapacidad pueden enfrentar la sobreexposición en redes sociales o la pérdida de privacidad. A menudo, los influencers comparten detalles personales de sus vidas y experiencias, incluyendo detalles de su discapacidad, en las redes sociales para educar y concientizar a otros. Sin embargo, esto también puede llevar a la exposición no deseada y a la pérdida de privacidad, por lo que es importante la concienciación sobre la importancia de su privacidad a la hora de compartir información personal y asegurarse de tener un control adecuado sobre su presencia en línea. Por consiguiente, es importante que las personas con discapacidad se sientan seguras y protegidas en línea. Y que la industria de marketing de influencers trabaje para abordar estas barreras, respetar los derechos, necesidades y promover la inclusión de influencers con discapacidad en la industria en general.

A pesar de los posibles riesgos asociados al uso de las redes sociales, Instagram se establece como una herramienta que ofrece a los creadores de contenido con discapacidad ventajas en cuanto a la visibilidad de la discapacidad.

Se trata de una herramienta eficaz para compartir sus experiencias y promover el cambio en el imaginario colectivo de la sociedad sobre las personas con discapacidad. Por consiguiente, esta red social ofrece oportunidades para alcanzar la inclusión digital, laboral y social de los influencers y puede tener un impacto positivo en sus vidas.

7.1.2. Limitaciones y futuras líneas de investigación

Los hallazgos y avances que podrían suponer los estudios realizados evidencian una serie de factores que nos pueden ayudar a comprender mejor los alcances y limitaciones de esta tesis por compendio. En primer lugar, habría que tener en cuenta el tamaño de la muestra en los artículos relativos a los estudios de caso, debido a que se enfocan a dos centros específicos y con un número restringido de participantes. En este sentido, la selección de casos se ha realizado por conveniencia, en función de las instituciones que conocíamos o con las que podíamos tener mayor accesibilidad y facilidad, lo cual es una limitación sobre la representatividad de los estudios. A pesar del valor exploratorio que nos pueden ofrecer los resultados obtenidos para conocer la realidad concreta de dichas instituciones educativas, este aspecto condiciona la capacidad de generalizar los hallazgos al colectivo de discapacidad en general. Esto ocurre también en los estudios sobre análisis de contenido de perfiles de influencers con discapacidad en las redes sociales, debido a que el número de cuentas y/o publicaciones seleccionadas es reducido. Asimismo, se han seleccionado perfiles relativos a dos tipos de discapacidad, aunque es necesario tener en cuenta que, a pesar de ello, se trata de colectivos con características heterogéneas. Por consiguiente, se debe ser consciente de la variación significativa en cuanto a naturaleza y grado de las discapacidades, lo que puede dificultar la comparativa entre diferentes casos y en la identificación de patrones comunes.

Como futuras líneas de investigación relacionadas con estos factores, se podrían plantear estudios que amplíen el número de cuentas y posts analizados, así como seleccionar perfiles gestionados por influencers con otros tipos de discapacidad, con el fin de obtener una visión más global y contemplar otro tipo de realidades, experiencias y actividades desarrolladas en línea por creadores de contenido con discapacidad. Del mismo modo, se podría ampliar el análisis hacia

otras instituciones educativas, entrevistando y realizando cuestionarios con otros agentes educativos para comparar los resultados obtenidos, aumentando el número de la muestra en las potenciales investigaciones.

Otras posibles líneas de investigación podrían centrarse en el análisis de las campañas de marketing de influencers con discapacidad, valorando su efectividad y entrevistando directamente a las marcas e influencers para conocer más detalladamente su experiencia, intereses y oportunidades en las colaboraciones que realizan en redes sociales. Esto nos permitiría obtener una visión más amplia y profundizar en la comprensión de las relaciones que se establecen, el tipo de contratos o acuerdos que se producen y los productos que publicitan. De este modo, obtendríamos datos sobre la percepción y opiniones de los propios protagonistas, para complementar el análisis de contenido sobre la presencia o ausencia de colaboraciones en los posts, el etiquetado de la publicidad mediante las funcionalidades que ofrece Instagram como, por ejemplo, los hashtags, y el tipo de colaboraciones compartidas. También podría ser interesante ampliar los estudios a otras redes sociales como TikTok o Facebook para comparar la presencia de influencers con discapacidad, las colaboraciones con marcas, el uso de funcionalidades de dichas plataformas y el tipo de contenido que comparten, analizando las similitudes y diferencias con respecto a Instagram.

Entre los estudios concretos que se están trabajando en este momento y que se encuentran en fase final de desarrollo o en proceso de revisión en revistas científicas destacan los siguientes artículos: «#Discapacidad y #diversidadfuncional. Evolución terminológica desde la perspectiva de los creadores de contenido en TikTok», «Discapacidad, educación y redes sociales: Una revisión sistemática cualitativa», «Functional diversity and social networks: Analysis of special education professionals' accounts on Instagram», «Haters en TikTok: Conductas violentas y discurso de odio ante influencers con discapacidad» y «Representación mediática de las personas con discapacidad en los informativos de televisión españoles». Estas líneas de investigación futuras amplían la perspectiva hacia otras redes sociales como TikTok, focalizan el análisis de contenido en otros perfiles relacionados con la discapacidad como es el caso de los especialistas en educación especial, contemplan otras temáticas de interés como los conceptos y evolución terminológica respecto al colectivo, el ciberodio que

reciben los usuarios con discapacidad a través de plataformas como TikTok o la representación en los medios de comunicación de las personas con discapacidad. Asimismo, se ha llevado a cabo una revisión sistemática de literatura que combina los descriptores «discapacidad», «redes sociales» y «educación», con el fin de analizar las experiencias educativas y los usos de estas plataformas con fines pedagógicos en torno al colectivo.

De acuerdo con los hallazgos de los estudios y a pesar de estas posibles limitaciones, parece evidente que el uso de las redes sociales por parte de las personas con discapacidad puede contribuir a la educación y concienciación de la ciudadanía, así como a la visibilidad y el empoderamiento del colectivo. Se trata, por lo tanto, de una temática que requiere atención por parte de la comunidad científica para continuar desarrollando investigaciones que permitan comprender mejor el fenómeno y garantizar los derechos de las personas con discapacidad en el acceso y uso de los recursos digitales y mediáticos, con el fin de minimizar la posible brecha digital y las situaciones de exclusión. Este tipo de estudios pueden poner de relieve la necesidad de promocionar políticas públicas más inclusivas, la importancia del diseño de dispositivos y plataformas más accesibles para todos y la relevancia de la función de los agentes educativos en la formación y desarrollo de la competencia mediática por parte de las personas con discapacidad. Como se mencionaba en epígrafes anteriores, favorecer la accesibilidad y usabilidad de estos recursos es tan relevante como necesario para alcanzar sociedades más justas, equitativas e inclusivas.

7.2. CONCLUSIONS

7.2.1. Conclusions

Diversity is conceived as a constitutive and inherent characteristic of humans, shaped through elements such as community environments; cultural and social contexts; the systems of values and ideologies; previous knowledge and experiences; or different learning rhythms and styles, so that it is based on the recognition of the plurality of realities and existences (Pacheco-Salazar, 2015).

Given the studies conducted during this part of the Doctoral degree, and as a function of the findings obtained in the different articles, it was possible to deepen and better understand the use and impact of social networks by part of the collective of people with disabilities. Starting with the need to attain societies that are more inclusive, just, and equal, as mentioned throughout the present report, it is of vital importance to continue developing research studies along this line. In this sense, in agreement with Anderson and Jiang (2018), despite the extended use of smartphones and the popularity of social networks among the youth, studies on how people with disabilities interact with emergent technologies, and their education on the use of these resources are scarce (Fernández-Batanero & Tadeu, 2019).

Modern society, characterized by the era of digitalization and information, allows easy and fast communication, thanks to the continuous and constant development of technology (Acosta et al., 2020). In this context, social networks have undoubtedly been established as key and predominant resources in contemporary societies, so that not having access to these types of platforms could be a great limitation, with respect to the social, academic, work, and entertainment opportunities of people with disabilities. In this way, the younger generations are characterized for being born and growing in an environment in which digital and media resources form part of their reality, making use of them habitually in their daily life, which has a significant impact on their behavior and the way they understand the world (Córdoba et al., 2017). Therefore, the existence of barriers that make difficult the accessibility or use of these platforms by young people with disabilities could imply situations of digital and social exclusion of this collective.

The sections below describe the main conclusions as a function of the aims described.

OBJECTIVE 1. Discover the perception and/or actions of the teachers and families on their responsibility with respect to the media literacy of youth with disabilities

Starting with the first study (Bonilla-del-Río et al., 2018b), the education practices developed in the Special Education center of Cantabria to promote media literacy and the use of social networks by people with disabilities were analyzed. This study was the first approach to the reality of a specific collective through a case study, which allowed for a better understanding of the pedagogic experiences of the participants that revolved around communication media and social networks. Likewise, the work and functions of the teaching staff and the education institution on the detection of the needs of the students with disabilities towards the accessibility of these digital platforms became clear, as well as their involvement in the promotion and participation in education projects that favored their education and their adequate use.

Therefore, the need to raise both the awareness on the adequate use of social networks, as well as the awareness of the students on the opportunities offered by these resources, was made evident, without forgetting the possible risks associated to access to virtual environments. The role of the teachers was centered on the guidance and support of students, and the content that was worked on addressed relevant matters such as the safe use of the Internet in general, and the digital platforms in particular, the importance of digital identity, the concept of netiquette, and the prevention of risks such as cyberbullying. The methodology utilized promoted collaborative work and meaningful learning, as the students played a leading role in the teaching-learning processes, being able to create productions with the advice on the safe and responsible use of the networks to share with other users. Therefore, value was given to the need to promote their critical thinking and the acquisition of an active role in their learning, as well as their participation in digital environment, to become media prosumers.

With respect to the second study (Bonilla-del-Río & Sánchez-Calero, 2022), the fundamental role of the education agents in the promotion of accessibility and

use of social networks by the students with disabilities was also detected. COVID-19 and the consequences of the health emergency forced professionals and families to adapt the teaching-learning processes to virtual environments, which implied significant modifications in the access and use of digital platforms of the education community from the center. The different education professionals had to adapt and facilitate this access and use. For this, on many occasions, it was necessary to educate not only the students with disabilities, but also families, for example, through the creation of video tutorials in YouTube and individualized support. In this way, this media education was a key aspect for attaining the competences needed by users and family members for the correct use of virtual sessions, as some families did not have the resources, the knowledge, or skills necessary for their adequate use. Both profiles, professionals and family members, coincided on the need to promote the responsible use of these resources, while the educators stressed the importance of training workshops that allowed reducing the distrust of the families towards the use of the networks, at the same time that these provided them with the confidence and guidelines for accompanying these young people with disabilities when they accessed these resources. However, despite the difficulties in the beginning, the proposals from the center were well received and evaluated by the families and users. The need and possibility of adapting themselves to virtual processes avoided the isolation of the education agents, as they were able to interact and communicate, with these tools providing support during the confinement.

Along this line, in agreement with the results from the participants (Bonilla-del-Río & Sánchez-Calero, 2022), most of the families and professionals highlighted the influence of the social networks on the integration of youth with disabilities and the improvement of relationships with other people. Likewise, half of those polled considered it important to support them so that they could participate online through these digital platforms. Also, about 44% affirmed offering support, and approximately 47% highlighted the importance of supervising their use. On the contrary, the education agents who indicated their preference for limiting their exposure to networks totaled about 12%, and those who considered that they would harm them totaled 6%. The trend, therefore, in the perception of families and professionals with respect to the promotion of the use of social networks by

individuals with disabilities was significantly more positive than negative, underscoring the opportunities these resources can offer to their children or students.

Therefore, both the role of education agents and the families is crucial for the use of these platforms by people with disabilities, as both can play a relevant role in the teaching and support of the necessary skills for the promotion of the use of social networks in a manner that is safe and effective. In this sense, among the actions performed by families, the following can be highlighted: 1) Education (educating individuals with disabilities on the benefits and risks of the use of social networks, and showing them how to use them responsible, including aspects such as the configuration of privacy settings in their profiles, the identification of disinformation, or the possibility of denouncing situations of bullying or blocking accounts); 2) Supervision (accompanying and supervising the use of social networks of people with disabilities to verify that they are using the platforms adequately and safely, for example, by monitoring their interactions in these virtual environments and helping them to establish limits of use of the networks); 3) Emotional support (providing emotional support to people with disabilities in cases of bullying or discrimination due to the use of social networks, or helping them manage negative emotions or canalizing, the search for and identification of positive ways or feelings for their interaction in these platforms); 4) Social connection (encouraging individuals with disability to use social networks to promote their connection with other users and their positive social relations, as well as help in finding online communities specific for people with disabilities and favoring social interaction); 5) Adapting the technologies (helping people with disabilities by easing the adaptation of devices to increase their accessibility and usability by individuals with disabilities, for example, by configuring voice activation of devices or the option of screen reading); 6) Favoring independence (encouraging individuals with disabilities to use the networks independently and supporting them in the development of skills to do so); 7) Protection of privacy (helping them configure the privacy settings in social networks, making them aware and teaching them safe practices to protect their personal information and the data they share online); 8) Promote their creativity (favoring their personal expression in virtual environments and helping them the creative use of networks when creating content, participate in online communities,

or exploring the use and possibilities offered by devices and platforms.

On their part, teachers can also take on many roles to favor the use of social networks by students with disabilities in a safe manner, such as, for example: 1) Methodological adaptation (adaptation of their teaching and evaluation strategies to adapt to the needs of students with disabilities in social networks, and offering alternatives to the learning resources, or using tools that are accessible to all); 2) Facilitation (favoring the participation of students with disabilities in social networks, helping them understand how they work, offering advice on good online practices, and showing them how to create profiles, connect with other classmates, and use these digital platforms safely); 3) Monitoring (checking the interactions of students with disabilities in social networks to detect possible risks, such as cyber bullying, and in the case that such situation is detected, take measures to try to solve these problems and guarantee the safe use for all); 4) Empowerment (helping students take on an active role in online communities, defending their own needs and rights, favoring their participation and interaction in these platforms); 5) Promote media literacy (teaching students with disabilities skills for the use of these resources, including aspects such as online navigation, safety, and privacy. Likewise, they can provide support on the understanding of how social networks work and their aim); 6) Collaboration with other professionals (cooperation with other professionals such as therapists, psychologists, or specialists, to guarantee that students with disabilities are able to access the resources necessary to participate online in an effective manner); 7) Project development (promoting or participating in education projects that promote the safe and responsible use of social networks and other communication media where students acquire an active role); 8) Environment of support and awareness (favoring spaces of collaboration, accompaniment, guidance, and promoting mutual respect between students. Likewise, awareness can be raised on the importance of inclusion and respecting people with disabilities in social networks through the visualization of challenges faced by this collective in online environments, and the detection and reduction of possible barriers).

Therefore, both education agents can play a very relevant role in facilitating the use of social networks to people with disabilities, and can perform a variety of actions to promote their accessibility to these platforms. When creating a safe, respectful, and supporting environment, professionals and families can help people

with disabilities take advantage of the benefits of social networks and overcome possible barriers to the access and usability of these resources, favoring their digital and social inclusion.

Considering the findings from both studies, the need to continue promoting media competences of the people with disabilities and education agents is underlined, which are necessary for interacting and taking full advantage, in an efficient and responsible manner, of the opportunities offered by the digital environment. For this, it is fundamental that society, professionals, and families, have available the means, processes, and environments, that allow them to develop the full set of abilities, skills, and attitudes, for this collective to achieve media literacy. Therefore, it must be understood that digital and media resources are not elements through which education processes take place, and that their simple use can educate the youth, but the education community must collaborate to promote strategies and actions directed towards media education of these new generations, considering this education function as a shared responsibility, and as an opportunity to favor the digital and social inclusion of people with disabilities.

OBJECTIVE 2. Analyze the interests, opportunities, and attitudes with respect to the access and use of social networks by young people with disabilities

The access and use of social networks by people with disabilities can be influenced by various factors, such as their interests, opportunities, and attitudes. In this sense, the level of knowledge and the interests of individuals with disabilities, about social networks and technological devices, can have an influence on the navigation and the use of the opportunities offered by these resources. Among the main uses, based on the second study (Bonilla-del-Río & Sánchez-Calero, 2022), the following were underlined: communication with friends, leisure, and communication with family and teachers. Also important was the perception of the education agents on the interest of people with disabilities for accessing these resources given the possibilities offered by the networks to become informed, meet people, show and introduce themselves. However, it was very revealing that the least significant aspect corresponded to the knowledge about what others do, that is, that they considered that people with disabilities would not have a strong interest on the use of these platforms with respect to the contents shared by other users.

Thus, more importance was given to interaction, personal expression, access to information, and entertainment.

The opportunities to access and use social networks can also vary as a function of the accessibility and availability of technological resources and the possible barriers associated with the use of these platforms or the devices themselves. Among the advantages of these resources, we must underline the practically unlimited access to multimedia information or collaborative learning resources; the promotion of new opportunities for establishing relationships and developing processes of socialization through different resources such as mobile phones, computers, Internet, or videogames; and the opportunity to actively participate in society through the expression of opinions, the production of their own content, or the possibility of sharing or interacting with contents from others (Alfaro et al., 2015). Likewise, social networks can help people with disabilities find online communities with other users with whom to share their interests and experiences and with whom they can interact, and can also become channels for expression and empowerment to visualize and share their own contents (Bonilla-del-Río et al., 2022a, 2022b). Access to culture and entertainment was also a highlighted benefit, as these resources facilitate the access to contents related with music, movies, literature, and art, and also offer opportunities for people with disabilities to consult content or participate in recreational or leisure activities, or related with online sports. Lastly, the access to services and resources of any type, either related with health or technological assistance, for example, was also another opportunity offered by these resources to people with disabilities, as these digital platforms can be sources of information that allow them to discover the experiences of other users.

As for the attitudes of people with disabilities towards social networks, the education agents coincided in that most of them were positive, as these platforms were seen as a reason for including the youth within the group (90%), so that those polled coincided on the importance of education on the use of networks for their personal development. Nevertheless, the attitudes of the collective, as well as those of families and education professionals, can vary depending on their individual interests, needs, and experiences. The perception on these resources, either positive or negative, can have an influence on attitudes toward the promotion of their use. The more positive attitudes emphasized the usefulness of these platforms for

providing social connection, access to information, communication, and support, this improving the life of individuals with disabilities. In turn, the negative ones were related with the concerns about the risks associated with their use, for example, with respect to privacy, safety, accessibility, or situations of discrimination or exclusion. In this sense, it is necessary to take measures to guarantee the accessibility and safety of networks, ensure that their design and functionalities are adapted to individuals with disabilities, and promote education practices that improve skills in the use of these resources.

OBJECTIVE 3. Identify the main barriers and difficulties in accessing social networks experienced by young people with disabilities

People with disabilities face diverse barriers against accessing social networks, which can, on some occasions, limit the potential use of devices and platforms.

Among the most influential factors highlighted by the participants (Bonilla-del-Río & Calero, 2022) we found the difficulties related with the design of technological resources. In this way, it was underlined that the design of hardware and software was not always adapted towards accessibility by all users, which prevented the egalitarian use of these platforms by people with disabilities. For example, a person with a visual disability can experience difficulties in accessing social networks if the applications are not designed for reading the text aloud, that is, they do not allow the use of screen readers. Likewise, some individuals with disabilities can experience difficulties for communicating in these platforms, if the communication functions are not designed for the accessibility of users who have reading-writing difficulties, as many of the networks based their systems of text-based communication and do not offer alternatives. For example, individuals with speech disabilities could experience communication difficulties in chats if text-to-speech options are not available. For this reason, one of the most preferred tools of the participating users was WhatsApp, as this instant messaging application allows various ways of communicating that can be adapted to the needs of every user, either as a voice message, calls, or video calls, or text messaging. The Zoom platform was also considered as one of the favorite ones, as both are easy to use by young people with disabilities, and are accessible and simple to use. In this

sense, the size of the mobile devices also stood out, considering them smaller, thereby affecting the size of the screen, keyboard, and characters, which makes their use more complex.

On the other hand, there could be barriers with respect to access to the content itself, if this does not offer accessible options, for example, the activation of subtitles in the case of videos. Another of the barriers could be linked with the social interaction with other users, due to the lack of knowledge and understanding of other users about the other's disability. This could include negative attitudes towards the collective, lack of empathy, and understanding of their needs, for example, through negative comments that the profiles could receive. In this sense, the individuals with disabilities could be more vulnerable to privacy and safety risks in social networks, due to the lack of understanding, lack of access to tools or the configuration of their functionalities, which could define another type of barrier. For example, a person with a cognitive disability could have difficulties in understanding the privacy policies or terms of use. Lastly, the economic barriers could also be a limitation, with respect to the acquisition of accessible devices or technologies, due to their high costs. In fact, some of the individuals polled during the pandemic, required support to obtain resources to be able to follow the virtual teaching-learning processes.

Therefore, there are still some barriers that lead to situations of digital and social exclusion, as it is believed that the use and access of digital platforms does not only depend on the type or degree of disability, but also on the diverse challenges derived from these barriers that users must face for their effective use. More awareness is needed for the design of accessible devices and digital resources, with respect to the design, content, systems of communication and interaction, to offer feasible alternatives for their use by people with disabilities. There is often a lack of understanding on the needs and abilities of individuals with disabilities by software developers and product designers, which can result in the involuntary exclusion of individuals with disabilities. It is important to recognize that accessibility is not only a matter of convenience, but also a matter of human rights, as everyone has the right to access information and fully participate in social, cultural, and political life in conditions of equality.

OBJECTIVE 4. Describe the use and impact of social networks by content creators with disabilities

Influencers with disabilities are defined as individuals who have become content creators and opinion leaders in social networks, who share their experiences and knowledge, and whom, through their visibility, can help demolish stereotypes and barriers in society (Bonilla-del-Río et al., 2022a, 2022b).

Among the benefits found on the use of these digital platforms by influencers with disabilities, we underline, in first place, the possibility offered by these resources for helping this collective to become more visible, and to make society aware about their rights and needs. These platforms can serve them as loudspeakers for sharing their experiences and showing the diversity and complexity of the community with disanbilities. In fact, in the publications analyzed, the naturalness and spontaneity present in the contents show the complete normalization of the image of disability, as this characteristic does not tend to be the main subject of the accounts, but simply another personal characteristic of the content creators.

Likewise, influencers with disabilities can represent a community that has been habitually ignored or marginalized by traditional communication media, so that social networks can be a new way to represent disability. In this way, starting with the creation of contents on their interests, aspects of their personal life, and difficulties or barriers they may find in their day-to-day, they can connect with significant numbers of followers. In some manner, this provides evidence and shows that people with disabilities are abled and independent, thus promoting awareness and the demand for equal opportunities.

On the other hand, influencers with disabilities can serve as inspiration or examples for other people with disabilities, and for users without disabilities with respect to the overcoming of barriers and the achievement of their goals. Thus, through the use of social networks, they demonstrate that disabilities are not a limitation for operating in different areas of life (work, social, family, sports, etc.).

Nevertheless, influencers with disabilities could be stigmatized, discriminated, or abused online, due to their public exposure in social networks. In this sense, they could be subject to offensive and negative comments, or insults due

to their disability, which could affect their self-esteem and emotional well-being. In addition, influencers with disabilities could feel an undue pressure to represent the entire collective in their online publications and activities, which could be overwhelming and stressful.

They could also feel an additional overload or pressure for working harder to garner recognition and to stay relevant in an already competitive market. In this sense, the collaboration with brands and advertising are key aspects for the visualization of disability. But this could also be a risk if the companies only use their image or their disability to obtain positive publicity. In the same manner, influencers with disabilities could find obstacles against the brands providing them with sponsorship and collaboration opportunities, due to the lack of diversity in the industry and marketing in social networks. Brands may not be familiarized with the inclusion of influencers with disabilities in their marketing campaigns, which could limit the work opportunities of influencers with disabilities.

Lastly, influencers with disabilities can experience over-exposure in social networks or the loss of privacy. Very often, influencers share personal details of their life and experiences in social networks, including details about their disability, to educate and make others aware. However, this can also lead to non-desired exposure and the loss of privacy, so it is important to raise awareness on the importance of privacy when sharing personal information, and ensure an adequate control of their online presence. Thus, it is important for people with disabilities to feel safe and protected online. In addition, it is important for the marketing industry to work on addressing these barriers, respect the rights, needs, and promote the inclusion of influencers with disabilities in the industry in general.

Despite the possible risks associate to the use of social networks, Instagram has become established as a tool that offers content creators with disabilities with advantages with respect to the visualization of their disability. It is an efficient tool for sharing experiences and promoting changes in the collective imagination of society about this collective. Therefore, it offers opportunities for achieving digital, work, and social inclusion of the influencers and can have a positive impact in their lives.

7.2.2. Limitations and future lines of research

The findings and advances from the studies conducted provide evidence on a series of factors that could help us better understand the reach and limitations of this thesis by compendium. In first place, we must consider the size of the sample in the articles on case studies, as they were centered on two specific centers and with a restricted number of participants. In this sense, the selection of cases was by convenience, as a function of the institutions we were aware of, or those for which we had greater access and easiness, which limits the representability of the studies. Despite the exploratory value offered by the results obtained, to better understand the specific reality of these education institutions, this small sample conditions our ability to generalize the findings to the general collective of disabled individuals. This is also the case in the studies on the content analysis of the profiles of influencers with disabilities in social networks, as the number of accounts and/or publications selected was low. Likewise, profiles related with two types of disabilities were selected, although it must be taken into account that in spite of this, we are dealing with collectives who have heterogeneous characteristics. Therefore, we must be aware of the significant variation with respect to the nature and severity of the disabilities, which could make difficult the comparison between different cases and the identification of common patterns.

As future lines of research related with these factors, studies could be conducted that broaden the number of accounts and posts analyzed, and which include the selection of profiles managed by influencers with other types of disabilities, to obtain a more global view and to examine other types of realities, experiences, and activities conducted online by content creators with disabilities. Likewise, the analysis could be extended to other education institutions, by interviewing and creating interviews with other education agents to compare the results obtained, and to increase the sample number in potential studies.

Other possible lines of research could be centered on the analysis of marketing campaigns of influencers with disabilities, to assess their effectiveness and directly interviewing brands and influencers to discover, in detail, their experience, interests, and opportunities in the collaborations in social networks. This would allow us to obtain a broader view and delve into the understanding of the relationships established, the types of contracts or agreements created, and the

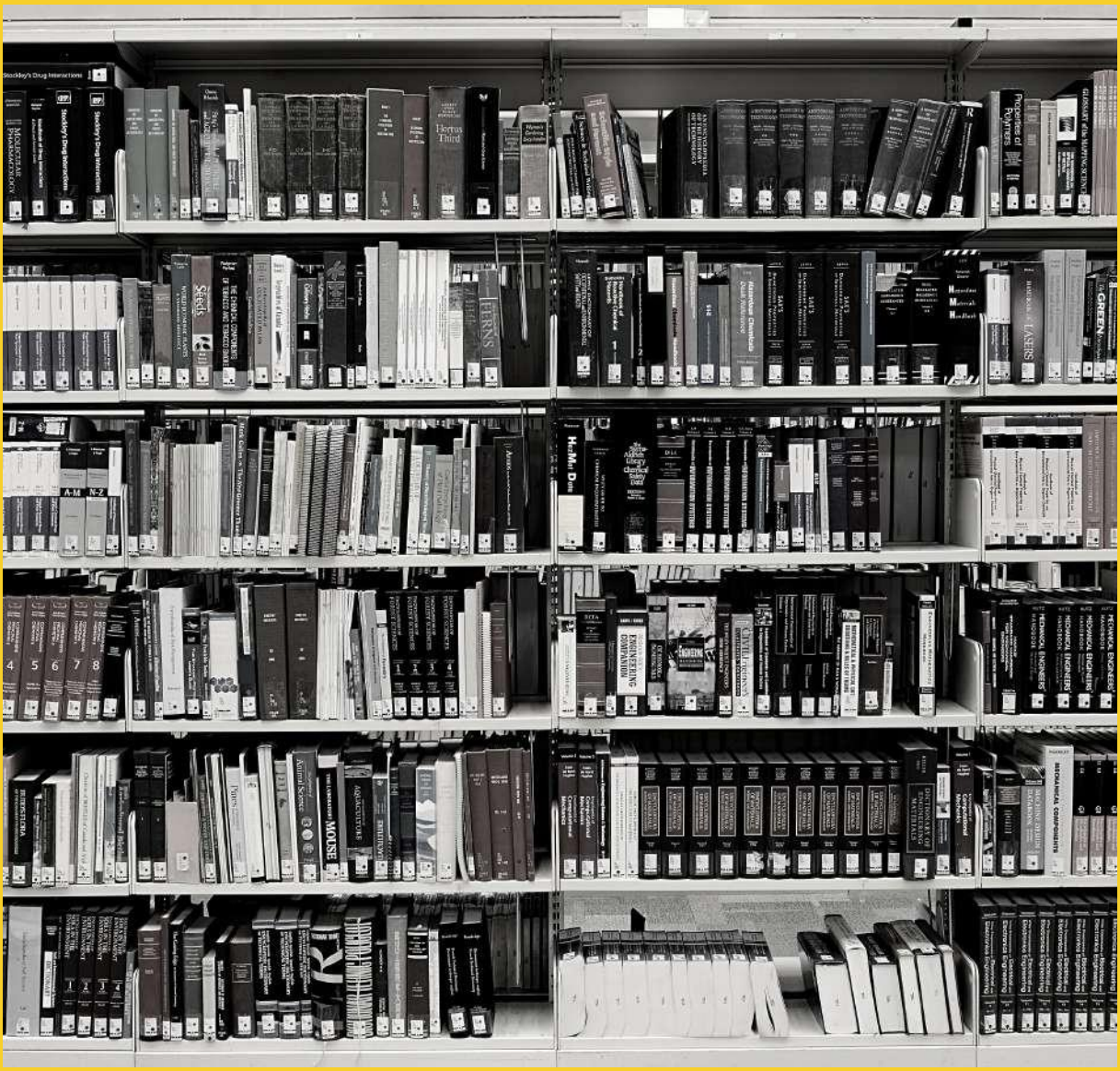
products that are advertised. In this way, we would obtain data on the perception and opinions of the protagonists themselves, to complement the content analysis on the presence or absence of collaborations in the posts, the advertising tags through the functionalities offered by Instagram, for example, the hashtags, and other types of shared collaborations. It could also be interesting to broaden the studies to other social networks such as TIkTok or Facebook, to compare the presence of influencers with disabilities, the collaborations with brands, the use of functionalities in these platforms, or the type of content they share, by analyzing the similarities and differences with respect to Instagram.

Among the specific studies that are being presently conducted, and which are in the final phase of development or under review in scientific journals, we find the following articles: «#Disability and #functionaldiversity. Terminological diversity from the perspective of content creators in TikTok», «Disability, education, and social networks: A qualitative systematic review», «Functional diversity and social networks: Analysis of special education professionals' accounts on Instagram», «Haters inn TikTok: Violent behaviors and hate speech against influencers with disabilities» and « Media representation of disabled individuals in Spanish news programs». These lines of research broaden the perspective towards other social networks such as TikTok, focus the content analysis on other profiles related with disability, as in the case of special education specialists, contemplate other subjects of interest such as the concepts and evolution of the terminology with respect to the collective, internet hate received by users with disabilities through platforms such as TikTok, or the representation of disabled individuals in communication media. Likewise, a systematic review of the literature was conducted that combined the descriptors «disability», «social networks », and «education», in order to analyze the education experiences and the uses of these platforms for pedagogic aims regarding this collective.

In agreement with the findings from the studies, and despite the possible limitations, it seems evident that the use of social networks by disabled individuals can contribute towards the education and the awareness of the general population, as well as the visibility and empowerment of the collective. Thus, it is a subject matter that requires the attention of the scientific community for the continuous development of studies that allow us to better understand the phenomenon, and

guarantee the rights of individuals with disabilities with respect to access and use of digital resources and media, to minimize the possible digital divide and situations of exclusion. These types of studies can underline the need to promote more inclusive public policies, the importance of the design of more accessible devices and platforms for all, and the relevance of the function of education agents in the education and development of skills of disabled individuals. As mentioned in the previous sections, favoring accessibility and usability of these resources is both relevant and necessary for achieving societies that are more just, equitable, and inclusive.

8. REFERENCIAS



8. REFERENCIAS

Acosta, M., Betún, A., Delgado, J., & Íñiguez, M. (2020). Las TIC como oportunidad para fortalecer el PEA en los estudiantes con discapacidad visual. *Revista Tecnológica-Educativa Docentes 2.0, 9*(1), 42-48. https://doi.org/10.37843/rted.v9i1.97

Aguaded, I., Jaramillo-Dent, D., & Delgado-Ponce, Á. (Eds.) (2021). *Currículum Alfamed de formación de profesores en educación mediática: MIL (Media and Information Literacy) en la era pos-COVID-19*. Ediciones Octaedro. https://bit.ly/3DYLu5o

Alathur, S., & Pai, R.R. (2023). Usefulness and barriers of adoption of social media for disability services: an empirical analysis. *Transforming Government: People, Process and Policy*, *17(*1), 147-171. https://doi.org/10.1108/TG-06-2022-0094

Albarello, F.J. (2020). Getting information from the smartphone: Transmedia reading strategies by young university students from the Aglomerado Gran Buenos Aires. *Palabra Clave, 23*(3), e2331. https://doi.org/10.5294/pacla.2020.23.3.1

Anderson, M., & Jiang, J. (2018). *Teens, social media & technology 2018.* Pew Research Center. https://pewrsr.ch/3k8CqUS

Arab, E., & Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes, 26*(1), 7-13. https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2014.12.001

Bernabéu, N., Esteban, N., Gallego, L., & Rosales, A. (2011). *Alfabetización mediática y competencias básicas. Proyecto Mediascopio Prensa. La lectura de la prensa escrita en el aula.* Ministerio de Educación. https://bit.ly/3JZHCVt

Bonilla-del-Río, M., & Aguaded, I. (2018). La escuela en la era digital: Smartphones, apps y programación en Educación Primaria y su repercusión en la competencia mediática del alumnado. *Pixel-Bit, 53,* 151-163. https://doi.org/10.12795/pixelbit.2018.i53.10

Bonilla-del-Río, M., Castillo-Abdul, B., García-Ruiz, R., & Rodríguez-Martín, A. (2022a). Influencers with intellectual disability in digital society: An

opportunity to advance in social inclusion. *Media and Communication, 10*(1), 222-234. https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4763

Bonilla-del-Río, M., Figuereo-Benítez, J.C., & García-Prieto, V. (2022b). Influencers with physical disabilities on Instagram: Features, visibility and business collaboration. *Profesional De La información, 31*(6). https://doi.org/10.3145/epi.2022.nov.12

Bonilla-del-Río, M., García-Ruíz, R., & Pérez-Rodríguez, M.A. (2018b). La educomunicación como reto para la educación inclusiva. *EDMETIC, 7*(1), 66-85. https://doi.org/10.21071/edmetic.v7i1.10029

Bonilla-del-Río, M., & Sánchez-Calero, M. L. (2022). Inclusión educativa en tiempos de COVID-19: Uso de redes sociales en personas con discapacidad intelectual. *RIED, 25*(1), 141-161. https://doi.org/10.5944/ried.25.1.30875

Bonilla-del-Río, M., Valor-Rodríguez, L., & García-Ruiz, R. (2018a). Alfabetización mediática y discapacidad: Análisis documental de literatura científica en Web of Science (WoS) y Scopus. *Prisma Social*, *20,* 1-20. https://bit.ly/3S8IgCh

Callejo, J. (2013). Media time use among adolescents and young adults: Analysis of differences. *Comunicación y Sociedad, 26*(2), 1-26. https://bit.ly/3XqcFx0

Callejo-Gallego, J. (2002). Observación, entrevista y grupo de discusión: El silencio de tres prácticas de investigación. Revista española de salud pública, 76, 409-422. https://bit.ly/41jZ1Ph

Campos-y-Covarrubias, G., & Lule-Martínez, N.E. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Xihmai, 7*(13), 45-60. https://bit.ly/3S9UBpK

Carrillo, D.V., & Castillo, D.A. (2011). Como crear marcas digitales (Digital Interactive Brand) para la generación digital. *Revista de Estudios de Juventud, 92,* 151-164. https://bit.ly/3E3CyvD

Córdoba, M., López, E.E., Ospina, J., & Polo, J.A. (2017). Estudiantes de la básica y media con respecto al uso de las TIC como herramientas de apoyo a su aprendizaje. *Trilogía Ciencia Tecnología Sociedad, 9*(16), 113-125. https://bit.ly/3YKqgAw

European Commission (Ed.) (2016). *Mapping of media literacy practices and actions in EU-28*. European Audiovisual Observatory. https://doi.org/10.2759/111731

Espinoza, N. (2010). La brecha digital. Avances para su superación en Venezuela. *Revista Iberoamericana CTS,* 1-16. https://bit.ly/2TR1fE3

Farell, G.E. (2012). Formación de valores mediante las tecnologías de la información y las comunicaciones. *Revista Cubana de Informática Médica, 4*(2), 154-160. https://bit.ly/40N08qd

Fernández-Batanero, J.M., & Tadeu, P. (2019). TIC y Diversidad Funcional: Barreras para la Formación del Profesorado en la Comunidad Autónoma de Castilla y León (España). *Sisyphus, 7*(1), 31-45. https://bit.ly/3Z2bAg1

Ferreira, M.A., & Díaz, E. (2009). Discapacidad, exclusión social y tecnologías de la información. *Política y Sociedad, 46*(1), 237-253. https://bit.ly/3YodAPV

Folgueiras-Bertomeu, P. (2016). La entrevista. *Informes (Mètodes d'Investigació i Diagnòstic en Educació).* https://bit.ly/2IbzilI

Fu, J., & Cook, J. (2021). Everyday social media use of young Australian adults. *Journal of Youth Studies*, *24*(9), 1234-1250. 10.1080/13676261.2020.1828843

Fundación Adecco (Ed.) (2022). *Tecnología y discapacidad.* Fundación Adecco / Keysight technologies. https://bit.ly/3IiuYQa

Gabelas, J.A., & Marta, C. (2011). Adolescentes en la cultura digital. In E. Martínez & C. Marta (Coords.), *Jóvenes Interactivos. Nuevos modos de comunicarse*. (pp. 1-16). Netbiblio. https://bit.ly/3xd9Apr

Galdón, G. (2013). Desinformación, manipulación y uso de Internet. La necesaria educación del sentido crítico ante los contenidos de los medios de información. In M. Viñarás & M. Solano (coords.) *Las nuevas tecnologías en la familia y la educación: Retos y riesgos de una realidad inevitable*. CEU Ediciones.

García-Galera, M., del-Hoyo-Hurtado, M., & Fernández-Muñoz, C. (2014). Engaged youth in Internet. The role of social networks in social active participation. [Jóvenes comprometidos en la Red: El papel de las redes socialesen la participación social activa]. *Comunicar, 43*, 35-43. https://doi.org/10.3916/C43-2014-03

García-Galera, M., & Valdivia, A. (2014). Media prosumers. Participatory cultureof audiences and media responsibility. [Prosumidores mediáticos. Cultura participativa de las audiencias y responsabilidad de los medios].

Comunicar,43, 10-13. https://doi.org/10.3916/C43-2014-a2

García-Jiménez, A., Tur-Viñes, V., & Pastor-Ruiz, Y. (2018). Consumo mediático de adolescentes y jóvenes. Noticias, contenidos audiovisuales y medición de audiencias. *Icono 14, 16*(1), 22-46. https://doi.org/10.7195/ri14.v16i1.1101

García-Pérez, M., & Ortega-Sánchez, I. (2010). Atención a la e-accesibilidad y usabilidad universal en el diseño formativo. *Pixel-Bit, 36,* 89-99. https://bit.ly/3YM3Hem

García-Prieto, V. (2016). La alfabetización digital para personas con discapacidad: un enfoque mediático. In *Actas del I Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento. Comunicracia y desarrollo social* (pp. 1223-1239). Egregius. https://bit.ly/3XvqNF8

Garzón-Asanza, A.A, Segovia-Castro, J.S., & Mora-Coello, R.A. (2022). Estudio de la brecha digital y el proceso de enseñanza-aprendizaje en Ecuador-caso de estudio: Universidad Técnica de Machala. *Revista angolana de ciências, 4*(1). https://bit.ly/3EpgJXN

Gutiérrez-Recacha, P., & Martorell-Cafranga, A. (2011). People with intellectual disability and ICTs. [Las personas con discapacidad intelectual ante las TIC]. *Comunicar, 36*, 173-180. https://doi.org/10.3916/C36-2011-03-09

Haddon, L., Cino, D., Doyle, M.A., Livingstone, S., Mascheroni, G., & Stoilova, M. (2020). *Children's and young people's digital skills: a systematic evidence review.* KU Leuven, Leuven: ySKILLS. https://doi.org/10.5281/zenodo.4274654

Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: A plan of action.* The Aspen Institute. https://bit.ly/3lkmDCy

IAB Spain (Ed.) (2022). *Estudio de redes sociales 2022.* Elogia. https://bit.ly/3Xy4u1O

INE (Ed.) (2022). *Encuesta de Discapacidad, Autonomía personal y Situaciones de Dependencia (EDAD). Principales resultados. Año 2020.* Instituto Nacional de Estadísticas. https://bit.ly/3lAeuKg

Janschitz, G., & Penker, M. (2022). How digital are ‘digital natives’ actually? Developing an instrument to measure the degree of digitalisation of university students–the DDS-Index. *Bulletin of Sociological Methodology/Bulletin de Méthodologie Sociologique, 153*(1), 127-159. https://doi.org/10.1177/07591063211061760

Kawamoto, T. (2021). Online self-presentation and identity development: The moderating effect of neuroticism. *PsyCh Journal, 10*(5), 816-833. https://doi.org/10.1002/pchj.470

Kaya, M. S., & McCabe, C. (2022). Effects of COVID-19 on Adolescent Mental Health and Internet Use by Ethnicity and Gender: A Mixed-Method Study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *19*(15), 8927. https://doi.org/10.3390/ijerph19158927

Marcelino-Mercedes, G.V. (2015) Migración de los jóvenes españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram. La segunda migración. *Icono 14, 13*(2), 48-79. https://doi.org/10.7195/ri14.v13i2.821

Martínez-Martínez, F., González-García, H., & González-Cabrera, J. (2022). Student's social networks profiles, psychological needs, self-concept and intention to be physically active. *Behavioral Psychology, 30*(3), 757-772. https://doi.org/10.51668/bp.8322310n

Martínez-Otero, V. (2017). Acoso y ciberacoso en una muestra de alumnos de educación secundaria. *Profesorado, Revista de Currículum y Formación del Profesorado, 21*(3), 277-298. https://bit.ly/2HKH9Tn

Martínez-Toran, M., & Esteve-Sendra, C. (2021). *Brecha digital y discapacidad: Una visión desde las entidades.* Sendemà Editorial. https://bit.ly/3lwlyrB

Medina, F., Briones, A.J., & Hernández, E. (2017). Educación en medios y competencia mediática en la educación secundaria en España. *Icono 14, 15*(1), 42-65. https://doi.org/10.7195/ri14.v15i1.1001

Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad (Ed.) (2014). *Plan de acción de la estrategia española sobre discapacidad 2014-2020.* Dirección General de Políticas de Apoyo a la Discapacidad. https://bit.ly/3YptSrF

Mooney, A.M. (2018). *This ability. An internacional legal analysis of disability discrimination.* Routledge.

Na, H. S., Hwang, J., & Kim, H. (2020). Digital content as a fast Internet diffusion factor: Focusing on the fixed broadband Internet. *Information Development*, *36*(1), 97-111. https://doi.org/10.1177/0266666918811878

Naciones Unidas (Ed.) (2006). *Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad y Protocolo Facultativo*. Naciones Unidas. https://bit.ly/40FxZ4i

Naciones Unidas (Ed.) (2017). *La tecnología digital es un instrumento para la*

alfabetización. Naciones Unidas. https://bit.ly/3YuxyZm

Naciones Unidas (Ed.) (2021). *Inclusión de la discapacidad en el sistema de las Naciones Unidas.* Naciones Unidas. https://bit.ly/3En1yyj

ONTSI (Ed.) (2022). *Tecnología + Sociedad en España 2021*. Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad. https://bit.ly/3K2qmz3

Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) (2001). *Understanding the Digital Divide.* OECD Digital Economy Papers. https://bit.ly/3RUovOz

Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) (2004). *Regulatory reform as a tool for bridging the digital divide.* OECD Digital Economy Papers. https://bit.ly/3jVh4Kz

Ortega, F., González Ispierto, B. & Pérez-Peláez, M.E (2015). Audiencias en revolución, usos y consumos de las aplicaciones de los medios de comunicación en tabletas y teléfonos inteligentes. *Revista Latina de Comunicación Social*, *70,* 627-651. https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1063

Othman, N. I., Azan, N., & Mohamed, H. (2020). Play-centric designing of a serious game prototype for low vision children. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications, 11*(5), 199-205. https://doi.org/10.14569/IJACSA.2020.0110528

Pacheco-Salazar, B. (2015). Reflexiones sobre la no atención a la diversidad como violencia de la escuela. *Ciencia y Sociedad, 40*(4), 633-684. https://bit.ly/3XI9z7F

Park, E. Y. (2022). Effect of COVID-19 on Internet Usage of People with Disabilities: A Secondary Data Analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *19*(13), 7813. https://doi.org/10.3390/ijerph19137813

Peters, S., Van-der-Cruijsen, R., Van-der-Aar, L.P.E., Spaans, J.P., Becht, A.I., & Crone, E.A. (2021). Social media use and the not-so-imaginary audience: Behavioral and neural mechanisms underlying the influence on self-concept. *Developmental cognitive neuroscience*, *48*, 100921. https://doi.org/10.1016/j.dcn.2021.100921

Porras-Hernández, L.H., & Navarro-Hernández, M.L. (2022). Communication practices in social media: Expression, avoidance, and silence. Implications for research and learning democratic values. *Education and Information*

Technologies, 1-18. https://doi.org/10.1007/s10639-022-11419-4

Prefasi, S., Magal, T., Garde, F., & Giménez, J.L. (2010). Tecnologías de la Información y de la Comunicación orientadas a la educación de personas con discapacidad cognitiva. *RELATEC, 9* (2), 107-123. https://bit.ly/3JW9EBv

Reolid-Martínez, R.E., Flores-Copete, M., López-García, M., Alcantud-Lozano, P., Ayuso-Raya, M.C., & Escobar-Rabadán, F. (2016). Frecuencia y características de uso de Internet por adolescentes españoles: Un estudio transversal. *Archivos argentinos de pediatría, 114*(1), 6-13. https://doi.org/10.5546/aap.2016.6

Rodríguez-Fuentes, A., & García-Guzmán, A. (2014). Medios de comunicación y discapacidad. Entre la accesibilidad y la interactividad. *Icono 14, 8*(1), 303-319. https://bit.ly/3fl0ig4

Samaniego, P., Laitamo, S.M., Valerio, E., & Francisco, C. (2012). *Informe sobre el Uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en la Educación para Personas con Discapacidad.* UNESCO/TRUST For The Americas. https://bit.ly/3E1IJQR

Sádaba, C., & Salaverría, R. (2023). Combatir la desinformación con alfabetización mediática: Análisis de las tendencias en la Unión Europea. *Revista Latina de Comunicación Social, 81,* 17-33. https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1552

Scolari, C.A. (2016). Alfabetismo transmedia: estrategias de aprendizaje informal y competencias mediáticas en la nueva ecología de la comunicación. *Telos, 193,* 13-23. https://bit.ly/3E05dBG

Scolari, C.A. (2019). Beyond the myth of the “digital native” Adolescents, collaborative cultures and transmedia skills. *Nordic Journal of Digital Literacy, 14*(3-4), 164-174. https://doi.org/10.18261/issn.1891-943x-2019-03-04-06

Sormanen, N., Reinikainen, H., & Wilska, T. A. (2022). Strategies of eliciting young people’s affective and quick participation in a youth magazine’s Instagram community. *Journalism Practice*, 1-20. https://doi.org/10.1080/17512786.2021.2016070

Trevisan, F., & Cogburn, D. L. (2020). Technology and accessibility in global governance and human rights: the experience of disability rights advocates. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society, 18*(3), 377-391. https://doi.org/10.1108/JICES-02-2020-0016

Valencia-Ortiz, R., Cabero-Almenara, J., Garay-Ruiz, U. (2020). The influence of gender in the use of social media by students and teachers. *Campus virtuales, 9*(1), 29-39. https://bit.ly/3lwD0w9

Valero, M.Á. (2011). *Investigación sobre las Tecnologías de la Sociedad de la Información para todos.* Colección Accesibilidad, Tecnología y Sociedad. https://bit.ly/3K4w3wA

Vega-Almeida, R. L. (2007). Brecha digital: un problema multidimensional de la sociedad emergente. *Inclusão Social, 2*(2), 96-108. https://bit.ly/3f8Bo37

Veloz-Aguilar, A.P. (2017). Las redes sociales y sus factores de riesgos. *Pro Sciences, 1*(5), 10-13. https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol1iss5.2017pp10-13

Wang, M., & Wu, D. (2021). ICT-based assistive technology as the extension of human eyes: technological empowerment and social inclusion of visually impaired people in China. *Asian Journal of Communication, 31*(6), 470-484. https://doi.org/10.1108/S2050-206020160000012003

We are Social (Ed.) (2023a). *Digital 2023: Global overview report.* We are social / Melwater. https://bit.ly/3E2fduk

We are Social (Ed.) (2023b). *Digital 2023: Spain.* We are social / Melwater. https://bit.ly/3jOTUWj

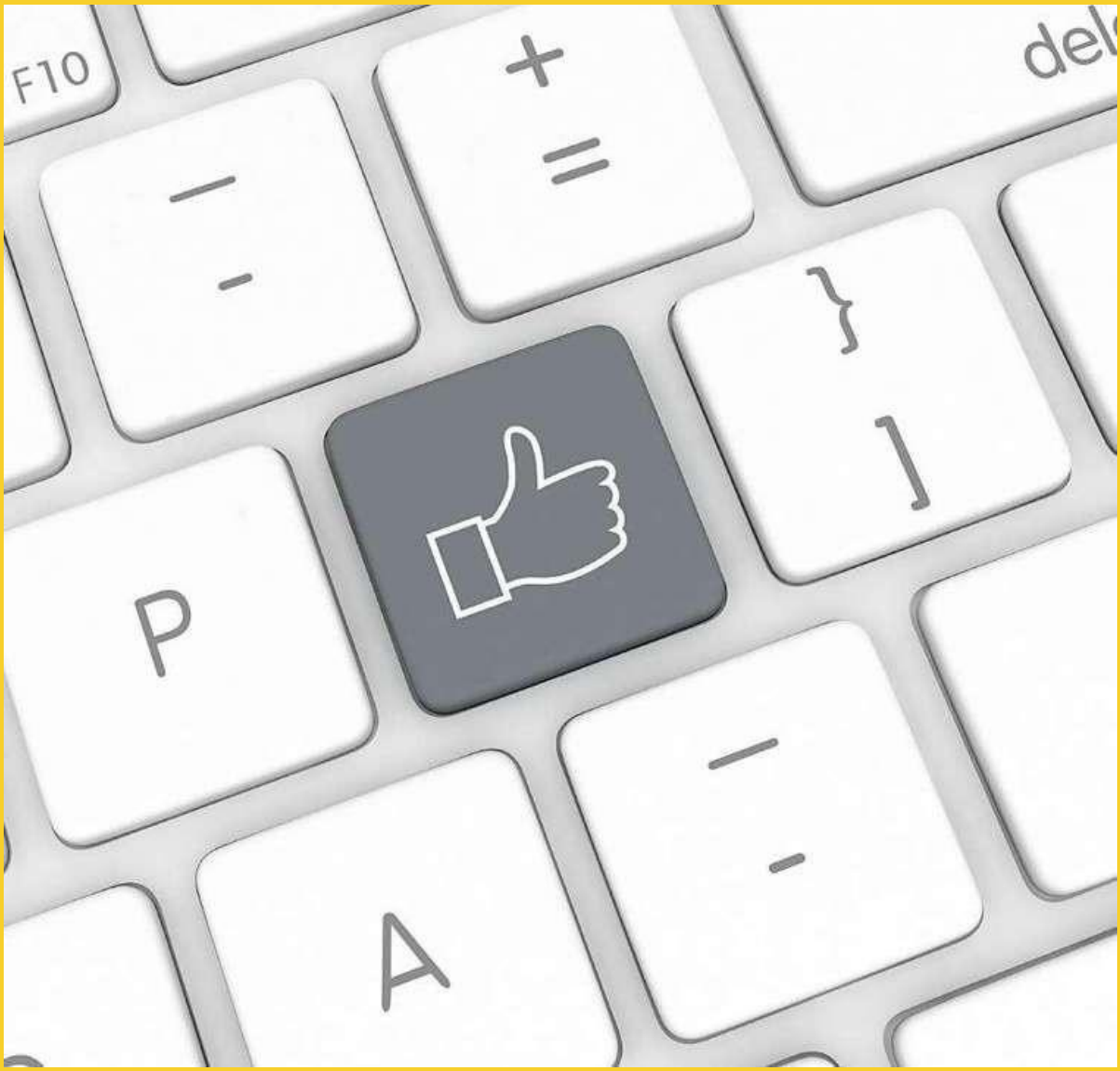
White, P., & Forrester-Jones, R. (2020). Valuing e-inclusion: Social media and the social networks of adolescents with intellectual disability. *Journal of Intellectual Disabilities*, *24*(3), 381–397. https://doi.org/10.1177/1744629518821240

Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K., & Cheung, C. K. (2011). *Alfabetización Mediática e informacional: Curriculum para profesores.* Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. https://bit.ly/2CrwA7m

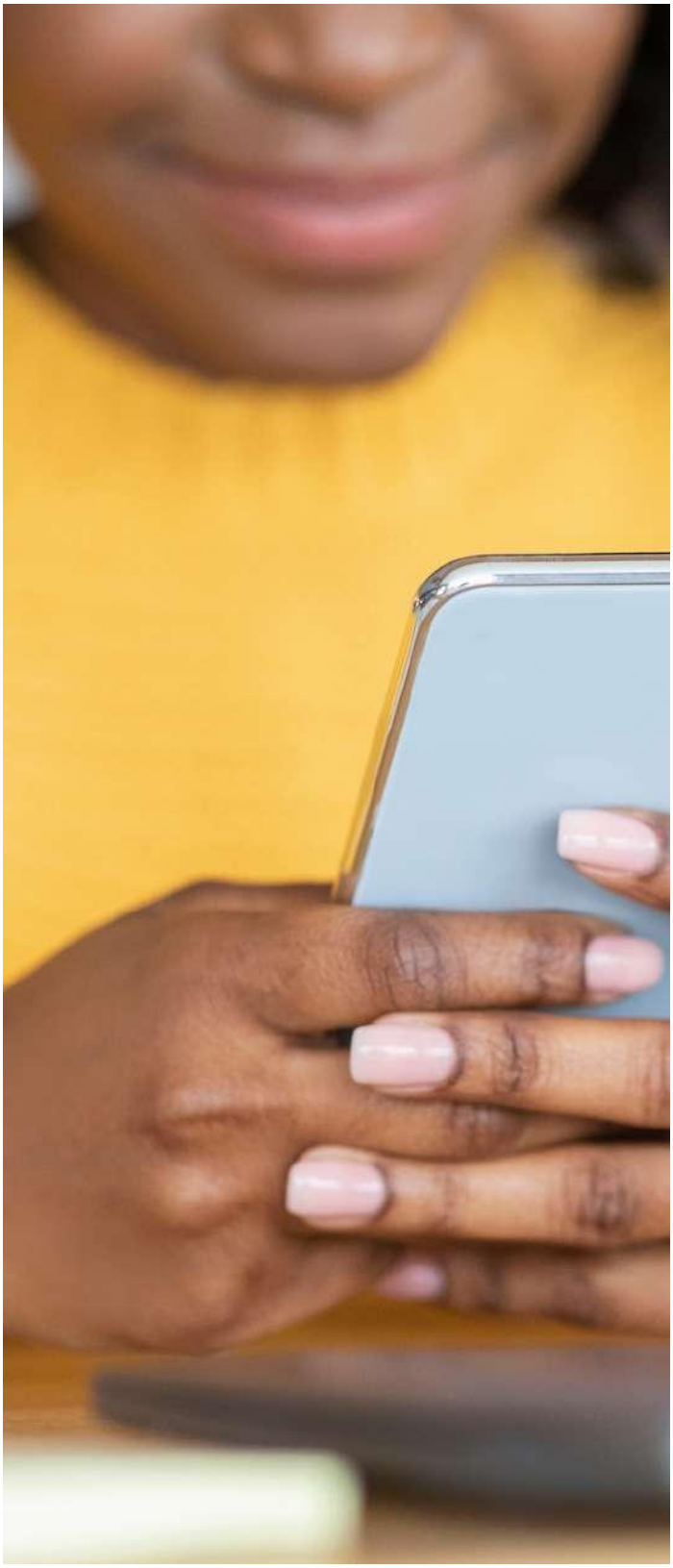
Xie, W. (2014) Social network site use, mobile personal talk and social capital among teenagers. *Computers in Human Behavior, 41,* 228-235. https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.09.042

Zappalá, D., Köppel, A., & Suchodolski, M. (2011). *Inclusión de TIC en escuelas para alumnos con discapacidad visual.* Ministerio de Educación de la Nación. https://bit.ly/3xhS0

9. ANEXOS



9. ANEXOS



ANEXO I

LA EDUCOMUNICACIÓN COMO RETO PARA LA EDUCACIÓN INCLUSIVA



edmetic
Revista de Educación Mediática y TIC

La educomunicación como reto para la educación inclusiva

Edu-communication as a challenge for inclusive education

Fecha de recepción: 29/10/2017
Fecha de revisión: 08/11/2017
Fecha de aceptación: 10/12/2017

Cómo citar este artículo:
Bonilla-del-Río, M., García-Ruiz, R., y Pérez-Rodríguez M.A. (2018). La educomunicación como reto para la educación inclusiva. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC, 7*(1), 66-85. doi: https://doi.org/10.21071/edmetic.v7i1.10029

La educomunicación como reto para la educación inclusiva

Edu-communication as a challenge for inclusive education

Mónica Bonilla del Rio[1], Rosa García-Ruiz [2] y M. Amor Pérez Rodríguez [3]

Resumen:
La alfabetización digital y mediática se ha convertido en un requisito fundamental y en un derecho básico en las sociedades democráticas. En un contexto donde los medios y los recursos digitales adquieren cada día más importancia, la educomunicación se presenta como un reto para el desarrollo de las destrezas y habilidades necesarias en la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Esta alfabetización puede suponer la superación de barreras de accesibilidad ante las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) por parte de las personas con diversidad funcional, favoreciendo la participación activa, la igualdad de oportunidades y los procesos de inclusión social de este colectivo. En este trabajo se visibilizan las prácticas educativas desarrolladas en un centro de educación especial a través de un estudio de caso, en relación al aprovechamiento de los medios de comunicación como elementos enriquecedores para favorecer la inclusión digital y social de SU alumnado, a través de experiencias educativas como la elaboración de una radio y un periódico escolar y la participación en el "Proyecto Redconsejos", lo que permite concluir que es posible la mejora de la competencia digital y mediática de los estudiantes, así como su capacidad crítica y reflexiva ante los medios.

Palabras claves: alfabetización mediática, educomunicación, educación inclusiva, discapacidad.

Abstract:
Digital and media literacy has become an essential requirement and a basic right in democratic societies. In a context where mass media and digital resources have acquired increasing importance, educommunication is considered as a challenge for the development of the necessary skills and abilities in the Society of Information and Knowledge. Media literacy can signify the overcoming of the barriers of accessibility to Information and Communication Technologies (ICT) by people with functional diversity, favoring their participation, equality of opportunities and social inclusion. This paper

[1] Universidad de Cantabria, Santander (España); monica.bonilla.delrio@hotmail.com, Código ORCID: orcid.org/0000-0003-2476-8922

[2] Universidad de Cantabria, Santander (España); rosa.garcia@unicam.es, Código ORCID: orcid.org/0000-0003-1445-6968

[3] Universidad de Huelva, Huelva (España); amor@perez-rodriguez.es, Código ORCID: orcid.org/0000-0001-8312-5412

edmetic, 7(1), 2018, E-ISSN: 2254-0059; pp. 66-86,
doi: https://doi.org/10.21071/edmetic.v7i1.10029

©edmetic, Revista de Educación Mediática y TIC

describes the educational practices in a special education school through a case study where mass media are used as enriching elements to promote the digital and social inclusion of students. It`s possible to reach the conclusion that the students' digital and media competence, as well as their critical and reflexive capacity, are promoted through educational experiences such as the creation of a school radio and newspaper or participation in the "Proyecto Redconsejos/Project Nettips".

Keywords: media literacy, educommunication, inclusive education, disability.

1. Introducción

El entorno multipantalla y los continuos progresos científicos y tecnológicos configuran escenarios que requieren el desarrollo de competencias digitales y mediáticas que permitan a los ciudadanos desenvolverse de manera satisfactoria, crítica y participativa en la era digital (Aguaded, 2013). En este contexto, la alfabetización mediática e informacional se torna como un elemento necesario en la sociedad actual, entendiendo este término como un conjunto de habilidades, competencias y actitudes que la ciudadanía ha de desarrollar. Para ello, es importante adoptar enfoques críticos e ideológicos que permitan una educación para los medios verdaderamente efectiva y reflexiva y no meramente instrumental (Gutiérrez y Tyner, 2012).

Desde diversos organismos internacionales entre los que destacan la UNESCO, la ONU o la Comisión Europea se hace especial hincapié en la necesidad de fomentar estrategias que permitan la accesibilidad de las personas con discapacidad a las tecnologías y los sistemas de información y comunicaciones (TIC). No obstante, en la actualidad, siguen existiendo barreras en este ámbito, lo que supone una brecha digital que perpetúa la desigualdad entre las personas que disponen de acceso a las tecnologías y aquellas que quedan excluidas de las oportunidades de información, comunicación y creación inherentes a los recursos digitales (Bernabéu, Esteban, Gallego y Rosales, 2011).

En este sentido, la formación en alfabetización mediática puede entenderse como un elemento inclusivo para el empoderamiento de las personas con discapacidad. No se debe obviar que hasta el momento los avances tecnológicos, tal y como apuntan Ferreira y Díaz (2009), han aumentado la distancia existente entre las personas con discapacidad y su entorno, ya que existe una escasa accesibilidad en los servicios y contenidos web públicos y privados, lo que supone dificultades a este colectivo a la hora de acceder e integrarse en la sociedad del conocimiento. Sin embargo, según Zappalá, Köppel y Suchodolski (2011), el uso de las TIC es un factor que puede contribuir a la mejora de la calidad de vida y la inclusión social de las personas

edmetic, 7(1), 2018, E-ISSN: 2254-0059; pp. 66-86,
doi: https://doi.org/10.21071/edmetic.v7i1.10029
©edmetic, Revista de Educación Mediática y TIC

con discapacidad, siempre y cuando se tenga en cuenta que el desarrollo de las tecnologías ha de adaptarse a las necesidades de estas personas, puesto que, en caso contrario, podrían suponer nuevas formas de exclusión social.

De este modo, cabe plantearse la relación entre la discapacidad y los medios de comunicación, entendiendo la educomunicación como un agente de integración efectiva en la Sociedad de la Información y el Conocimiento para colectivos que pudieran estar en riesgo de exclusión social. Esta formación podría ayudar a las personas con diversidad funcional a desarrollar su autonomía e independencia, así como a mejorar sus habilidades sociales y comunicativas. Se trata, por tanto, de una apuesta que pretende visibilizar a las personas con discapacidad en la sociedad, así como dar voz a un colectivo que precisa que se tiendan puentes que permitan su participación plena y efectiva en la sociedad.

2. Educación inclusiva

La educación inclusiva, de acuerdo con Rodríguez y Álvarez (2017), se ha establecido como un reto y una responsabilidad a nivel global para garantizar una educación equitativa y de calidad para todos, atendiendo tanto a la diversidad de personas como de contextos. El interés de garantizar un proyecto educativo igualitario ha ido forjando progresivamente, tanto a nivel nacional como internacional, el compromiso de promover una línea educativa de actuación común, prestando especial atención a la diversidad de todos los ciudadanos y eliminando cualquier tipo de discriminación (Barrio, 2009). Sin embargo, conviene destacar el origen y la evolución que se ha producido hasta llegar a la educación inclusiva. Siguiendo el planteamiento de Parrilla (2002), existen cuatro etapas educativas diferenciadas en este proceso de transformaciones que se han venido produciendo en favor de la inclusión.

En este sentido, la exclusión es considerada como aquella primera etapa en la que únicamente recibían formación las personas pertenecientes a las élites, mientras que a ciertos colectivos (clase trabajadora, mujeres, grupos culturales marginales y personas identificadas con discapacidades) se les negaba el acceso a los procesos educativos (Acevedo, 2014).

Posteriormente, se comienza a reconocer su derecho a la educación y

se generan políticas que permiten su escolarización. No obstante, durante esta segunda etapa, las condiciones de formación se basan en la segregación, diferenciando y separando la educación recibida por los diversos colectivos en distintas escuelas. (Parrilla, 2002)

En un tercer momento, se da impulso a reformas integradoras que comienzan a responder a la situación de desigualdad social y educativa, lo que supone un avance notorio que empieza a favorecer la escolarización de estos colectivos en escuelas ordinarias. Sin embargo, este proceso de integración contribuía a la imposición de los contenidos y los valores de la cultura dominante, ya que no fue acompañado de renovaciones curriculares, organizativas ni pedagógicas (Escudero y Martínez, 2011).

Esta situación da paso a reformas inclusivas que pretenden facilitar la educación de todos los ciudadanos, promoviendo su capacidad crítica y participativa en la sociedad en todos los ámbitos y niveles (emocionales, laborales, políticos, sociales…) Por tanto, la inclusión es un modelo teórico y práctico que aboga por la necesidad y obligación de favorecer modificaciones sustanciales en las instituciones educativas, de tal manera que las escuelas sean para todos y sean entendidas como espacios educativos en los que todos los alumnos, independientemente de sus características, sean valorados y tengan la oportunidad y el derecho de participación (Susinos, 2005).

Por consiguiente, teniendo en cuenta las consideraciones de la UNESCO (2005), la educación inclusiva ha de dar respuesta a la diversidad de necesidades del alumnado, favoreciendo la participación de todos los niños y jóvenes tanto en procesos de aprendizaje como en dinámicas culturales y comunitarias y disminuyendo la exclusión social en entornos educativos formales, no formales e informales. La inclusión, por tanto, ha de entenderse como un proceso continuo y necesario que nunca finaliza, puesto que hay que valorar la posible aparición de nuevas barreras exclusivas que dificulten el desarrollo integral o la limitación de aprendizajes del alumnado (Blanco, 2006). Este proceso educativo considera la diversidad como un elemento

©edmetic, Revista de Educación Mediática y TIC

enriquecedor en los procesos de enseñanza-aprendizaje y en las relaciones humanas y sociales que se establecen entre los distintos agentes de la comunidad educativa (Vanegas, Vanegas, Ospina y Restrepo, 2016).

3. TIC y medios de comunicación en la alfabetización actual

Las transformaciones sociales y culturales producidas en la sociedad contemporánea por el desarrollo de las TIC están provocando un impacto significativo en las experiencias que tienen lugar en la infancia, debido a la influencia de este tipo de medios en los niños y jóvenes (Buckingham, 2003). No obstante, de acuerdo con García-Ruiz y Renés (2013), la simple presencia de los medios en la sociedad no es garantía de la adquisición de la competencia mediática por parte de los ciudadanos, por lo que es necesario tener en cuenta la globalidad de los sujetos y los contextos múltiples en los que han de desenvolverse, con el fin de que optimicen su capacidad para utilizar, disfrutar y aprender de los medios de comunicación.

En este sentido, es innegable que en la era tecnológica los ciudadanos necesitan ser competentes digital y mediáticamente para tener una participación plena en la sociedad, requiriendo habilidades que les permitan ya no solo el consumo de mensajes, sino también la capacidad de crear y compartir contenidos valiosos (Hobbs, 2010). Ante este planteamiento, cabe destacar el concepto de prosumidor, formado por la combinación de los términos de productor y consumidor (McLuhan y Nevitt, 1972). En este sentido, de acuerdo con Sánchez-Carrero y Contreras-Pulido (2012), se considera prosumidores mediáticos a aquellos ciudadanos que producen y consumen información de manera responsable, crítica y efectiva en espacios virtuales a través de la utilización de recursos digitales y audiovisuales. Hoy en día, la alfabetización mediática debe promover procesos educativos que favorezcan, por un lado, la formación en la recepción de los mensajes y, por otro, la emisión reflexiva, emocional y creativa de contenidos, con el fin de favorecer una ciudadanía prosumidora (García-Ruiz, Ramírez-García y Rodríguez-Rossell, 2014).

La relación entre los medios de comunicación y los potenciales usuarios ha de orientarse desde un enfoque integrador que permita, por un lado, tal y

como apuntan Sotelo, Marta y Aranda (2012), la protección de los niños y jóvenes de aquellos contenidos y usos que pudieran ser perjudiciales para ellos y, por otro, el establecimiento y la promoción de una utilización de los medios enriquecedora.

La escasa presencia en los contenidos escolares de lo mediático constituye una contradicción en la realidad del siglo XXI, de cara a la educación de una ciudadanía preparada para la sociedad en la que ha de vivir. Se requiere, como exponen Pérez-Rodríguez y Delgado-Ponce (2015) un esfuerzo, desde la educación, en cuanto a metodologías y experiencias didácticas que desmonte la aparente naturalidad de las imágenes que invaden las comunicaciones y permita descifrar los contenidos de los textos audiovisuales con la suficiente competencia tanto receptiva como expresiva. La educación tiene aún una asignatura pendiente en la adaptación a las nuevas realidades y atendiendo las necesidades formativas de alumnos, profesores y familias. En esta línea, Pérez-Rodríguez y Delgado-Ponce (2012), destacan que la promoción de la competencia mediática en las instituciones educativas favorecería el desarrollo de una educación basada en la reflexividad, la colaboración, el diálogo, la tolerancia y la diversidad.

4. Colectivos en riesgo de exclusión social y su apropiación de los nuevos medios

La atención a la diversidad a través de la integración de los medios y TIC puede suponer una estrategia y un recurso muy útil para promover el desarrollo integral de las personas con discapacidad, ya que pueden contribuir a la mejora de su comunicación o su autonomía personal y social (Escandell, Rodríguez y Cardona, 2004). Por tanto, siguiendo con las ideas de estos autores, se podrían ofrecer nuevas oportunidades en los procesos educativos mediante una reestructuración organizativa, curricular y metodológica que favorezca el aprovechamiento del potencial inclusivo de estos recursos. En esta línea, de acuerdo con Acevedo (2014), las categorías principales que fundamentan la inclusión social son la educación inclusiva y la

©edmetic, Revista de Educación Mediática y TIC

inclusión digital. Por tanto, la adopción de un enfoque educativo en el que la diversidad se valore como un factor enriquecedor y en el que se garantice la accesibilidad tecnológica a este colectivo podría reducir las situaciones de exclusión social.

Por este motivo, es necesario apostar por la eliminación de barreras y obstáculos que pueden generar situaciones discriminatorias, con el fin de que las personas con diversidad funcional puedan apropiarse de los medios emergentes. De acuerdo con Miranda (2007), existen diversos factores que influyen y pueden dificultar este uso. En primer lugar, cabe destacar la ausencia de ayudas económicas y la falta de accesibilidad a las TIC, lo que supone un obstáculo para este colectivo a la hora de hacer uso de estos recursos, ya que en ocasiones se requiere de dispositivos con algún tipo de adaptación o de mayores prestaciones. Del mismo modo, la escasez de formación y la falta de ayudas técnicas son otras de las barreras que pueden impedir su inclusión digital, ya que a pesar del interés que pudieran tener ante el uso de los medios y TIC, en este caso, las dificultades provendrían de la insuficiente disposición de información y del desconocimiento de acceso a ayudas para la resolución de problemas en este ámbito. Por último, el grado de autonomía de la persona y la sensibilidad de su entorno influyen de manera significativa en la predisposición de este colectivo ante el uso de estos medios. En este sentido, el grado de dependencia, el interés o los prejuicios de los cuidadores en torno al uso de las TIC por las personas con diversidad funcional pueden determinar nuevas formas de obstaculización de acceso a los entornos digitales.

No obstante, conviene mencionar algunas experiencias en las que se utilizan los medios de comunicación y las TIC como un elemento promotor y facilitador de la e-inclusión, entre las que se podrían destacar las siguientes: el uso de videojuegos para promover el aprendizaje, el desarrollo de destrezas básicas y el ocio de personas con discapacidades motoras (Franco, 2007), la utilización de lenguaje de programación a través de herramientas como Scratch para favorecer aprendizajes significativos y activos al alumnado con necesidades educativas especiales (López-Escribano y Sánchez-Montoya, 2012), la creación de blogs para fomentar la participación de las personas en

dinámicas sociales (Marín, 2013), la aplicación de herramientas de Robótica Educativa como recursos favorecedores de la interacción social, emocional y cognitiva del alumnado con necesidades educativas especiales (Conchinha, Vilhete y Correia, 2015), la formación a través de Espacios CyL Digital como puntos de referencia para las TIC y como promotores de la inclusión digital de colectivos en riesgo de exclusión social (Hernández y Miguel-Hernández, 2017) o el uso de la Realidad Aumentada como estrategia para trabajar con personas con dificultades motrices, psicológicas o de tipo auditivo (Marín, 2016).

Por último, coincidiendo con Bascones (2014), cabe destacar que la inclusión digital y el uso de internet por parte de personas con discapacidad es muy beneficioso. El acceso a información y a contenidos online y la presencia y utilización de redes sociales favorecen el grado de autonomía y la participación de este colectivo en la sociedad, aumentando su red de contactos y sus relaciones interpersonales y afianzando el sentimiento de pertenencia a un grupo y la identidad social.

5. Avances legislativos para favorecer la alfabetización mediática en la educación inclusiva

Se ha prestado especial atención a nivel legislativo a la necesidad de precisar leyes, recomendaciones y declaraciones en torno a la promoción de la inclusión digital y de la educación inclusiva, con el fin de reconocer y garantizar el derecho a la educación de todos los ciudadanos. En este sentido, desde diferentes organismos internacionales se han desarrollado acciones para velar por el interés y los derechos de las personas con discapacidad.

La Conferencia Mundial sobre Necesidades Educativas Especiales (UNESCO, 1994) sienta las bases a nivel internacional sobre la necesidad de fomentar prácticas educativas inclusivas. Esta iniciativa tiene repercusiones políticas, sociales y educativas, lo que supone un reconocimiento al derecho de todos a la educación, a la igualdad y la participación en la sociedad como parte fundamental de la dignidad humana y el pleno disfrute de los

©edmetic, Revista de Educación Mediática y TIC

derechos. Del mismo modo, la UNESCO propone el desarrollo de estrategias para impulsar el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, con el propósito de disminuir las desigualdades de accesibilidad por parte de ciertos colectivos y de garantizar el acceso factible y equitativo a la información y el conocimiento (Samaniego, Laitamo y Francisco, 2012).

La Convección sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (ONU, 2006) también ampara de manera internacional la protección de los derechos y la dignidad de las personas con diversidad funcional. En cuanto al ámbito digital y mediático, en el artículo 9 de la mencionada convección, se reconoce la necesidad de garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad a los sistemas y tecnologías de la información y la comunicación. Asimismo, en el artículo 21, se reconoce su derecho a la libertad de expresión y de opinión, destacando de este modo la necesidad de garantía de las libertades fundamentales recogidas en los derechos humanos.

Por su parte, la Estrategia Europea sobre Discapacidad 2010-2020 (Comisión Europea, 2010) propone un marco de acción a nivel europeo que pretende suprimir barreras y establecer medidas en torno a los siguientes ámbitos de actuación: accesibilidad, participación, igualdad, empleo, educación y formación, formación social, sanidad y acción exterior, con el fin de favorecer la participación de este colectivo en la sociedad.

Por último, conviene mencionar la Ley 26/2015, de 28 de julio, de Modificación del Sistema de Protección a la Infancia y a la Adolescencia que introduce cambios significativos en referencia a la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, de modificación parcial del código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil. Tal y como destacan García-Ruiz y Castro (2017), a través de la aprobación de esta ley, se hace referencia por primera vez a la relevancia de la alfabetización digital y mediática como estrategia indispensable para el desarrollo de las habilidades de análisis crítico y la participación de los menores en la sociedad. En este sentido, se hace hincapié en la adecuación de dicha alfabetización a la evolución de cada niño y joven, favoreciendo actuaciones responsables y seguras ante el uso de las tecnologías de la información y la comunicación y especialmente de internet en cuanto a la prevención, detección y protección de posibles riesgos

y a la utilización adecuada de los recursos TIC. Resulta necesarioque los organismos gubernamentales den respuesta e impulsen servicios que favorezcan el acceso a información adecuada y de calidad por parte de los menores mediante el desarrollo de valores como la equidad, o, la solidaridad.

6. Intervención pedagógica para la inclusión mediática y digital. Ejemplificación de un estudio de caso

De acuerdo con Hegarty (1994), en un mundo ideal no existirían las escuelas de educación especial, puesto que todos los ciudadanos independientemente de sus características y condiciones podrían acceder y recibir una educación de calidad y adecuada a sus intereses y necesidades en las escuelas comunes. Sin embargo, tal y como está hoy en día organizado el sistema educativo, en la actualidad se está lejos de conseguir este objetivo presumible y comprensiblemente tan deseado, ya que para que esto ocurriese sería necesario apostar por una verdadera revolución educativa tanto a nivel organizativo como curricular que, en términos generales, no se está viendo materializada por el momento. Por tanto, hasta que esta inclusión educativa sea alcanzada globalmente, surge la necesidad de favorecer una educación de calidad en las escuelas de educación especial, ya que su labor actual tanto formativa como pedagógica es de vital importancia para los niños y jóvenes con diversidad funcional. Por este motivo, estas instituciones han de adoptar enfoques que permitan su apertura hacia la comunidad, forjando alianzas y colaboraciones que favorezcan la integración social del alumnado.

De este modo, la alfabetización digital y mediática puede llegar a entenderse como un factor facilitador de la inclusión social y digital, siempre y cuando estos procesos formativos se realicen en condiciones de apoyo y acompañamiento social y faciliten la incorporación de las personas en riesgo de exclusión social a la formación continua o la participación en actividades que se desarrollen en su entorno o comunidad (Travieso y Planella, 2008). Estos autores destacan el progresivo interés por parte de los profesionales y agentes formadores en superar enfoques reduccionistas que se limitan a la promoción

©edmetic, Revista de Educación Mediática y TIC

de acciones centradas en la mera formación instrumental en favor de enfoques que incluyen, además de la formación en la utilización segura y responsable de estos recursos, el desarrollo de acciones que fomentan valores colaborativos, inclusivos y participativos de manera crítica y reflexiva.

Teniendo en cuenta este marco teórico en el que se contextualiza este trabajo, se analiza una experiencia educativa a través de un estudio de caso, con el objetivo de profundizar en la realidad y en las propuestas didácticas desarrolladas en el Centro de Educación Especial Fernando Arce, situado en el municipio de Torrelavega (Cantabria). Se ha seleccionado esta escuela de Educación Especial debido a que es un centro educativo en el que se apuesta por la utilización de los medios de comunicación como estrategia para la promoción de la inclusión digital y social del alumnado con discapacidad, a través de la participando en proyectos en los que se fomenta una educación de calidad en este ámbito tanto a nivel formativo como pedagógico, y con el que los autores de este artículo colaboran habitualmente, por lo que ha sido posible recoger la información a través de la observación en las instalaciones.. Mediante el desarrollo de un proyecto educativo innovador se promueve su alfabetización mediática y digital a través de buenas prácticas ante los medios (Renés-Arellano, García-Ruiz y Ramírez-García, 2013). En este sentido, se llevan a cabo diversas propuestas enriquecedoras entre las que destaca la creación de "Radio Menuda", una radio escolar a través de la cual se trabajan los objetivos curriculares de las diferentes áreas y se promueve el desarrollo de la autonomía, la competencia mediática y las habilidades sociales y comunicativas de los alumnos, así como la difusión del periódico escolar "La Estela" donde los estudiantes participan activamente en la elaboración de las noticias y las secciones que componen este medio.

Asimismo, se lleva a cabo el desarrollo de un taller de audiovisuales, en el que se realizan diferentes actividades en torno a los medios como, por ejemplo, la visualización de noticias y su posterior análisis crítico; la preparación de los contenidos del programa de radio o la elaboración y organización de las diferentes secciones del periódico. La realización de este taller es una propuesta que, tiene una temporalización semanal, con una sesión diaria de una hora, que sin duda, aboga por la alfabetización mediática y por la

búsqueda de la integración y la participación de los estudiantes en la sociedad, aportándoles formación y ofreciéndoles oportunidades y medios para expresar sus inquietudes e intereses.

Resulta de especial interés la participación de este centro en el "Proyecto Redconsejos", una propuesta didáctica que pretende concienciar y formar a los potenciales usuarios de las redes sociales en el uso seguro y responsable de estos entornos virtuales. El colectivo que participa en esta experiencia está compuesto por los jóvenes mayores de 16 años con discapacidad intelectual y con un nivel curricular correspondiente a 4º de Primaria, que cursan la Formación Profesional Básica.

En este proyecto se ha trabajado, durante los dos últimos años, con los alumnos sobre la necesidad de hacer uso de las redes de manera adecuada, evitando la intimidación o la ofensa de otros usuarios y promoviendo estrategias que fomenten una convivencia digital agradable. Participan también instituciones educativas de Madrid, Málaga, Murcia, Valencia, Castilla-La Mancha, Bilbao, México y Cantabria, siendo el colegio Fernando Arce el único centro de Educación Especial participante en esta experiencia. La colaboración de tantas instituciones está conformando una red cada vez más extensa que apuesta por la promoción del uso seguro de las redes y la concienciación de los posibles riesgos de internet, con el fin de ofrecer una guía a los estudiantes que les permita conocer las posibilidades y peligros del entorno virtual para que su navegación sea optima y satisfactoria. Mediante el blog y la cuenta de Instagram del proyecto se comparten las experiencias y los materiales creados por el propio alumnado, dando a conocer el trabajo que realizan en las diferentes sesiones. Además, se ofrece una unidad didáctica para trabajar contenidos relacionados con el uso seguro de internet, la netiqueta, el cyberbullying, la identidad digital o el uso seguro de las redes sociales, mediante una metodología propuesta basada en la cooperación y el aprendizaje significativo. Tras el trabajo de aula, los estudiantes crean sus propios "redconsejos" mediante la edición de fotografías o vídeos con mensajes sobre la utilización segura y responsable de las TIC o con las actitudes

edmetic, 7(1), 2018, E-ISSN: 2254-0059; pp. 66-86,
doi: https://doi.org/10.21071/edmetic.v7i1.10029
©edmetic, Revista de Educación Mediática y TIC

deseables en cuanto al comportamiento 2.0. A modo de ejemplo, se destacan los siguientes "redconsejos": "No debes aceptar todas las solicitudes de amistad" o "No hagas lo que no quieres que te hagan a ti". La temporalización del proyecto es adaptable a cada centro y a cada grupo de alumnos, dotando a los profesionales con la capacidad de estructurarlo atendiendo a sus necesidades e intereses.

Posteriormente, estos materiales se comparten a través de las redes para la sensibilización de otros usuarios. De esta manera se dota al alumno de la capacidad crítica en cuanto a la recepción de mensajes audiovisuales y del uso seguro de internet, y se le forma en la capacidad crítica de producción de sus propios mensajes, en este caso consejos que ayudarán a otros chicos y chicas a hacer un uso responsable de las redes sociales.

Este centro, por tanto, está concienciado sobre la necesidad de la promoción de la alfabetización digital y mediática, por lo que sus prácticas educativas reflejan la inclusión de los medios de comunicación como elementos fundamentales para la participación en la sociedad y como fuentes de aprendizaje.

7. Conclusiones

Hoy en día, la superación de barreras que dificultan la accesibilidad en cuanto a los medios y TIC de las personas con diversidad funcional es una necesidad primordial para garantizar sociedades democráticas, equitativas y participativas. La educación inclusiva y la inclusión digital han de entenderse como un derecho básico de todos los ciudadanos. En la actualidad, la alfabetización mediática adquiere especial relevancia, debido a la presencia y la influencia de los medios de comunicación en todos los ámbitos de la cotidianeidad. El punto inicial de este proceso inclusivo interminable ha de implicar a todos los agentes educativos, con el fin de promover una educación de calidad para todos, en la que se valore la diversidad como un elemento enriquecedor en los procesos de enseñanza-aprendizaje (Echeita y Ainscow, 2011).

En este sentido, y teniendo en cuenta la necesidad de que los colectivos en riesgo de exclusión social desarrollen la competencia digital y

mediática para lograr una inclusión plena en la sociedad actual, es necesario desarrollar acciones educativas que disminuyan las situaciones de exclusión y que garanticen la justicia social y la igualdad de oportunidades de todas las personas. La propuesta educativa que se ha presentado en este trabajo supone un reconocimiento a la posibilidad de aprovechar el potencial de los medios para desarrollar la competencia mediática en el alumnado con discapacidad, con el propósito de favorecer procesos que permitan reducir las dificultades y obstáculos que pudieran encontrar ante el uso y apropiación de medios y TIC. Las experiencias que se llevan a cabo en este centro de educación especial, enmarcadas dentro del "Proyecto Redconsejos", brindan la oportunidad al alumnado de actuar como prosumidores mediáticos y de expresarse a través de diferentes códigos, dando voz a un colectivo al que, de manera injusta pero habitual, se le ha negado el derecho al diálogo y la participación. Por tanto, la educomunicación puede ser entendida como un elemento transformador de la propia realidad de este colectivo y como un factor generador de cambios sociales, ya que estas experiencias favorecen la inclusión de los estudiantes y la concienciación y la reflexión de todos los agentes educativos implicados en los procesos de enseñanza (Kaplún, 1998).

Este tipo de propuestas de intervención promueve el derecho a la participación de las personas con diversidad funcional ante los medios, favoreciendo sus habilidades para expresar y compartir su visión sobre temáticas de interés. Asimismo, estas aportaciones fomentan la formación de la identidad y el sentimiento de pertenencia de este colectivo en la esfera pública, lo cual implica un progreso significativo a nivel social y humano en la sociedad. Resulta evidente plantearse que no son las tecnologías por sí mismas las que aumentan la brecha digital, sino que en muchas ocasiones los propios docentes carecen de las competencias necesarias para desarrollar dinámicas de trabajo que favorezcan su aprovechamiento, tal y como se ha demostrado mediante este estudio de caso, a partir del que se puede concluir que es posible favorecer el desarrollo de la alfabetización mediática en estudiantes con diversidad funcional.

©edmetic, Revista de Educación Mediática y TIC

Por tanto, es de vital importancia continuar avanzando tanto en la promoción de la accesibilidad de las personas con discapacidad a las TIC como en la necesidad de fomentar prácticas relativas a la alfabetización en medios, con el propósito de favorecer procesos de inclusión social y digital de este colectivo en la sociedad de la información y el conocimiento.

Apoyos

Este trabajo está avalado por el Proyecto I+D+I "Competencias mediáticas de la ciudadanía en medios digitales emergentes (smartphones y tablets): prácticas innovadoras y estrategias educomunicativas en contextos múltiples" con clave EDU2015-64015-C3-1-R, por la "Red de Educación Mediática" del Programa Español de Investigación Científica-Técnica de Excelencia (EDU2016-81772-REDT), financiados por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y Ministerio de Economía y Competitividad de España y por el Proyecto "Competencia mediática en la sociedad digital para la participación crítica de la ciudadanía. Diagnóstico y planes de acción didácticos" de la Universidad de Cantabria.

Referencias bibliográficas

ACEVEDO, S. (2014). Inclusión digital y educación inclusiva. Aportes para el diseño de proyectos pedagógicos con el uso de tecnologías de la comunicación. *Revista de Investigaciones UNAD*, *13*(1), 41-57. Recuperado de https://goo.gl/33rvfA

AGUADED, I. (2013). El programa «Media» de la Comisión Europea, apoyo internacional a la educación en medios. *Comunicar*, 40, 7-8. doi: https://doi.org/10.3916/C40-2013-01-01

BARRIO, J. L. (2009). Hacia una educación inclusiva para todos. *Revista Complutense de Educación*, *20*(1), 13-31.

BASCONES, L. M. "Compartir la vida". En torno a la adopción de las redes sociales en Internet entre las personas con discapacidad y mayores. *Revista Española de Discapacidad*, *2*(1), 175-191. Recuperado de https://goo.gl/XbCpRa

BERNABEU, N., ESTEBAN, N., GALLEGO, L., y ROSALES, A. (2011). *Alfabetización*

mediática y competencias básicas. Proyecto Mediascopio Prensa. La lectura de la prensa escrita en el aula. Madrid: MEC. Recuperado de https://goo.gl/iDYC23

BLANCO, G. (2006). La equidad y la inclusión social: uno de los desafíos de la educación y la escuela hoy. *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, *4*(3).

BUCKINGHAM, D. (2003). *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge. Polity Press

COMISIÓN EUROPEA (2010). *Estrategia Europea sobre Discapacidad2010-2020: un compromiso renovado para una Europa sin barreras.* Bruselas. Recuperado de https://goo.gl/kMTmMt

CONCHINHA, C., VILHETE, J. V., y CORREIA, J. (2015). Taller de formación robots y necesidades educativas especiales–NEE: La robótica educativa aplicada en contexto inclusivo. *Ubicuo Social: Aprendizaje con TIC*. Recuperado de https://goo.gl/AjSwCq

ECHEITA, G., y AINSCOW, M. (2011). La educación inclusiva como derecho: marco de referencia y pautas de acción para el desarrollo de una revolución pendiente. *Tejuelo: Revista de Didáctica de la Lengua y la Literatura*, (12), 26-46. Recuperado de https://goo.gl/EghE7M

ESCANDELL, M. O., RODRÍGUEZ MARTÍN, A., y CARDONA HERNÁNDEZ, G. (2004). Diversidad y Sociedad de la Información y el Conocimiento: las TIC como herramienta educativa. *Anuario de Filosofía, Psicología y Sociología,* 7, 95-106. Recuperado de https://goo.gl/rdJmnh

ESCUDERO, J. M., y MARTÍNEZ, B. (2011). Educación inclusiva y cambio escolar. *Revista iberoamericana de educación*, 55, 85-105. Recuperado de: https://goo.gl/WDCe5w

FERREIRA, M. A., y DÍAZ, E. (2009). Discapacidad, exclusión social y tecnologías de la información. *Política y Sociedad*, *46*(1/2), 237-253- Recuperado de https://goo.gl/dcEhE4

FRANCO, S. (2007). Videojuegos accesibles. Game is not over. *Boletín CEAPAT*, *56*, 2-9.

edmetic, 7(1), 2018, E-ISSN: 2254-0059; pp. 66-86,
doi: https://doi.org/10.21071/edmetic.v7i1.10029

©edmetic, Revista de Educación Mediática y TIC

GARCÍA-RUIZ, R., RAMÍREZ-GARCÍA, A., y RODRÍGUEZ-ROSELL, M. M. (2014). Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora. *Comunicar*, *21* (43), 15-23. doi: http://dx.doi.org/10.3916/C43-2014-01

GARCÍA-RUÍZ, R., y RENÉS, P. (2013). Educación mediática en la sociedad actual. *EDMETIC. Revista de Educación Mediática y TIC., 2,* (2). Recuperado de https://goo.gl/Jrtsyp

GARCÍA-RUIZ, R., y CASTRO, A. (2017). Los derechos de la infancia ante los medios de comunicación (105-114). En A. S. Jiménez, J.D. Gutiérrez., I. Reis., J.J. Leiva., C. Silva, M. I. Iglesias y D. Denise (Coords.). *Reconstruyendo un mundo con ojos de niñas. Entre la pobreza y la educación*. Granada: GEU.

GUTIÉRREZ, A., y TYNER, K. (2012). Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital. *Comunicar,* 19 (38), 31-39. doi: https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-03

HEGARTY, S. (1994). *Educación de niños y jóvenes con discapacidades. Principios y práctica.* París: UNESCO.

HERNÁNDEZ, N., y MIGUEL-HERNÁNDEZ, M. (2017). Caso de buenas prácticas en la formación en TICs y fomento de la competencia digital en la sociedad, y, especialmente, en los colectivos en riesgo de exclusión digital. *EDMETIC*, Revista de Educación Mediática y TIC, 6(2), 47-59. doi: 10.21071/edmetic.v6i2.6341.

HOBBS, R. (2010). Digital and media literacy: A plan of action. *Washington, DC: The Aspen Institute*. Recuperado de https://goo.gl/5iTtvC

KAPLÚN, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Editorial de la Torre.

LÓPEZ-ESCRIBANO, C., y SÁNCHEZ-MONTOYA, R. (2012). Scratch y necesidades educativas especiales: Programación para todos. *RED, Revista de Educación a Distancia*, *34*, 1-14.

MARÍN, V. (2013). Los blogs al servicio de la educación inclusiva. Nuevas dimensiones culturales. *Interacções*, 9(23), 88-101.

MARÍN, V. (2016). Posibilidades de uso de la Realidad Aumentada en la educación inclusiva. Estudio de caso. *ENSAYOS, Revista de la Facultad de*

Educación de Albacete, 31(2). Recuperado de https://goo.gl/RPWi3d

MCLUHAN, M. y NEVITT, B. (1972). *Take to day: The executive as dropout*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.

MIRANDA, R. (2007). *Discapacidad y eAccesibilidad*. Madrid: Fundación Orange. Recuperado de https://goo.gl/Bxfdu2

PARRILLA, Á. (2002). Acerca del origen y sentido de la educación inclusiva. *Revista de Educación*, *327*, 11-29. Recuperado de https://goo.gl/SLmor5

PÉREZ-RODRÍGUEZ, M. A. y DELGADO-PONCE, Á. (2015). La enseñanza obligatoria ante un entorno digital. El grado de competencia mediática del alumnado (27-39). En A. Fueyo, C. Rodríguez-Hoyos y J.M. Pérez Tornero (Eds.). *Los territorios de la Educación Mediática. Experiencias en contextos educativos.* Barcelona: UOC.

PÉREZ-RODRÍGUEZ, M. A. y DELGADO-PONCE, Á. (2012). De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores. *Comunicar*, *20*(39), 25-34.

ONU (2006). *Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad.* Recuperado de https://goo.gl/VMrv7p

RENÉS-ARELLANO, P., GARCÍA-RUIZ, R., y RAMÍREZ, A. (2013). Competencia mediática y buenas prácticas en contextos inclusivos. *Multiárea,* (6), 387-408. Recuperado de https://goo.gl/pVM51c

RODRÍGUEZ, A., y ÁLVAREZ, E. (2017) Presentación del monográfico Educación inclusiva: avances desde la reflexión, la práctica y la investigación. *Aula Abierta, 46*(0). Recuperado de https://goo.gl/DwrQrs

SAMANIEGO, P., LAITAMO, S. M., VALERIO, E., y FRANCISCO, C. (2012). *Informe sobre el Uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en la Educación para Personas con Discapacidad.* Quito: UNESCO y TRUST For The Americas.

SÁNCHEZ-CARRERO, J., y CONTRERAS-PULIDO, P. (2012). De cara al prosumidor: producción y consumo empoderando a la ciudadanía 3.0. *Icono14, 10*(3), 62-84.

Sotelo, J., Marta, C. y Aranda, G. (2012). El derecho a la información de la

edmetic, 7(1), 2018, E-ISSN: 2254-0059; pp. 66-86,
doi: https://doi.org/10.21071/edmetic.v7i1.10029

©edmetic, Revista de Educación Mediática y TIC

infancia: participación de los niños en los medios de comunicación. *Derecom, 11*. Recuperado de https://goo.gl/A9ewFy

SUSINOS, T. (2005). ¿De qué hablamos cuando hablamos de inclusión educativa? *Temáticos Escuela*, 13, 4-6.

TRAVIESO, J. y PLANELLA, J. (2008). La alfabetización digital como factor de inclusión social: una mirada crítica. *UOC Paper. Revista sobre la sociedad del conocimiento,* 6. Recuperado de https://goo.gl/0wte6j

UNESCO (1995). *Conferencia mundial sobre necesidades educativas especiales: acceso y calidad. Salamanca, España, 7- 10 de junio 1994*. Madrid: UNESCO y Ministerio de Educación y Ciencia.

UNESCO (2005): Guidelines for inclusion: Ensuring Access to Education for All. París: UNESCO. Recuperado de https://goo.gl/q7MKLY

VANEGAS, L. P., VANEGAS, C., OSPINA, O. H., y RESTREPO, P. A. (2016). Entre la discapacidad y los estilos de aprendizaje: múltiples significados frente a la diversidad de capacidades. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos, 12*(1), 107-131.

ZAPPALÁ, D., KÖPPEL, A., y SUCHODOLSKI, M. (2011). Inclusión de TIC en escuelas para alumnos con discapacidad visual. Recuperado de https://goo.gl/6L6Wfo



ANEXO II

INCLUSIÓN EDUCATIVA EN TIEMPOS DE COVID-19: USO DE REDES SOCIALES EN PERSONAS CON DISCAPACIDAD INTELECTUAL



I.S.S.N.: 1138-2783

Inclusión educativa en tiempos de COVID-19: Uso de redes sociales en personas con discapacidad intelectual

(Educational Inclusion in Times of COVID-19: Use of Social Media for People with Intellectual Disabilities)

Mónica Bonilla-del-Río
Universidad de Huelva (España)
María Luisa Sánchez Calero
Universidad Complutense de Madrid (España)

DOI: https://doi.org/10.5944/ried.25.1.30875

Cómo referenciar este artículo:
Bonilla-del-Río, M., y Sánchez Calero, M. L. (2022). Inclusión educativa en tiempos de COVID-19: Uso de redes sociales en personas con discapacidad intelectual. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 25*(1), pp. 141-161. https://doi.org/10.5944/ried.25.1.30875

Resumen

Los procesos de enseñanza-aprendizaje se han transformado de manera repentina e irremediable debido a las consecuencias provocadas por la COVID-19. Tanto los educadores como el alumnado se han visto forzados a adaptarse a las imprevistas necesidades contextuales y pedagógicas, recurriendo a los dispositivos y entornos virtuales para desarrollar sus prácticas didácticas. Estos retos en ocasiones han provocado ciertas dificultades, pero también nuevas oportunidades de comunicación y de acceso a la información y el conocimiento. En la presente investigación se analizan los usos de las plataformas digitales por parte tanto de los jóvenes con discapacidad como de los especialistas y familias de un centro de la Comunidad de Madrid para hacer frente a esta nueva realidad. Para ello, se ha aplicado un cuestionario y se han realizado entrevistas semiestructuradas a los diferentes agentes educativos. Los resultados inciden en los beneficios y barreras que se han encontrado durante el proceso de adaptación a la modalidad virtual impuesta de forma abrupta por la pandemia, así como en los cambios que el confinamiento ha supuesto en el uso que hacen de los dispositivos y plataformas digitales. Las conclusiones apuntan a que hoy más que nunca la inclusión digital implica la inclusión social y educativa. Sin embargo, si no se apuesta por ella estaríamos ante nuevas formas de exclusión que se pronuncian en este contexto de emergencia sanitaria y distanciamiento social. Por tanto, la educación mediática se establece como un factor clave para evitar que se incremente la brecha digital en este colectivo.

Palabras clave: educación inclusiva; redes sociales; diversidad; inclusión; educación especial; competencia mediática.

Abstract

Teaching-learning processes have been suddenly and irremediably transformed by the consequences of COVID-19. Both educators and learners have been forced to adapt to unforeseen contextual and pedagogical needs, using virtual devices and environments to develop their didactic practices. These challenges have sometimes led to certain difficulties, but also to new opportunities for communication and access to information and knowledge. This research analyses the uses of digital platforms by both young people with disabilities as well as the specialists and families of a centre in the Region of Madrid to deal with this new reality. To this end, a questionnaire was applied and semi-structured interviews were conducted with different educational agents. The results highlight the benefits and barriers encountered during the process of adapting to the virtual modality abruptly imposed by the pandemic, as well as the changes that confinement has brought about in the use of digital devices and platforms. The conclusions point to the fact that today more than ever, digital inclusion implies social and educational inclusion. However, if we do not support it, we would be facing new forms of exclusion that are pronounced in this context of health emergency and social distancing. Therefore, media education is established as a key factor to avoid an increase in the digital gap among this group.

Keywords: inclusive education; social media; diversity; inclusion; special education; media competence.

Las dificultades generadas por la COVID-19 en todos los niveles y a escala mundial, así como el confinamiento derivado por la emergencia sanitaria, provocaron que las instituciones educativas tuvieran que reaccionar y adaptarse de manera vertiginosa a las nuevas demandas de la sociedad. La modalidad virtual se instauró como una necesidad imperiosa en los procesos de enseñanza-aprendizaje (Martínez-Garcés y Garcés-Fuenmayor, 2020), impuesta por el cierre de los centros escolares a raíz de la declaración del estado de alarma. Esta crisis sanitaria ha provocado la mayor disrupción histórica en los sistemas educativos, provocando que casi 1.600 millones de estudiantes de todo el mundo se viesen afectados por esta situación (UNESCO, 2020). Estas estadísticas suponen que el 94% de la población estudiantil, de más de 190 países y de todos los continentes, sufriese los estragos del cierre de las escuelas y otros espacios de aprendizaje. La relevancia adquirida por la educación online durante este período fue un hecho sin precedentes, que supondrá un antes y un después en las prácticas e instituciones educativas (Expósito y Marsollier, 2020). Ante este contexto, los soportes digitales se establecieron como un factor fundamental, lo que provocó que la brecha de acceso se incrementase por la pandemia, ya que disminuyeron las posibilidades de accesibilidad a los recursos digitales y, por tanto, al aprendizaje por parte de las poblaciones vulnerables (García-Aretio, 2021).

Es innegable que la falta de recursos, de acceso a internet o el desconocimiento hacia el uso de las plataformas digitales puede generar desigualdades para una parte del alumnado y sus familias. Estas dificultades pueden estar causadas por diversos motivos como pueden ser los factores económicos, sociales o geográficos (Corral-Ollero y de-Juan-Fernández, 2021). Esta situación supuso, y sigue suponiendo, un reto para todos los agentes educativos.

En esta línea, hoy más que nunca, Internet se ha convertido en una herramienta sustancial en todos los ámbitos de la vida, entre ellos el educativo. Pero a pesar de ser una parte integral de la cotidianidad de las personas, especialmente de los jóvenes, existe cierta falta de conocimiento sobre el uso que hacen de Internet las personas con discapacidad (Alfredsson-Ågren et al., 2020). Es cierto que a nivel legislativo se están logrando avances en la promoción e implantación de normas para mejorar la accesibilidad de las personas con discapacidad, entendiendo este factor como un medio fundamental para alcanzar la inclusión y participación plena de este colectivo en la sociedad y garantizar sus derechos. Podría destacarse, en este caso, la adopción de medidas para promover el acceso de las personas con discapacidad a las tecnologías, Internet y los sistemas de información y comunicación (Tejada-Ríos, 2021).

De este modo, la formación virtual impartida en el ámbito de la educación especial ha de adaptarse no solo al nuevo contexto, sino también a las características, necesidades e intereses de las personas con discapacidad. La educación a distancia puede suponer una oportunidad para apoyar el aprendizaje de las personas con necesidades educativas especiales, siempre y cuando se proporcione tecnología accesible, información necesaria y apoyos (Karasel et al., 2020). Sin embargo, si no se dan estas circunstancias, tal y como expone Martín-Blanco (2021), puede provocar situaciones de exclusión, que se ven agravadas de manera exponencial por las consecuencias de la COVID-19 y el estado de excepcionalidad que limita o reduce las sesiones presenciales.

En este sentido, tal y como ponen de manifiesto Moreno-Rodríguez et al. (2020), en el caso del alumnado con discapacidad la situación se agravó aún más, debido a que a las dificultades de aprendizaje previas a la teleeducación forzada, se sumaron las causadas por la no presencialidad y la utilización de las TIC como recurso único para el desarrollo de los procesos de enseñanza-aprendizaje, lo que ha podido provocar situaciones de exclusión por la falta de acceso a una educación inclusiva y de calidad, la falta de recursos y de apoyos suficientes.

En este escenario, los docentes han de enfrentarse a nuevos desafíos, potenciando al máximo sus habilidades sociales y digitales y adecuando sus prácticas pedagógicas al entorno virtual a través de herramientas como plataformas de videoconferencia (Cáceres-Piñaloza, 2020) y las redes sociales para mantener el contacto con el alumnado o sus familias. En este sentido, el profesorado ha tenido que emplear recursos que facilitasen la comunicación y permitiesen la propuesta y desarrollo de actividades a distancia a través de diferentes vías como, por ejemplo:

Realización de sesiones virtuales mediante plataformas como Zoom, Google Meet o Microsoft Teams; búsqueda de canales alternativos de comunicación como grupos de WhatsApp o redes sociales; uso de recursos colaborativos como Google Drive; y el aprovechamiento de repositorios, plataformas o vídeos educativos (Arce-Peralta, 2020). Algunos de los inconvenientes más pronunciados a los que se han visto sometidos los especialistas en educación especial son la dificultad de ofrecer una atención de calidad y personalizada a través de plataformas virtuales y la suspensión del apoyo profesional especializado que ofrecían (Murillo y Duk, 2020), que en numerosas ocasiones no es posible realizar a distancia o de manera telemática. Otra de las dificultades se basa en el uso limitado que hacía el profesorado de los recursos digitales y mediáticos, que se acentúa en ambientes de formación virtual y que habitualmente está vinculado a la motivación y a su desconocimiento para emplearlos de manera provechosa y exitosa en las prácticas educativas (Martínez-Garcés y Garcés-Fuenmayor, 2020). Tal y como ponen de manifiesto diversas investigaciones en este ámbito, el profesorado podría advertir limitaciones respecto a su nivel de competencia mediática al haber hecho un uso más esporádico e instrumental de las tecnologías (Aguaded et al., 2021).

Asimismo, en el caso de las personas con discapacidad el rol de la mediación parental juega un papel muy importante. De acuerdo con Wright et al. (2021), el apoyo familiar hace referencia a la percepción de las personas al sentir cuidado, respeto y valoración por parte de los miembros de su familia, destacando este apoyo como un factor fundamental en la adolescencia, debido a los grandes cambios y riesgos a los que se enfrentan los jóvenes en el ámbito social y emocional durante esta etapa, así como en su desarrollo en general. La importancia del rol de las familias se ha acentuado, aún más si cabe, durante el período pandémico. De acuerdo con Karasel et al. (2020), el apoyo familiar ha sido clave para que las prácticas educativas pudieran desarrollarse en modalidad virtual, siendo este agente educativo un apoyo necesario para los docentes a la hora de facilitar los procesos de enseñanza-aprendizaje en el ámbito de la educación especial. Sin embargo, según Albalá y Guido (2020), el funcionamiento telemático también permitió comprobar las carencias a nivel tecnológico y socioeducativo para algunas familias de España, poniendo en evidencia la desigualdad de oportunidades y la brecha social, digital y educativa que se incrementa en los hogares más desfavorecidos, debido a la falta de recursos materiales, sociales y culturales, que contribuyen al acceso desigual a las plataformas digitales de aprendizaje y perjudican la continuidad en la formación de los jóvenes. La alfabetización mediática, por consiguiente, se instaura como un derecho básico de la ciudadanía y como una necesidad de los sistemas educativos del siglo XXI, que contribuiría a la reducción o eliminación de las barreras que dificultan la usabilidad y accesibilidad de las personas con discapacidad a las tecnologías (Bonilla-del-Río et al., 2018).

Considerando lo expuesto anteriormente, el presente estudio tiene como objetivo general analizar los beneficios y barreras que encuentran las personas con

RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia (2022), 25(1), pp. 141-161.
DOI: https://doi.org/10.5944/ried.25.1.30875 – ISSN: 1138-2783 – E-ISSN: 1390-3306

discapacidad intelectual en el uso de las plataformas digitales y comprobar cómo ha afectado la pandemia de la COVID-19 en este ámbito a los diferentes agentes educativos de un centro de educación especial. Como objetivos específicos se plantea analizar: 1) El nivel de utilización de las redes sociales por parte de las personas con discapacidad; 2) Los aspectos que condicionan el uso efectivo de las redes sociales por parte del colectivo; 3) La frecuencia de uso y cuáles son las plataformas digitales más empleadas; 4) La percepción de los agentes educativos ante el uso de las redes sociales, así como los beneficios y barreras principales ante el uso de estas plataformas; y 5) En qué aspectos ha afectado la COVID-19 tanto en los procesos de enseñanza-aprendizaje como en la vida personal de este colectivo en relación con el uso de estas plataformas.

METODOLOGÍA

La investigación se centra en un estudio de caso al focalizarse en el análisis de la realidad de un contexto educativo concreto, mediante la realización de una descripción contextualizada y la revelación de las relaciones que se producen en esta institución educativa y la situación particular derivada por la COVID-19 (Álvarez-Álvarez y San-Fabián-Maroto, 2012).

Instrumentos

Los instrumentos de investigación consisten en un cuestionario sobre el uso inclusivo de las redes sociales, cuya aplicación se realizó a través de Google Forms, y en entrevistas semiestructuradas.

El cuestionario se aplicó durante los meses de enero y abril, informando a los participantes sobre el estudio y solicitando su aceptación y consentimiento para la participación en la investigación. Se divide en tres grandes secciones, que incluyen:

- Datos sociodemográficos: En primer lugar, se les solicito información sobre su rol dentro de la institución educativa, su edad, el género con el que se identifican y su nivel educativo.
- Nivel de utilización de las redes sociales: Se les preguntó sobre su percepción acerca de los factores que, bajo su criterio, condicionan el uso de las redes sociales por parte de las personas con discapacidad. Se incluyeron cuatro tipos de factores que podrían influir en el uso de las redes sociales por parte de este colectivo: autonomía personal y conocimiento de las redes sociales, apoyo, accesibilidad y barreras. El primero midió hasta qué punto los agentes educativos consideran que el grado de independencia de las personas con discapacidad, así como sus aptitudes físicas o psicosociales y su conocimiento sobre estas plataformas digitales influyen en el nivel de uso que hacen de las mismas. El apoyo valoró

cuestiones como la dependencia de la aprobación familiar o del profesorado, la sensibilidad de las personas de su entorno familiar, educativo o de amistades en relación con la promoción del uso de las redes sociales (interés, prejuicios, apoyo…), así como el apoyo y motivación para el uso de las redes sociales desde el ámbito familiar. La accesibilidad hace hincapié en la posesión de terminal de acceso, la accesibilidad económica o tecnológica en el entorno familiar y el lugar de acceso y utilización de estos recursos, bien sea en el centro educativo o en el familiar. Por último, las barreras incluyeron las dificultades de accesibilidad y falta de ayudas económicas (complejidad para usar la propia plataforma, falta de adaptaciones o de recursos con las prestaciones adecuadas a las necesidades de la persona con discapacidad…) y la falta de ayudas técnicas (obstáculos o falta de apoyo en el uso eficiente o en la resolución de problemas derivados de su uso…). Se les presentó una escala Likert de 10 puntos, en la que 1 se corresponde con "nada condicionado" y 10 es "extremadamente condicionado".

Además, se incluyeron tres preguntas más con opción de respuesta múltiple acerca de su percepción sobre la cantidad de personas con discapacidad del centro que emplean las redes sociales, las plataformas qué más emplean y los motivos que les impulsan a su utilización.

- Percepción sobre el uso de redes sociales: En esta sección se presentaron preguntas con opción de respuesta múltiple, respuestas dicotómicas y dos preguntas abiertas para que los participantes pudieran explicar más en profundidad su opinión respecto al uso de las redes sociales. Los ítems contemplan su postura ante el uso de estas plataformas digitales por parte de las personas con discapacidad, los beneficios que consideran que tienen este tipo de recursos para este colectivo, la frecuencia de uso de las redes sociales por parte de las personas con discapacidad, la importancia que otorgan a la formación de las personas con discapacidad ante el uso de estos recursos y finalmente a su percepción sobre el cambio que ha podido suponer la COVID-19 en el uso de las redes sociales por parte de los jóvenes con discapacidad.

Las entrevistas semiestructuradas se realizaron en el mes de abril y estuvieron compuestas por doce preguntas. Se procedió a su validación a través del juicio de expertos (2), cuya opinión y propuestas de mejora se tuvieron en cuenta para la construcción del instrumento final. A pesar de que en un primer momento el estudio se planteó para analizar el uso específico de las redes sociales, se decidió sustituir este término durante las entrevistas por "plataformas digitales", ya que en el cuestionario los participantes destacaron el uso de recursos de plataformas de videoconferencia como Zoom. En este sentido, este término engloba tanto las redes sociales como otras plataformas digitales que favorecen los procesos comunicativos y de socialización.

RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia (2022), 25(1), pp. 141-161.
DOI: https://doi.org/10.5944/ried.25.1.30875 – ISSN: 1138-2783 – E-ISSN: 1390-3306

Muestra

La muestra estuvo conformada por 39 personas, adultas, pertenecientes al centro ocupacional de AMI-3 situado en la localidad madrileña de Tres Cantos. Asociación fundada en 1.992 por un grupo de padres que tenían algún hijo/a con algún tipo de discapacidad y siendo su principal objetivo desde hace veintiocho años proporcionar atención a las familias con personas con discapacidad intelectual. Esta asociación se halla inscrita en el Registro provincial de Asociaciones, siendo reconocida como entidad de Acción Social y servicios sociales.

La selección de los participantes de este estudio se realizó a través del muestreo por conveniencia. Y los individuos participantes en la presente investigación han sido trabajadores del propio centro ocupacional, usuarios y las familias, padres o tutores.

El cuestionario fue respondido por un total de 32 participantes, 16 de ellos familiares y los otros 16 agentes educativos del centro, entre los que destacan roles como educadores, voluntarios, psicólogos y monitores de ocio. El 81,3% son mujeres y el 18,7% hombres. La edad de los participantes oscila entre los 21 y los 72 años, siendo el promedio de 47,53. Una muestra de pequeña dimensión justificando y teniendo en cuenta las propias características de AMI-3. Un centro que solo dispone de 38 plazas COFOIL (Centro ocupacional de Formación e Inserción Laboral), con 23 profesionales en plantilla y 100 familias como socios.

En las entrevistas participaron siete personas, con diferentes roles dentro del centro. En este sentido, se entrevistó a un familiar, una monitora de ocio, una psicóloga, una coordinadora del centro y tres jóvenes con discapacidad usuarias en la institución, con edades comprendidas entre los 30 y 40 años.

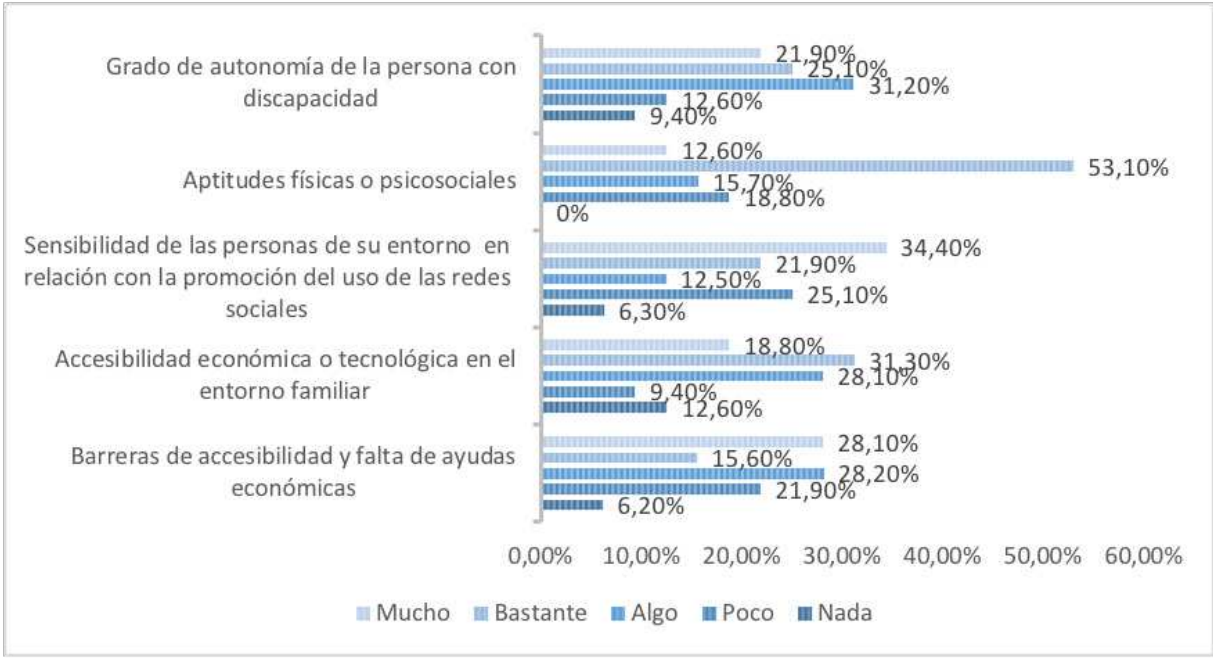
RESULTADOS

En primera instancia, se muestran los resultados más significativos obtenidos en el cuestionario cumplimentado por los profesionales del centro y las familias. En relación al nivel de utilización de las redes sociales por parte de las personas con discapacidad, se solicitó a los agentes educativos que valorasen mediante una escala de tipo Likert, donde 1 es “Nada condicionado” y 10 es “Extremadamente condicionado”, de qué manera consideraban que influyen los siguientes aspectos en la utilización de estos recursos por parte este colectivo (Figura 1).

Entre los aspectos que los agentes educativos consideran como más influyentes, mediante la selección de la opción de mucho o bastante, cabe destacar las aptitudes físicas o psicosociales (65,7%), así como la sensibilidad de las personas de su entorno a la hora de promover el uso efectivo de las redes sociales (56,3%), lo que pone de manifiesto la importancia que le otorgan, por un lado, a las propias aptitudes de las personas con discapacidad, pero también a los estímulos, motivación y apoyos que reciben en su entorno más cercano para el impulso de la utilización de este tipo de

recursos por parte del colectivo. En este sentido, la mitad de los encuestados (50,1%), consideran que la accesibilidad económica o tecnológica en el ámbito familiar influye mucho o bastante a la hora de que las personas con discapacidad hagan un uso efectivo de estas plataformas digitales, situándose como el tercer elemento más influyente para los participantes encuestados.

Figura 1
Condicionamiento del uso efectivo de las redes sociales por parte de las personas con discapacidad



Además de estos parámetros, los datos en relación con el "Lugar de acceso" son significativos, ya que más de la mitad de los participantes consideran que el acceso desde el ámbito familiar está muy condicionado (56,3%), mientras el porcentaje disminuye con respecto a la importancia que le otorgan al acceso a las redes sociales desde el entorno educativo (37,5%). En lo referente al "Apoyo y motivación para el uso de las redes sociales", los resultados muestran porcentajes más similares, ya que un 62,7% de los encuestados consideran que se trata de un factor muy condicionante en el ámbito familiar y un 59,4% en el ámbito educativo.

En cuanto al nivel de utilización de las redes sociales, no existe consenso entre los agentes educativos acerca del número de jóvenes con discapacidad que acceden a este tipo de recursos. El porcentaje más alto corresponde a la percepción de los profesionales y familiares que manifiestan que "la mayoría de jóvenes con discapacidad del centro acceden a las redes sociales" (28,1%), mientras que el más bajo hace alusión a que "ningún o casi ningún joven con discapacidad usa o accede a

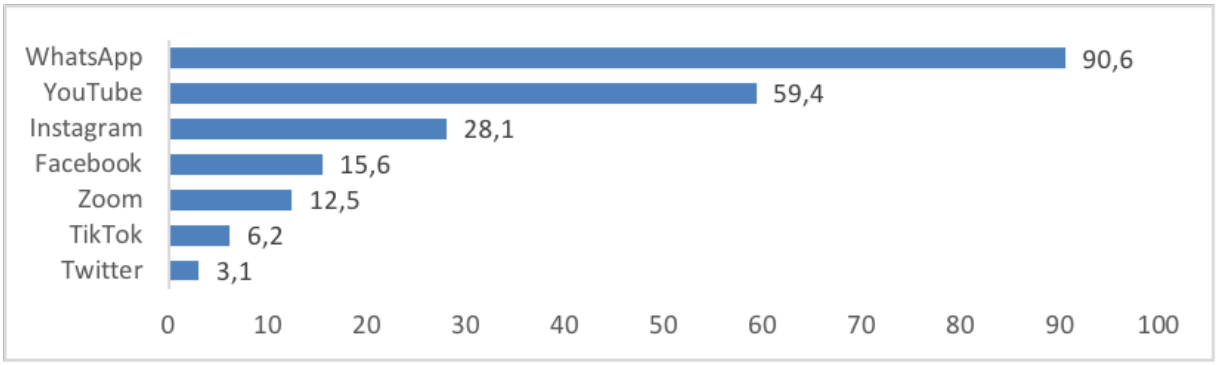
RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia (2022), 25(1), pp. 141-161.
DOI: https://doi.org/10.5944/ried.25.1.30875 – ISSN: 1138-2783 – E-ISSN: 1390-3306

las redes sociales" (3,1%). Sin embargo, el 25% destaca que, aunque no representan la mayoría, más de la mitad de los jóvenes del centro acceden a las redes sociales, el 21,9% considera que solo una parte hace uso de estos recursos y el 21,9% declara no disponer de esta información.

Sobre la frecuencia de uso, el 50% exponen que los jóvenes con discapacidad del centro las emplean a diario, el 43,8% casi todos los días de la semana y tan solo el 6,3% exponen que de manera puntual algunos días de la semana. Sobre el tiempo de uso, el 59,4% señalan que entre una y dos horas al día, el 28,1% más de dos horas al día y el 12,5% menos de una hora al día. Ningún participante escoge las opciones de "nunca las utilizan" en estos ítems.

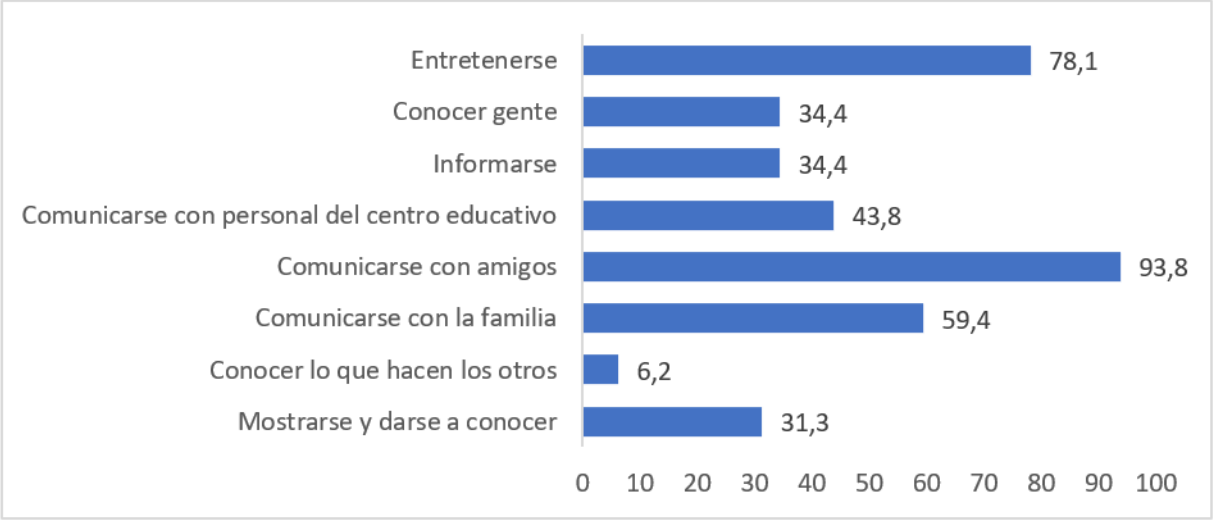
Las redes más empleadas, tal y como se puede apreciar en la figura 2, son WhatsApp (90,6%), seguida de YouTube (59,4%) e Instagram (28,1%) y Facebook (15,6%). También destacan, a pesar de no ser considerada una red social genérica, el uso del servicio de videoconferencia Zoom (12,5%).

Figura 2
Redes sociales más empleadas por parte de las personas con discapacidad



Los motivos que más impulsan el uso de las redes sociales, según los participantes del estudio, son (Figura 3): la necesidad de comunicarse con amigos (93,8%), la familia (59,4%) y los docentes (43,8%), así como el entretenimiento (78,1%).

Figura 3
Principales usos de las redes sociales por parte de las personas con discapacidad

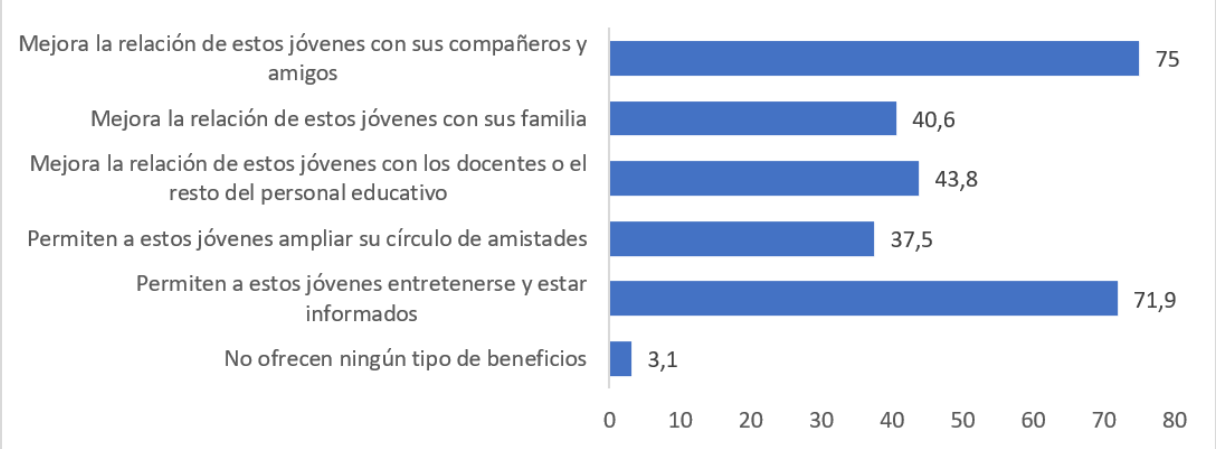


Por otro lado, cabe mencionar que los agentes educativos otorgan gran relevancia al uso de las redes sociales por parte de los jóvenes con discapacidad, mostrando una percepción positiva hacia el uso de estos recursos. En esta línea, el 59,4% consideran que las redes sociales favorecen la integración de los jóvenes y mejoran las relaciones interpersonales con otros; el 50% indican que les parece importante apoyar a sus hijos o alumnos a que participen en estos espacios digitales y el 43,8% declaran hacer efectivo este apoyo. Asimismo, exponen la necesidad que otorgan a la supervisión del uso que hacen de las redes sociales, ya que el 46,9% manifiesta permitir el uso de las redes sociales siempre y cuando pueda controlar y supervisar su actividad. En cambio, tan solo el 12,5% prefiere que sus hijos o alumnos no se expongan en redes sociales y únicamente el 6,3% indican que el uso de las redes no es saludable y les perjudicaría.

Como beneficios más destacados (Figura 4), las familias y docentes coinciden en que las redes sociales mejoran las relaciones de los jóvenes con discapacidad con amigos y compañeros (75%) y les permiten entretenerse y estar informados (71,9%). Mientras que únicamente el 3,1% considera que estos recursos no ofrecen ningún tipo de ventajas para este colectivo.

RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia (2022), 25(1), pp. 141-161.
DOI: https://doi.org/10.5944/ried.25.1.30875 – ISSN: 1138-2783 – E-ISSN: 1390-3306

Figura 4
Beneficios del uso de las redes sociales para las personas con discapacidad



Por su parte, el 90,6% considera que el uso de las redes sociales es un elemento de motivación de los jóvenes dentro del grupo y todos los participantes consideran útil la capacitación de los jóvenes con discapacidad hacia el uso de las redes con respecto a su desarrollo personal. Entre las razones más destacadas que justifican sus respuestas, los participantes exponen que la formación en este ámbito es necesaria para que los jóvenes con discapacidad puedan hacer un uso efectivo de estas plataformas y puedan evitarse o disminuirse las situaciones de riesgo; para poder sentirse integrados en la sociedad y comunicarse con otras personas; y porque son recursos necesarios en la actualidad que pueden favorecer, además, su autonomía.

Del mismo modo, todos los encuestados consideran que la situación derivada de la COVID-19 y el consecuente confinamiento ha supuesto un impulso en el uso de las redes sociales entre los jóvenes con discapacidad. Entre las razones que han motivado que aumentase la utilización de estos recursos durante la pandemia destacan: la falta de comunicación personal debido a la reducción de relaciones presenciales; el uso de aplicaciones en clases online, que les ha acercado a estas herramientas y les mantiene conectados, promoviendo una disminución del aislamiento social y el miedo a la situación; y la necesidad de buscar alternativas de comunicación y entretenimiento.

A continuación, se exponen los datos de las siete entrevistas realizadas a profesionales, gestores, pedagogos, psicólogos, familias e incluso a tres personas con discapacidad intelectual, cuyos resultados ponen de manifiesto las necesidades y principales dificultades con las que se han encontrado durante la pandemia en el uso de las plataformas digitales, apuntando, desde su experiencia, a las formas más factibles para resolverlas.

Sin duda, en estas plataformas han encontrado un gran aliado para comunicarse, pero también se observan, tal y como afirman pedagogos y formadores, las barreras más frecuentes a las que se enfrentan. Así, mediante la realización de doce preguntas,

reestructuradas para este análisis en diferentes temas, se han recogido resultados que abordan aspectos como: las plataformas digitales más utilizadas, el uso que les han dado, las dificultades más habituales encontradas en su manejo, y la finalidad en el uso de las mismas que se plantean en los colectivos de personas con discapacidad intelectual.

¿Considera que la pandemia de la COVID-19 ha supuesto un cambio sustancial en el uso que las personas con discapacidad intelectual hacen de las plataformas digitales?

Los entrevistados en este estudio coinciden en la totalidad de las respuestas en que la pandemia ha supuesto un gran cambio en este sentido. Los técnicos, los profesionales y los usuarios con discapacidad entrevistados declaran que les ha afectado de manera muy significativa sobre todo a la hora de comunicarse, pero también manifiestan que ha existido una brecha en cuanto al acceso y uso de Internet. De este modo, según los entrevistados, son las posibilidades de acceso a Internet, la causa que ha dividido a los participantes en dos grupos diferenciados. El primero, constituido por un porcentaje mayor de usuarios, reconoció que sí tenían acceso a la tecnología, así como la competencia digital necesaria para utilizarla correctamente por ellos mismos o con la ayuda facilitada por su familia. Mientras que el segundo grupo sí que, a juicio de los profesionales, mostró necesidades de formación y carencias en el acceso y uso de Internet.

Por tanto, los resultados indican que el cambio sustancial no ha estado tanto en determinar el buen uso o acogida que han tenido estas plataformas por parte de los participantes, sino en las dificultades de utilización que ha tenido un grupo menor.

Asimismo, constatan que se ha producido una brecha a nivel formativo, dado que los profesionales han tenido que apoyar a algunos usuarios y familiares mediante la creación de tutoriales que luego han compartido a través de vídeos de YouTube e incluso señalan que durante y después del confinamiento se han realizado acompañamientos individuales. Las diferencias más notables se encontraron en función de la edad, resultando más fácil y determinante el mayor uso, accesibilidad y manejo de este tipo de plataformas y servicios entre los usuarios más jóvenes del Centro.

Una formación pedagógica que ha resultado constructiva para todos los implicados en el proceso -familias, profesionales, pedagogos, psicólogos, voluntarios y gestores- y que se ha constituido como el elemento clave para adquirir las competencias necesarias en el manejo de las plataformas digitales. Así, mientras los profesionales hablan del empeño del Centro por apoyar formativamente a familias y usuarios para tratar de suplir estas carencias, las familias responden que no siempre ellas mismas tenían la competencia digital necesaria o los equipos apropiados para hacer un buen uso de las plataformas. En este sentido, a pesar de que no han sido muchos los casos, sí que algunas familias han precisado de donaciones de equipos

RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia (2022), 25(1), pp. 141-161.
DOI: https://doi.org/10.5944/ried.25.1.30875 – ISSN: 1138-2783 – E-ISSN: 1390-3306

informáticos o de formación concreta, contestan desde la gestión del Centro. Según expresa la coordinadora de proyectos del Centro, son pocos los usuarios que no tenían acceso a la tecnología y en estos casos se consiguieron patrocinadores y voluntarios informáticos para instalarlos. Una cuestión que no ha afectado principalmente a los usuarios del Centro Ocupacional de AMI-3, teniendo en cuenta que la renta bruta media en el municipio de Tres Cantos se situó en 2018 en 42.248 euros según datos actualizados en octubre de 2020.

Por su parte, las familias hacen hincapié en la necesidad de promover el "uso correcto" o "uso responsable" de las herramientas o canales de comunicación. Una desconfianza por parte de los familiares que, según los profesionales del Centro, existe y que únicamente se resuelve con formación y vigilancia apropiada, creando talleres formativos que ayudan a solventar estos problemas.

¿Cuáles han sido las plataformas digitales más empleadas, con qué frecuencia las han utilizado y en qué tipo de actividades han resultado más útiles?

En línea con los resultados obtenidos en el cuestionario y expresando los resultados en términos de porcentajes, según los participantes en las entrevistas -gestores, profesionales, educadores, psicólogos, o familias-, puede afirmarse que en un 100% de sus respuestas reconocen que las plataformas más empleadas por los usuarios del Centro han sido: WhatsApp, Zoom, YouTube, Facebook, TikTok e Instagram. Además, sostienen que se les ha otorgado un uso distinto a cada una de ellas y que también se aprecian diferencias significativas en cuanto al tiempo de uso por parte de los usuarios del Centro, aunque en general señalan que las utilizan diariamente y una media de hasta dos horas al día.

Los usuarios con discapacidad del Centro que participaron en las entrevistas reconocen que las utilizan principalmente con el objetivo de establecer comunicación con sus amigos, familiares o con los formadores del Centro, haciendo una escasa alusión a motivos como la formación o el entretenimiento. Este último aspecto contrasta con el resultado obtenido en los cuestionarios y la percepción que los agentes educativos manifestaban sobre el uso de las redes sociales por parte de las personas con discapacidad con respecto al entretenimiento, ya que lo consideraban como uno de los principales usos de las redes sociales por parte del colectivo con un 78,1%. Sin embargo, uno de los tres entrevistados comentó que lo han utilizado para mostrarse o darse a conocer, coincidiendo estas respuestas con aquellos que han potenciado principalmente el uso de YouTube o Instagram.

Las respuestas de los formadores y de las familias apuntaban a cierto nivel de "desconfianza", exponiendo que son muchos los aspectos que les preocupan sobre el uso de estas plataformas, entre los que destacan "el miedo a la invasión de la intimidad y la generación de conflictos entre ellos", tal y como manifestaba una de las pedagogas entrevistadas. Una opinión también compartida por el padre entrevistado, que aseguraba: "Mis miedos no se centran tanto en permitirles el uso

de "chats", aplicaciones de mensajería instantánea o redes sociales, sino en poder controlar y supervisar lo que hacen en estas plataformas digitales y las aplicaciones que instalan".

Una respuesta que corroboran los profesionales del Centro entrevistados que mencionan la existencia de "desconfianza" y "reticencia" que en ocasiones existe por parte de las familias en el uso de las redes sociales, resaltando que resulta más frecuente cuando el grado de discapacidad del usuario es menor y por tanto muestra mayor independencia en el uso de este tipo de aplicaciones.

En este sentido, las declaraciones de los usuarios con discapacidad atendían a que la elección de una u otra plataforma se debe principalmente a las características y funciones que ofrecen, ya que priorizan la facilidad de manejo y que puedan comunicarse entre ellos sin diferencias y según sus habilidades. "Que tenga imagen o que pueda grabar un audio", son los elementos preferidos para elegir una u otra plataforma, según comenta una de las usuarias del Centro entrevistadas, que admite que es la funcionalidad que lo convierte en el elemento diferenciador para su elección y uso.

Mientras, los responsables aluden a que los dispositivos que más emplean son principalmente el móvil o la tablet, y en menor medida los ordenadores. Un interés que podría estar relacionado, tal y como afirman las familias, con la implementación y desarrollo que en los últimos años están adquiriendo los programas educativos con formación específica en tecnología y el soporte formativo que los Centros están ofreciendo con la toma de conciencia de los profesionales. Formación que, según los expertos entrevistados, cubre lagunas y necesidades relacionadas con la comunicación individual y grupal que precisa este colectivo y que van relacionadas con el crecimiento de la preocupación y las políticas educativas orientadas a la consecución de la plena inclusión educativa de los sujetos con discapacidad.

¿Qué influencias han tenido en las personas con discapacidad intelectual? ¿Cuáles son las barreras principales con las que se han encontrado?

Las personas con discapacidad intelectual encuentran, en muchos casos, importantes limitaciones para poder aprovechar el potencial que caracteriza a las tecnologías y el uso de las diferentes plataformas. En esta línea, los usuarios y los formadores indican que sus necesidades no siempre se tienen en cuenta al diseñar los medios tecnológicos y los recursos que aportan. "Son dificultades que se convierten en barreras de acceso y que suponen un serio inconveniente para un porcentaje importante de la población con discapacidad y que conllevan situaciones de riesgo de exclusión", comenta la psicóloga del Centro de AMI-3. Y precisamente en ello inciden otros profesionales del Centro entrevistados, quienes además aluden a que un porcentaje bastante elevado de los usuarios de su Centro presentan dificultades de lectoescritura, por lo que la utilización del recurso de voz y audio les resulta muy

RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia (2022), 25(1), pp. 141-161.
DOI: https://doi.org/10.5944/ried.25.1.30875 – ISSN: 1138-2783 – E-ISSN: 1390-3306

útil y de aquí que utilicen WhatsApp como el sistema más habitual de comunicación, comenta la pedagoga entrevistada.

Las barreras y las soluciones que se presentan varían, tal como señalan los profesionales y las familias entrevistadas, ya que su utilización e integración no va a depender únicamente del tipo o grado de discapacidad, sino de las dificultades encontradas en el uso y manejo de los dispositivos. Los profesionales del Centro potencian dentro de la formación impartida la adquisición de habilidades sociales y digitales, adecuando sus prácticas pedagógicas al entorno virtual a través de herramientas como plataformas de videoconferencia (Zoom) o de vídeo (WhatsApp). La facilidad de uso y su accesibilidad es lo que promueve esta selección y lo que las diferencia del resto, ya que incluyen recursos tecnológicos sencillos y fáciles de manejar: "El WhatsApp y el Zoom han sido las herramientas preferidas por los usuarios del Centro para mantener la actividad durante la pandemia", comenta la monitora del servicio de ocio entrevistada.

La utilización de las TIC en el proceso de enseñanza-aprendizaje del usuario aumenta la autoestima y motivación, lo que les ayuda a integrarse y no sentirse excluidos entre sus grupos sociales. Además, la enseñanza a través de Internet les ayuda a desarrollar habilidades cognitivas de suma importancia, comentan los psicólogos y pedagogos entrevistados. Una educación que se presenta especialmente favorable para las personas con necesidades educativas especiales tanto para la mejora de sus habilidades cognitivas como para su normalización e integración social.

¿Consideras que se encuentran adaptadas las plataformas a las necesidades de las personas con discapacidad? ¿Cuáles son las características que demandan para que sean herramientas más inclusivas?

La respuesta unánime de los profesionales entrevistados en el Centro fue que en ocasiones las herramientas no están adaptadas a las necesidades de las personas con discapacidad, ya que sus características y las funciones que ofrecen no están adaptadas, lo cual dificulta su accesibilidad y usabilidad. Destacan que la lectoescritura es una de las barreras fundamentales con las que se encuentran, ya que bastantes usuarios del Centro muestran dificultades para leer o escribir, por lo que los dispositivos y plataformas no deberían basarse principalmente en este aspecto, sino priorizar otras alternativas que permitiesen hacer los contenidos más accesibles.

Puntualizando en este aspecto la respuesta de los psicólogos fue más precisa en cuanto a que sí encuentran que existen importantes limitaciones para poder aprovechar el potencial que caracteriza a las tecnologías, debido a que no siempre se tienen en cuenta las necesidades del colectivo al diseñar estos medios y tampoco ayudan a los contenidos que a través de ellos se transmiten.

Entre los usuarios entrevistados en el marco de esta investigación también apuntaron a que otra de las causas es la disminución del tamaño de los teléfonos móviles. Lo que indudablemente repercute en el tamaño de los teclados, los caracteres y las pantallas, resultando en muchos casos compleja la utilización de los menús y del procedimiento para enviar mensajes. Un escenario que, si bien no impiden el uso del móvil, sí que, para las personas con menor nivel de desarrollo intelectual, constituyen auténticas barreras.

Y en cuanto a las familias son los propios padres los que demandan que, en un futuro próximo, se pueda lograr mayor accesibilidad gracias a la creación de plataformas de interoperabilidad. Ya que no solo ayudaría a lograr un diseño más adaptado de los dispositivos móviles que actualmente se realizan, sino que se pensaría en usuarios con distintos tipos de discapacidades, lo que ayudaría a que una parte importante de la población pudiera utilizarlos adecuadamente.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Las TIC, tal y como han puesto de manifiesto diversos estudios, pueden ser un elemento importante y de gran ayuda en la mejora de la independencia y calidad de vida de las personas con discapacidad (Acosta et al., 2020; de-Souza-Godino, 2021), así como en su inclusión educativa, social y laboral (Delgado-Ramírez et al., 2021; Puentes-Sánchez, 2020; Viñarás-Abad et al., 2021). Sin embargo, y aunque resulte paradójico, si el avance de las tecnologías no tiene en cuenta las demandas y necesidades de este colectivo, puede lograr el efecto contrario, convirtiéndose en una nueva forma exclusión social (El-Homrani et al., 2017).

Este estudio se ha centrado en analizar el uso que hacen las personas con discapacidad intelectual de las plataformas digitales y en examinar las ventajas y dificultades que han encontrado los diferentes agentes educativos a partir de la emergencia sanitaria provocada por la COVID-19, que ha impuesto la modalidad virtual como única vía de enseñanza.

Tal y como muestran los datos obtenidos, y en consonancia con la investigación de Gómez-Puerta y Chiner (2018), aunque todavía queda un largo camino para que todos los ciudadanos puedan aprovechar al completo las oportunidades y ventajas que ofrecen las TIC, cada vez son más las personas con discapacidad intelectual que las incorporan a su entorno social y acceden a Internet. Asimismo, en la línea de lo expuesto en la investigación de Arrieta-Casasola (2019), todos los agentes educativos participantes coinciden en que suponen un elemento motivador para los jóvenes con discapacidad.

De acuerdo a los hallazgos obtenidos, la pandemia de la COVID-19 ha supuesto un cambio significativo no solamente para las personas con discapacidad, sino también para los centros de formación que se han visto obligados a adaptar sus prácticas educativas, así como a intervenir en la promoción, facilitación y formación de los usuarios con discapacidad en el uso de las plataformas digitales. Además

RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia (2022), 25(1), pp. 141-161.
DOI: https://doi.org/10.5944/ried.25.1.30875 – ISSN: 1138-2783 – E-ISSN: 1390-3306

de a nivel comunicativo, abriendo nuevas formas de interacción, el confinamiento también les ha afectado en la forma de llevar a cabo los procesos de enseñanza-aprendizaje. A raíz de la situación de aislamiento impuesta, se ha incrementado sustancialmente el uso que hacen de las plataformas. Estos resultados coinciden con el estudio realizado por Down España (2021) en el que participaron 340 jóvenes con síndrome de Down y en el que se pone de manifiesto que el 82% de los encuestados ha adquirido aprendizajes para el uso de plataformas digitales durante el período de confinamiento y que tras aprender a usarlas el 69% las continúa empleando autónomamente. Asimismo, estas herramientas permitieron a la gran mayoría de jóvenes con Síndrome de Down mantenerse en contacto con sus pares a pesar de la situación de aislamiento y acostumbrarse al uso de este tipo de plataformas digitales y dispositivos para comunicarse y mantener relaciones personales con su entorno.

Del mismo modo, los hallazgos de nuestro estudio ponen de manifiesto que, a pesar de que al principio surgieron las mayores dificultades para los diferentes agentes educativos del centro ocupacional, la mayoría han conseguido adaptarse a estas nuevas demandas de la sociedad y las propuestas de la institución tuvieron buena acogida tanto para los usuarios como para los diferentes especialistas del centro. En línea con investigaciones recientes (Leal-Filho et al., 2021), la pandemia ha supuesto un cambio significativo en los procesos de enseñanza-aprendizaje, lo que implica consecuencias sustanciales para el personal educativo en lo referente al diseño y desarrollo de los procesos educativos (Tang et al., 2021). En este sentido, al disminuir los contactos presenciales, aumentó la necesidad de buscar alternativas que permitieran al menos mantener un contacto virtual y evitar, de este modo, el aislamiento social total de los usuarios del centro. El proceso de digitalización se llevó a cabo de forma precipitada y con carácter de urgencia, debido al repentino e imprevisto decreto del estado de alarma y sus correspondientes medidas de prevención y restricción, que obligaron tanto al profesorado como a las familias y el alumnado a adaptarse a nuevas modalidades de enseñanza y formarse en el uso de las TIC (Šucha y Gamme, 2021).

Este hecho ha supuesto, sin duda, una revolución educativa sin precedentes, que ha abierto nuevas oportunidades, fomentando de manera forzada el uso de las plataformas digitales. Sin embargo, los participantes también destacan algunas barreras y riesgos que puede conllevar el uso de estos recursos.

De este modo, se puede destacar una brecha digital que afectó a algunas familias, en relación con la falta de recursos o competencias que impedían la accesibilidad a la educación de algunos usuarios del centro, pero que de manera colaborativa y con diversos apoyos consiguieron solventar. Además, de acuerdo con las aportaciones de autores como Gómez-Puerta y Chiner (2018), los participantes de nuestro estudio también señalan la reticencia o desconfianza hacia el uso de estas plataformas por las amenazas que podría provocar el acceso a Internet y a las plataformas en este colectivo. Destacan también la necesidad imperiosa de promover la educación

mediática de las personas con discapacidad para fomentar un uso responsable y crítico de las redes sociales.

Tal y como han puesto de manifiesto los participantes, WhatsApp es la plataforma predilecta por excelencia, seguida por YouTube. Esta última, junto con Instagram, son utilizadas por un perfil de usuario que muestra otras necesidades e intereses comunicativos, como darse a conocer o mostrarse en la red. Habitualmente, este perfil coincide con usuarios cuyas necesidades de comunicación y de acceso a la red van mucho más allá y tienen un grado de discapacidad menor. Por último, cabe mencionar que también conceden gran relevancia a Zoom, especialmente para el seguimiento de las sesiones educativas y para comunicarse con los compañeros. Estas plataformas son más usadas porque tienen unas características que les permiten utilizar el video y el audio, funciones que prefieren antes que el texto escrito, ya que algunos usuarios manifiestan dificultades de lectoescritura. De este modo, priorizan plataformas donde están más presentes las imágenes, vídeos y audios y no es imprescindible emplear el teclado, elemento que puede suponer barreras para algunos de los usuarios. En este sentido, los profesionales del Centro señalan que sería recomendable hacer plataformas y modelos de dispositivos más intuitivos, ágiles y sencillos de manejar, adaptados a sus necesidades.

Finalmente, de acuerdo con Peña-Estrada et al. (2020), destacamos la necesidad de continuar impulsando entornos educativos accesibles para las personas con discapacidad y apostar por la educación mediática para promover el uso efectivo y responsable de las plataformas digitales en este colectivo, con el fin de lograr una sociedad más equitativa, justa e inclusiva.

APOYOS

Este trabajo se ha desarrollado con el apoyo del Proyecto I+D «Youtubers e Instagrammers: La Competencia Mediática en los Prosumidores Emergentes» (RTI2018-2093303-B-I00), financiado por la Agencia Estatal de Investigación del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

REFERENCIAS

Acosta, M., Betún, A., Delgado, J., e Íñiguez, M. (2020). Las TIC como oportunidad para fortalecer el PEA en los estudiantes con discapacidad visual. *Revista Tecnológica-Educativa Docentes 2.0*, 9(1), 42-48. https://doi.org/10.37843/rted.v9i1.97

Aguaded, I., Jaramillo-Dent, D., y Delgado-Ponce, Á. (Coords.) (2021). *Currículum Alfamed de formación de profesores en educación mediática: MIL (Media and Information Literacy) en la era pos-COVID-19*. Ediciones Octaedro.

Albalá-Genol, M. Á., y Guido, J. I. (2020). La brecha socioeducativa derivada del Covid-19: posibles abordajes desde el marco de la justicia social. *Revista Latinoamericana de Estudios*

Educativos, 50(ESPECIAL), 173-194. https://doi.org/10.48102/rlee.2020.50.ESPECIAL.101

Alfredsson-Ågren, K., Kjellberg, A., y Hemmingsson, H. (2020). Digital participation? Internet use among adolescents with and without intellectual disabilities: A comparative study. *New Media & Society, 22*(12), 2128-2145. https://doi.org/10.1177/1461444819888398

Álvarez-Álvarez, C., y San-Fabián-Maroto, J. L. (2012). La elección del estudio de caso en investigación educativa. *Gazeta de Antropología, 28*(1), 1-12. https://doi.org/10.30827/Digibug.20644

Arce-Peralta, F. J. (2020). La transición del paradigma educativo hacia nuevos escenarios: COVID-19. *CienciAmérica, 9*(2), 115-119. https://doi.org/10.33210/ca.v9i2.285

Arrieta-Casasola, A. (2019). TIC dirigidas a la superación de barreras educativas de las personas con discapacidad. *Innovaciones Educativas, 21*(31), 115-130. https://doi.org/10.22458/ie.v21i31.2698

Bonilla-del-Río, M., Valor-Rodríguez, L., y García-Ruiz, R. (2018). Alfabetización mediática y discapacidad: Análisis documental de literatura científica en Web of Science (WoS) y Scopus. *Prisma Social, 20*, 1-20. https://bit.ly/33Anz9G

Cáceres-Piñaloza, K. F. (2020). Educación virtual: Creando espacios afectivos, de convivencia y aprendizaje en tiempos de COVID-19. *CienciAmérica, 9*(2), 38-44. https://doi.org/10.33210/ca.v9i2.284

Corral-Ollero, D., y de-Juan-Fernández, J. (2021). La educación al descubierto tras la pandemia del COVID-19. Carencias y retos. *Aularia, 10*(1), 21-28. https://bit.ly/2QXvhs5

De-Souza-Godino, S. (2021). Revisión sistemática sobre la tecnología de prendas y accesorios inteligentes para las personas con discapacidad. *Perspectivas Metodológicas*, *21*, 1-17. https://doi.org/10.18294/pm.2021.3433

Delgado-Ramírez, J. C., Valarezo-Castro, J. W., Acosta-Yela, M. T., y Samaniego-Ocampo, R. D. L. (2021). Educación Inclusiva y TIC: Tecnologías de Apoyo para Personas con Discapacidad Sensorial. *Revista Tecnológica-Educativa Docentes 2.0*, *11*(1), 146-153. https://doi.org/10.37843/rted.v11i1.204

Down España (2021, 29 de julio). *Un estudio arroja importantes conclusiones sobre las consecuencias psicosociales de la pandemia entre los jóvenes con síndrome de Down*. Down España. https://bit.ly/3zRMLGP

El-Homrani, M., Ávalos, I., y García-Martínez, I. (2017). Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para atender a la diversidad: Una respuesta educativa. En J. Ruiz-Palmero, J. Sánchez-Rodríguez y E. Sánchez-Rivas (Eds.), *Innovación docente y uso de las TIC en educación* (1-12). UMA Editorial. https://bit.ly/3bJXVUL

Expósito, C. D., y Marsollier, R. G. (2020). Virtualidad y educación en tiempos de COVID-19. Un estudio empírico en Argentina. *Educación y Humanismo 22*(39), 1-22. https://doi.org/10.17081/eduhum.22.39.4214

García-Aretio, L. (2021). COVID-19 y educación a distancia digital: preconfinamiento, confinamiento y posconfinamiento. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 24*(1), 9-32. https://doi.org/10.5944/ried.24.1.28080

Gómez-Puerta, M., y Chiner, E. (2018). Comparación de las percepciones de los estudiantes de magisterio sobre los riesgos de internet para personas con y sin discapacidad intelectual y del desarrollo. *International Journal of Developmental and Educational Psychology, 3*(Esp.1), 189-198. https://doi.org/10.17060/ijodaep.2018.n1.v3.1253

Karasel, N., Bastas, M., Altinay, F., Altinay, Z., y Dagli, G. (2020). Distance Education for Students with Special Needs in Primary Schools in the Period of CoVid-19 Epidemic. *Propósitos y Representaciones, 8*(3), e587. https://doi.org/10.20511/pyr2020.v8n3.587

Leal-Filho, W., Wall, T., Rayman-Bacchus, L., Mifsud, M., Pritchard, D. J., Lovren, V. O., Farinha, C., Petrovic, D. S., y Balogun, A. L. (2021). Impacts of COVID-19 and social isolation on academic staff and students at universities: A cross-sectional study. *BMC Public Health, 21*(1213), 1-19. https://doi.org/10.1186/s12889-021-11040-z

Martín-Blanco, J. (2021). El impacto de la pandemia de la COVID19 en los derechos humanos de las personas con discapacidad. *Revista Latinoamericana en Discapacidad, Sociedad y Derechos Humanos, 4*(2), 71-92. https://bit.ly/3f62Pw1

Martínez-Garcés, J., y Garcés-Fuenmayor, J. (2020). Competencias digitales docentes y el reto de la educación virtual derivado de la covid-19. *Educación y Humanismo, 22*(39), 1-16. https://doi.org/10.17081/eduhum.22.39.4114

Moreno-Rodríguez, R., Tejada-Cruz, A., y Díaz-Vega, M. (Coords.) (2020). *COVID-19. Educación Inclusiva y Personas con Discapacidad: Fortalezas y Debilidades de la Teleeducación*. La Ciudad Accesible. https://bit.ly/3ezASxG

Murillo, F. J., y Duk, C. (2020). El covid-19 y las brechas educativas. *Revista latinoamericana de educación inclusiva, 14*(1), 11-13. https://doi.org/10.4067/S0718-73782020000100011

Peña-Estrada, C., Vaillant-Delis,M., Soler-Nariño, O., Bring-Pérez, Y., y Domínguez-Ruiz, Y. (2020). Personas con Discapacidad y Aprendizaje Virtual: Retos para las TIC en Tiempo de Covid-19. *Revista Tecnológica-Educativa Docentes 2.0, 9*(2), 204-211. https://doi.org/10.37843/rted.v9i2.165

Puentes-Sánchez, I. Y. (2020). *Uso de las TIC como herramienta de inclusión social: una mirada desde la psicología* [Doctoral dissertation, a Universidad de Cundinamarca] Dictum. https://bit.ly/3ubzGVR

Šucha, V., y Gamme, J. F. (2021). *Humans and societies in the age of artificial intelligence*. https://bit.ly/3io4I8R

Tang, Y. M., Chen, P. C., Law, K. M. Y., Wu, C. H., Lau, Y., Guan, J., He, D., y Ho, G.T.S. (2021). Comparative analysis of student's live online learning readiness during the coronavirus (COVID-19) pandemic in the higher education sector. *Computers & Education, 168*, 104211. https://doi.org/10.1016/j.compedu.2021.104211

Tejada-Ríos, J. (2021). Accesibilidad de las personas con discapacidad en España y Portugal: Perspectiva jurídica. *REJIE, 24,* 93-114. https://doi.org/10.24310/REJIE.2021.vi24.12140

UNESCO (2020). *Policy Brief: Education during COVID-19 and beyond*. United Nations. https://bit.ly/3f9tdFh

Viñarás-Abad, M., Sánchez-Valle, M., y Vázquez-Barrio, T. (2021). Situación de las personas con discapacidad en el sector de la Comunicación en España: aspectos laborales, profesionales y académicos. *Profesional de la información (EPI), 30*(2), 1-15. https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.02

Wright, M. F., Wachs, S., y Gámez-Guadix, M. (2021). Youths' coping with cyberhate: Roles of parental mediation and family support. [Jóvenes ante el ciberodio: El rol de la mediación parental y el apoyo familiar]. *Comunicar, 67,* 21-33. https://doi.org/10.3916/C67-2021-02

PERFIL ACADÉMICO Y PROFESIONAL DE LAS AUTORAS

Mónica Bonilla-del-Río. Investigadora Predoctoral (FPU) y Doctoranda en el programa Interuniversitario de Comunicación en la línea de Educomunicación y Alfabetización Mediática (UHU). Máster Interuniversitario en Comunicación y Educación Audiovisual por la Universidad Internacional de Andalucía y la Universidad de Huelva. Máster en Educación Emocional, Social y de la Creatividad por la Universidad de Cantabria. Graduada en Magisterio en Educación Infantil por la Universidad de Cantabria. https://orcid.org/0000-0003-2476-8922
E-mail: monica.bonilla@dfilo.uhu.es

DIRECCIÓN DE LA AUTORA
Facultad de Humanidades. Pabellón 11
Campus de «El Carmen»
Avenida de las Fuerzas Armadas, s/n.
21007 Huelva

Mª Luisa Sánchez-Calero. Titular de Universidad en la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM. Docente universitaria de Grado y Máster en el área de Redacción Periodística. Su línea de investigación se centra en el Discurso del Mensaje Periodístico. Pertenece al Grupo de Investigación de la Universidad Pompeu Fabra: Comunicación Política, Medios, y Democracia. Y es Codirectora del proyecto I+D+I Convocatoria 2019-MINECO. "Comunicación de crisis y emergencias en Social Media. Estudio de su uso en España y diseño de protocolos informativos para instituciones y medios de comunicación (COMCRISIS)" PID2019-109064GB-I00. https://orcid.org/0000-0002-7929-144X
E-mail: mlusaca@ccinf.ucm.es

DIRECCIÓN DE LA AUTORA
Facultad de Ciencias de la Información
Avda. Complutense, s/n
Ciudad Universitaria
28040 Madrid

Fecha de recepción del artículo: 22/05/2021
Fecha de aceptación del artículo: 01/08/2021
Fecha de aprobación para maquetación: 14/09/2021

ANEXO III

INFLUENCERS WITH INTELLECTUAL DISABILITY IN DIGITAL SOCIETY: AN OPPORTUNITY TO ADVANCE INSOCIAL INCLUSION





COGITATIO

Media and Communication (ISSN: 2183–2439)
2022, Volume 10, Issue 1, Pages 222–234
https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4763

Article

Influencers With Intellectual Disability in Digital Society: An Opportunity to Advance in Social Inclusion

Mónica Bonilla-del-Río [1], Bárbara Castillo-Abdul [2,3], Rosa García-Ruiz [4,5,*], and Alejandro Rodríguez-Martín [6]

[1] Department of Philology, University of Huelva, Spain
[2] Department of Communication Sciences and Sociology, Rey Juan Carlos University, Spain
[3] ESAI Business School, Espiritu Santo University, Ecuador
[4] Department of Education, Universidad de Cantabria, Spain
[5] Nebrija University, Spain
[6] Department of Education Sciences, University of Oviedo, Spain

* Corresponding author (rosa.garcia@unican.es)

Submitted: 30 July 2021 | Accepted: 13 September 2021 | Published: 24 February 2022

Abstract
Social networks are appointed as an opportunity to socially normalize disability, as demonstrated by the growing number of influencers with a disability who are followed by millions of users. Likewise, intellectual disability has its place in the networks, with special relevance among influencers with Down syndrome. In this study, a content analysis of 10 accounts of influencers with Down syndrome from seven different countries was performed. Images, videos, comments, and other interactions with their followers were analyzed. The preliminary results described the influencer profiles, the type of content posted, and their relationship with sponsoring brands. These results indicate that social networks allow them to make their interests visible, take part in the digital environment, and interact with their audience, being a positive influence that promotes respect for diversity. These platforms are positioned as powerful tools for the construction and dissemination of inclusive values and the empowerment of disabled people, minimizing controversial questions such as the instrumentalization of the disability and its association with clichés. With all the analyzed results, it is possible to evidence that Instagram can be considered a privileged network that could be utilized for the eradication of barriers and to ease the inclusion of people with intellectual disabilities in the public sphere. The conclusions are relevant for the scientific community given that they will allow us to achieve social inclusion, thanks to the impact of the posts from the influencers with disability.

Keywords
digital inclusion; disability; down syndrome; influencer; Instagram; social inclusion; social networks

Issue
This article is part of the issue "New Narratives for New Consumers: Influencers and the Millennial and Centennial Generations" edited by Luis M. Romero-Rodríguez (Rey Juan Carlos University), Santiago Tejedor (Autonomous University of Barcelona), and Inmaculada Berlanga (International University of La Rioja).

© 2022 by the author(s); licensee Cogitatio (Lisbon, Portugal). This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

1. Introduction

Social networks (SNs) offer new ways of communicating on the internet and allow interactive activities through the use of different formats for the diffusion and exchange of audiovisual content. Facebook, Twitter, YouTube, WhatsApp, Instagram, and Tiktok are the SNs with the most significant number of followers worldwide. Instagram is the SN with the most considerable growth in the number of users and visits, obtaining 1,221 million active users worldwide, implying an increase of 22.1% with respect to the previous year (Kemp, 2020). It is positioned as the fifth SN with the greatest number of users, whose profile is eminently young, and female to a greater degree (Caldeira, 2021). However, the changes added recently, such as filters, reels, and the widespread

growth of the shopping option have improved its impact. This study aims to identify the practices and interactions of influencers with Down syndrome on Instagram, starting with the content analysis of their profiles and interactions with their audience. The study includes an important analysis of a little-studied reality, as similar studies are not expected. Suggestions are provided on how to improve the visibility of intellectual disability through SNs, and actions are suggested at the social, educational, and political levels to take advantage of the influencers' impact and improve the inclusion of this collective.

2. Social Networks, Disability, and the Role of Influencers

The SNs have implied a significant advance in the improvement of the quality of life of people with disability, easing their access to education, enriching their leisure time, and improving their relationships with others. However, a challenge still exists in achieving the full participation of this collective in a society that is becoming more technology-centered, as digital inclusion is influenced by multiple factors and the diversity of experiences (Tsatsou, 2019, 2020). The use of these media by disabled youth is a recurring worry in the scientific literature, mainly from the start of this century (Caton & Chapman, 2016), and it is still a challenge, as shown by the analysis of themes such as risks and vulnerabilities, opportunities, sexuality, identity, barriers, and supports (Borgström et al., 2019). The work by Bayor et al. (2018) indicates that this collective has different interests as a function of the SN in which they participate, namely, they use YouTube to entertain themselves, Facebook to connect with family members, and Snapchat and Instagram to interact with strangers in a leisurely manner.

Despite the increase in the use of SNs by individuals with disabilities, shifting from being simple users to protagonists, and therefore improving their opportunities of social participation, in some cases, these platforms still have barriers concerning accessibility and usability, which translates into a digital divide that is difficult to overcome (Werner & Shpigelman, 2019). In this sense, in agreement with Saz-Torralba et al. (2011), resources that should initially ease the access to information and social interaction create inequalities, so that e-inclusion is set as a fundamental element in current societies, which must wager on the promotion of solutions at the technical level, and the design and development of tailored devices that are linked to the principle of universal accessibility or the universal design for learning (UDL).

Indeed, this sense of universality and diversity has accompanied the long and intense road towards conceptualization in the area of disability. Disabled individuals and their social fabric have constantly demanded laws, procedures, and concepts that are aware of differences. Tradition in most countries is the most important influence of the medical-clinical focus (Shume, 2020).

Faced with the hegemony which impregnates language and the professional practice of many collectives, there is a social model of disability with an emancipating ideology that tries to project a positive image of disability, placing value on the competencies as opposed to the needs; the opportunities as opposed to the difficulties, and overall, the importance of the context as opposed to individual limitations. For this, we find the International Classification Functioning, Disability, and Health (ICF), which comprises the current conceptual framework of disability (World Health Organization, 2001), for a new understanding of functioning, disability, and health. This universal classification system establishes a standardized framework and language that encompass three essential components: body/structure functions, activity, and participation integrated under the terms "functioning" and "disability," which depend on the health conditions and their interaction with contextual factors.

The ICF is a universal classification benchmark and currently serves as the framework for the United Nations and other specialized agencies, such as the UN Statistics Division, UNESCO, and the International Labour Organization. Also, the ICF has a close relationship with the demands from the Independent Living Movement (Carbonell, 2019) and is also the basis for the Convention on the Rights of Persons with Disabilities (United Nations, 2006).

Due to this, the term "disability" is used in the present work, although the focus of the research and the intention of its dissemination is entirely inclusive as a contribution towards the Sustainable Development Goals (SDG). Sustainability is a significant global challenge, which the SDG associate with training and social participation (UNESCO, 2015a). Inclusion and sustainability are closely related, and the fundamental principles of social equity and equality are interdependent and fundamental for sustainable development. The main objective is to broaden the opportunities for everyone and to guarantee the social presence, participation, and progress of every individual, especially those with a disability.

Within the values defined by Booth and Ainscow (2015), from an inclusive perspective, the value of sustainability is essential, as inclusion is defined as belonging, being valued, and obtaining the necessary support for progress to be made (Goodall, 2020). Therefore, the processes of educational inclusion are associated with the achievement of the 17 SDG (UNESCO, 2015b). The 2030 Agenda for Sustainable Development is an instrument that underlines the mutual dependency that exists between the inclusion processes, inclusive training, social participation, and sustainable development (UNESCO, 2015c).

2.1. Risk and Benefits of Use of Social Networks by Disabled Youth

Being a SN user and taking advantage of their opportunities implies being exposed to content that is risky,

especially among the youth, so it is necessary, according to Vissenberg and d'Haenens (2020), to create a safe environment that favors the use of communicational and proactive coping strategies, in which resilience plays a fundamental role. The studies by Sallafranque-St-Louis and Normand (2017) or Chiner et al. (2017) show evidence about how the youth with an intellectual disability or autism experienced distressing situations on the use of the internet and needed support for overcoming them (friends, family, professionals, etc.). Therefore, it is necessary to guarantee the safe and positive use of the internet with special emphasis on this collective agreement with these experts on the crucial role of education in this area. Likewise, Setchell et al. (2020) pointed out that the use and access of technology by disabled individuals can be harmful, create greater exclusion, and broaden the digital divide if they are not adapted or are not accessible. For example, if we are trying to promote the use of SNs, but the user does not have many friends for this (White & Forrester-Jones, 2019), this can have a negative effect.

At the same time, SNs offer individuals with disabilities the opportunity to participate in a digital environment, allowing them to exchange supports (Suriá, 2017), increase their social participation (Raghavendra et al., 2015), and therefore, their social-educational inclusion (Kim & Quian, 2019; Román & Rodríguez-Martín, 2019), at the same time that they favor their visibility. Along the same line, Chadwick et al. (2016) suggest the need to improve the online access of this collective to take greater advantage of their benefits, given that, according to Ramstem et al. (2018), despite the use of the ICT by these youth, they do so to a lesser degree than their peers, and with a different pattern of use (Alfredsson et al., 2019), being dependent on the support from their environment (Borgström et al., 2019). Research studies such as those by Kim and Quian (2019) have shown that the use of SNs by individuals with an intellectual disability provides benefits, such as the improvement in social capital, self-confidence, and a positive image of oneself. They also point out that SNs are tools that favor social inclusion but require the efficient support of one's surroundings to guarantee their safe use. Other networks such as YouTube are used by the youth to build their own identity, presenting and expressing themselves, and searching the identification of their users with their own identity (Pérez-Torres et al., 2018).

2.2. Social Networks to Show Disability

More and more individuals with a disability are utilizing SNs as a tool to make their collective visible. Individuals with a disability make use of different SNs such as YouTube, Instagram, or their own blogs to make themselves known, to show their identity (Borgström et al., 2019), and to have an influence on their followers, using them as a loudspeaker to communicate multiple messages, and not only with a commercial aim. This opportunity to visualize their own identity allows them to overcome tags or clichés such as "learning disability," emphasizing other aspects of their identity (Borgström et al., 2019), achieving greater participation in the digital sphere, and therefore favoring their social inclusion, aspects which will guide the present research study.

In this way, Instagram has established itself as a platform that favors the development of identity and the self-expression of youth with disabilities, facilitating the construction of community, both online and in their social surroundings (Tollan, 2020). Likewise, just as with other SNs, Instagram allows the self-representation of individuals with disabilities through different sociotechnical possibilities, which lead to novel behaviors, the revelation of information about oneself, and new interactions between individuals, which up to now were unthinkable. Self-representation on Instagram can be analyzed starting with the theory by Goffman (1959) about self-representation which sustains that people play social roles in their interactions with others, being able to be more or less aware or sensitive to how they play this role, which is critically important when dealing with individuals who belong to a collective that can be marginalized or stigmatized, such as the case of individuals with a disability or LGTBI individuals (Birnholtz & Macapagal, 2021).

The possibilities offered by SNs for individuals with disabilities to define their profiles and select how they want to show themselves in the digital sphere also allow for the overcoming of the instrumentalization of disability which has derived into a social image (Ledesma, 2008; Vidal-García, 2021; Viñarás-Abad et al., 2021) which does not always correspond to the reality shown by influencers in SNs.

2.3. The Role of Influencers in the Public Sphere

The term influencer is not new and did not appear along with the appearance of SNs since, according to Castelló-Martínez (2016), influencers in the 1960s were defined as famous people or celebrities who influenced consumers regarding purchasing recommendations. Presently, they are defined as individuals with a high number of followers and a high level of engagement, meaning that they create loyalty in their followers through the creation of solid relationships.

Influencers are defined by Marketing Directo (2020) as individuals through which SNs generate information about brands, products, or services, and interact with their followers by sharing ideas and opinions. According to Alassani and Göretz (2019), influencers can be classified as a function of the number of followers into the following categories: nano-influencers, micro-influencers, macro-influencers, and mega-influencers. The number of followers reached by micro-influencers, who will be the object of study in the present work, along with the macro-influencers, lies between four and five figures. On their part, the macro-influencers have a number of followers that reach six to seven digits, which results in a decrease in the level of commitment of 5–25% in this sector.

As for the brands, the marketing of influence through digital platforms is established as one of the most efficient strategies of communication and marketing, increasing the notoriety of the brand, creating commercial opportunities, and client loyalty (del-Pino-Romero & Castelló-Martínez, 2017). In this sense, in agreement with Augure (2015), the most frequent situations in which brands resort to relationships with influencers are the creation and distribution of content or the launching of products. On their part, the main motivation of the influencers for collaborating with different brands is to increase their reach or audience, create the brand image, obtain advantages (discounts or gifts), economic gain, or live new experiences.

3. Method

For this, a study was conducted comprising of two differentiated phases.

3.1. Sample

The sample was composed of 10 accounts of influencers with Down syndrome (Table 1). The influencer accounts were obtained through the Social Blade website by selecting those that met the following criteria:

- Accounts managed directly by individuals with Down syndrome and not by families or associations.
- The number of followers.
- Belonged to the micro-influencers category.
- The nationality of the Instagrammers, who belonged to seven different countries.
- Published in alphabetic languages and not in ideographic languages (i.e., Chinese or Japanese).

From the accounts that met these requirements, a sample of 10 accounts was selected, which were diverse in their geographical origin (America, Europe, and Oceania),

Table 1. Sample characteristics.

Name	Username	Followers	Country	Category and/or Instagram bio	Link
Madeline Stuart	@madelinesmodelling	356 K	Australia	Public figure/super model with Down syndrom	https://bit.ly/3qz8lg2
Gabriel Bernardes	@downlicia_oficial	339 K	Brazil	Entrepreneur/ ambassador: @bis and @Formula NaturalOficial	https://bit.ly/3qyk0vo
Chelsea Werner	@showtimewerner	193 K	USA	2X World champion gymnast, 4X Special Olympics champion @womwnbest athlete	https://bit.ly/3DTP4wf
Kate Grant	@kategrantmodel	43.7 K	Ireland	1st model in NI with Down's syndrome	https://bit.ly/3zHY9pn
Sofía Jirau	@sofiajirau	121 K	Puerto Rico	Model/professional model	https://bit.ly/3qzvrTV
Cacai Bauer	@cacaibauer	369 K	Brazil	Digital creator/ 1st digital inf. with Down syndrome. Model, actress, activist, Ativa 21 ambassador	https://bit.ly/3AjxgJ9
Juliana K. Vieira	@juju.kav	70.6 K	Brazil	Personal blog/ YouTuber	https://bit.ly/3jquBqI
María José Paiz	@segunmajo	37 K	Panama	Blogger	https://bit.ly/3tl1yYQ
Patricia Fuentes	@patrifashion	102 K	Spain	Public figure	https://bit.ly/3DHgzc6
Christopher González	@chrisinlimites	23 K	Puerto Rico	Entrepreneur, motivational speaker, and chef	https://bit.ly/2UJwc0x

major languages (English, Portuguese, and Spanish), and sex (most of the accounts belong to women, and this was reflected in the sample selected).

From the accounts selected, the last 20 posts shared between May and June 2021 were analyzed. The procedure followed for this is detailed in Section 3.2.

3.2. Measurements

In first place, a content analysis technique was utilized from a quantitative approach, starting with the variables developed in other research studies and which we have adapted to our object of study. In this manner, the following categories and their corresponding indicators are established to quantify the interactions produced in the selected accounts, divided into two types of variables: nominal and scale.

3.2.1. Nominal

Among the nominal variables, the type of format (González-Romo & Iriarte-Aguirre, 2020; Romero-Coves et al., 2020) is shown through indicators about the type of publication on Instagram (video, gif, photograph, reel, IGTV, or carousel).

Another variable is the type of content (Gonzalez-Romo & Iriarte-Aguirre, 2020) based on indicators on the publication themes. This variable, given that it had very diverse values that impeded a quantitative analysis was re-codified to classify, in the cases in which the theme was clear and unambiguous, into one of five options. These have been selected according to the characteristics of the profiles of the influencers analysed and in line with McRoberts et al. (2016), Romero-Coves et al.. (2020), González-Romo and Iriarte-Aguirre, (2020), and Villena-Alarcón and Fernández-Torres, (2020). In this way, the following dimensions and categories have been established to analyze the contents of the profiles of different influencers: a) interaction with the audience; b) beauty, fashion, and health; c) inclusion, acceptance, and awareness about Down syndrome; d) lifestyle—parties, celebrations, and leisure; e) gastronomy. This allowed us to classify a total of 96 posts, 48% of the sample, permitting a statistical analysis of these cases. The themes from the rest could not be analyzed given that the themes overlapped (for example, lifestyle and inclusion in many cases) or given that they belonged to isolated categories (for example, a joke is shared on one occasion).

Finally, among the nominal variables is the presence of brands or sponsors (González-Romo & Iriarte-Aguirre, 2020; Smith et al., 2012) through indicators such as the presence of sponsored posts.

3.2.2. Scale

Among the scale variables is the degree of engagement between users and Instagramers (González-Romo & Iriarte-Aguirre, 2020; Villena-Alarcón & Fernández-Torres, 2020), whose indicators are the number of followers, as well as the interactions allowed by Instagram in each post: positive and negative comments, likes, and views (in the case of videos, likes are not an option), as well as the sum of the positive interactions (likes, more positive comments).

In the second phase, and from a qualitative approach, the publications with more significant positive interactions were analyzed (sum of likes and positive comments) of each of the profiles. For this, starting with Romero-Coves et al. (2020) and Villena-Alarcón and Fernández-Torres (2020), the following variables were established: a) type of content, starting with the following characteristics extracted from the quantitative analysis and the biographical information of the profiles themselves—1) beauty, fashion, and health; 2) entrepreneurship and gastronomy; 3) content creators; b) Format of the post; c) presence in SNs—presence or absence of the influencer in the post and type of presence (individual, as a couple, secondary, others); d) hashtags—Use of generic hashtags and/or related with disability.

4. Results

4.1. Quantitative Analysis

The results obtained from the statistical analysis were analyzed with the SPSS v.25 software. The descriptive study of the variables allowed us to observe that the account and posts analyzed corresponded to the category of micro-influencer, with a high number of likes, views, and positive interactions obtained (Table 2). It should be pointed out, nevertheless, that although the mean values were high, the standard deviations were high as well, thereby showing the great diversity between the accounts. This is especially derived from the number of followers of each account, which varied between 23,000 and 370,000, which has a strong influence on the rest of the variables. On the other hand, the number of negative interactions, in the shape of negative comments, was almost inexistent, and only one post had two negative comments, and another obtained only one negative comment, so that these values were considered marginal, and it was observed that the interaction was generally positive.

Also, it was observed that from the total number of accounts, 30% did not have a presence beyond Instagram, 20% also had a presence on YouTube, and the other 5% had a greater presence in other networks: one of them had a presence in a blog, Facebook, Instagram, and YouTube; another also had a blog, Facebook, and Instagram; another in email, YouTube, and TikTok, aside from Instagram; and the last was also on YouTube and Facebook.

As shown in Table 3, the types of publications in these accounts were overall photographs—29.5% of the total—

Table 2. Degree of commitment between users and Instagrammers.

	Mean	SD	Minimum	Maximum
Number of followers	165,240	132,943.33	23,000	370,000
Likes	8,868.91	43,312.52	93	516,173
Views	20,538	30,278.60	1,236	118,531
Positive interactions	9,027.96	43,677.46	100	520,523

and reels—in 29% of the accounts. Lastly, it was observed that more than half of the publications had a presence of sponsors (69.5%), a sign of the frequent collaboration of these accounts with other businesses.

4.1.1. Inferential Analysis

A statistically significant and positive correlation was observed, with a large size effect, between the number of views and the number of followers ($r(34) = .71$, $p < .001$). Thus, the greater number of followers the greater number of views, which is evident due to the weight that the number of followers could have on the rest of the interactions. Nevertheless, and perhaps surprisingly, this variable did not have a significant effect on the number of likes and comments.

No differences were observed from the presence or absence of sponsors, neither to aspects related to the number of views of the videos and IGTV ($t(34) = -.679$, $p = .50$), the number of likes ($t(162) = -1.051$, $p = .29$), the number of positive comments ($t(198) = -.757$, $p = .45$), nor the total number of positive interactions ($t(162) = -1.05$, $p = .29$).

On the other hand, a positive and statistically significant correlation with a large size effect was observed between the number of likes and the number of positive comments ($r(162) = .94$, $p < .001$). This result is coherent given that a post that awakens positive emotions in the shape of likes will also likely receive positive comments and vice-versa. At the same time, as expected, the total number of positive interactions was correlated in a positive and significant manner, and with a large size effect, with the number of likes ($r(162) = 1.00$, $p < .001$] and the number of positive comments ($r(162) = .95$, $p < .001$). Lastly, this was the same between the number of positive comments and the number of views of the posts in the shape of video or IGTV ($r(162) = .60$, $p < .001$).

The type of publication did not seem to have a significant influence on the number of likes ($F(160, 3) = 1.35$, $p = .25$) or positive interactions ($F(160, 33) = 1.36$, $p = .25$), although it was observed that the type of post did have an influence on the number of positive comments as a general trend ($F(193, 6) = 1.81$, $p = .098$). Likewise, differences were observed between the number of followers and the presence in other networks ($F(193, 6) = 14.26$, $p < .001$). However, the post hoc test did not show a clear trend—for example, that more networks mean more followers—and the small number of cases forces us to consider this test with caution, given that the differences in the number of followers were very notable, and could have had an influence, as previously mentioned.

A trending difference was found between the type of publication and the presence of sponsors (see Table 4; X^2 (6, 200) = 10.95, $p = .09$, $C = .22$], in that we wanted to analyze if having a sponsor or not had an influence on the type of publication. A greater sponsor presence was observed in the carousel posts, which could indicate that this type of post offered a greater richness or a more interesting platform for the promotion of products. This coincides with Social Insider data (Chaves, 2020) which argued that the carousel was the type of publication with greater engagement. However, this could not be verified with an ANOVA test, as no significant differences were found in the engagement as a function of type of post.

Lastly, the publication theme was only relevant with respect to the presence of sponsors ($F(90, 5) = 5.032$,

Table 3. Type of format of the posts.

Type of post	Percentage
Photograph	29.5
Reel	29
Carousel	23
Gif	2
IGTV	9.5
Video	6.5
Other	.5

Table 4. Presence of brands or sponsors.

Type of post	Presence of Sponsor (%)	X^2	p	C	
	Yes	No	10.95	.090	.22
Video	4.9	7.2			
Gif	0	2.9			
Photograph	29.5	29.5			
Reel	23	31.7			
IGTV	6.6	10.8			
Carousel	36.1	17.3			
Other	0	0.7			

$p < .001$), which was superior in the fashion, beauty, or health posts where product sponsorship is usually frequent.

4.2. Qualitative Analysis

The qualitative analysis performed concerning the content published highlights the important presence of women influencers as compared to men and the privileged space of fashion and gastronomy as important spheres in which to become socially visible. Other accounts were also notable, where the users disseminated their everyday actions with closeness and a certain naturalness.

In every publication analyzed, the influencer seeks to create engagement by mentioning the external accounts or questions from users, interactions, or user responses. Another common feature between these accounts was the presence of the Instagrammer, who appeared in each of the posts as a protagonist of the visual content shared. Likewise, it should be highlighted that they did not appear in the company of others in any of the publications with the greatest number of positive interactions.

The followers, through their comments, positively and emphatically interact, showing tokens of affection, support, and solidarity in every publication. Negative comments were not found in most of the contents analyzed, except for specific cases with a positive intention, associated with health and avoiding overweightness (specifically to the user Gabriel Bernardes, given the amount of food normally consumed, according to the posts that are mainly related with baking).

Next, we analyze the posts with the highest number of positive interactions in each of the accounts analyzed, classified according to the type of content shared in their profiles, and starting with the beauty, fashion, and health categories (see Figure 1). Here we find the predominance of colourful photographs with the recurrence of the following hashtags: #inclusion, #diversity, #downsyndrome, #youarebeautiful, #differentisbeautiful, #downsyndromemodel, and #SDOwnYourBeauty. These posts underline the recognition and exaltation of female beauty of women with Down syndrome. It should be underlined that two of the photographs in Figure 1 show the spontaneity of the influencers, while the rest is showing the photographic production of visual content.

Despite the fact that the influencers in Figure 2 are associated with entrepreneurship and gastronomy, the publications with a higher number of positive interactions were associated with lifestyle, activities, or

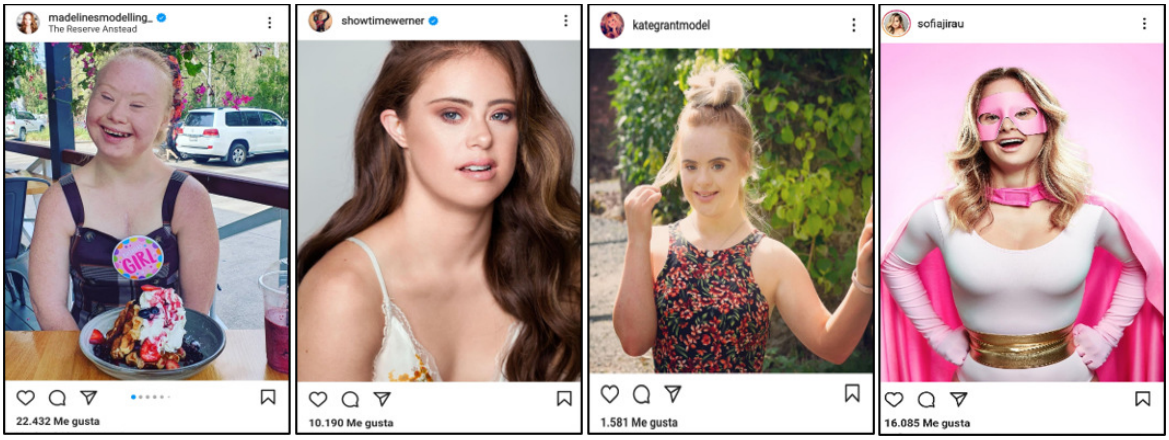


Figure 1. Beauty, fashion, and health categories.



Figure 2. Entrepreneurship and gastronomy categories.

celebrations in their day-to-day. As for the type of content, the publication from Gabriel Bernardes is a reel, while the one from Christopher González is a photographic carousel. Among the hashtags present in these contents, we found: #downsyndrome #cheflife, #inclusionmatters, #reels, #reelsinstagram, #corleone, #barberiacorleone, #dance, and #sabadou. Both the reels and the carousel rely on a variety of colors, which characterize the posts.

According to the type of post the importance of reels is highlighted, except for the content created by María José Paiz, which is a photographic carousel. All of them share content related to leisure activities and celebrations. Despite all of these influencers in this category (see Figure 3) producing content related to their daily life, it is also common for them to directly allude to Down syndrome, except for Patricia Fuentes. In this sense, the most recurring hashtags in these posts were: #dowsyndrome, #inclusão, #empoderamentofeminino, #diversidade, #meninassuperpoderosa, #dance, #baile, #moving, #love, and #amordown. Likewise, we should highlight a strategy utilized for provoking a response from the audience that is present in all the posts analyzed. That is, the micro-influencers in this category formulate questions in the descriptive text that are directed towards the users to generate interaction with their followers through the comments. Lastly, we should highlight that all the publications used a variety of colors.

5. Discussion and Conclusions

SNs provide valuable opportunities to connect with others, forge friendships, find support, and contact groups of peers. SNs can be the first point of contact, beyond the education environment, of people with disabilities with other individuals who have the same characteristics, interests, and needs. They are an opportunity to overcome the population's imagination about Down syndrome and intellectual disability in general as a collective of dependent individuals who need support at the academic, social, and professional levels.

The analysis of the selected influencer profiles in this study shows us individuals who are able to be independent in different areas of professional and social life. The accounts analyzed were managed by micro- and macro-influencers who have professions as models, cooks, digital creators, or YouTubers, which show their worthiness as verified in the posts analyzed in the present work.

If we delve into the subjects found in the posts, beyond their nature associated with dissemination (fashion, food, digital information, day-to-day aspects, etc.), a generalized interest for showing images, videos, and reels about day-to-day situations was observed. It should be underlined that among the subjects mentioned above, the most representative concerning the presence of sponsors were the contents about fashion, beauty, and health.

As for the nature and spontaneity of the main contents analyzed, these showed a completely normalized image of disability which disappears from the main focus of the posts, becoming an anecdotal aspect, as a personal characteristic without importance.

There is an evident diversity in the accounts; however, the types of posts are recurrent in all the profiles, with photography being prominent. This Instagram carousel dissemination format denoted the increase in the presence of the sponsor as compared to other styles, which resulted in a greater number of positive comments. This, without a doubt, creates a precedent for the planning of future publications for the sake of creating engagement between the followers and influencers or the brands associated with them.

In agreement with Castillo-Abdul et al. (2021), the presence of brands that include support for SNs profiles such as Instagram, as part of their corporate social responsibility, has a positive impact on the image and relationship with groups of interest. This relationship foments positive feedback, and as shown in the results of the present research study, a post that awakens positive emotions as "likes" will perhaps also receive positive comments and vice-versa.



Figure 3. Content creators category.

A clear intention was evidenced for driving and promoting equality, the achievement of goals, and the personal acceptance and self-realization beyond the limits that are habitually associated with individuals with disabilities. The data obtained highlighted that the accounts analyzed break away from the social image present in the collective ideology. The accounts analyzed showed that we can overcome this strongly stereotyped, sensationalist, un-personalized view, which presents the people with disabilities as a homogenous collective (Ledesma, 2008; Vidal-García, 2021; Viñarás-Abad et al., 2021), thanks to publications of young people such as those analyzed in the present work.

Among the limitations, we find, in the first place, the construction of the variable "positive interactions," which combines the number of likes with the number of positive comments, given that they are not two equivalent categories—the proportion of comments is much lower than the likes; they are, therefore, more "valuable." At the same time, in the video or IGTV posts, the likes are not counted, so this variable was not calculated. Nevertheless, we independently measured the likes, comments, and in the case of the videos and IGTV, views, which showed a high correlation between them and with the volume of positive interactions. As such, this variable was kept in an exploratory manner, although we must be cautious when reporting these data. On the other hand, it is possible that the reduced number of accounts analyzed could have limited the observations so that these are not statistically significant; this is particularly true in the case of the theme, as less than half of the cases could be clearly and unambiguously classified into a category that allowed their quantitative analysis. Likewise, another limitation of the study is the terminological designations utilized, as the concept of "disability," although internationally accepted, has diverse connotations according to the national context in each country. Thus, it is also important to delve into the language utilized because the use of one type of language over another leads to different manners of thinking, feeling, and acting, and therefore, of social awareness. With respect to this, SNs also have a great impact, especially in light of the recognition of sensitive collectives such as the one studied.

In future studies, it would be necessary to delve into these aspects with larger samples; nevertheless, the present article serves as an initial exploratory analysis, combining quantitative data with a deeper qualitative analysis. Also, the data obtained can serve for the reflection and actions that could be included in training materials for teachers and communication professionals, who can become aware of the importance and impact that SNs can have in their respective fields. For this, the present study, and the larger project within which it is framed, allow us to reflect on the involvement that SNs could have for being elements that facilitate the process of inclusion, and that without a doubt play a determinant role. In the words by Marchesi (2019), it is about promoting an inclusive process that requires three bridges: a political bridge to adopt policies and budgets oriented towards this aim; a sociocultural bridge, which tries to create favorable citizen attitudes towards inclusion; and lastly, an educational bridge that involves attention to diversity as a key axis of the system, and teacher training. However, we must also add a fourth bridge, communication and digitalization, which implies addressing the impact of SNs on the public sphere as they create attitudes, favoring different opinions and promoting awareness and sensitivity towards differences and diversity. It is also about dealing with a re-thinking of the initial and permanent training of education professionals, communication, and social intervention, to address the legal and ethical professional responsibilities towards the construction of a more just, equal, and inclusive context.

Along the way, digital competence training is a fundamental aspect. For this, in the socio-educational sphere, the UDL (Centre for Assistive Special Technologies, 2013) is revealed as a theoretical-practical approach that allows for the development of profound inclusive socio-educational proposals. The UDL was developed by the Centre for Assistive Special Technologies (2013) and is founded on advances in neurosciences, learning theories, the results from educational practices and research, and the fundamental contributions from technology (Meyer et al., 2016). Scientific evidence backs the reach of UDL, as it increases the access and participation of all the students, improves academic results and social participation, as indicated by the results from the research by Wook-Ok et al. (2017), Capp (2017, 2020), and Rodríguez-Martín et al. (2020). Likewise, the social fabric has an unprecedented opportunity for creating new relationships, and increasing the reach and visibility, which could be harnessed to improve the quality of life conditions of individuals with intellectual disabilities, and, at the same time, to continue to assert their rights and equality of opportunities.

Thus, we can conclude that Instagram is not only a tool that is able to provide visibility to individuals with intellectual disabilities but is also able to change the collective imagination concerning people with Down syndrome. All of this is a turning point for achieving social and work inclusion of this collective and to provide evidence of the positive impact that SNs could have in their personal, educational, and community spheres.

Acknowledgments

This work was conducted within the framework of Alfamed (Euro-American Network of Researchers), with the support of the R+D Project Youtubers and Instagrammers: Media Competence in Emerging Prosumers (RTI2018–093303-B-I00), financed by the State Research Agency of the Spanish Ministry of Science, Innovation and Universities and the European Regional Development Fund.

Conflict of Interests

The authors declare no conflict of interests.

References

Alassani, R., & Göretz, J. (2019). Product placements by micro and macro influencers on Instagram. In G. Meiselwitz (Ed.), *Social computing and social media: Communication and social communities* (pp. 251–267). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-21905-5_20

Alfredsson, K., Kjellberg, A., & Hemmingsson, H. (2019). Digital participation? Internet use among adolescents with and without intellectual disabilities: A comparative study. *New Media & Society*, *22*(12), 2128–2145. https://doi.org/10.1177/1461444819888398

Augure. (2015). *Estatus y prácticas de las relaciones con influencers en 2015* [Status and practices of the relationships with influencers in 2015]. https://bit.ly/3d0Luoe

Bayor, A., Bircanin, F., Sitbon, L., Ploderer, B., koplick, S., & Brereton, M. (2018). Characterizing participation across social media sites amongst young adults with intellectual disability. In *OzCHI '18: Proceedings of the 30th Australian conference on computer-human interaction* (pp. 113–122). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/3292147.3292167

Birnholtz, J., & Macapagal, K. (2021). "I don't want to be known for that": The role of temporality in online self-presentation of young gay and bisexual males. *Computers in Human Behavior*, *118*, Article 106706. https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106706

Booth, T., & Ainscow, M. (2015). *Index for inclusion: Developing learning and participation in schools*. CSIE.

Borgström, A., Daneback, K., & Molin, M. (2019). Young people with intellectual disabilities and social media: A literature review and thematic analysis. *Scandinavian Journal of Disability Research*, *21*(1), 129–140. http://doi.org/10.16993/sjdr.549

Caldeira, S. P. (2021). "It's not just Instagram models:" Exploring the gendered political potential of young women's Instagram use. *Media and Communication*, *9*(2), 5–15. https://doi.org/10.17645/mac.v9i2.3731

Capp, M. J. (2017). The effectiveness of universal design for learning: A meta-analysis of literature between 2013 and 2016. *International Journal of Inclusive Education*, *21*, 791–807. https://doi.org/10.1080/13603116.2017.1325074

Capp, M. J. (2020). Teacher confidence to implement the principles, guidelines, and checkpoints of universal design for learning. *International Journal of Inclusive Education*, *24*, 706–720. https://doi.org/10.1080/13603116.2018.1482014

Carbonell, G. J. (2019). The independent living movement in Spain. *Spanish Journal of Disability*, *7*, 201–214. https://doi.org/10.5569/2340-5104.07.02.12

Castelló-Martínez, A. (2016). El marketing de influencia: Un caso práctico [The influence marketing: A practical case]. In I. Zacipa-Infante, V. Tur-Viñes, & J. Segarra-Saavedra (Eds.), *Tendencias publicitarias en Iberoamérica: Diálogo de saberes y experiencias* [Advertising trends in Ibero-America: Dialogue of knowledges and experiences] (pp. 49–65). Colección Mundo Digital. https://doi.org/10.14198/MEDCOM/2016/8

Castillo-Abdul, B., Pérez-Escoda, A., & Civila, S. (2021). Social media fostering happiness management: Three luxury brands case study on Instagram. *Corporate Governance*. Advance online publication. https://doi.org/10.1108/CG-05-2021-0201

Caton, S., & Chapman, M. (2016). The use of social media and people with intellectual disability: A systematic review and thematic analysis. *Journal of Intellectual & Developmental Disability*, *41*(2), 125–139. https://doi.org/10.3109/13668250.2016.1153052

Centre for Assistive Special Technologies. (2013). *Pautas sobre el diseño universal para el aprendizaje* (DUA) [Universal design for learning guidelines]. https://bit.ly/2BUtKLy

Chadwick, D. D., Quinn, S., & Fullwood, C. (2016). Perceptions of the risk and benefits of internet access and use by people with intellectual disabilities. *British Journal of Learning Disabilities*, *45*(1), 21–31. https://doi.org/10.1111/bld.12170

Chaves, A. (2020, September 3). El carrusel es el formato de Instagram con más engagement: Por qué deberías usarlo. [Photo dump is the most engaging Instagram format: Why your should use it]. *Marketing 4 Ecommerce*. https://bit.ly/3h4rUtt

Chiner, E., Gómez-Puerta, M., & Cardona-Moltó, C. (2017). Internet use, risk and online behaviour: The view of internet users with intellectual disabilities and their caregivers. *British Journal of Learning Disabilities*, *45*(3), 190–197. https://doi.org/10.1111/bld.12192

del-Pino-Romero, C., & Castelló-Martínez, A. (2017). La estrategia publicitaria basada en influencers. El caso de SmartGirl by Samsung [Advertising strategy based on influencers. The case of SmartGirl by Samsung]. In A. Castelló-Martínez & C. del-Pino-Romero (Eds.), *Publicidad y convergencia mediática. Nuevas estrategias de comunicación persuasiva* [Advertising and literacy convergence. New strategies of persuasive communication] (pp. 116–146). Egregius Ediciones.

Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday. https://bit.ly/31RIhRW

González-Romo, Z. F., & Iriarte-Aguirre, S. (2020). Análisis de la gestión de la comunicación de los influencers farmacéuticos españoles en Instagram durante la pandemia del Covid-19 [Analysis of the management of the communication of Spanish pharmaceutical

influencers in Instagram during the Covid-19 pandemic]. *Revista Española de Comunicación en Salud*, *2020*(1), 9–30. https://doi.org/10.20318/recs.2020.5402

Goodall, C. (2020). Inclusion is a feeling, not a place: A qualitative study exploring autistic young people's conceptualisations of inclusion. *International Journal of Inclusive Education*, *24*, 1285–1310. https://doi.org/10.1080/13603116.2018.1523475

Kemp, S. (2020). *Digital in 2020*. We Are Social; Hootsuite. https://bit.ly/3gLAqfF

Kim, K. M., & Quian, X. (2019). "I feel valued": The experience of social networking site engagement among people with intellectual and developmental disabilities in South Korea. *International Journal of Developmental Disabilities*, *67*(6), 410–419. https://doi.org/10.1080/20473869.2019.1670007

Ledesma, J. A. (2008). *La imagen social de las personas con discapacidad* [The social image of people with disabilities]. CERMI.

Marchesi, A. (2019). Salamanca 1994–2019: There is still a long way to Latin America. *International Journal of Inclusive Education*, *23*(7/8), 841–848. https://doi.org/10.1080/13603116.2019.1622803

Marketing Directo. (2020). *Influenciadores: Diccionario de marketing directo e interactivo* [Influencers: Dictionary of direct and interactive marketing]. https://bit.ly/3jFSCKD

McRoberts, S., Bonsignore, E., Peyton, T., & Yarosh, S. (2016). Do it for the viewers! Audience engagement behaviors of young YouTubers. In *Proceedings of the 15th international conference on interaction design and children* (pp. 334–343). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/2930674.2930676

Meyer, A., Rose, D. H., & Gordon, D. (2016). Universal design for learning: Theory and practice. CAST Professional Publishing.

Pérez-Torres, V., Pastor-Ruiz, Y., & Abarrou-Ben-Boubaker, S. (2018). Los youtubers y la construcción de la identidad adolescente [YouTuber videos and the construction of adolescent identity]. *Comunicar*, *55*, 61–70. https://doi.org/10.3916/C55-2018-06

Raghavendra, P., Newman, L., Grace, E., & Wood, D. (2015). Enhancing social participation in young people with communication disabilities living in rural Australia: Outcomes of a home-based intervention for using social media. *Disability and Rehabilitation*, *37*(17), 1576–1590. https://doi.org/10.3109/09638288.2015.1052578

Ramstem, C., Martín, L., Dag, M., & Hammar, L. M. (2018). Information and communication technology use in daily life among young adults with mild-to-moderate intellectual disability. *Journal of Intellectual Disabilites*, *24*(3), 289–308. https://doi.org/10.1177/1744629518784351

Rodríguez-Martín, A., Alvarez-Arregui, E., & Ordiales-Iglesias, T. (2020). Huellas para la inclusión: Fundamentos para responder a la diversidad e implementar el Diseño Universal para el Aprendizaje [Trace for the inclusion: Foundations for responding to diversity and implementing the Universal Design for Learning]. EdiUno.

Román, P., & Rodríguez-Martín, A. (2019). Students with intellectual disabilities: Access to information, communication and knowledge. In J. M. Batanero (Ed.), *Teacher training for the incorporation of ICT in students with functional diversity* (pp. 93–109). Octaedro.

Romero-Coves, A., Carratalá-Martínez, D., & Segarra-Saavedra, J. (2020). Influencers y moda en redes sociales. Análisis de las principales modelos españolas en Instagram [Influencers and fashion in social networks. Analysis of the principal Spanish models in Instagram]. *Redmarka: Revista de Marketing Aplicado*, *24*(2), 44–58. https://doi.org/10.17979/redma.2020.24.2.7053

Sallafranque-St-Louis, F., & Normand, C. L. (2017). From solitude to solicitation: How people with intellectual disability or autism spectrum disorder use the internet. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, *11*(1), Article 7. https://doi.org/10.5817/CP2017-1-7

Saz-Torralba, O., Rodríguez-Dueñas, W. R., & Lleida-Solano, E. (2011). Development of voice-based tools for accessibility to computer services. *Computación y Sistemas*, *15*(1), 7–15. https://bit.ly/35uXnP3

Setchell, J., Barlott, T., & Torres, M. (2020). A social-emotional analysis of technology use by people with intellectual disabilities. *Journal of Intellectual Disability Research*, *65*(2), 149–161. https://doi.org/10.1111/jir.12796

Shume, T. J. (2020). Conceptualising disability. *International Journal of Inclusive Education*. Advance online publication. https://doi.org/10.1080/13603116.2020.1839796

Smith, A. N., Fischer, E., & Yongjian, C. (2012). How does brand-related user-generated content differ across YouTube, Facebook, and Twitter? *Journal of Interactive Marketing*, *26*(2), 102–113. https://doi.org/10.1016/j.intmar.2012.01.002

Suriá, R. (2017). Redes virtuales y apoyo social percibido en usuarios con discapacidad: Análisis según la tipología, grado y etapa en la que se adquiere la discapacidad [Virtual networks and perceived social support in users whit disability: Analysis to the type, grade and stage in which the disability is acquired]. *Escritos de Psicología*, *10*(1), 31–40. https://doi.org/10.5231/psy.writ.2017.21403

Tollan, K. (2020). *Exploring the development of identity and community amongst disabled youth on Instagram* [Doctoral dissertation, Brock University]. Brock University Digital Repository. https://bit.ly/3cw1EW5

Tsatsou, P. (2019). Digital inclusion of people with disabilities: A qualitative study of intra-disability diversity

in the digital realm. *Behaviour & Information Technology*, *39*(9), 995–1010. https://doi.org/10.1080/0144929X.2019.1636136

Tsatsou, P. (2020). Is digital inclusion fighting disability stigma? Opportunities, barriers, and recommendations. *Disability & Society*, *36*(5), 702–729. https://doi.org/10.1080/09687599.2020.1749563

UNESCO. (2015a). *World education forum 2015: Final report*. https://bit.ly/3DIfocp

UNESCO. (2015b). *Global monitoring report on education*. https://bit.ly/3tfnXXa

UNESCO. (2015c). *Incheon declaration and framework for action for the implementation of sustainable development goal 4*. https://bit.ly/3h2Dkxn

United Nations. (2006). *Convention on the rights of persons with disabilities*. https://bit.ly/2WKNpZ9

Vidal-García, J. (2021). Los derechos de las personas con discapacidad "Un espejo donde mirarse, en la prensa digital española" [The rights of people with disabilities "A mirror to look at, in the Spanish digital press"]. *Paideia XXI*, *11*(1), 43–61. https://doi.org/10.31381/paideia%20xxi.v11i1.3734

Villena-Alarcón, E., & Fernández-Torres, M. J. (2020). Relaciones con los públicos a través de Instagram: Los influencers de belleza como caso de estudio [Beauty on Instagram: Relations between influencers and the stakeholders]. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, *10*(19), 111–132. http://doi.org/10.5783/RIRP-19-2020-07-111-132

Viñarás-Abad, M., Vázquez-Barrio, T., & Sánchez-Valle, M. (2021). Situación de las personas con discapacidad en el sector de la comunicación en España: Aspectos laborales, profesionales y académicos [Situation of people with disabilities in the communication sector in Spain: Labor, profesional and academic aspects]. *Profesional de la Información*, *30*(2), 1–15. https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.02

Vissenberg, H., & d'Haenens, L. (2020). Protecting youths' wellbeing online: Studying the associations between opportunities, risks and resilience. *Media and Communication*, *8*(2), 175–184. https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2774

Werner, S., & Shpigelman, C. N. (2019). Information and communication technologies: Where are persons with intellectual disabilities? *Israel Journal of Health Policy Research*, *8*(6), Article 6. https://doi.org/10.1186/s13584-018-0282-4

White, P., & Forrester-Jones, R. (2019). Valuing e-inclusion: Social media and the social networks of adolescents with intellectual disability. *Journal of Intellectual Disabilities*, *24*(3), 381–397. https://doi.org/10.1177%2F1744629518821240

Wook-Ok, M., Rao, K., Bryant, B. R., & McDougall, D. (2017). Universal design for learning in pre-k to grade 12 classrooms. *Exceptionality*, *25*, 116–138. https://doi.org/10.1080/09362835.2016.1196450

World Health Organization. (2001). *The international classification functioning, disability and health*. https://bit.ly/3n4yC66

About the Authors



Mónica Bonilla-del-Río is a predoctoral researcher at the Department of Philology of University of Huelva, contracted under the University Teacher Training Programme, financed by Spanish Ministry of Education, Culture and Sports (MECD). She is a PhD student in the Interuniversity Program in Communication at the Universities of Seville, Malaga, Huelva, and Cadiz. She has a MA in Communication and Audiovisual Education at the International University of Andalusia and the University of Huelva. She is vice-president of Alfamed young (Euro-American Inter-University Network for Research on Media Literacy for Citizenship) and she is a member of the research group HUM-648 Ágora. https://orcid.org/0000-0003-2476-8922



Bárbara Castillo-Abdul is a predoctoral researcher at the Department of Communication Sciences and Sociology of Rey Juan Carlos University (Spain) and visiting professor at ESAI Business School, Universidad Espíritu Santo in Ecuador. Student of the PhD program in communication at the University of Huelva and the Social and Legal Sciences program at Rey Juan Carlos University. She is a member of the European Communication Research and Education Association, International Association for Media and Communication Research, Euro-American Inter-University Network for Research on Media Literacy for Citizenship. https://orcid.org/0000-0002-3711-1519



Rosa García-Ruiz has a PhD in educational sciences from the National University of Distance Education. She is a professor at the Universidad de Cantabria (Spain) and director of the Department of Education. Collaborator of Nebrija Univesity (Spain), she is also assistant editor of *Comunicar* journal (JCR & Scopus Q1). Her lines of research are educational innovation and digital and media literacy. She participates in competitive national and international research projects. She is a member of Alfamed (Euro-American Inter-University Network for Research on Media Literacy for Citizenship). https://orcid.org/0000-0003-1445-6968



Alejandro Rodríguez-Martín has a PhD in educational sciences from University of Las Palmas de Gran Canaria (Spain). He is a professor at University of Oviedo (Spain) and director of the Department of Education Sciences. He has also been a visiting researcher at different higher education institutions and research centers in Europe and America. His lines of research are inclusive education, entrepreneurial training ecosystems and digital mentoring, and active ageing and digital inclusion. He is a member of the Spanish Society of Pedagogy, Inclusive University Network, European Network of Inclusive Education and Disability Included, Transdisciplinary Educational Research Network, and Alfamed. https://orcid.org/0000-0002-4230-4243



ANEXO IV

INFLUENCERS CON DISCAPACIDAD FÍSICA EN INSTAGRAM: FUNCIONALIDADES, VISIBILIDAD Y COLABORACIÓN EMPRESARIAL



Influencers con discapacidad física en *Instagram*: Funciones, visibilidad y colaboración empresarial

Influencers with physical disabilities on *Instagram*: Features, visibility and business collaboration

Mónica Bonilla-del-Río; **Juan C. Figuereo-Benítez**; **Victoria García-Prieto**

Note: This article can be read in its English original version on:
https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/86995

Cómo citar este artículo.
Este artículo es una traducción. Por favor cite el original inglés:

Bonilla-del-Río, Mónica; **Figuereo-Benítez, Juan C.**; **García-Prieto, Victoria** (2022). "Influencers with physical disabilities on *Instagram*: Features, visibility and business collaboration". *Profesional de la información*, v. 31, n. 6, e310612.

https://doi.org/10.3145/epi.2022.nov.12

Artículo recibido el 10-05-2022
Aceptación definitiva: 14-09-2022



Mónica Bonilla-del-Río
https://orcid.org/0000-0003-2476-8922

Universidad de Huelva
Campus del Carmen
Av. del Tres de Marzo, 3
21007 Huelva, España
monica.bonilla@dfilo.uhu.es



Juan C. Figuereo-Benítez ✉
https://orcid.org/0000-0002-9061-8482

Universidad de Sevilla
Facultad de Comunicación
Américo Vespucio, 27
41092 Sevilla, España
figuereo@us.es



Victoria García-Prieto
https://orcid.org/0000-0003-4973-7583

Universidad de Sevilla
Facultad de Comunicación
Américo Vespucio, 27
41092 Sevilla, España
vgarcia8@us.es

Resumen

En el mundo digital las redes sociales adquieren importancia para las personas con discapacidad en términos de comunicación y visibilidad. Asimismo, se han convertido en el lugar idóneo para el activismo, ya que permiten la autorrepresentación de la discapacidad por los propios creadores de contenido. Este grupo social, tradicionalmente aislado y discriminado, ha visto en estas plataformas una vía para fomentar la inclusión social y hacer frente al discurso dominante. Este trabajo explora la red social *Instagram* como espacio de comunicación y de visibilidad de instagrammers con discapacidad de Europa y Latinoamérica. El objetivo principal de la investigación es analizar las publicaciones de influencers hispanohablantes con discapacidad física para establecer si se dan unas características similares o si existen diferencias significativas en los usos que hacen de las funcionalidades de *Instagram* y cómo se ve representada la discapacidad en sus perfiles. Mediante una investigación cuantitativa, descriptiva y estadística, se realizó un análisis de contenido de 400 publicaciones correspondientes a 10 perfiles de *Instagram*, todos ellos de microinfluencers y macroinfluencers con discapacidad física que contaban con colaboraciones empresariales de diverso tipo. Los resultados muestran que la discapacidad es visible en un 85% de las publicaciones, ya sea en las fotografías o vídeos compartidos, en el texto del post, los hashtags o los emoticonos, aunque predomina en mayor medida en el contenido audiovisual. En la publicidad destacan las menciones o etiquetas a marcas, muy por encima de la colaboración pagada, que aparece minoritariamente en comparación con otras formas de promoción. El grado de influencia se muestra determinante para las interacciones en forma de likes y reproducciones por vídeo o *reels*. Por último, el uso de hashtags sobre inclusión y concienciación social refuerza la importancia de estas plataformas en la integración social de las personas con discapacidad.

Palabras clave

Redes sociales; Medios sociales; *Instagram*; Instagrammers; Influencers; Discapacidad física; Personas con discapacidad; Accesibilidad; Inclusión; Análisis de contenido; Marcas; Marketing de influencers.

Abstract

In the digital world, social media have become important for people with disabilities in terms of communication and visibility. They have also become the ideal place for activism, as they allow the self-representation of disability by the content creators themselves. This social group, traditionally segregated and discriminated against, has seen in these platforms a tool to promote social inclusion and confront the dominant discourse. This paper explores the social media *Instagram* as a space for communication and visibility of instagrammers with disabilities from Europe and Latin America. The main objective of the research is to analyse the publications of Spanish-speaking influencers with physical disabilities to establish if there are similar characteristics or if there are significant differences in the uses they make of *Instagram*'s functions and how disability is represented in their profiles. Through quantitative, descriptive, and statistical research, a content analysis was carried out of 400 publications corresponding to 10 *Instagram* profiles, all of them of microinfluencers and macroinfluencers with physical disabilities who had different types of business collaborations. The results show that disability is visible in 85% of the publications, whether in the photos or videos shared, in the text of the post, hashtags or emoticons, although it predominates to a greater extent in audiovisual content. In advertising, mentions or tags of brands stand out, much more than paid collaboration, which appears as a minority compared to other forms of promotion. The degree of influence is decisive for interactions in the form of likes and views per video or reels. Finally, the use of hashtags on inclusion and social awareness reinforces the importance of these platforms for the social integration of people with disabilities.

Keywords

Social media; Social networks; *Instagram*; instagrammers; Influencers; Physical Disability; People with disabilities; Accessibility; Inclusion; Content analysis; Brands; Influencer marketing.

Financiación

1. Este trabajo se ha elaborado en el marco de la *Red Interuniversitaria Euroamericana de Investigación en Competencias Mediáticas para la Ciudadanía* (*Alfamed*), con el apoyo del Proyecto I+D+I (2019-2021), titulado "Youtubers e instagrammers: La competencia mediática en los prosumidores emergentes" con clave RTI2018-093303-B-I00, financiado por *Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades* de España y el *Fondo Europeo de Desarrollo Regional* (*Feder*) y por el Proyecto I+D-i (2020-2022), titulado "Instagrammers y youtubers para el empoderamiento transmedia de la ciudadanía andaluza. La competencia mediática de los instatubers", con clave P18-RT-756, financiado por la *Junta de Andalucía*, en la convocatoria 2018 (*Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación, 2020*) y el *Fondo Europeo de Desarrollo Regional* (*Feder*).

2. El autor Juan C. Figuereo-Benítez es beneficiario de un contrato predoctoral PIF financiado por el VI PPIT-US (*Plan Propio de Investigación y Transferencia* de la *Universidad de Sevilla*), en el marco del grupo de investigación 'Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación' (Código oficial PAIDI HUM-618) de la *Universidad de Sevilla*.

1. Introducción

Las plataformas sociales en línea son un espacio ideal para el contacto virtual entre personas y grupos con hábitos e intereses semejantes. **Ibáñez-Cubillas**, **Díaz-Martín** y **Pérez-Torregrosa** (2017) afirman que las redes sociales proveen al público de una sensación de cercanía que rompe barreras de idiosincrasia, cultura o idioma, potenciando la inherente socialización humana. **Ladogina** *et al*. (2020) reconocen que las redes sociales como *Facebook*, *Instagram*, *YouTube*, *Twitter* o *TikTok* incorporan un dinamismo en los procesos de comunicación que sumergen al usuario en nuevas realidades. Con la llegada de estas virtualidades, las formas de consumo han cambiado de un modelo de práctica y comportamiento analógico a uno digital, transformando las actitudes de los usuarios (**González-Carrión**; **Aguaded**, 2020). Al respecto, **Hung**, **Jayasumana** y **Bandara** (2019) hablan de un mundo 2.0 con demandas cada vez más heterogéneas, y ante las cuales los creadores de contenidos particulares e industriales deben responder con agilidad.

Este estudio se centra específicamente en la red social *Instagram*, que destaca por su capacidad para establecer interacciones y comunidades frente a otras plataformas (**Arora** *et al*., 2019; **Casaló**; **Flavián**; **Ibáñez-Sánchez**, 2020), lo que ha fomentado su uso por parte de influencers y empresas que colaboran para realizar campañas de publicidad y marketing a través de redes sociales.

El objetivo principal de la investigación es analizar las publicaciones de influencers hispanohablantes, procedentes de países de Europa y Latinoamérica, con discapacidad física para establecer si se dan unas características similares o si existen diferencias significativas en los usos que hacen de las múltiples funcionalidades de *Instagram* y cómo se ve representada la discapacidad en sus perfiles.

Este estudio es importante porque las investigaciones sobre discapacidad y alfabetización mediática son escasas y no analizan la accesibilidad y el uso de las TIC por parte del colectivo, lo que implica la falta de visibilidad y representación de las personas con discapacidad (**Bonilla-del-Río**; **Valor-Rodríguez**; **García-Ruiz**, 2018; **Prefasi** *et al*., 2010). Por ello, se destaca la necesidad de realizar más estudios en los que se contemple a un colectivo que de manera habitual ha sido olvidado en las investigaciones realizadas en esta vertiente (**Gutiérrez-Recacha**; **Martorell-Cafranga**, 2011; **Samaniego** *et al*., 2012).

> El reconocimiento de la diversidad y la inclusión social son cuestiones fundamentales sobre las que se sustentan las democracias actuales

Redes sociales como *Instagram* permiten a los creadores de contenido con discapacidad mostrar sus intereses, participar en el entorno digital e interactuar con su audiencia, lo que facilita la disminución de barreras y estereotipos, así como favorece el empoderamiento del colectivo.

Asimismo, una característica fundamental que diferencia a los influencers es la monetización de su perfil en redes sociales a través de colaboraciones de marketing con empresas (**Kay**; **Mulcahy**; **Parkinson**, 2020). Estas colaboraciones pueden darse de forma directa con una compensación monetaria, pero también de forma indirecta a través de productos gratuitos, que deben promocionar o sortear (**Hwang**; **Jeong**, 2016). Este estudio se ha centrado en el análisis de perfiles de *Instagram* que, además de situarse en la escala de micro o macroinfluencers, han contado con colaboraciones directas o indirectas y que, por tanto, rentabilizan su perfil.

Esta cuestión ha sido tomada como una condición esencial para el estudio porque, como han demostrado trabajos previos (**Foster**; **Pettinicchio**, 2021), las redes sociales permiten un acercamiento y visibilidad de la discapacidad que promueve el valor de la diversidad y fomenta la inclusión social. Partiendo de esta premisa, el estudio se ha centrado en perfiles que no solo han alcanzado esa visibilidad en *Instagram*, sino que han captado la atención de las marcas llegando a establecer colaboraciones con estos perfiles con discapacidad. Al mismo tiempo, de esta forma se refuerza la consideración de que la demanda de diversidad en redes sociales no quede solamente en una manifestación altruista de los perfiles con discapacidad, sino que sea tenida en cuenta por el ámbito empresarial y que se manifieste públicamente en la red social en forma de colaboración.

2. Marco teórico

2.1. Redes sociales y visibilidad de la discapacidad

El reconocimiento de la diversidad y la inclusión social son cuestiones fundamentales sobre las que se sustentan las democracias actuales. En el caso de las personas con discapacidad, tradicional e históricamente discriminadas, los objetivos de plena participación e inclusión social incluyen la representación y accesibilidad a los entornos comunicativos de todo tipo como una condición necesaria para que las personas con discapacidad puedan gozar plenamente de todos los derechos humanos y las libertades fundamentales (*ONU*, 2006).

En la actualidad, las redes sociales se han sumado a los entornos comunicativos mostrándose como un espacio que favorece el contacto virtual entre personas y grupos con hábitos e intereses semejantes. Las relaciones sociales con el grupo de iguales y la búsqueda de autonomía y libertad se instauran como prioridades en las que el ocio adquiere un papel fundamental (**Codina**; **Pestana**; **Stebbins**, 2017). En esta línea, entre los motivos más destacados para el uso de las redes sociales por parte de las personas con discapacidad destacan la comunicación con amigos y el entretenimiento (**Bonilla-del-Río**; **Sánchez-Calero**, 2022).

Estas plataformas favorecen que los usuarios produzcan y compartan sus propios contenidos, así como que interactúen y difundan los de otros (**Aguaded**; **Jaramillo-Dent**; **Delgado-Ponce**, 2021), lo que supone una auténtica transformación de los procesos comunicativos. De este modo, los usuarios se convierten en prosumidores, construyendo sus identidades en la red y compartiendo intereses que destacan su presencia y protagonismo a través de la autorrepresentación y la autoexhibición (**Pérez-Daza**, 2021).

Las redes sociales, tal y como destaca **Durante** (2011), permiten a los usuarios la posibilidad de construir, al menos en parte, la identidad personal de manera diferenciada a cómo sucede en la realidad física. Por lo tanto, la información que se transmite y comparte puede estar influenciada, entre otros factores, por la confianza y el autoconcepto que tenga el usuario de sí mismo, por la decisión que tome sobre las esferas de su vida que desea compartir, por la relevancia que otorgue a la privacidad o por la búsqueda de popularidad (**Durante**, 2011). En este sentido, las redes sociales ofrecen la oportunidad a las personas con discapacidad de controlar cómo y cuándo revelan información sobre su discapacidad en estas plataformas digitales, ya que en ocasiones el estigma asociado a la discapacidad física genera barreras a este colectivo para la consolidación de amistades significativas (**Furr**; **Carreiro**; **McArthur**, 2017).

Por su parte, de acuerdo con **Bassey** *et al*. (2021), las redes sociales fomentan el contacto social del colectivo y promueven la visibilidad y concienciación social sobre la discapacidad, así como la comunicación, intercambio y activismo (**Ellis**; **Kent**, 2016). Estas plataformas permiten a las personas con discapacidad obtener experiencias positivas en cuanto al desarrollo de la identidad social y la autoestima, el entretenimiento, la amistad y el disfrute (**Caton**; **Chapman**, 2016).

De hecho, la inclusión digital puede convertirse en el motor que conduzca a la inclusión social de las personas con discapacidad; y la economía y el emprendimiento digital a través de la creación de contenido presentan oportunidades para el empoderamiento (**Johnson**, 2019).

Las redes sociales otorgan a los activistas pertenecientes a colectivos en riesgo de exclusión social múltiples oportunidades para la construcción de narrativas alternativas que hacen frente al discurso dominante y generan nuevas representaciones (**Moors**, 2019; **Bitman**, 2021). De este modo, estos recursos permiten a las personas con discapacidad fomentar su participación digital, su inclusión social (**Bayor** *et al*., 2018) y su integración comunitaria (**Snethen**; **Zook**, 2016). Así, uno de los objetivos de los creadores de contenido con discapacidad es influir en los legisladores y periodistas (**Trevisan**, 2017).

Sin embargo, hay estudios que hablan de cómo, a pesar de su potencial, las redes sociales se revelan inaccesibles y tienen actitudes discriminatorias para las personas con discapacidad (**Ellis**; **Kent**, 2016). Estas plataformas hacen que los activistas con discapacidad deban trabajar más duro para alcanzar sus objetivos (**Bitman**, 2021). Ello se debe a que han de convertirse en un nicho de mercado rentable en la dinámica económica de las propias redes sociales para que se vea promovida su accesibilidad, visibilidad y repercusión, que otros grupos logran con mayor facilidad.

2.2. Discapacidad física

En la actualidad, aproximadamente el 15% de la población a nivel mundial tienen algún tipo de discapacidad (*Organización Mundial de la Salud*, 2021), cifra que va en aumento debido principalmente al envejecimiento de la población y a la prevalencia de dolencias crónicas.

De acuerdo con la *OMS* (*WHO*, 2001), el término discapacidad "engloba las deficiencias, limitaciones en la actividad, o restricciones en la participación". Se trata de un

> "fenómeno complejo que refleja una interacción entre las características del organismo humano y las características de la sociedad en la que vive" (**Hermida-Ayala**; **Mateos-Borregón**; **Olalla-Vizcaino**, 2010).

Basándose en el *Real decreto 1971/1999*, de 23 de diciembre, de procedimiento para el reconocimiento, declaración y calificación del grado de discapacidad, la *Plataforma Representativa Estatal de Personas con Discapacidad Física* (*Predif*, s/f), que tiene su ámbito de actuación en territorio español, propone una clasificación de las discapacidades diferenciadas en tres grandes grupos: 1) Discapacidades físicas (relacionadas con el cuerpo, miembros y órganos en general); 2) Discapacidades sensoriales (originadas en el sistema visual o auditivo y que pueden afectar a la garganta y las estructuras relacionadas con el lenguaje); y 3) Discapacidades psíquicas (relacionadas con las discapacidades intelectuales y de salud mental).

La discapacidad física es aquella que afecta al aparato locomotor, especialmente a las extremidades, lo que provoca un impedimento causado por el estado físico de la persona, que le impide moverse con plena funcionalidad de su sistema motriz de manera permanente e irreversible (*Observatori de la Discapacitat Física*, s/f). La mayoría de las personas con discapacidad física (en torno al 80%) adquieren la discapacidad tras el nacimiento, ya sea por condiciones comunes o algún accidente, mientras que en un porcentaje menor se origina durante el embarazo. Esta discapacidad puede reflejarse por la disminución o falta de coordinación del movimiento, a partir de trastornos en el tono muscular o del equilibrio (*Predif*, s/f).

En su relación con las redes sociales, diversos estudios muestran la motivación de las personas con discapacidad física o motora, especialmente las jóvenes, para ampliar sus relaciones personales y mejorar sus habilidades sociales, lo que enlaza asimismo con el potencial de inclusión social de estas plataformas (**Suriá-Martínez**, 2015). De hecho, de entre los diversos tipos de discapacidad, son las personas con discapacidad motora quienes muestran mayor percepción de apoyo en las redes sociales (**Suriá-Martínez**, 2017) y destacan en su presencia y representación frente a otros tipos de discapacidad (**Shpigelman**; **Gill**, 2014). Por último, estudios como los de **Magee** (2012) ponen de relieve cómo las personas con discapacidad física o motora severa que necesitan asistencia personal para usar las redes sociales ven limitada la privacidad de sus comunicaciones, de ahí la importancia de la accesibilidad de estas plataformas y de la implantación de diseño para todas las personas.

2.3. *Instagram*, tipos de influencers y monetización

Este estudio se centra en la red social *Instagram*, que destaca por construir perfiles de liderazgo, por su naturaleza inherentemente visual y la capacidad de transmitir tendencias (**Casaló**; **Flavián**; **Ibáñez-Sánchez**, 2020). La impresión visual y la expansión de contenidos, base primigenia de *Instagram*, revelan un destacable interés de la población a nivel global por narrar historias a través de la imagen (**Hernández**; **Hernández**, 2018).

De acuerdo con **Rojas-Torrijos** y **Panal-Prior** (2017), *Instagram* dispone de funciones compartidas con otras plataformas como *Facebook*, así como con algunas propias. Estas incluyen el hashtag, que agrupa los contenidos por etiquetas y temáticas y facilita la búsqueda de tópicos y usuarios, las interacciones como los likes o los comentarios, que permiten contabilizar el *feedback* y las opiniones por parte de los seguidores en función del interés que despiertan los contenidos compartidos. Asimismo, otra de las funcionalidades es el texto que acompaña a los contenidos audiovisuales, que permite a los usuarios describir su publicación o aportar la información que consideren oportuna. Desde su creación, las funciones de *Instagram* han ido evolucionando, incluyendo filtros, emoticonos, menciones, nuevos formatos como *stories*, vídeos o *reels*, e incluso la función de la "colaboración pagada", lo que promueve la colaboración entre las marcas y los creadores de contenido, entre otras.

De igual modo, su capacidad para establecer interacciones y comunidades (**Casaló**; **Flavián**; **Ibáñez-Sánchez**, 2020) ha fomentado su uso en el marketing de influencers.

Craig (2019) considera que los creadores de contenido están motivados por un espíritu emprendedor y el deseo de generar una marca propia. Se trata de usuarios ordinarios que acumulan un número de seguidores "relativamente grande" con los que comparten historias personales y terminan monetizando sus contenidos integrando publicidad y opiniones (**Abidin**, 2016). Para **Ki** y **Kim** (2019), los influencers tienen el objetivo de estrechar las relaciones entre las comunidades cautivas que les siguen y las empresas o marcas que los contratan. No obstante, esta realidad no siempre se traduce en contratos que busquen cerrar ventas, sino también en la mejora o modificación de la imagen de una marca, organización, producto o servicio (**Mateus**; **León**; **Núñez-Alberca**, 2022)

Los influencers son figuras con gran notoriedad y poder (**Falla-Rubio**, 2019), que ganan seguidores y reputación en función a su personalidad, que los caracteriza en sus redes sociales. El poder de recomendación e influencia en las redes sociales es muy efectivo, y este hecho no ha pasado desapercibido para las marcas y empresas (**Scolari**, 2007).

En un mundo globalizado, resulta bastante improbable esconder segundas intenciones sin ser descubiertas. Por ello, las empresas deben extremar sus precauciones a la hora de combinar sus intereses publicitarios y de marketing con los propios intereses de los usuarios, especialmente si las redes sociales entran en juego, siempre velando por no traspasar los límites marcados por la legalidad y la ética (**Castelló-Martínez**; **Del-Pino**, 2015). No obstante, el diseño de acciones de marketing de influencia debe entenderse como parte de la estrategia de comunicación integral de la marca en una época en la que la publicidad ha de ser transmedia y multidisciplinar (**Jenkins**; **Ford**; **Green**, 2015).

Sin duda, los influencers se caracterizan por acumular un amplio, aunque variable, número de seguidores (**Casaló**; **Flavián**; **Ibáñez-Sánchez**, 2020; **Gottbrecht**, 2016). Sin embargo, estudios como los de **Djafarova** y **Rushworth** (2017) han mostrado cómo los usuarios de *Instagram* tienden a confiar más en influencers con un número de seguidores modesto que en aquellos que tienen un número mayor. De hecho, trabajos recientes postulan que el número de *followers* puede incluso reducir su participación (**Tafesse**; **Wood**, 2021).

Según **Alassani** y **Göretz** (2019), las categorías de influencers se pueden clasificar del siguiente modo:

1. Megainfluencer*:* Aquí se consideran a los *celebrities*, es decir personas reconocidas por su talento como artistas, actores, entre otros, y que además aparecen en diferentes medios de comunicación. Estos cuentan con 1.000.000 de seguidores en adelante.

2. Macroinfluencer: Son personas expertas, como periodistas, blogueros, profesionales. Su comunidad va desde más de 100.000 seguidores hasta 999.999.

3. Microinfluencer: Son consumidores comunes cuya influencia se basa en la experiencia con las marcas y las audiencias y que tienen, de media, más de 1.000 seguidores y hasta 99.999 seguidores. Este grupo también es denominado como el de las microcelebridades (**Marwick**, 2015).

4. Nanoinfluencer*:* Este grupo cuenta con un número máximo de 1.000 seguidores, por lo que su alcance es limitado, aunque el nivel de compromiso con su audiencia es alto.

Esta jerarquía presentada se tiene muy en cuenta a la hora de monetizar los perfiles y los contenidos compartidos por los influencers, los cuales se han convertido en los líderes de opinión del siglo XXI y las marcas comerciales apuestan por ellos para lanzar sus mensajes (**Rodrigo-Martín**; **Rodrigo-Martín**; **Muñoz-Sastre**, 2021).

La monetización de un perfil se entiende como la capacidad de generar ingresos a partir de la publicación de contenido audiovisual. Para **Castelló** y **Pino** (2015), la colaboración ha de ser *win-to-win*, de manera que las dos partes obtengan algún beneficio, el cual no siempre es económico. Mientras que la marca se impregna de la credibilidad y confianza que irradia el prescriptor, este ve recompensado su trabajo fortaleciendo su posición y relevancia profesional (**Martínez-Sanz**; **González-Fernández**, 2018).

> "Los macroinfluencers tienden a no contestar los comentarios, mientras que en los microinfluencers se invierte la tendencia"

Para ello, el marketing de influencia se basa en el contacto y vínculo que establece una empresa con influencers previamente identificados, para multiplicar el alcance de su comunicación de marca. Esta disciplina fusiona la comunicación corporativa con la publicidad extrayendo lo mejor de cada una para, en última instancia, generar un vínculo con el usuario que acabe fidelizándolo (**Castelló**; **Pino**, 2015).

3. Objetivos

El objetivo principal de la investigación es analizar las publicaciones de influencers hispanohablantes con discapacidad física para establecer si se dan unas características similares o si existen diferencias significativas en los usos que hacen de las diferentes funcionalidades de *Instagram* y cómo se ve representada la discapacidad en sus perfiles. En concreto, esta meta principal se desglosa en los siguientes objetivos específicos:

O1: Examinar el uso que hacen los creadores de contenido con discapacidad en *Instagram* en función de su grado de influencia.

O2: Comprobar si existen diferencias en el uso de la red social en cuanto al género por parte de los influencers con discapacidad.

O3: Analizar las colaboraciones que realizan los instagrammers con discapacidad con las marcas.

O4: Estudiar la autorrepresentación de la discapacidad y la accesibilidad del contenido creado por los influencers.

4. Metodología

4.1. Muestra

Para esta investigación se realizó un análisis de contenido de 10 perfiles de *Instagram*, todos ellos de influencers hispanohablantes con discapacidad física que contaban con colaboraciones empresariales.

Para el diseño de la investigación, la selección de la muestra y el instrumento de análisis, se tomó como referencia la bibliografía previa, junto con la aplicación del método *walkthrough*, que permitió adecuar el método al estudio concreto. Esta técnica de recorrido permite seleccionar un corpus de datos sobre el cual construir un análisis detallado y sirve como base para investigaciones centradas en el usuario (**Light**; **Burgess**; **Duguay**, 2018). El *walkthrough* se realizó de forma previa al análisis y en dos fases: 1) búsqueda de perfiles acordes a los objetivos para delimitar el objeto de estudio; 2) análisis previo sobre los 10 perfiles analizados para adecuar el instrumento de análisis a las características de los influencers seleccionados y a los objetivos del estudio.

En la primera fase, se comenzó la búsqueda de perfiles gestionados por personas con discapacidad que cumplieran con los requisitos de ser influencers y tuvieran algún tipo de relación comercial con alguna marca, es decir, que no solo tuvieran seguidores, sino que tuvieran rentabilizada de alguna forma su posición de influencers. Esta búsqueda genérica fue afinando debido a que en los resultados obtenidos predominaban los perfiles de influencers con discapacidad física que habían monetizado su condición de influencer o, al menos, contaban con apoyo empresarial en otras formas de colaboración, frente a otros tipos de discapacidades. Por lo que se decidió acotar la búsqueda a este perfil. Para abarcar una muestra mayor y teniendo en consideración las cuentas hispanohablantes encontradas, se seleccionaron perfiles de ámbito internacional con esta característica, tratando de localizar una muestra variada en cuanto a la procedencia geográfica de los influencers. Se fue registrando la información de todos los perfiles localizados, así como sus características (nombre de usuario, sexo, número de seguidores, nacionalidad, colaboración con marcas, tipo de discapacidad). Se estableció un número de micro y macroinfluencers y se decidió equilibrar la muestra en cuanto al género de los influencers. Con estos criterios, se seleccionaron los perfiles que finalmente compondrían la muestra.

A lo largo de este proceso, se concretaron los objetivos del estudio, teniendo en cuenta también investigaciones previas. Asimismo, se navegó por los diferentes perfiles de los influencers seleccionados observando sus biografías y *stories* fijadas en sus cuentas y publicaciones, con el fin de decidir el contenido a analizar. Finalmente, se decidió focalizar el estudio exclusivamente en los posts.

Durante la segunda fase, una vez seleccionados los 10 perfiles y tras el diseño del instrumento, se realizó un análisis previo para valorar la fiabilidad del mismo. Estos procesos se detallan en los epígrafes siguientes.

El estudio se centró en este tipo de discapacidad. Se seleccionaron 10 perfiles de habla hispana procedentes de países de Europa y Latinoamérica –Chile, Colombia, Ecuador, España, Italia, México, y Venezuela–. Se equilibraron los perfiles por razón de sexo, incluyendo a cinco hombres y cinco mujeres. Del mismo modo, teniendo en cuenta la diversidad de perfiles según el número de seguidores e interacciones, se seleccionaron cinco perfiles de microinfluencers (1.001-99.999 seguidores) y cinco de macroinfluencers (100.000-999.999 seguidores) (**Alassani**; **Göretz**, 2019). Establecer unos perfiles de manera proporcional en cuanto al sexo y el grado de influencia facilita la comparativa, teniendo en cuenta que, además, la muestra también se equilibró en número de unidades de análisis por perfil.

Tabla 1. Datos de los perfiles incluidos en el estudio a 28 de febrero de 2022

Nombre	Nombre de usuario	País	Grado de influencia	Seguidores
Cisco García	@ciscogarve	España	Macroinfluencer	301.308
Edna Serrano	@ednaserranooficial	México	Macroinfluencer	297.917
Mauricio Riffo	@tenientedan	Chile	Macroinfluencer	209.169
Davide Morana	@davidebartolomorana	Italia	Macroinfluencer	101.846
Victoria Salcedo	@vicco_salcedo	Ecuador	Macroinfluencer	165.664
Dany	@v_a_l_i_e_n_t_e	Colombia	Microinfluencer	53.527
Franwil Basulto	@franwil_basulto	Venezuela	Microinfluencer	37.147
Alan	@alanelruedas	España	Microinfluencer	26.833
Anabel Domínguez	@nosoyloquevesoficial	España	Microinfluencer	16.224
Cami Herrera	@cami.herrerar	Chile	Microinfluencer	14.543

Para la selección de la muestra, de entre todo el contenido disponible en *Instagram*, nos centramos en las publicaciones por su cualidad de contenido permanente en el perfil del usuario. Así, seleccionamos 40 publicaciones de cada perfil. En total, el tamaño de la muestra fue de 400 unidades de análisis que se corresponden con los posts publicados hasta el 28 de febrero de 2022. Se analizaron las publicaciones desde esta fecha hacia atrás hasta completar el número necesitado de cada perfil.

4.2. Variables

Para la selección de las variables y categorías a analizar partimos de los instrumentos utilizados en la bibliografía previa (**González-Romo**; **Iriarte-Aguirre**, 2020; **Romero-Coves**; **Carratalá-Martínez**; **Segarra-Saavedra**, 2020; **Villena-Alarcón**; **Fernández-Torres**, 2020), incluyendo adaptaciones a este estudio a través de la etnografía digital. La combinación de estos criterios permite crear un instrumento con unas bases sólidas al mismo tiempo que acomodado al estudio en particular. En concreto, las variables analizadas fueron: 1) Temática de las publicaciones; 2) Publicidad; 3) Formato del audiovisual; 4) Interacciones –likes, comentarios y respuestas–; 5) Presencia y compañía del influencer; 6) Accesibilidad; 7) Autorrepresentación/Visibilidad de la discapacidad.

En la variable "Temática de las publicaciones", se distinguieron las siguientes categorías, partiendo de la literatura previa (**González-Romo**; **Iriarte-Aguirre**, 2020) y del método *walkthrough* desempeñado:

1) Recomendación y promoción (incluye aquellas publicaciones que recomiendan productos, promocionan eventos, talleres, campañas o libros);

2) Discapacidad (publicaciones en las que el contenido principal es la discapacidad, los derechos del colectivo, las barreras y adaptaciones, reivindicaciones, entre otros);

3) Deporte (abarca todas las disciplinas deportivas, entrenamiento, pautas y recomendaciones, etc.);

4) Moda y belleza (publicaciones sobre *outfits*, ropa, calzado, cuidado de la piel, maquillaje, tratamientos de belleza, rutinas de limpieza y exfoliación o cuidados capilares, entre otros);

5) COVID-19 (publicaciones que traten sobre la pandemia, infografías, medidas de prevención, tratamientos, síntomas e información general);

6) Humor (define toda aquella publicación que tenga contenido cómico o humorístico);

7) Personal (publicaciones de carácter personal como *selfies*, imágenes personales y/o momentos de la vida personal del influencer); y

8) Otros (publicaciones que no puedan ser catalogadas en los apartados anteriores).

Además, la "Publicidad" se ha medido como una variable aparte, siguiendo la bibliografía previa (**González-Romo**; **Iriarte-Aguirre**, 2020). Ello se debe a la importancia de esta cuestión para el estudio, puesto que uno de los requisitos para la selección de los perfiles era la colaboración empresarial de algún tipo en *Instagram*. Así, distinguimos entre:

1) mención explícita de "colaboración pagada";
2) aparición de hashtags del tipo #ad #publi #gift;
3) menciones o etiquetas a marcas.

En vista de todas las opciones ofrecidas por *Instagram*, se establecieron las siguientes categorías en cuanto al "Formato audiovisual":

1) fotografía;
2) vídeo;
3) *reel*;
4) carrusel de fotografía;
5) carrusel de vídeo; y
6) carrusel mixto.

En las "Interacciones" o *engagement*, se analizó el número de reproducciones, likes y comentarios. Frente a otras investigaciones (**Romero-Coves**; **Carratalá-Martínez**; **Segarra-Saavedra**, 2020), estudiamos también si los influencers responden al menos a algún comentario en sus publicaciones.

Con respecto a la "Accesibilidad del contenido", incluimos esta variable teniendo en cuenta que se trata de un estudio sobre perfiles con discapacidad y que, en el análisis etnográfico de *Instagram* en general y de los perfiles estudiados en particular, se encontró que algunas cuentas incluían subtitulado en sus vídeos. Se agregaron otros servicios de accesibilidad audiovisual, por lo que, en caso afirmativo, distinguimos si se trata de subtitulado, lengua de signos o texto alternativo (#alt).

Para analizar la "Autorrepresentación/Visibilidad de la discapacidad", recogimos si está presente o no y, en caso afirmativo, si aparece en:

1) contenido audiovisual;
2) texto;
3) hashtags; y
4) emoticonos.

En caso de utilizar hashtags o emoticonos sobre discapacidad, también los recogimos para establecer cuáles son los más extendidos y utilizados.

Incluimos también la variable "Presencia y compañía del influencer en el post" (**Romero-Coves**; **Carratalá-Martínez**; **Segarra-Saavedra**, 2020), que comprendía las siguientes categorías:

1) individual;
2) en pareja sentimental;
3) con familia;
4) con amigos; y
5) otros.

Por último, la variable "Menciones o etiquetas" mide si las publicaciones mencionan o no a otras cuentas.

Además de todas estas variables cuantitativas que miden la frecuencia de aparición de los elementos señalados, el instrumento permitía recoger las impresiones cualitativas del codificador. Esta adición de elementos cualitativos al análisis de contenido ha sido respaldada desde hace décadas por **Bardin** (1986) o **Krippendorff** (1990).

4.3. Instrumento

El instrumento fue diseñado en *Google Forms* y, para medir la precisión de la ficha de análisis se realizó una prueba que incluía un 10% de la muestra total, repartido entre todos los perfiles analizados. La prueba sirvió para corregir y aumentar la precisión del instrumento y, por tanto, del propio análisis. Por último, para la fiabilidad se calculó el coeficiente Alpha de Krippendorff, apto para estudios en los que intervienen más de dos codificadores, sobre un 10% del total analizado. En total, la fiabilidad fue satisfactoria, alcanzando un 0,824 (**Krippendorff**, 2004).

Una vez realizado el análisis de contenido y la codificación, la información del formulario se extrajo en formato *Excel*, trasladando los datos de cada variable al software *SPSS v.28.0*. Para el procesamiento de los datos se realizaron, en primer lugar, las pruebas correlacionales Chi-cuadrado y V de Cramer y, posteriormente, la correlación de Spearman. Las primeras se emplearon para valorar la probabilidad de discrepancias en función de la hipótesis nula, que afirma que no existe relación y que las variables tienen completa independencia (**Flores-Peña**, 2016), con el fin de comprobar la existencia de diferencias significativas entre las frecuencias observadas y esperadas, calculando la corrección V de Cramer para determinar la intensidad de relación de las variables de tipo nominal (**Vizcaíno-Verdú**; **Tirocchi**, 2021). Por su parte, la correlación de Spearman permitió medir la asociación entre dos variables ordinales o una ordinal y otra de escala (**Reguant-Álvarez**; **Vilà-Baños**; **Torrado-Fonseca**, 2018).

5. Resultados

En primer lugar, resulta imprescindible realizar una breve descripción de la biografía de los perfiles analizados para posteriormente poner el foco en las publicaciones analizadas. El hecho de seleccionar únicamente perfiles con discapacidad física ha permitido encontrar paralelismos entre ellos, como el hecho de que la mitad utilicen el emoticono azul de la silla de ruedas en su biografía. Concretamente, el uso de este emoji corresponde con las cuentas de todos los influencers que se desplazan en silla de ruedas, a excepción de la influencer Cami Herrera. El resto de perfiles también muestra la discapacidad en su biografía de diversas formas. El 50% de ellos cuentan su historia personal sobre su discapacidad en las historias destacadas. Davide Morana utiliza el texto "amputado x4" y "atletismo adaptado". Algunos perfiles utilizan frases motivadoras como "LosLímitesSoloEstánEnNuestraMentes" (Franwil Basulto), "If it doesn't challenge you it doesn't change you" (Victoria Salcedo) o "Aunque la vida no resulte ser la fiesta que esperabas... ¡Nunca dejes de bailar!" (Dany). Aunque esta información a veces resulta ambigua por sí sola, se complementa con el contenido audiovisual, como la foto de perfil o las historias destacadas, aclarando así que se refiere a la cuestión de la discapacidad. Como otros influencers –con o sin discapacidad–, incluyen en el texto biográfico otras redes sociales, como canales de *YouTube* o enlaces de *link.tree* con todos sus sitios (90%), información sobre su profesión o área (50%), email de contacto para colaboraciones (40%) o enlaces a productos propios como libros (20%).

5.1. Usos de *Instagram* en función del grado de influencia de los creadores de contenido

Con respecto al análisis de contenido que abarca los 400 posts, en primer lugar, se han analizado los usos que los influencers con discapacidad hacen de las distintas funcionalidades de la plataforma relacionando estos resultados con su grado de influencia.

En los tipos de formato más empleados por los instagrammers (gráfico 1) destaca la preferencia por parte de los microinfluencers a emplear el carrusel fotográfico (24,8%), seguido del carrusel mixto (13,3%) y los *reels* (10,5%), mientras que los macro-

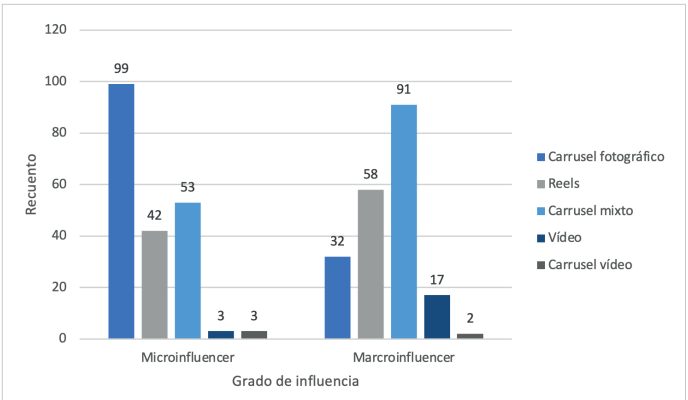


Gráfico 1. Formatos más empleados en función del grado de influencia

influencers comparten sus contenidos con mayor frecuencia mediante los carruseles que combinan fotos y vídeos (22,8%) y a través de *reels* (14,5%). En ambos casos, tomando en consideración el recuento total, existe una escasa preferencia por parte de los instagrammers de compartir sus publicaciones en formato vídeo (5%) y carrusel de vídeos (1,3%).

Asimismo, se han analizado las interacciones que generan los instagrammers, teniendo en cuenta si son micro o macroinfluencers (tabla 2).

Tabla 2. Resumen de procesamiento de casos en función del grado de influencia y las interacciones

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Grado de influencia * Seguidores	400	100	0	0,0	400	100
Grado de influencia * Likes	380	95,0	20	5,0	400	100
Grado de influencia * Comentarios	400	100	0	0,0	400	100
Grado de influencia * Reproducciones	119	29,8	281	70,3	400	100

El cálculo de estos resultados se ha realizado sobre el número de posts válidos. En el caso de los "likes" existen 20 datos perdidos, debido a que los influencers activaron la opción de *Instagram* que permite ocultar el número de "me gusta", por lo que esa información no era visible. Por otro lado, en el caso del número de las "Reproducciones" existen 281 publicaciones en las que no aplicaba este criterio, bien porque se trata de publicaciones de tipo fotográfico o porque no estaba disponible el dato, como es el caso de los vídeos que forman parte de los carruseles de vídeo. No obstante, como hemos comentado anteriormente, este tipo de posts es muy escaso (1,3%).

Tabla 3. Correlación de Spearman entre el grado de influencia y las interacciones

Correlación de Spearman		
	Valor	Sig. (bilateral)
Seguidores	,870	<,001
Likes	,613	<,001
Comentarios	,237	<,001
Reproducciones	,705	<,001

Los datos muestran la existencia de una correlación positiva y significativa en el número de seguidores, likes y reproducciones (tabla 3). En el primer caso se muestra una correlación altamente significativa, lo que se explica debido a que el número de seguidores determina el grado de influencia, es decir, este dato determina si los instagrammers son considerados micro o macroinfluencers. También existe una asociación, entre moderada y fuerte, con respecto al número de "me gusta" y de reproducciones, así como una correlación débil en relación con el número de comentarios. Por lo tanto, podemos concluir la significatividad del grado de influencia de los instagrammers con respecto a las interacciones que generan por parte de sus seguidores.

Tabla 4. Interacción de los influencers a través de comentarios en función de su grado de influencia

			Interacción en los comentarios		
			Sí	No	Total
Grado de influencia	Microinfluencer	Recuento	153	47	200
		% dentro de grado de influencia	76,5	23,5	100
		% dentro de interacción en comentarios	74,6	24,4	100
		% del total	38,3	11,7	50,0
	Macroinfluencer	Recuento	52	148	200
		% dentro de grado de influencia	26,0	74,0	100
		% dentro de interacción en comentarios	25	75	100
		% del total	13,0	37,0	50,0
Total		Recuento	205	195	400
		% del total	51,2	48,8	100

Resulta relevante también resaltar que tanto los micro como los macroinfluencers interaccionan a través de los comentarios, respondiendo a sus seguidores y aprovechando esta funcionalidad de *Instagram* (tabla 3). De acuerdo con el gráfico 2, se observa un equilibrio entre los posts en los que se da esa interacción (51,2%) y en los que no (48,8%). Sin embargo, resulta significativo que los macroinfluencers tienden a no contestar (37% de las ocasiones frente al 13% en las que sí responden al menos algún comentario), mientras que en los microinfluencers se invierte la tendencia (en el 38,3% de los casos responden y en el 11,7% no).

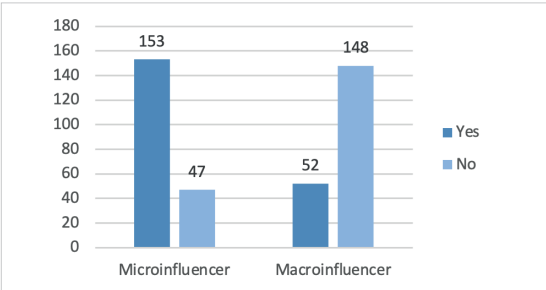


Gráfico 2. Interacción de los instagrammers con los seguidores en función de su grado de influencia

5.2. Usos de *Instagram* en función del género de los instagrammers

A continuación, se analizan los resultados en función de las variables y el género (tabla 5). Se hallaron asociaciones moderadas significativas, de acuerdo con la V de Cramer y en orden ascendente, en las siguientes variables: "Contenido accesible", "Formato del post", "Visibilidad de la discapacidad" y "Tipo de presencia". En cuanto a estas dos últimas, cabe destacar la tendencia de los influencers de ambos sexos en aparecer en solitario en sus posts (n=293; 73,25%), aunque, cuando lo hacen acompañados, es más habitual en los hombres la aparición con algún miembro de su familia (n=21; 5,25%), con su pareja (n=11; 2,75%), con otras personas como, por ejemplo, especialistas de la salud o compañeros de trabajo (n=36; 9%) o con amigos (n=1; 0,25%), frente a los datos de ellas que muestran que cuando aparecen acompañadas los porcentajes se reducen, apareciendo en mayor medida con amigos (n=11; 2,75%), con familia (n=8; 2%), con su pareja (n=4; 1%) o con otras personas (n=7%; 1,75%). En cuanto a la visibilidad de la discapacidad, en ambos géneros coincide una mayor representación a través del propio contenido audiovisual de los posts (Hombres: n=91/ Mujeres: n=87), así como mediante la combinación de varias categorías: contenido audiovisual, texto de la publicación, hashtags y/o emoticonos (Hombres: n=55/ Mujeres: n=89). En el texto es donde menor representación de la discapacidad de forma aislada existe (Hombres: n=5 / Mujeres=0) junto con los hashtags (Hombres: n=0/Mujeres: n=5), seguido de los emoticonos (Hombres: n=8/ Mujeres: n=0). Asimismo, es significativo que tan solo en el 4,5% de los posts de las mujeres (n=18) y en el 10,5% de las publicaciones de los hombres (n=42) no se aprecia su discapacidad, por lo que su visibilización es significativa.

Tabla 5. Variables en función chi-cuadrado y V de Cramer en los posts de *Instagram* en cuanto al género

	Chi-cuadrado de Pearson			
	Valor	**gl**	**Significación asintótica (bilateral)**	**V de Cramer**
Formato del post	20,093	4	<,001	,224
Presencia del influencer en el post	,490	1	,484	,035
Tipo de presencia	42,668	4	<,001	,327
Visibilidad de la discapacidad	35,709	5	<,001	,299
Contenido accesible	18,399	2	<,001	,214
Publicidad	4,783	3	,188	,109
Interacción en comentarios	12,986	1	<,001	,180
Menciones o etiquetas	,224	1	,636	,024

Nota: gl = grado de libertad

Por otra parte, es imprescindible en un estudio sobre influencers destacar el número de reproducciones que alcanzan sus contenidos (tabla 6). Se observa una relación entre el número de seguidores y la media de reproducciones por vídeo o *reels*, donde los macroinfluencers se sitúan a la cabeza. Con respecto a la variable del género, destacan los casos de Victoria Salcedo y Dany, con una media de reproducciones por vídeo o *reels* superior a la de otro influencer masculino con mayor número de seguidores como Mauricio Riffo.

Tabla 6. Media de reproducción en función del influencer y sus seguidores

	Nº de reproducciones	**Nº de vídeos / *reels***	**Media de reproducciones**	**Nº de seguidores**
Cisco García	4.324.089	18	240.227	301.304
Davide Morana	3.457.435	15	230.495	192.992
Edna Serrano	3.211.526	19	169.028	296.385
Victoria Salcedo	560.105	6	93.351	163.065
Dany	412.009	6	68.668	53.600
Mauricio Riffo	1.090.358	17	64.139	212.333
Franwil Basulto	354.874	26	13.649	37.147
Cami Herrera	79.021	13	6.079	14.400
Alan	0	0	0	25.900
Anabel	0	0	0	16.000
Total (N)	13.489.417	120	885.636	1.313.126

5.3. Colaboraciones que realizan los influencers con discapacidad con las marcas

Otra de las variables más interesante es la denominada "publicidad", en la que se analizan las colaboraciones que los influencers realizan con las marcas y cómo indican dicha recomendación y promoción de productos. En el 28,25% de los posts analizados se ha hallado publicidad directa de algún tipo (n=113), bien etiquetando el post como "Colaboración pagada", añadiendo hashtags que identifican el contenido como publicidad (#ad, #publi, #colaboración…), mencionando a la marca o mediante la combinación de varias de estas opciones.

Una vez establecido el número de posts que incluyen recomendaciones de productos, en primer lugar, se han calculado las posibles correlaciones entre esta variable y el resto (tabla 7).

Tabla 7. Variables en función chi-cuadrado y V de Cramer en los posts de *Instagram* en cuanto a la publicidad

Chi-cuadrado de Pearson				
	Valor	**gl**	**Significación asintótica (bilateral)**	**V de Cramer**
Nacionalidad	56,811	18	<,001	,377
Temática del perfil	23,038	12	,027	,139
Temática del post	246,909	24	<,001	,454
Formato del post	43,067	12	<,001	,189
Presencia del influencer en el post	6,572	3	0,87	,128
Tipo de presencia	13,079	12	,363	,104
Visibilidad de la discapacidad	12,388	15	,496	,109
Contenido accesible	12,037	6	,061	,123
Interacción en comentarios	3,453	3	,327	,093
Menciones o etiquetas	91,267	3	<,001	,478

Nota: gl = grado de libertad

Los datos muestran una correlación positiva moderada, en orden ascendente, con respecto a las variables: "nacionalidad", "temática del post" y "menciones o etiquetas".

La representación de las publicaciones en las que está presente la publicidad en función de la nacionalidad, teniendo en cuenta que se analizaron 40 posts por perfil, es del 47,5% en los posts de la influencer ecuatoriana (n=19), 42,5% para los dos influencers chilenos (n=34), 37,5% con respecto al instagrammer venezolano (n=15), del 26,6% en el caso de las publicaciones de los tres influencers españoles (n=32), 15% para el creador de contenido de Italia (n=6), 10% en las publicaciones de la influencer de México y 7,5% en el caso de la creadora de contenido de Colombia.

En cuanto a la temática del post, destaca una mayor presencia de publicidad en los contenidos incluidos en las categorías "Belleza" (n=44; 38,94%) y "Moda" (n=23; 20,35%), seguidos de "Personal" (n=18; 15,93%), "Deporte" (n=15%; 13,27%) y Humor (n=13; 11,51%).

La funcionalidad preferida para compartir los contenidos publicitarios es a través de las "menciones o etiquetas", ya sea esta opción la forma única de etiquetar el post como recomendación y promoción (n=89; 78,76%) o combinando esta opción con otras, bien con el uso de hashtags específicos o la "colaboración pagada" (n=24; 21,24%).

5.4. Autorrepresentación de la discapacidad y contenido accesible

Otro aspecto relevante para el estudio es la visibilidad de la discapacidad que hacen los propios influencers en sus publicaciones. En esta variable se tuvieron en cuenta todos los elementos que conforman los posts de *Instagram*: contenido audiovisual, texto, hashtags y emoticonos. En el 85% de las publicaciones analizadas (n=339) existe representación de la discapacidad, lo cual es un porcentaje significativo.

Tan solo se ha hallado un perfil, el de Alan, en el que los posts donde no se aprecia o no se hace alusión a la discapacidad son más numerosos (n=22; 55%) que en los que sí se muestra (n=18; 45%). En todos los demás casos hay una mayor representación de la discapacidad frente a su no presencia, siendo los perfiles de Dany y Mauricio Riffo los que más visibilizan la discapacidad (100% en ambos casos), seguidos de Cami Herrera, Edna Serrano (95% ambos perfiles), Davide Morana y Victoria Salcedo (92,5% respectivamente).

> "Los influencers de ambos sexos aparecen en mayor medida en solitario en sus posts"

En todos los casos, el elemento en el que más se visibiliza la discapacidad es en el contenido audiovisual, ya sean fotografías, *reels* o vídeos, con una representación del 79% de las unidades analizadas (n=314). Los resultados permiten establecer algunos patrones en el tratamiento de la discapacidad de algunos de los influencers estudiados. Es el caso de Mauricio Riffo, que utiliza el emoticono de la silla de ruedas (♿) en todas sus publicaciones, o el de Dany, Cami Herrera y Victoria Salcedo que, de manera habitual, emplean hashtags relacionados con la discapacidad. Sin embargo, son características propias de unos perfiles concretos y no rasgos comunes a los influencers estudiados. Otro emoticono empleado es el "brazo mecánico" (🦾), con un uso repetido en el perfil de Davide Morana.

Con respecto a la utilización de hashtags, se ha realizado la clasificación que se presenta en la tabla 8.

Tabla 8. Uso de hashtags relacionados con la discapacidad

Hashtags relacionados con la discapacidad o discapacidad física	#amputee #amputados #amputeelife #discapacidad #amputation #amputeestrong #personascondiscapacidad #osteogenesisimperfecta #oi #discapacidadcolombia #oiwoman #oigirl #disabled #amputeegirl #mujeresamputadas
Hashtags relacionados con la inclusión y concienciación social	#diversityandinclusion #inclusion #inclusivity #integradoschile #juntosporlainclusion #VotoAsistido #Summerinclusive #disabilityawareness #mujeresvalientes #nohaybarreras #juntosporlainclusion #imperfect #turismoaccesible #accesibilidad #accesibilidaduniversal #saludsinbulos #diainternacionaldeladiscapacidad #diainternacionaldelaspersonascondiscapacidad #marchaporladiscapacidad #barinclusivo #DiaMundialDeLaSaludMental
Hashtags relacionados con discapacidad y moda	#disabledandcute #disabledmodel #disabledfashion #wheelchairoutfit #modainclusiva
Hashtags relacionados con discapacidad y deporte	#atletismoadaptado #parathletics
Hashtags motivacionales	#Sinlimites #ArribaLaVida #ArribaLaVida💪#bosslady #amorpropio #fuerzadevoluntad #confianza #resiliencia #esperanza #inspiracion #disabledandproud #inspirationalquotes #sipuedes #teamo
Hashtags relacionados específicamente con la movilidad reducida	#ottobock #protesis #wheelchairgirl #prostheticleg #wheelchairboss #wheelchairlifestyle #wheelchairstyle #wheelchairlife♿ #wheelchair #wheelchairwoman #wheelchaircostume #wheelchairlifestyle♿ #3R80 #wheelchairtravel #cleg

La categoría que engloba más hashtags es la que hemos denominado como "inclusión y concienciación social". Estas etiquetas hacen alusión a la diversidad y a días reconocidos como el Día Internacional de la Discapacidad o el Día Mundial de la Salud Mental. Asimismo, reivindican la accesibilidad universal, la necesidad del voto asistido y que no existan barreras, por lo que a través de estos hashtags visibilizan la discapacidad y reclaman sus derechos. Las categorías "discapacidad o discapacidad física" y "movilidad reducida", las siguientes más representativas, incluyen hashtags relacionados con la amputación de extremidades y la osteogénesis imperfecta (#osteogenesisimperfecta #oi #oiwoman #oigirl), así como hashtags relacionados con los productos que emplean como las sillas de ruedas o prótesis. Algunas de estas etiquetas incluyen el nombre de proveedores especializados de productos para usuarios con movilidad reducida (#ottobock) y el nombre de algunas de sus prótesis como, por ejemplo, #cleg (C-Leg es una rodilla protésica) o #3R80 (una articulación de rodilla).

En los posts también están presentes los hashtags que hemos incluido en la categoría "motivacionales", en los que hacen referencia a mensajes inspiracionales (#inspirationalquotes, #SinLimites, #ArribaLaVida), de autoafirmación y autocuidado (#disabledandproud, #amorpropio, #fuerzadevoluntad, #confianza, #resiliencia, #esperanza) y de apoyo a otras personas con discapacidad (#sipuedes, #teamo)

En cuanto a la autorrepresentación, también es interesante analizar la temática de los posts. Destaca el hecho de que casi la mitad de las publicaciones (n=183; 46%) son de índole personal. Le siguen un 21% de publicaciones de recomendación y promoción (n=84) y un 14% de posts sobre temáticas de discapacidad (n=57). Asimismo, destaca el hecho de que las temáticas ligadas a la especialización o interés de los perfiles analizados hayan tenido una representación claramente inferior: moda y belleza (7%), deporte (6%) y humor (3%).

Por otro lado, se analizó si el contenido publicado por los influencers con discapacidad era accesible y a través de qué recurso se conseguía, a saber: texto alternativo, subtítulos o lengua de signos. Los datos muestran que en el 93% de los posts analizados (n=372), los contenidos no incorporaban ninguno de estos tres elementos que mejorasen su accesibilidad. Concretamente, cabe destacar que ninguna de las publicaciones analizadas incluía texto alternativo.

Para medir el uso de los subtítulos y la lengua de signos por parte de los influencers de forma precisa, se tuvieron en cuenta únicamente aquellos formatos en los que se podían incluir estos elementos (n=156). Por lo tanto, no se contabilizaron los posts de fotografías o los carruseles fotográficos. En este sentido, tan solo en el 16,62% de los posts que conforman la muestra y que podrían ser accesibles se incluyen subtítulos (n=26), siendo el perfil de Mauricio Riffo en el que más contenido subtitulado se compartió (9,58%), seguido de Franwil Basulto (4,48%), Cami Herrera (1,92%) y Alan (0,64%). En el caso de Franwil Basulto es preciso mencionar que, a pesar de que en ocasiones se incluyen subtítulos, generalmente aparecen de forma parcial, únicamente subtitulando lo que dice el propio influencer. Es decir, en vídeos en los que aparece con otras personas no se subtitulan sus discursos, por lo que el contenido no es 100% accesible. Por otra parte, tan solo en uno de los posts analizados aparece contenido en lengua de signos (0,64%), aunque no era el influencer quien signaba.

6. Discusión y conclusiones

Las redes sociales se han sumado al marco comunicativo como plataformas que favorecen los procesos de socialización y la participación activa en la sociedad (**Ibáñez-Cubillas**; **Díaz-Martín**; **Pérez-Torregrosa**, 2017). Para las personas con discapacidad, las redes sociales fomentan el contacto social y promueven la visibilidad y concienciación (**Bassey** *et al*., 2021), al mismo tiempo que fomentan el desarrollo de la identidad social, la autoestima, el entretenimiento, la amistad y el disfrute (**Caton**; **Chapman**, 2016). Teniendo en cuenta los hallazgos de esta investigación, se concluye que

estas plataformas son relevantes para las personas con discapacidad en términos de comunicación, intercambio y activismo, al igual que **Ellis** y **Kent** (2016) demostraron en su estudio. Asimismo, presentan interesantes oportunidades para el empoderamiento (**Johnson**, 2019).

> Destaca una mayor presencia de publicidad en los contenidos incluidos en las categorías "Belleza" y "Moda"

El objetivo principal de la investigación era analizar las publicaciones de influencers hispanohablantes con discapacidad física para establecer si se daban unas características similares o si existían diferencias significativas en los usos que hacen de las funcionalidades de *Instagram* y cómo se veía representada la discapacidad en sus perfiles.

Esta última cuestión de la autorrepresentación o visibilidad de la discapacidad enlaza con uno de los principales valores de las redes sociales para los colectivos vulnerables o en riesgo de exclusión, que es precisamente la posibilidad de narrar su propia historia. Estas plataformas superan las limitaciones de la realidad física (**Durante**, 2011) y hacen posible la construcción de narrativas alternativas que hacen frente al discurso dominante y generan nuevas representaciones (**Bitman**, 2021). Sobre esta narrativa o construcción de identidad destaca el hallazgo de que los perfiles contengan la historia personal de los influencers en la que cuentan su experiencia con discapacidad, así como el hecho de que casi la mitad de los posts analizados (46%) fueran de temática personal. De este modo, como conclusión destaca el uso de estas plataformas para visibilizar y "normalizar" la discapacidad. Esto implica una evolución en la representación de la discapacidad y de los modelos para comprenderla, debido a que en décadas anteriores bajo el modelo rehabilitador o médico se consideraba que las personas con discapacidad debían realizar un proceso de rehabilitación u ocultar su discapacidad para ser socialmente aceptadas, lo que les impedía participar activamente en la sociedad (**Franco-Zapata**, 2019; **Pérez-Dalmeda**; **Chhabra**, 2019). Las redes sociales, como muestran los resultados obtenidos, permiten, además, a las personas con discapacidad mostrar sus intereses, colaborar con marcas e interaccionar con una gran audiencia, valorando y visibilizando la diversidad y compartiendo mensajes que permitan la concienciación social y la eliminación de estereotipos sobre el colectivo, lo que va en línea con estudios previos (**Bonilla-de- Río** *et al.*, 2022).

Concretamente, en relación con el objetivo específico de estudiar la autorrepresentación de la discapacidad, destaca el alto porcentaje de publicaciones (85%) en las que la discapacidad es visible y también el hecho de que el elemento en el que más se visibiliza sea en el contenido audiovisual (79%), ya sean fotografías, *reels* o vídeos. Esto muestra que, en general, no existe maquillaje u ocultamiento de la discapacidad en el análisis realizado, sino que es mostrada de forma natural en posts que no solo versan sobre discapacidad, sino que pueden ser de índole personal, de promoción, etc.

Los resultados permiten establecer patrones en el tratamiento de la discapacidad de algunos de los influencers estudiados. Es el caso de Mauricio Riffo, que utiliza el emoticono de la silla de ruedas (♿) en todas sus publicaciones, o el de Dany, Cami Herrera y Victoria Salcedo que, de manera habitual, emplean hashtags relacionados con la discapacidad. Sin embargo, son características propias de unos perfiles concretos y no rasgos comunes a los influencers estudiados.

El uso de hashtags resulta llamativo principalmente porque los resultados permiten establecer unas categorías que también entroncan con la autopercepción y narración de la discapacidad. Como conclusión, de entre esas categorías destacan la "inclusión y concienciación social", que enlaza a su vez con el potencial de las redes sociales para favorecer la concienciación e integración social de colectivos vulnerables mostrado en estudios previos (**Bassey** *et al*., 2021; **Foster**; **Pettinicchio**, 2021).

Este objetivo específico incluía también la medición de la accesibilidad del contenido publicado por los influencers con discapacidad física. Concretamente, los resultados indican que el texto alternativo no fue utilizado en la muestra analizada y solamente un post contaba con lengua de signos, aunque no era el instagrammer quien signaba. Sí se halló contenido subtitulado, lo cual tiene sentido pues este es el servicio de accesibilidad más implantado y extendido (**García-Prieto**; **Aguaded**, 2021). Los resultados mostraron que el 16,62% de los posts que conforman la muestra y que podrían ser accesibles –excluyendo fotografías y carruseles fotográficos– estaban subtitulados.

Además, el estudio se centraba en perfiles con discapacidad física que contaban con colaboraciones con empresas de algún tipo. El objetivo de analizar las colaboraciones que realizan los influencers con discapacidad con las marcas se abordó en la variable "publicidad". Los datos muestran que en el 28,25% de los posts analizados se ha hallado publicidad directa de algún tipo, predominando la funcionalidad de las "menciones o etiquetas", principalmente como forma única de etiquetar el post como recomendación y promoción (78,76%) y en menor proporción combinando esta opción con otras, bien con el uso de hashtags específicos o la "colaboración pagada". Así, de entre las múltiples opciones de rentabilización o monetización de instagrammers, en los micro y macroinfluencers con discapacidad física analizados, la colaboración pagada sigue siendo minoritaria en comparación con otras formas de promoción, lo que coincide con lo propuesto por **Hwang** y **Jeong** (2016).

En relación con el objetivo específico de examinar los usos de *Instagram* en función del grado de influencia de los creadores de contenido, a pesar de los estudios previos que muestran cómo los usuarios de *Instagram* tienden a confiar más en influencers con un número

> Los creadores de contenido visibilizan la discapacidad a través del contenido audiovisual, los hashtags y los emoticonos

de seguidores modesto (**Djafarova**; **Rushworth**, 2017) o incluso que el número de *followers* puede reducir su participación (**Tafesse**; **Wood**, 2021), este trabajo sí halló correlación significativa entre el grado de influencia de los instagrammers con respecto a las interacciones que generan por parte de sus seguidores cuando se refiere a likes y reproducciones, aunque no en el número de comentarios. En cambio, en el caso de la respuesta del propio influencer a los comentarios de los seguidores, se encontró una relación inversa que sí coincidiría con los estudios que hablan de un mayor *engagement* en instagrammers con menos seguidores.

> La publicidad en los posts se identifica mediante las "menciones o etiquetas", empleando esta función prioritariamente para indicar que la publicación es una recomendación y/o promoción

Los macroinfluencers tienden a no contestar (37% de las ocasiones frente al 13% en las que sí responden al menos algún comentario), mientras que en los microinfluencers se invierte la tendencia (en el 38,3% de los casos responden y en el 11,7% no). Sin embargo, en este caso la interacción sería por parte del creador de contenido y no de sus seguidores. De acuerdo con **Sarmiento-Guede** y **Rodríguez-Terceño** (2020), los microinfluencers generan mayor interacción debido a que como su comunidad es más pequeña, aumenta el nivel de compromiso, lo que implica una mayor comunicación bidireccional con sus seguidores.

Por su parte, en cuanto a las diferencias en el uso de la red social según el género de los influencers con discapacidad, se hallaron correlaciones moderadas en las variables "Contenido accesible", "Formato del post", "Visibilidad de la discapacidad" y "Tipo de presencia". Sin embargo, en ambos sexos predominaron los posts en los que los instagrammers aparecían en solitario, y también en los que la visibilidad de la discapacidad se daba en el contenido audiovisual o mediante la combinación de varias categorías: contenido audiovisual, texto de la publicación, hashtags y/o emoticonos. Que en los contenidos de los influencers prevalezcan los posts en los que aparecen en solitario podría interpretarse como una forma de profesionalizar su cuenta, evitando poner el foco en sus contactos del ámbito personal. No obstante, en algunos de los contenidos sí que les acompañan personas de su círculo más cercano como familiares o amigos.

Por último, el análisis de perfiles con discapacidad física ha permitido realizar una comparativa para establecer la existencia de algunas características comunes como la visibilidad de la discapacidad en el contenido audiovisual, el uso de emoticonos o de hashtags propios de este tipo de discapacidad. Sin embargo, para futuras investigaciones sería interesante también comparar estos datos de perfiles con otro tipo de discapacidad para comprobar si se siguen estos patrones u otros diferentes. Asimismo, como limitación de este estudio cabe mencionar su enfoque cuantitativo y el número de cuentas analizadas, que no permite la generalización de los resultados. De este modo, se plantea la posibilidad de ampliar el número de cuentas analizadas y profundizar en aspectos cualitativos a través de entrevistas o *focus groups* con influencers y empresas colaboradoras que han elegido a perfiles con discapacidad como influencers de marketing. Sin embargo, el estudio plantea la necesidad de analizar el uso y la visibilidad de las redes sociales por parte de las personas con discapacidad física, aportando una perspectiva inclusiva que continúa siendo necesaria para eliminar barreras, estereotipos y situaciones de exclusión digital o social.

7. Referencias

Abidin, Crystal (2016). "Visibility labour: engaging with influencers' fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on *Instagram*". *Media international Australia*, v. 161, n. 1, pp. 86-100.
https://doi.org/10.1177/1329878X16665177

Aguaded, Ignacio; **Jaramillo-Dent, Daniela**; **Delgado-Ponce, Águeda** (eds.) (2021). *Currículum Alfamed de formación de profesores en educación mediática: MIL (Media and Information Literacy) en la era pos-COVID-19*. Barcelona: Octaedro Editorial. ISBN: 978 84 18348 94 5

Alassani, Rachidatou; **Göretz, Julia** (2019). "Product placements by micro and macro influencers on *Instagram*". In: G. Meiselwitz (ed.). *Social computing and social media* (pp. 251-267). Springer.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-21905-5_20

Arora, Anuja; **Bansal, Shivam**; **Kandpal, Chandrashekhar**; **Aswani, Reema**; **Dwivedi, Yogesh** (2019). "Measuring social media influencer index-insights from *Facebook*, *Twitter* and *Instagram*". *Journal of retailing and consumer services*, n. 49, pp. 86-101.
https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.03.012

Bardin, Laurence (1986). *El análisis de contenido*. Madrid: Akal Ediciones. ISBN: 978 84 7600 093 9

Bassey, Anthony; **Meribe, Nnaemeka**; **Bassey, Emmanuel**; **Ellison, Caroline** (2021). "Perceptions and experience of social media use among adults with physical disability in Nigeria: attention to social interaction". *Disability & society*, online first.
https://doi.org/10.1080/09687599.2021.1983412

Bayor, Andrew; **Bircanin, Filip**; **Sitbon, Laurianne**; **Ploderer, Bernd**; **Koplick, Stewart**; **Brereton, Margot** (2018). "Characterizing participation across social media sites amongst young adults with intellectual disability". In: Buchanan, George; Stevenson, Duncan, *Proceedings of the 30th Australian conference on computer-human interaction.* New York: Association for Computing Machinery, pp. 113-122. ISBN: 978 1 4503 6188 0
https://doi.org/10.1145/3292147.3292167

Bitman, Namy (2021). "Which part of my group do I represent?': disability activism and social media users with concealable communicative disabilities". *Information, communication & society*, online first.
https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1963463

Bonilla-del-Río, Mónica; **Castillo-Abdul, Bárbara**; **García-Ruiz, Rosa**; **Rodríguez-Martín, Alejandro** (2022). "Influencers with intellectual disability in digital society: an opportunity to advance in social inclusion". *Media and communication*, v. 10, n. 1, pp. 222-234.
https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4763

Bonilla-del-Río, Mónica; **Sánchez-Calero, María-Luisa** (2022). "Inclusión educativa en tiempos de COVID-19: Uso de redes sociales en personas con discapacidad intelectual". *RIED-Revista iberoamericana de educación a distancia*, v. 25, n. 1, pp. 141-161.
https://doi.org/10.5944/ried.25.1.30875

Bonilla-del-Río, Mónica; **Valor-Rodríguez, Lorena**; **García-Ruiz, Rosa** (2018). "Alfabetización mediática y discapacidad: análisis documental de literatura científica en Web of Science (WoS) y Scopus". *Prisma social*, n. 20, 20 pp.
https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/15907/Alfabetizaci%C3%B3nMedi%C3%A1ticaDiscapacidad.pdf

Casaló, Luis V.; **Flavián, Carlos**; **Ibáñez-Sánchez, Sergio** (2020). "Influencers on *Instagram*: antecedents and consequences of opinion leadership". *Journal of business research*, n. 117, pp. 510-519.
https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.005

Castelló-Martínez, Araceli; **Del-Pino, Cristina** (2015). "Prescriptores, marcas y tuits. El marketing de influencia". *ADResearch. ESIC international journal of communication research*, v. 12, n. 12, pp. 86-107.
https://doi.org/10.7263/adresic-012-05

Caton, Sue; **Chapman, Melanie** (2016). "The use of social media and people with intellectual disability: a systematic review and thematic analysis". *Journal of intellectual and developmental disability*, v. 41, n. 2, pp. 125-139.
https://doi.org/10.3109/13668250.2016.1153052

Codina, Nuria; **Pestana, José-Vicente**; **Stebbins, Robert-Alan** (2017). "Serious and casual leisure activities in the construction of young adult identity. A study based on participants' self-descriptions". *Obets. Revista de ciencias sociales*, v. 12, n. 3, pp. 5-80.
https://doi.org/10.14198/OBETS2017.12.1.12

Craig, David (2019). "Creator management in the social media entertainment industry". In: Deuze, Mark; Prenger, Mirjam (eds.). *Making media: production, practices, and professions.* Amsterdam: Amsterdam University Press, pp. 363-374. ISBN: 978 94 62988118
https://doi.org/10.1515/9789048540150-027

Djafarova, Elmira; **Rushworth, Chloe** (2017). "Exploring the credibility of online celebrities' *Instagram* profiles in influencing the purchase decisions of young female users". *Computers in human behavior*, v. 68.
https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.009

Durante, Massimo (2011). "The online construction of personal identity through trust and privacy". *Information*, v. 2, n. 4, pp. 594-620.
https://doi.org/10.3390/info2040594

Ellis, Katie; **Kent, Mike** (2016). *Disability and social media: global perspectives*. London: Routledge. ISBN: 978 1 138494404
https://doi.org/10.4324/9781315577357

Falla-Rubio, María-José (2019). Los fashion influencers digitales peruanos y su relación con las marcas de moda: Análisis de las interacciones con sus seguidores en redes sociales (Tesis doctoral). Universidad de Piura, Perú.
https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/4056

Flores-Peña, Aurora (2016). "Tablas de contingencia".
https://docplayer.es/22540439-Tablas-de-contingencia.html

Foster, Jordan; **Pettinicchio, David** (2021). "A model who looks like me: communicating and consuming representations of disability". *Journal of consumer culture*, v. 22, n. 3, pp. 579-597.
https://doi.org/10.1177/14695405211022074

Franco-Zapata, Sasha (2019). "Percepción de inclusión laboral de personas con discapacidad". In: Franco, Silvia; Escudero, Emiliano (eds.). *El presente del futuro del trabajo II Psicología y organización del trabajo XVI.* Uruguay: Psicolibros Universitarios, pp. 911-931. ISBN: 978 9974 94 722 1
https://bit.ly/3qlyNKW

Furr, June B.; **Carreiro, Alexis**; **McArthur, John A.** (2016). "Strategic approaches to disability disclosure on social media". *Disability & society*, v. 31, n. 10, pp. 1353-1368.
https://doi.org/10.1080/09687599.2016.1256272

García-Prieto, Victoria; **Aguaded, Ignacio** (2021). "The accessibility of BBC television to users with disabilities: from the law to user satisfaction". *Profesional de la información*, v. 30, n. 5, e300518.
https://doi.org/10.3145/epi.2021.sep.18

González-Carrión, Erika-Lucía; **Aguaded, Ignacio** (2020). "Engagement y evolución de instagramers hispanohablantes de moda". *Revista latina de comunicación social*, n. 77, pp. 231-252.
https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1456

González-Romo, Zahaira-Fabiola; **Iriarte-Aguirre, Sofía** (2020). "Análisis de la gestión de la comunicación de los influencers farmacéuticos españoles en *Instagram* durante la pandemia del COVID-19". *Revista española de comunicación en salud*, n. 2020, supl. 1, pp. 9-30.
https://doi.org/10.20318/recs.2020.5402

Gottbrecht, Liz (2016). "The three types of influencers all marketers should know". *Mavrck*, 18 October.
https://www.mavrck.co/the-three-types-of-influencers-all-marketers-should-know-infographic

Gutiérrez-Recacha, Pedro; **Martorell-Cafranga, Almudena** (2011). "People with intellectual disability and ICTs. [Las personas con discapacidad intelectual ante las TIC]". *Comunicar*, n. 36, pp. 173-180.
https://doi.org/10.3916/C36-2011-03-09

Hermida-Ayala, Lourdes-Ainhoa; **Mateos-Borregón, Laura**; **Olalla-Vizcaino, Beatriz** (2010). "Cuando las deficiencias se convierten en discapacidad". *Prisma social*, n. 5, 32 pp.
https://www.redalyc.org/pdf/3537/353757917010.pdf

Hernández-Ramos, Eva-María; **Hernández-Barrueco, Luis-Carlos** (2018). *Manual del comercio electrónico*. Barcelona: Marge Books. ISBN: 978 84 18532 37 5

Hung, Benjamin W. K.; **Jayasumana, Anura P.**; **Bandara, Vidarshana W.** (2019). "Finding emergent patterns of behaviors in dynamic heterogeneous social networks". *Transactions on computational social systems*, v. 6, n. 5, pp. 1007-1019.
https://doi.org/10.1109/TCSS.2019.2938787

Hwang, Yoori; **Jeong, Se-Hoon** (2016). "This is a sponsored blog post, but all opinions are my own: the effects of sponsorship disclosure on responses to sponsored blog posts". *Computers in human behavior*, n. 62, pp. 528-535.
https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.04.026

Ibáñez-Cubillas, Pilar; **Díaz-Martín, Cristina**; **Pérez-Torregrosa, Ana-Belén** (2017). "Social networks and childhood. New agents of socialization". *Education, health and ICT for a transcultural world*, n. 237, pp. 64-69.
https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2017.02.026

Jenkins, Henry; **Ford, Sam**; **Green, Joshua** (2015). *Cultura transmedia: la creación de contenido y valor en una cultura en red* (vol. 60). Barcelona: Editorial Gedisa. ISBN: 978 84 97848442
https://bit.ly/3fDVs2R

Johnson, Mark R. (2019). "Inclusion and exclusion in the digital economy: disability and mental health as a live streamer on Twitch.tv". *Information, communication & society*, v. 22, n. 4, pp. 506-520.
https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1476575

Kay, Samantha; **Mulcahy, Rory**; **Parkinson, Joy** (2020). "When less is more: the impact of macro and micro social media influencers' disclosure". *Journal of marketing management*, v. 36, n. 3-4, pp. 248-278.
https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1718740

Ki, Chung-Wha-Chloe; **Kim, Youn-Kim** (2019). "The mechanism by which social media influencers persuade consumers: the role of consumers' desire to mimic". *Psychology and marketing*, v. 36, n. 10, pp. 905-922.
https://doi.org/10.1002/mar.21244

Krippendorff, Klaus (1990). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona: Paidós. ISBN: 84 7509 627 1
https://bit.ly/3shffIV

Krippendorff, Klaus (2004). *Content analysis: an introduction to its methodology*. California: Sage. ISBN: 978 1 5063 9566 1
https://bit.ly/3w9Zuod

Ladogina, Anastasiya; **Samoylenko, Irina**; **Golovina, Vera**; **Razina, Natalia**; **Petushkova, Elena** (2020). "Communication effectiveness in social networks of leading universities". *Diálogo*, n. 43, pp. 35-50.
https://doi.org/10.18316/dialogo.v0i43.6497

Light, Ben; **Burgess, Jean**; **Duguay, Stefanie** (2018). "The walkthrough method: an approach to the study of apps". *New media & society*, v. 20, n. 3, pp. 881-900.
https://doi.org/10.1177/1461444816675438

Magee, John J. (2012). "*Adaptable interfaces for people with motion disabilities*", PhD dissertation. Boston University.
https://www.proquest.com/openview/8c38ea5a0c72b92d2d60a3336cfe5e8e/1

Martínez-Sanz, Raquel; **González-Fernández, Cristina** (2018). "Comunicación de marca en *Instagram*, ¿una cuestión de género? El rol del influencer de moda". *Masculinities and social change*, v. 7, n. 3, pp. 230-254.
https://doi.org/10.17583/MCS.2018.3693

Marwick, Alice (2015). "You may know me from YouTube: (micro)-celebrity in social media". In: Marshall, P. David; Redmond, Sean (eds.). *A companion to celebrity* (pp. 333-350). United Kingdom: Willey-Blackwell. ISBN: 978 1 118 47501 0
https://doi.org/10.1002/9781118475089.ch18

Mateus, Julio-César; **León, Laura**; **Núñez-Alberca, Alejandro** (2022). "Influencers peruanos, ciudadanía mediática y su rol social en el contexto del COVID-19". *Comunicación y sociedad*, v. 19, e8218.
https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8218

Moors, M. Rae (2019). "What is Flint? Place, storytelling, and social media narrative reclamation during the Flint water crisis". *Information, communication & society*, v. 22, n. 6, pp. 808-822.
https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1577477

Observatori de la Discapacitat Física (s/f). *La discapacidad física: ¿qué es y qué tipos hay?*
https://www.observatoridiscapacitat.org/es/la-discapacidad-fisica-que-es-y-que-tipos-hay

ONU (2020). *Convención de sobre los derechos de las personas con discapacidad*. Organización de Naciones Unidas.
https://www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf

Organización Mundial de la Salud (2021). *Discapacidad y salud*, OMS.
https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health

Pérez-Dalmeda, María-Esther; **Chhabra, Gagan** (2019). "Modelos teóricos de discapacidad: un seguimiento del desarrollo histórico del concepto de discapacidad en las últimas cinco décadas". *Revista española de discapacidad*, v. 7, n, 1, pp. 7-27.
https://doi.org/10.5569/2340-5104.07.01.01

Pérez-Daza, Johanna (2020). "Jóvenes prosumidores visuales en la era digital". En: Hernández-Díaz, Gustavo; Pérez-Daza, Johanna (eds.). *Prosumidores y comunicación en la era digital*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello, pp. 51-61. ISBN: 978 980 244 000 0
https://www.academia.edu/43019252/Prosumidores_y_Comunicaci%C3%B3n_en_la_Era_Digital

Predif (s.f). *Discapacidad física.*
https://www.predif.org/discapacidad-fisica

Prefasi-Gomar, Salva; **Magal-Royo, Teresa**; **Garde, Francisco**; **Giménez-López, José-Luis** (2010). "Tecnologías de la información y de la comunicación orientadas a la educación de personas con discapacidad cognitiva''. *Relatec*, v. 9, n. 2, pp. 107-123.
https://relatec.unex.es/article/view/617/463

Reguant-Álvarez, Mercedes; **Vilà-Baños, Ruth**; **Torrado-Fonseca, Mercedes** (2018). "La relación entre dos variables según la escala de medición con *SPSS*". *Reire. Revista d'innovació i recerca en educació*, v. 11, n. 2, pp. 45-60.
http://doi.org/10.1344/reire2018.11.221733

Rodrigo-Martín, Luis; **Rodrigo-Martín, Isabel**; **Muñoz-Sastre, Daniel** (2021). "Los influencers virtuales como herramienta publicitaria en la promoción de marcas y productos. Estudio de la actividad comercial de Lil Miquela". *Revista latina de comunicación social*, v. 79, n. 1, pp. 69-90.
https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1521.

Rojas-Torrijos, José-Luis; **Panal-Prior, Antonio** (2017). "El uso de *Instagram* en los medios de comunicación deportivos. Análisis comparado de *Bleacher Report*, *L'équipe* y *Marca*". *Ámbitos*, n. 3.
https://idus.us.es/handle/11441/66340

Romero-Coves, Alejandra; **Carratalá-Martínez, Dalia**; **Segarra-Saavedra, Jesús** (2020). "Influencers y moda en redes sociales. Análisis de las principales modelos españolas en *Instagram*". *Redmarka. Revista de marketing aplicado*, v. 24, n. 2, pp. 44-58.
https://doi.org/10.17979/redma.2020.24.2.7053

Samaniego, Pilar; **Laitamo, Sanna-Mari**; **Valerio, Estela**; **Francisco, Cristina** (2012). *Informe sobre el uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en la educación para personas con discapacidad*. Quito: Unesco; Trust for the Americas.
https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216382_spa

Sarmiento-Guede, José-Ramón; **Rodríguez-Terceño, José** (2020). "La comunicación visual en *Instagram*: Estudio de los efectos de los micro-influencers en el comportamiento de sus seguidores". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, v. 26, n. 3, pp. 1205-1216.
https://doi.org/10.5209/esmp.65046

Scolari, Carlos-Alberto (2007). "Googlemanía. Las marcas on-line y el caso Google". En: Capriotti, Paul (ed.). *Gestión de la marca corporativa.* Buenos Aires: La Crujía, pp. 59-83. ISBN: 978 987 6010221
https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/27727/scolari_googlemania.pdf

Shpigelman, Carmit-Noa; **Gill, Carol J.** (2014). "*Facebook* use by persons with disabilities". *Journal of computer-mediated communication*, v. 19, n. 3, pp. 610-624.
https://doi.org/10.1111/jcc4.12059

Snethen, Gretchen; **Zook, Peter** (2016). "Utilizing social media to support community integration". *American journal of psychiatric rehabilitation*, v. 19, n. 2, pp. 160-174.
https://doi.org/10.1080/15487768.2016.1171176

Suriá-Martínez, Raquel (2015). "Jóvenes con discapacidad motora y redes sociales online, ¿nuevos espacios para el desarrollo de habilidades sociales?". *Anuario de psicología*, v. 45, n. 1, pp. 71-85.
https://www.redalyc.org/pdf/970/97041174005.pdf

Suriá-Martínez, Raquel (2017). "Redes virtuales y apoyo social percibido en usuarios con discapacidad: análisis según la tipología, grado y etapa en la que se adquiere la discapacidad". *Escritos de psicología (Internet)*, v. 10, n. 1, pp. 31-40.
https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1989-38092017000100003

Tafesse, Wondwesen; **Wood, Bronwyn P.** (2021). "Followers' engagement with *Instagram* influencers: the role of influencers' content and engagement strategy". *Journal of retailing and consumer services*, v. 58.
https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102303

Trevisan, Filippo (2017). *Disability rights advocacy online: voice, empowerment and global connectivity*. Taylor & Francis. ISBN: 978 1 315726489
https://doi.org/10.4324/9781315726489

Villena-Alarcón, Eduardo; **Fernández-Torres, María-Jesús** (2020). "Beauty on *Instagram*: relations between influencers and the stakeholders". *Revista internacional de relaciones públicas*, v. 10, n. 19, pp. 111-132.
http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/641

Vizcaíno-Verdú, Arantxa; **Tirocchi, Simona** (2021). "Tiktokers y objetivación sexual de género en retos musicales". *Media education*, v. 12, n. 1, pp. 7-16.
https://doi.org/10.36253/me-9674

World Health Organization (2001). *International Classification of Functioning, Disability and Health (ICF)*. WHO.
https://www.who.int/standards/classifications/international-classification-of-functioning-disability-and-health

Profesional de la información
http://www.profesionaldelainformacion.com
Bienvenido a EPI
Revista científica internacional

e-ISSN: 1699-2407
https://doi.org/10.3145/EPI

Revista internacional de
Información y Comunicación
indexada por WoS Social Sciences Citation Index (Q2),
Scopus (Q1) y otras bases de datos

Factor de impacto JCR:
JIF 2021=3,596

Scopus/SCImago Journal Rank:
SJR 2021=0,831

doctorado interuniversitario en COMUNICACIÓN

La inclusión digital de las personas con discapacidad en redes sociales puede influir de manera directa en el acceso a la información, la igualdad de oportunidades y el empoderamiento del colectivo y, por ende, en su calidad de vida y su capacidad para participar activamente en la sociedad. Esta investigación tiene como objetivo comprender el uso e impacto de las redes sociales por parte de las personas con discapacidad desde una perspectiva inclusiva, educativa, de visibilidad y empoderamiento. Este compendio de publicaciones recoge un primer estudio de caso, realizado en un centro de educación especial de Cantabria, en el que se analizan las experiencias educativas para la promoción del uso seguro y responsable de los medios de comunicación y las redes sociales por parte del alumnado. La segunda investigación recoge la percepción de los diferentes agentes educativos (familias, profesionales y usuarios con discapacidad) de un centro ocupacional de la Comunidad Autónoma de Madrid sobre el uso, las oportunidades, barreras y cambios producidos por la pandemia de la COVID-19 en relación con las redes sociales. En el tercer y cuarto artículo se desarrollan sendos análisis de contenido sobre cuentas de influencers con discapacidad intelectual y física, respectivamente, con el fin de analizar los usos de las redes sociales por parte de los creadores de contenido y las colaboraciones que realizan con las marcas. Los hallazgos apuntan hacia el establecimiento de las redes sociales como herramientas que promueven la diversidad y la representación de las personas con discapacidad en línea, permitiendo mejorar la concienciación de los usuarios hacia la diversidad y favorecer oportunidades para la educación y el desarrollo personal y profesional del colectivo.

Universidad de Huelva · UCA Universidad de Cádiz · Universidad de La Laguna · Universidad de Málaga · Universidad de Sevilla