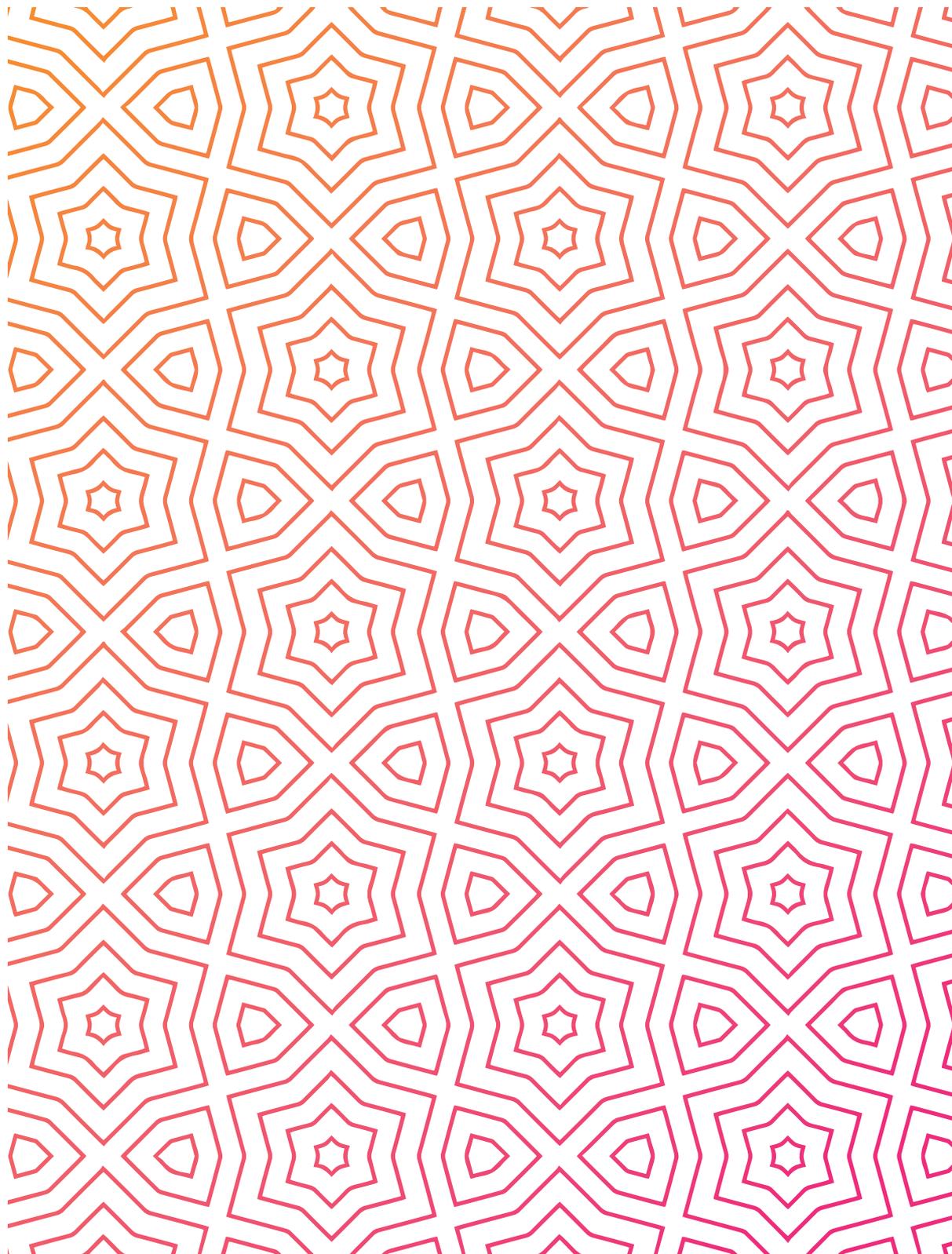


ÁMBITOS

REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN



EDICIÓN VERANO 2024



ISSN: 1139-1979 · E-ISSN: 1988-5733

NÚMERO 65

ÁMBITOS

REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

nº 65

VERANO 2024

 EDITORIAL
UNIVERSIDAD DE SEVILLA

ISSN: 1139-1979

e-ISSN: 1988-5733

DOI: 10.12795/Ambitos

<https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos>

<https://editorial.us.es/es/revistas/ambitos-revista-internacional-de-comunicacion>

Ámbitos Revista Internacional de Comunicación se publica gracias al apoyo de:

 **ladecom**
laboratorio de estudios en comunicación

Esta publicación ha recibido apoyo en la modalidad "Ayudas a revistas" del VII Plan Propio de Investigación y Transferencia de la Universidad de Sevilla

Equipo editorial

Comité técnico

Presidente y fundador

Dr. Ramón Reig

Universidad de Sevilla, España

Directora

Dra. Rosalba Mancinas-Chávez

Universidad de Sevilla, España

Directora adjunta

Dra. María Luisa Cárdenas Rica

Centro Universitario San Isidoro, Universidad
Pablo de Olavide, España

Secretario académico

Juan Carlos Figuerero Benítez

Universidad de Sevilla, España

Editora en portugués

Dra. Julieti Oliveira

Universidad de Sevilla, España

Editora en inglés

Gladys Arlette Corona León

Universidad de Sevilla, España

Diseñador gráfico:

Gledson Jardim de Vargas

Colaboradores/as:

Dra. Nuria Sánchez-Gey Valenzuela (España),

Dr. Daniel Rodrigo-Cano, **Mtr. Jair Esquiaqui**

Buelvas (Colombia), **Dra. Susana Alés Álvarez**

(México-España), **Dra. Luisa Aramburú**

Moncada (Perú), **Mtr. Itzel Meza Piña** (México)

y **Nuria León Moral** (Ecuador).

Consejo asesor

Dra. Carmen Marta Lazo

Universidad de Zaragoza, España

Dr. Carlos Elías

Universidad Carlos III, España

Dra. Nereida López Vidales

Universidad de Valladolid, España

Dra. Sara Nuñez de Prado Clavell

Universidad Rey Juan Carlos, España

Dra. Nuria Almirón Roig

Universidad Pompeu Fabra, España

Dr. Manuel Miguel Chaparro Escudero

Universidad de Málaga, España

Dr. Xosé Soengas

Universidad de Santiago de Compostela, España

Dra. Concha Langa Nuño

Universidad de Sevilla, España

Dra. Antonia Isabel Nogales Bocio

Universidad de Zaragoza, España

Dra. Leonarda García Jiménez

Universidad de Murcia, España

Dra. Gema Alcolea Díaz

Universidad Rey Juan Carlos, España

Dra. María José Ufarte

Universidad Castilla-La Mancha, España

Dra. María Luisa Sánchez Calero

Universidad Complutense de Madrid, España

Dr. Daniel Rodrigo-Cano

Centro Universitario San Isidoro, Universidad
Pablo de Olavide, España, España

Comité científico internacional

Dr. José Ignacio Aguaded

Universidad de Huelva, España

Dr. José Ignacio Armentia

Universidad del País Vasco, España

Dr. David Park

Florida International University, Estados Unidos

Dr. Jorge Cortés Montalvo

Universidad Autónoma de Chihuahua, México

Dra. Paulina Beatriz Emanuelli

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Dr. Javier Esteinou Madrid

Universidad Autónoma Metropolitana, México

Dr. Francisco Esteve Ramírez

Universidad Complutense de Madrid, España

Dr. Josep Gifreu

Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España

Dr. Tim Holmes

Universidad de Cardiff, País de Gales

Dr. Antonio Laguna Platero

Universidad de Castilla y La Mancha, España

Dr. Xosé López García

Universidad de Santiago de Compostela, España

Dr. Ricardo Chica Geliz

Universidad de Cartagena, Colombia

Dra. Ingrid Viviana Estrella Tutivén

Universidad de Guayaquil, Ecuador

Dr. Rogelio Fernández Reyes

Universidad de Sevilla, España

Dr. José Manuel de Pablos Coello

Universidad de La Laguna, España

Dra. Montserrat Quesada

Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España

Dr. Miquel Rodrigo Alsina

Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España

Dr. JürgenWilke

Institut für Publizistik, Universidad de Maguncia, Alemania

Dra. Gloria Olivia Rodríguez Garay

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México

Dra. Martha Patricia Álvarez Chávez

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México

Dra. Angela Do Grossi Carvalho

Universidade Estadual Paulista, Brasil

Dra. Mirian Tavares

Universidade Do Algarve, Portugal

Dr. Miguel Ángel Sánchez de Armas

Universidad Iberoamericana, México

Dr. Rogério Christofolletti

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil

Dra. Angela Do Grossi Carvalho

Universidade Estadual Paulista, Brasil

Dr. César E. Jiménez Yáñez

Universidad Autónoma de Baja California, México

ÁMBITOS

REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

Fundada por el Prof. Dr. Ramón Reig en 1998

Enfoque y alcance

El eje temático de la revista es la comunicación y, dentro del amplio concepto de comunicación, el periodismo es un área de especial interés. No obstante, considerando la importancia de la comunicación hoy en día, se aceptan trabajos que den a conocer resultados de investigación científica desde distintas perspectivas, en torno a la comunicación. Se valora la originalidad de los trabajos, se da preferencia a aquellas aportaciones que supongan un avance para el conocimiento.

Evaluación de originales

Los originales se someten a un doble proceso de revisión. Primero son examinados por los miembros del Consejo de Redacción y después pasan a un proceso de revisión por pares ciegos, con especialistas en el tema que ofrecen

Periodicidad

Publicación trimestral que edita cuatro números durante el año: enero, abril, julio y octubre.

Indexación

RESCH, MIAR, ErihPlus, DOAJ, Dialnet, FECYT, ÍndICES CSIC, Latindex, Dulcinea, PKP INDEX, Google Académico y REDIB.



FECYT 561/2023
Fecha de certificación: 28 de julio de 2023 (8ª convocatoria)
Válido hasta: 28 de julio de 2024



Editan

Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (GREHCCO)

Grupo de Investigación en Comunicación, Poder y Pensamiento Crítico ante el Cambio Global (Com poder)

Universidad de Sevilla, España

Dirección: Facultad de Comunicación. Calle Américo Vespucio, s/n.
Parque Científico y Tecnológico Cartuja 93. 41092 Sevilla.

Teléfono: +34 954 559 622.

E-mail: ambitoscomunicacion@us.es

Web: <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos>

© 2024 Los autores

Maquetación: Referencias Cruzadas. referencias.maquetacion@gmail.com

Licencia Creative Commons Atribución-NonComercial
CompartirIgual 4.0 Internacional

índice

MONOGRÁFICO | MONOGRAPHIC

Educomunicación, participación y discapacidad. Oportunidades y desafíos para la inclusión ciudadana,	9-11
Victoria García-Prieto, Mónica Bonilla-del-Río y Vanessa Matos dos Santos	
#Discapacidad y #diversidadfuncional. Evolución terminológica desde la perspectiva de los creadores de contenido en TikTok	12-31
#Disability and #functional diversity. Terminological evolution from TikTok creators' perspective Mónica Bonilla-del-Río, Antonella Di-Cintio y Amor Pérez-Rodríguez	
Análisis psicosocial de la representación televisiva de la diversidad funcional como estrategia de alfabetización mediática.....	32-52
Psychosocial analysis of the representation of functional diversity on television as a media literacy strategy Anna Zapsi, Blanca Vera Moreno y Rocío Garrido	
Atypical y educación inclusiva en la universidad: sensibilización ética con estudiantes de profesorado.....	53-71
'Atypical' and inclusive education in university: Ethical awareness with teacher education students Paula Belén Mastandrea y Irene Cambra-Badii	
Protótipo de oficina de capacitação em acessibilidade visual em mídias sociais digitais	72-89
Prototype of a workshop on visual accessibility in digital social media Tainá Bernardes Esteves Moreira, Guilherme Ferreira de Oliveira y Suely Maciel	
Acessibilidade comunicativa: palavra-chave para um jornalismo democrático e cidadão.....	90-110
Communicative accessibility: a keyword for democratic and citizen journalism Samara Wobeto, Viviane Borelli y Luan Moraes Romero	
Inclusión discursiva de mujeres con discapacidad y el potencial del periodismo para producir representaciones emancipadoras	111-130
Discursive inclusion of women with disabilities and the potential of journalism in representations to produce emancipatory representations Thais Araujo de Freitas y Terezinha Silva	

índice

MISCELÁNEA | MISCELLANEOUS

- Instagrammers adolescentes: creación, hiperexposición de las chicas y participación de la audiencia..*** 132-151
Teenager Instagrammers: creation, hyperexposure of girls and audience interactions
Rebeca Suárez-Álvarez, Antonio García-Jiménez y María Cruz López de Ayala
- El periodismo como medio de fijación término-conceptual: el caso de El País durante la cobertura de las revueltas árabes de 2011*** 152-170
Journalism as a means of term-conceptual fixation: the case of El País during the coverage of the Arab revolts of 2011
Mohamed Assif
- Imagen y presencia de la mujer política en medios digitales regionales.....*** 171-189
Image and presence of women politicians in regional digital media
Cristina Álvarez García



monográfico
monographic



Presentación del monográfico

Educomunicación, participación y discapacidad. Oportunidades y desafíos para la inclusión ciudadana

La alfabetización mediática se ha convertido en una cuestión fundamental en las sociedades democráticas actuales debido al papel crucial que ejercen hoy los medios de comunicación. En las últimas décadas, se han implementado cambios legales para fomentar la participación e inclusión social de las personas con discapacidad de entre los que destaca la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, adoptada por 135 países, que defiende el derecho a la información y a la plena participación en la sociedad, sin discriminación.

El entorno comunicativo actual es diverso y particular. En él conviven medios tradicionales, redes sociales y nuevas plataformas, lo que ha transformado nuestros comportamientos y rutinas. A su vez, esto impacta directa o indirectamente en nuestra vida profesional, educativa, social y comunicativa. En este contexto, la ciudadanía necesita competencias para poder consumir y producir contenidos mediáticos críticamente. Ahí es donde reside la importancia de la alfabetización mediática, especialmente para niños, jóvenes, personas mayores y personas con discapacidad.

Además, en el caso de las personas con discapacidad, el diseño universal y la accesibilidad mediática son fundamentales para maximizar las oportunidades que ofrecen las TIC y superar barreras comunicativas, promoviendo una verdadera inclusión digital y social. Por lo que respecta a este colectivo, por un lado, es importante evitar representaciones mediáticas discriminatorias que perpetúan estereotipos y prejuicios, y en su lugar, mostrar una imagen inclusiva y ajustada. Por otro, también es necesario analizar el uso y consumo de medios por personas con discapacidad, así como su participación en entornos virtuales, para comprender tanto la situación actual como los desafíos para la inclusión social en un entorno digitalizado.

En este contexto se presenta este monográfico en *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, enmarcado en una cuestión de justicia social y desde la búsqueda de la igualdad en el disfrute de los derechos fundamentales en el entorno educomunicativo. Este número de *Ámbitos* nos brinda la oportunidad de reunir investigaciones y reflexiones enfocadas en la educomunicación para que



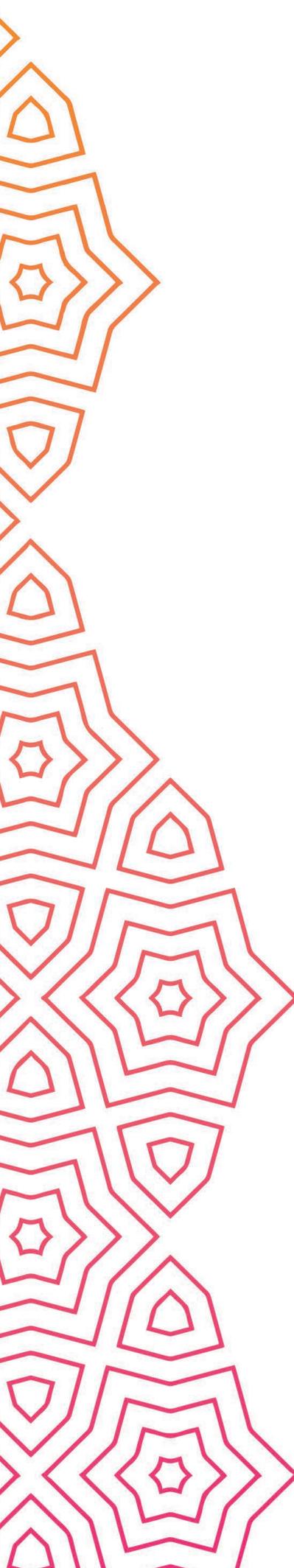
un colectivo que históricamente ha sido discriminado pueda ejercer sus derechos y participar plenamente en la sociedad.

Asimismo, este monográfico indaga en el potencial de las plataformas digitales como entornos que ofrecen nuevas oportunidades de participación para las personas con discapacidad, permitiéndoles crear contenido y visibilizar la realidad y demandas del colectivo. Estas plataformas también facilitan el activismo, aportando un altavoz que permite a las personas con discapacidad mostrar su diversidad y difundir sus reivindicaciones activamente.

En esta línea, el primer artículo, titulado “#Discapacidad y #diversidadfuncional. Evolución terminológica desde la perspectiva de los creadores de contenido en TikTok” y publicado por Mónica Bonilla-del-Río, Antonella Di-Cintio y Amor Pérez-Rodríguez, analiza los términos usados por creadores de contenido en TikTok para referirse a personas con discapacidad. Mediante un análisis multimodal de 100 vídeos, concluyen que “personas con discapacidad” es el término más aceptado, aunque aún no se ha alcanzado un verdadero lenguaje inclusivo. El uso de los hashtags como estrategia de educación, visibilización y concienciación social completa y da trascendencia al estudio.

El monográfico continúa con la publicación de Anna Zapsi, Blanca Vera Moreno y María del Rocío Garrido Muñoz de Arenillas, titulada “Análisis psicosocial de la representación televisiva de la diversidad funcional como estrategia de alfabetización mediática”. La representación mediática de la discapacidad puede mantener los estereotipos o proporcionar referentes positivos que rompan con las representaciones arquetípicas que distan de la realidad. Con este planteamiento como base, la investigación realiza un análisis de los personajes principales de las series de ficción *Breaking Bad*, *Glee*, *Community*, *POSE*, *Orange is the New Black*, *Sherlock* y *Prison Break*, para mostrar una amplia presencia de arquetipos como el villano o la víctima, así como representaciones estigmatizantes hacia las personas con diversidad funcional.

En el siguiente manuscrito del monográfico, Paula Belén Mastandrea e Irene Cambra-Badii abordan la sensibilización ética de los educadores como forma de superar las dificultades de acceso y permanencia de estudiantes con discapacidad o neurodiversidad en la educación superior. En el artículo “*Atypical* y educación inclusiva en la universidad: sensibilización ética con estudiantes de profesorado”, diseñan y prueban una actividad de sensibilidad ética en educación superior, aplicando el *Racial and Ethical Sensivity Test* a la serie *Atypical*. El estudio propone intervenciones docentes o psicopedagógicas para los problemas éticos presentes en el contenido audiovisual. Asimismo, destaca el uso de ficciones audiovisuales para el diseño de actividades que exploren la sensibilidad ética y para mejorar la formación en ética profesional de los agentes educativos.



El siguiente artículo se titula “Protótipo de oficina de capacitação em acessibilidade visual em mídias sociais digitais”, de Tainá Bernardes Esteves Moreira, Guilherme Ferreira de Oliveira y Suely Maciel, y estudia las Relaciones Públicas en el entorno digital como agentes sociales responsables del mantenimiento de la esfera pública y la participación online. Desde esta perspectiva, propone un modelo de taller de formación sobre accesibilidad visual en medios sociales digitales. El objetivo de esta propuesta es abordar las barreras de acceso en las plataformas Instagram, Facebook, Twitter y LinkedIn mediante la difusión del conocimiento de técnicas y pautas para la producción de contenidos accesibles.

La quinta publicación, firmada por Samara Wobeto, Viviane Borelli y Luan Moraes Romero, pone el foco en la relación entre periodismo, accesibilidad y democracia en el artículo “Acessibilidade comunicativa: palavra-chave para um jornalismo democrático e cidadão”. El estudio parte de la premisa de que no es posible un periodismo verdaderamente democrático y ciudadano sin accesibilidad comunicativa y que la falta de conocimientos de los periodistas sobre las tecnologías de asistencia y accesibilidad forma parte del problema. Tomando como base la regulación y directrices de accesibilidad comunicativa, establecen criterios para la construcción de indicadores y los ponen a prueba en las webs de dos medios de comunicación mediante entrevistas semiabiertas, llegando a la conclusión de que la accesibilidad no es una prioridad para los medios analizados.

Finalmente, Thais Araujo de Freitas y Terezinha Silva presentan una investigación titulada “Inclusión discursiva de mujeres con discapacidad y el potencial del periodismo para producir representaciones emancipadoras”. Este artículo reflexiona sobre cómo el silenciamiento histórico de las mujeres en general y especialmente de las mujeres con discapacidad, en la sociedad y en la comunicación mediática, les restringe el pleno ejercicio de derechos. Por el contrario, plantea que la inclusión de las perspectivas de las mujeres con discapacidad en los relatos periodísticos puede contribuir a la construcción de representaciones más humanizadas y emancipadoras. Para ello, se centran en iniciativas periodísticas con perspectiva feminista en el contexto brasileño y muestran el potencial de la inclusión discursiva de las mujeres con discapacidad en relatos periodísticos para problematizar valores capacitistas y excluyentes que sostienen las representaciones vigentes y obstaculizan el debate sobre sus derechos.

Victoria García-Prieto

Universidad de Sevilla, España

Mónica Bonilla-del-Río

Universidad Europea del Atlántico, España

Vanessa Matos dos Santos

UFU, Brasil

#Discapacidad y #diversidadfuncional. Evolución terminológica desde la perspectiva de los creadores de contenido en TikTok

#Disability and #functional diversity. Terminological evolution from TikTok creators' perspective

Mónica Bonilla-del-Río

Universidad Europea del Atlántico | Calle Isabel Torres, 21, 39011 Santander | España

0000-0003-2476-8922 | monica.bonilla@uneatlantico.es

Antonella Di-Cintio

Universidad de Huelva | Av. de las Fuerzas Armadas, S/N, 21007 Huelva | España

0000-0001-7783-8897 | antonella.dicintio@alu.uhu.es

Amor Pérez-Rodríguez

Universidad de Huelva | Av. de las Fuerzas Armadas, S/N, 21007 Huelva | España

0000-0001-8312-5412 | amor@uhu.es

Recepción 14/02/2024 · Aceptación 06/05/2024 · Publicación 15/07/2024

Resumen

El debate en torno a la evolución terminológica sobre la discapacidad ha llegado a las redes sociales. En este artículo se analizan discursos y percepciones de los creadores de contenido en TikTok, respecto a los términos correctos e incorrectos para referirse al colectivo de las personas con discapacidad, los tipos de contenidos generados en la plataforma y el uso de sus funcionalidades, finalidades y estrategias. El análisis se desarrolla con un método cuantitativo-cualitativo con enfoque etnográfico y un análisis multimodal sobre 100 vídeos cortos. Se realizó una búsqueda por *hashtags* y palabras clave entre diciembre de 2021 y enero de 2022. La investigación considera el modo en que los creadores de contenido comparten su percepción sobre los términos que hoy se suelen utilizar para referirse a las personas con discapacidad y cuáles consideran adecuados e inapropiados. Los resultados evidencian el debate, los posicionamientos de los creadores de contenido y el activismo, señalándose la expresión "personas con discapacidad" como el término más aceptado y reconocido actualmente, mientras que entre los términos obsoletos, ofensivos y no representativos destacan "minusválido", "subnormal" o "deficiente". Otros hallazgos interesantes relativos a las funcionalidades de la plataforma son el uso de los vídeos respuesta, musicales y dúos, así como la utilización de *hashtags* como estrategia para alcanzar sus objetivos de formación y educación, visibilización y concienciación social. Así, a pesar de que se ha producido una evolución terminológica en torno a la discapacidad, se evidencia que todavía queda un largo camino para alcanzar el verdadero lenguaje inclusivo.

Palabras clave: lenguaje inclusivo, discapacidad, diversidad funcional, TikTok.

Abstract

The debate around the terminological evolution about disability has reached social media. In this paper, we analyse TikTok content creators' discourse and perceptions about the correct and incorrect terms to refer to individuals with disabilities. We do this while considering the types of contents generated in the platform, the use of its functionalities their aims and strategies. The analysis was developed using a quantitative and qualitative ethnographic approach and multimodal analysis of 100 short videos. The results reflect the debate and the position of content creators and their activism pointing to the words "disability" and "functional diversity" as the most accepted and recognised nowadays. On the other hand, obsolete, offensive and non-representative terms include "handicapped", "moron" and "deficient". Other interesting findings involve TikTok functionalities such as response and music videos, duets, as well as the use of hashtags a strategy to reach their goals related to informing, educating, raising awareness and making people with disabilities visible. Although there has been a terminological evolution around disability, this study suggests that there is still a long journey to achieve inclusive language.

Keywords: Inclusive language, disability, functional diversity, TikTok.

1. Introducción

El reconocimiento de la diversidad es un hecho que ha ido adquiriendo relevancia en los últimos años. Reivindicaciones como los derechos de las mujeres, migrantes y personas con discapacidad, entre otros, han derivado en normativas y debates, así como nuevos conceptos, convirtiéndose en objeto de estudio. Las formas en las que se denomina contribuyen a la normalización o a la diferencia (Palacios & Romañach, 2008), definiendo lo que se considera "políticamente correcto" (Alemany, 2021). De ahí la importancia de clarificar los términos considerados adecuados, en una comunicación inclusiva, que garantice el reconocimiento, independientemente del género, origen étnico, religión, discapacidad, edad u orientación sexual (European Commission, 2021). Este trabajo propone analizar la terminología empleada para referirse a las personas con discapacidad a través de los vídeos generados por creadores de contenido del colectivo en TikTok. Se pretende describir qué términos consideran adecuados/inadecuados, desde sus opiniones y experiencia, en línea con la necesidad de conocer su propio criterio (Canimas-Brugué, 2015; Senent-Ramos, 2020).

1.1. Evolución terminológica en torno a la discapacidad

Históricamente, el tratamiento y denominación de la discapacidad se ha establecido en función de concepciones derivadas del contexto social de cada época. Los prejuicios, supersticiones, temores, compasión, cuestiones legislativas o religiosas, entre otras, determinan lo inadecuado o adecuado, respecto de las necesidades y valores sociales del momento (Aguado-Díaz, 1995). La percepción social de la diferencia tiene mucho que ver con el poder del lenguaje para la denominación, puesto que los conceptos establecen las percepciones de la realidad. En el planteamiento de la "discapacidad" o "diversidad funcional", los términos utilizados son clave para evitar la distorsión, invisibilización o lo peyorativo y, también, para fomentar la concienciación, ya que a lo largo de la historia las actitudes negativas y discriminatorias se han visto reflejadas en el lenguaje empleado para referirse a las personas con discapacidad con términos que, hoy en día, se consideran desaconsejados y ofensivos (Ávila-Ramírez & Rivas-Carmona, 2022).

El vocabulario, a menudo extrapolado del ámbito médico, usado de manera inapropiada, con carácter ofensivo y degradante, ha evidenciado las distintas consideraciones de la discapacidad y la

estigmatización de la sociedad (Padilla-Muñoz, 2010). Para Canimas-Brugué (2015), el concepto “persona con discapacidad” es “el último y más amable de una sucesión de vocablos (monstruo, idiota, inútil, subnormal, lisiado, retrasado, impedido, inválido, minusválido, disminuido, deficiente, impedido, discapacitado...)” (p. 83). En esta línea, Senent-Ramos (2020) señala como inapropiados y peyorativos los términos de “minusválido/a” o “inválido/a”, dado que implican la estimación de persona de menor valía o no válida; de “subnormal” y “anormal”, por la relatividad del concepto “normal”; y de “discapacitado/a”, señalando el carácter de superioridad que subyace. En este sentido, en torno a la propia evolución del lenguaje, las organizaciones de personas con discapacidad consideran que la terminología empleada a nivel mediático ha mejorado, especialmente en el desuso de términos peyorativos, aunque aún se continúan empleando algunas expresiones estigmatizadoras (Figueroa-Benítez *et al.*, 2023).

La propuesta de “diversidad funcional” para referirse a un colectivo, que en función de unas características particulares se desenvuelve o funciona en la realidad de manera diferente a como lo hace la mayoría (Romañach & Lobato, 2005), implica, de acuerdo con Canimas-Brugué (2015), una “resemantización activista, de crítica, denuncia y deconstrucción de lo que crean las actuales palabras” (p. 83). Avendaño *et al.* (2014) lo interpretan como una manera de ser y estar en el mundo mucho más amplia y compleja, haciendo hincapié en que “el lenguaje cambie” evitando nombrar “deficiencias”, “discapacidad” o “minusvalía”.

Esta denominación se está extendiendo, aunque también con matices (Canimas-Brugué, 2015), pues no conlleva implicaciones negativas, pero admite una diversidad de capacidades o funcionalidades que deben ser gestionadas socialmente para que no se produzca discriminación o exclusión (Senent-Ramos, 2020).

1.2. La discapacidad y/o diversidad funcional en TikTok

Un reciente informe sitúa a TikTok entre las aplicaciones más populares, alcanzando el primer puesto en el ranking de las redes más descargadas con un billón de usuarios activos globalmente (We are Social/Hootsuite, 2021). La aplicación está diseñada para que circulen vídeos y memes sonoros, gracias a sus variadas funcionalidades de usabilidad. Esto permite que los contenidos se perciban como algo familiar y cercano (Martín-Ramallal & Micaletto-Belda, 2021). El software de edición permite añadir filtros, música, sonidos, efectos y recortar vídeos, con el fin de crear el contenido deseado.

Respecto a la producción de vídeos, Ballesteros-Herencia (2020) señala diferentes tipos: los vídeos creativos; los videoselfies; los *lip sync* (tendencia que consiste en la sincronización del movimiento de los labios con el audio elegido, generalmente un diálogo o una canción); los dúos (que permiten compartir un vídeo acompañado del TikTok de otro usuario); y los *hashtag challenges o trends* (vídeos en tendencia o con desafíos que los usuarios pueden adaptar a sus intereses y tipo de contenido). Los vídeos miméticos favorecen la difusión de contenidos que, si bien pudieran parecer triviales en un primer momento, pueden contener información importante, como las reacciones, sentimientos y opiniones de los usuarios sobre temas sociales relevantes (Zeng & Abidin, 2021). De esta manera, TikTok se convierte en una plataforma que permite la reivindicación, la inclusión y el desarrollo de relaciones sociales, así como el entretenimiento y la diversión (Méndez-Majuelos *et al.*, 2023).

El éxito de TikTok se sustenta principalmente en el interés que los vídeos cortos generan en el público (Schellewald, 2021) y en su innovador sistema de recomendación, ya que basa su funcionamiento

en lógicas algorítmicas y aprendizaje automático. En este sentido, el *feedback* sentimental y los tópicos de interés de los usuarios son claves. La propia plataforma sugiere contenidos a los usuarios en una sección principal denominada “Para ti”, compuesta de un sinfín de vídeos interminables (Gray, 2021), adaptados a los intereses personales de las audiencias. Las múltiples funcionalidades de TikTok facilitan que los usuarios representen eficazmente su personalidad y puedan alcanzar la atención de otros logrando mayor visibilidad, aunque es necesario tener en cuenta que este sistema algorítmico puede promover tanto reacciones positivas como negativas (García-Prieto *et al.*, 2024).

Las personas con discapacidad hacen uso de las redes sociales con una clara intencionalidad de concienciación social, lo que les permite promover la igualdad mediante estas plataformas y contribuir a la superación de estereotipos, visiones sensacionalistas y homogéneas sobre el colectivo (Bonilla-del-Río *et al.*, 2022). Asimismo, las redes sociales facilitan nuevas oportunidades a las personas con discapacidad para establecer relaciones y alcanzar apoyo social, convirtiéndose en recursos que fomentan su comunicación, presencia y empoderamiento (Mendiguren-Galdospin *et al.*, 2023). En este sentido, el *hashtag* #discapacidad cuenta con 889,5 millones de visualizaciones, mientras que las visualizaciones asociadas al *hashtag* #diversidadfuncional ascienden a 31,1 millones, lo que es un indicativo del nivel de representación de este colectivo en la plataforma.

2. Metodología

2.1. Objetivos

De acuerdo con el contexto histórico, el tratamiento de la discapacidad y los cambios que las nuevas conceptualizaciones están propiciando en la consideración de este colectivo, nos proponemos analizar los debates terminológicos en torno a la discapacidad en TikTok mediante los siguientes objetivos específicos:

1. Analizar la terminología empleada en español para referirse a las personas con discapacidad a partir del contenido generado en TikTok sobre la temática.
2. Examinar el uso que hacen de las funcionalidades de TikTok los creadores de contenido que generan este tipo de vídeos.
3. Describir la finalidad y las estrategias que emplean para concienciar a la audiencia sobre el uso terminológico correcto.

2.2. Método

Este estudio plantea un diseño exploratorio-descriptivo, con un enfoque eminentemente cualitativo, aunque se adoptó la perspectiva cuantitativa para la descripción de las frecuencias y valores porcentuales de algunas de las categorías, especialmente, en relación con los términos mencionados por los creadores de contenido y su clasificación como adecuados o inadecuados.

En este sentido, con la finalidad de estudiar la conversación en TikTok, se utilizó la metodología de análisis cualitativo de contenido aplicada a materiales audiovisuales (Cáceres, 2003), como en este caso vídeos de TikTok. Asimismo, el estudio se basa en el análisis multimodal (Jaramillo-Dent *et al.*, 2022) para evaluar la terminología empleada en español sobre la discapacidad, ya que TikTok

combina diferentes tipos de comunicación (vídeo, audio, texto, imágenes, emoticonos, etc.) y, por consiguiente, para entender la dinámica de significado de esta plataforma es necesario adoptar un tratamiento capaz de integrar varias perspectivas (Bezemer & Kress, 2017).

Con respecto a los objetivos planteados, este enfoque permite explorar las dimensiones del grupo social de interés con la finalidad de describir las tendencias y exigencias que realizan, según las evidencias empíricas recopiladas. El enfoque etnográfico digital se orienta a la observación y estudio de los hechos mediáticos concretos, fenómenos culturales vinculados a las nuevas formas de sociabilidad surgidas de las TIC, así como a los entornos virtuales (Hine, 2015; Ruiz-Méndez & Aguirre-Aguilar, 2015). Esta perspectiva facilita el acceso a ámbitos comunicativos desconocidos (Hjorth *et al*, 2017), permitiendo comprender, de acuerdo con Hine (2005), el uso que los individuos hacen de las redes sociales “en la inmersión continuada del etnógrafo en un lugar de interacción comunicativa” (p. 80).

2.3. Muestra

Para localizar los vídeos compartidos por los usuarios de TikTok referidos al debate terminológico acerca de la discapacidad, se realizó una búsqueda por *hashtags* y palabras clave a partir del buscador de la propia plataforma, con la combinación de los conceptos “discapacidad” y “diversidad funcional” con “término”, “terminología”, “lenguaje” o “lenguaje inclusivo”. Se aplicaron los filtros predeterminados por la propia plataforma, en este caso, la “Fecha de publicación”, donde se mantuvo la selección “Todo el tiempo”, y la categoría “Ordenar por”, tomando en consideración que los vídeos apareciesen según su “Relevancia”. Finalmente, se han considerado los siguientes criterios para la selección de los vídeos: 1) “Sección” (debían aparecer en “Populares”); 2) “Relevancia” (respetándose el estricto orden de aparición de los vídeos en las diferentes búsquedas); 3) “Contenido” (descartándose aquellos vídeos que no abordaban específicamente el lenguaje en torno a la discapacidad); 4) “Falta de resultados nuevos sobre la temática” (por lo que tras la visualización de 30 vídeos seguidos que no abordaban el tema objeto de estudio, se procedió a realizar nuevas búsquedas con las siguientes combinaciones de tópicos).

La selección de los vídeos se desarrolló entre diciembre de 2021 y enero de 2022. La muestra final está compuesta por 100 vídeos, cifra que permitió la saturación de la muestra en relación con los datos obtenidos.

2.4. Procedimiento

El proceso de codificación se adaptó a las necesidades y objetivos del objeto de estudio, tomando como referencia y punto de partida el procedimiento de análisis cualitativo propuesto por Cáceres (2003):

- En este sentido, en una primera fase, se procedió a la “selección del objeto de análisis” partiendo de la concepción teórica de la terminología y la evolución del lenguaje. De esta manera, se localizaron los vídeos en TikTok relacionados con el objeto de estudio mediante la búsqueda de las palabras clave de interés mencionadas anteriormente.
- En un segundo paso, se llevó a cabo el “desarrollo del preanálisis”, con el fin de plantear la guía del trabajo y establecer los indicadores a analizar en función del tema, teniendo en cuenta que su definición se encontraría supeditada a la flexibilidad propia del enfoque cualitativo. De este

modo, se establecieron las decisiones respecto al corpus de contenido que se debía seleccionar, lo que permitió la obtención de vídeos con contenido homogéneo en función de los criterios de inclusión mencionados previamente en el apartado de la muestra.

- En el tercer paso, se realizó la “definición de las unidades de análisis”, en este caso “el ítem”, que comprende el vídeo completo compartido en TikTok por los creadores de contenido. Posteriormente, en la cuarta fase, se desarrolló la “elaboración de reglas de análisis” y la propuesta de clasificación. No obstante, en esta investigación, con el fin de aumentar la credibilidad y fiabilidad, se partió de estudios previos de análisis de contenido de redes sociales (Ortega-Fernández & Rodríguez-Hernández, 2021; Suárez-Álvarez & García-Jiménez, 2021; Tejedor-Calvo *et al.*, 2022;) y se diseñó y adaptó una ficha de análisis (Tabla I) a nuestro objeto de estudio en función de las siguientes variables (por lo que el análisis no se realizó exclusivamente desde el punto de vista inductivo): 1) Perfil de cuenta; 2) Contenido del vídeo; 3) Discurso sobre terminología; 4) Funcionalidades de TikTok.

Tabla 1

Ficha de análisis de contenido de los vídeos de TikTok

Variable	Categoría	Descripción
Perfil cuenta	Usuario	Nombre de la cuenta en TikTok
	Discapacidad	El usuario indica que tiene o es visible su discapacidad: Sí/No.
	Tipo de discapacidad	Cognitiva, visual, auditiva, física, otra.
Contenido del vídeo	Descripción del vídeo	Texto del vídeo añadido por el propio usuario en la descripción del TikTok
	Explicación del vídeo	Explicación descriptiva sobre el contenido del vídeo
	Hashtags	Etiquetas empleadas en la descripción del vídeo
Discurso sobre terminología	Terminología correcta	Términos que el creador de contenido identifica e indica como correctos hacia el colectivo.
	Terminología incorrecta	Términos que el creador de contenido identifica e indica como incorrectos hacia el colectivo.
	Concepto de “discapacidad”	El creador de contenido indica que “discapacidad” es correcto: Sí/No
	Concepto de “diversidad funcional”	El creador de contenido indica que “diversidad funcional” es correcto: Sí/No
Funcionalidades de TikTok	Tipo de vídeo	Se define la tipología entre: Vídeo musical, vídeos irónicos, monólogo, presentación animada, vídeos con efectos (filtros), dúos, vídeo-respuesta, “Pegar(vídeo)”, <i>challenges</i> o virales.
	Audio	Música o elementos sonoros del vídeo
	Otros recursos	Texto incrustado, subtítulos, <i>stickers</i> , <i>emojis</i> , encuesta, PYR (preguntas y respuestas, localización...

Fuente. Elaboración propia.

De este modo, en esta etapa también se establecieron las reglas de análisis de forma consensuada entre las investigadoras, definiendo las condiciones para codificar y categorizar los registros. Estas reglas, tal y como expone el propio Cáceres (2003), debido al carácter cualitativo del análisis

de contenido, han de estar abiertas a la modificación, siendo necesaria la retroalimentación constante entre las codificadoras durante el proceso y estableciendo los criterios que se han de seguir en el proceso de clasificación del contenido. De esta manera, algunas de las categorías requerían la “codificación abierta”.

- A continuación, en la quinta fase, se llevó a cabo el “desarrollo de categorías”, también recogidas en la Tabla I, que permitió la clasificación de modo definitivo de la codificación partiendo fundamentalmente de los elementos teóricos que facilitaron dicha categorización. En este sentido, en la fase de análisis, cada vídeo se visualizó un promedio de cinco veces, registrando los datos mediante la ficha de análisis. Asimismo, se añadió una categoría abierta de “Notas”, para que las investigadoras incluyeran elementos de interés que pudieran no haber sido contemplados previamente en el diseño del instrumento.
- Finalmente, el sexto paso, “integración final de los hallazgos”, se basó en la interpretación de los resultados, teniendo en cuenta que, a diferencia de un análisis cuantitativo de contenido, no se establecieron únicamente frecuencias en relación con los tópicos estudiados, sino que se complementó esta información con los datos recogidos en la codificación abierta, la categorización y la interpretación final.

Los datos recabados se catalogaron, detallaron y codificaron en formato Excel. El análisis de contenido se desarrolló por parte de dos de las investigadoras, que llevaron a cabo el proceso de codificación de forma individual, poniendo en común los avances de manera colectiva en sesiones diferentes para resolver posibles dudas y evitar posibles sesgos entre las distintas observadoras. Todo el proceso de selección y codificación estuvo monitoreado por la tercera investigadora, con el fin de supervisar el proceso y asegurar la concordancia de los registros.

2.5. Consideraciones éticas

En el campo de las redes sociales, las estrategias mixtas resultan muy adecuadas para el análisis de las realidades diversas, las necesidades, los discursos y las prácticas emergentes. Sin embargo, en un estudio como el que se presenta es fundamental considerar los aspectos éticos de la investigación en todas sus fases. En este sentido, se ha buscado la protección de los datos recogidos, extraídos de cuentas abiertas, y sometidos a un proceso de anonimización. De este modo, con el fin de proteger la privacidad de los usuarios, los datos referentes a sus “usernames”, así como las imágenes de sus perfiles se han omitido o pixelado.

3. Análisis y resultados

3.1. Terminología correcta e incorrecta

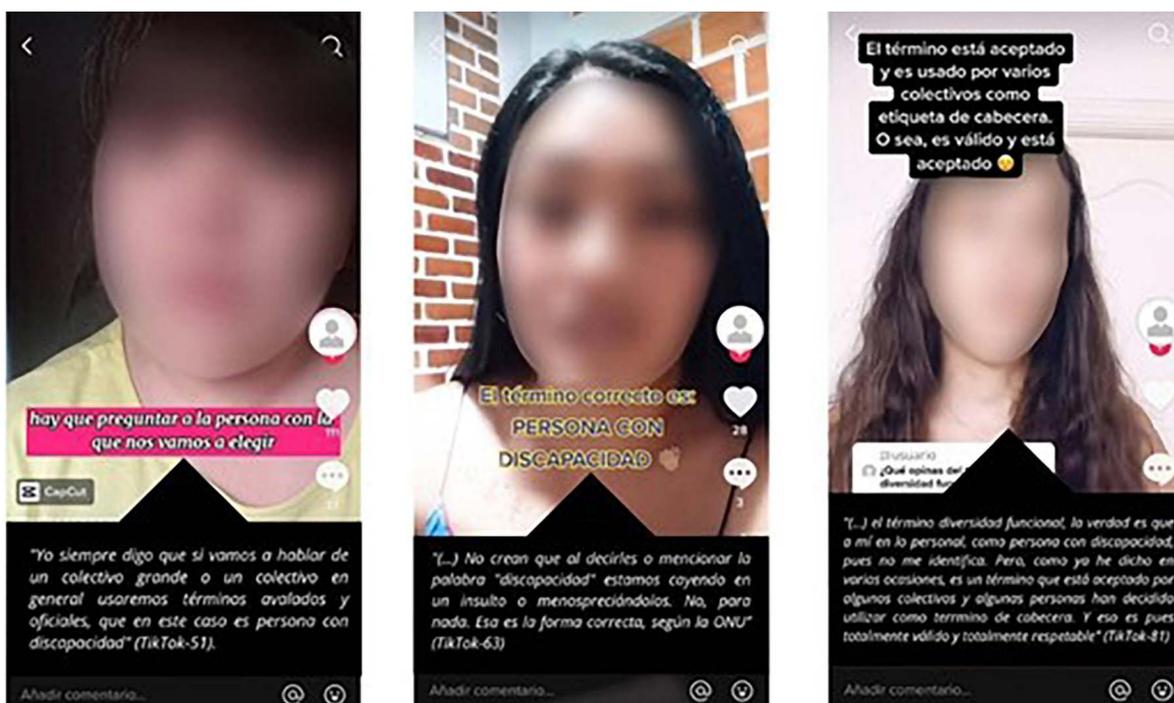
Los *TikTokers* emplean su perfil para compartir su percepción acerca de los términos que consideran correctos e incorrectos a la hora de referirse a las personas con discapacidad.

Así, entre los términos correctos (Figura 1), parece haber un consenso en el uso de “discapacidad” o “diversidad funcional”: *“¿Discapacidad o diversidad funcional? Este es el eterno debate, ¿cuál de los dos términos es más adecuado? Mucha gente me habéis escrito porque en vuestros estudios os han dicho que la palabra discapacidad debe desterrarse y utilizarse el término diversidad funcional. Y es que ambos términos*

están totalmente aceptados y son absolutamente válidos, aunque como ya os he dicho en anteriores ocasiones, las autoridades en la materia abogan más por el término “personas con discapacidad”. Aunque como siempre también digo, aquí para gustos colores. Ninguna de las dos opciones está mal ni ninguna debe ser desterrada. Esto es elección personal” (TikTok-86).

Figura 1

Publicaciones de TikTok sobre terminología adecuada



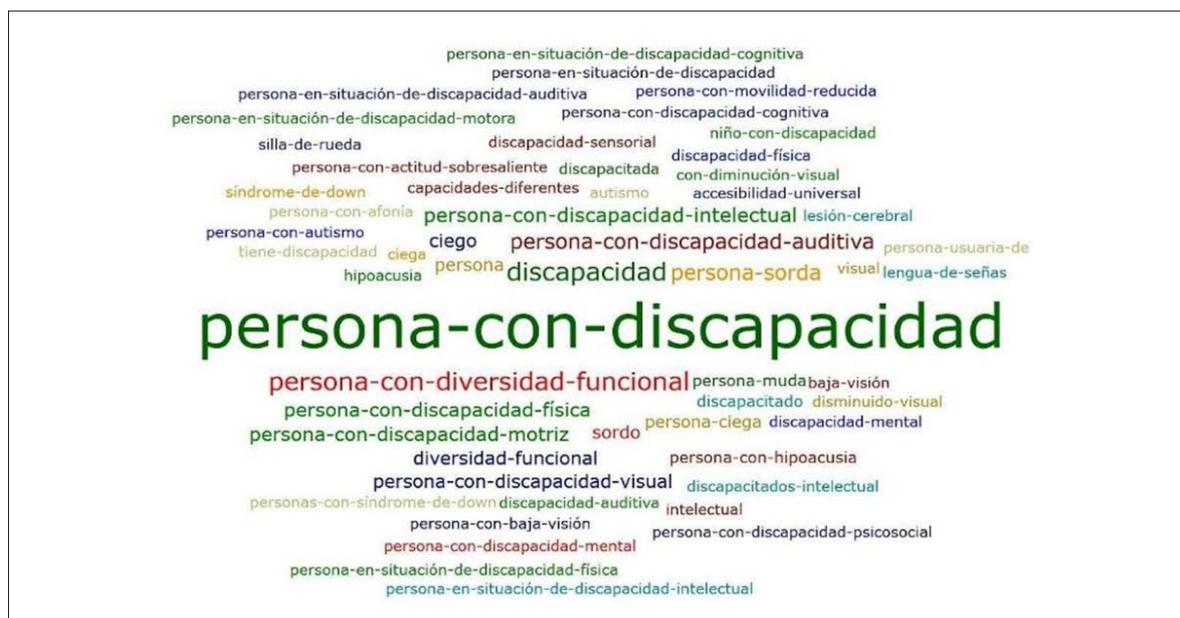
Fuente. Elaboración propia a partir de las imágenes de los vídeos de TikTok.

De este modo, los resultados evidencian diferentes puntos de vista, incluso entre la propia comunidad con discapacidad, a pesar de que, en términos generales, estos dos conceptos estén aceptados. Por un lado, hacen referencia a los términos oficiales que aparecen a nivel jurídico, nacional e internacionalmente y, por otro, a las creencias e identificación de cada persona con discapacidad hacia un término u otro. En este sentido, otra creadora de contenido (TikTok-51) responde mediante un vídeo al siguiente comentario: «(...) cada uno decís una cosa y yo no me aclaro. Que algunas personas dicen que personas con discapacidad no se dice, que se dice personas con diversidad funcional (...) Que otras os llamáis discapacitados, pero otras lo toman como algo ofensivo». En este caso, esta TikToker sugiere preguntar: «Yo aconsejo siempre, antes de decir algún término u otro, preguntar a la persona a la que nos vamos a dirigir», o emplear términos oficiales. Asimismo, muestra malestar frente al intento de imponer un solo término de manera categórica haciendo alusión al propio colectivo: «Me molesta cierto tipo de personas del colectivo 'disca' que intentan imponer cierto tipo de palabras o cierto tipo de términos a su manera de entender o a su antojo porque ellos consideran que está bien y no piensan que hay una gran variedad de términos que son válidos y correctos, y tampoco piensan en otras personas del mismo colectivo que pueden pensar diferente».

Se observa la preferencia por “persona con discapacidad” (56 %), seguido de “persona con diversidad funcional” (13 %) y “discapacidad” (13 %), aunque se registran otros términos que se consideran adecuados (Figura 2).

Figura 2

Términos correctos para referirse al colectivo



Fuente. Elaboración propia.

Asimismo, el 43 % de los usuarios hace alusión a “personas con discapacidad + el tipo” (visual, auditiva, intelectual, física...). En este caso, se destaca la importancia de emplear la palabra “persona”: “El término correcto para dirigirte hacia nosotros es personas con discapacidad porque ante todo somos eso, personas” (TikTok-41), previa al término “discapacidad”: «Recuerda que son personas y no se definen por su discapacidad” (TikTok-43). Otro de los usuarios se decanta por este término justificándolo (TikTok-87): “A mi parecer y me gusta muchísimo más el término persona con discapacidad porque ante todo soy persona que no soy capaz de hacer determinadas funciones o determinadas actividades como caminar con naturalidad”.

Del mismo modo, según algunos usuarios, la decisión del término para dirigirse al colectivo no debería imponerse desde instituciones educativas o según lo que las personas sin discapacidad opinan. Una de las TikTokers recibe el siguiente comentario: «Que tu prefieras discapacidad, vale. Pero es diversidad funcional, soy especialista y ahora te voy a explicar por qué este término: 🙄», a lo que ella responde: “No quería entrar en polémicas, pero sí voy a acabar entrando. Esta mujer lo que está usando son argumentos de poder. YO que he estudiado esto, estoy por AQUÍ (gesto con la mano indicando un nivel alto) y tú estás por AQUÍ (gesto indicando un nivel inferior), aunque seas del colectivo oprimido. Y YO te voy a imponer lo que a mí me ha enseñado otra persona que tampoco tiene discapacidad y voy a tope. Y luego, además, ya si entráis a leer todo lo que discute... Empieza a usar argumentos supercapacitistas intelectualmente, en plan: ‘aprende a leer’, ‘cuando sepas escribir, me dices’ o cosas como infórmate bien,

No obstante, a pesar de la evolución en terminologías, modelos y concepciones hacia la discapacidad, todavía se siguen utilizando conceptos que han quedado obsoletos y deberían estar superados por su carácter despectivo (Figura 4). Es muy significativo el comentario de TikTok-62: “¿Sabes cuál es la manera adecuada para referirte a una persona que tiene discapacidad? Pues ahora te lo voy a mencionar. ¿Especiales? Especiales son las pizzas. ¿Capacidades especiales? Tienen los superhéroes. ¿Enfermos? Hay en los hospitales. ¿Atrasado? Viene el transporte público. ¿Capacidades diferentes? Tiene una taza o una olla. ¿Angelitos? Son seres espirituales. Pues para referirte a una persona que tiene discapacidad tienes que decir “persona con discapacidad” o simplemente llamarlo por su nombre».

Figura 4

Publicaciones de TikTok sobre la terminología inadecuada



Fuente. Elaboración propia a partir de las imágenes de los videos de TikTok.

Varios *TikTokers* manifiestan su malestar cuando se dirigen a ellos empleando diminutivos u otras palabras que conllevan aparentemente una connotación positiva o de superación para referirse a ellos únicamente por tener discapacidad: “Las palabras en diminutivo, al utilizarlas, solamente menospreciamos a las personas” (TikTok-91). Consideran que estos sufijos son elementos lingüísticos “infantilizadores”, “paternalistas” y “despectivos”. Entre los ejemplos se subrayan: “sordito”, “mudito”, “cieguito”, “enfermito”, “pobrecito”, “malito”... “Hay términos como enfermito, que se piensa que haciéndolo diminutivo es menos, en realidad es peor” (TikTok-20). Y también los sustantivos (como, por ejemplo, “guerrero”, “campeón”, “angelito”, “héroe”, “superhéroe”...) transmiten esas connotaciones: «No por el ‘campeón’, no por ‘tú puedes, cariño’, porque eso es infantilizar y no es una forma de presentarnos respeto” (TikTok-35), “La tía (dice) son angelitos mandados por Dios» (TikTok-10).

Por otra parte, los usuarios critican que se emplee el concepto “normal” para referirse a las personas que no tienen discapacidad: «¿Qué es normal para vosotros? (...) Esta palabra está mal utilizada (...),

todos somos diferentes y esa es la diversidad, la gracia. Normal, como tal, no hay nadie» (TikTok-50). Así, se abre otro debate sobre el concepto de normalidad y quién define qué es “ser normal”. Ante el comentario: «No se nota, creí que era normal 🙄🙄🙄», el creador contesta: «(...) y soy normal. Las personas con discapacidad o diversidad funcional no venimos de otro mundo, no somos extraterrestres. Somos igual que cualquier otra persona» (TikTok-79). Es significativa la reivindicación a la dignidad de reconocerles como personas y de respetar la diversidad.

Asimismo, aunque el término “diversidad funcional” está aceptado por una parte del colectivo, existe reticencia en su uso por otros *TikTokers* con discapacidad. A este respecto, se critica esta expresión al considerar que invisibiliza: “Diversidad funcional es un poco invalidante, mejor dicho, se invisibiliza a la parte del colectivo que se siente identificado con el término discapacidad” (TikTok-34); «No lo invisibilicemos con eufemismos» (TikTok-49). También se destaca que “La expresión diversidad funcional invisibiliza y borra a las personas con discapacidad. Todas/os somos diversos (...). La palabra discapacidad sirve para enfrentar políticas que ayuden a solventar los problemas que tenemos en nuestra vida diaria. Si nos disolvemos en la diversidad, desaparecemos. Somos los últimos/as de la fila. En los últimos/as en los que van a pensar. Por eso, no estoy conforme con la expresión diversidad funcional” (TikTok-82). Finalmente, en el TikTok-66 se evidencia la disconformidad del término al no mostrar la realidad del colectivo: “(...) yo soy una persona con discapacidad y las cosas hay que decirlas como son”.

3.2. Funcionalidades

En relación con el uso de la red y el aprovechamiento de sus funcionalidades, la figura 5 muestra ejemplos representativos (Figura 5).

Los resultados del análisis nos permiten comprobar que los vídeos musicales o montajes (Figura 5-a) son de los más numerosos (con o sin *Lip sync*), caracterizados por un alto nivel de creatividad. Los vídeos irónicos (Figura 5-b), cuya intención es provocar hilaridad y, simultáneamente, reflexión, se presentan habitualmente como vídeos simples y acompañados del *hashtag* #humor. Entre los vídeos con efectos especiales (Figura 5-c), se aprovechan los filtros de realidad aumentada que ofrece la plataforma, como, por ejemplo: “filtro deformante”, “green screen”, “desaturación parcial”, “lentes de contacto” o “cara pequeña”, entre otros. Los “Dúos” (Figura 5-d), una de las funciones con más aceptación en la app, son un ejemplo de cómo se interactúa con otros usuarios añadiendo la propia grabación a un vídeo publicado por otro *TikToker*. En cuanto a los *challenges* (Figura 5-e), se han detectado críticas al *challenge* #bromabeca y ejemplos de vídeos de retos virales asociados a bailes o canciones. Otras de las opciones más utilizadas son los vídeos-respuesta (Figura 5-f) que, partiendo de un comentario recibido, permiten contestar directamente al usuario. Finalmente, se emplea la funcionalidad “Pegar (vídeo)”, por la que se comparten partes de vídeos de otros usuarios a los que se añade la nueva creación.

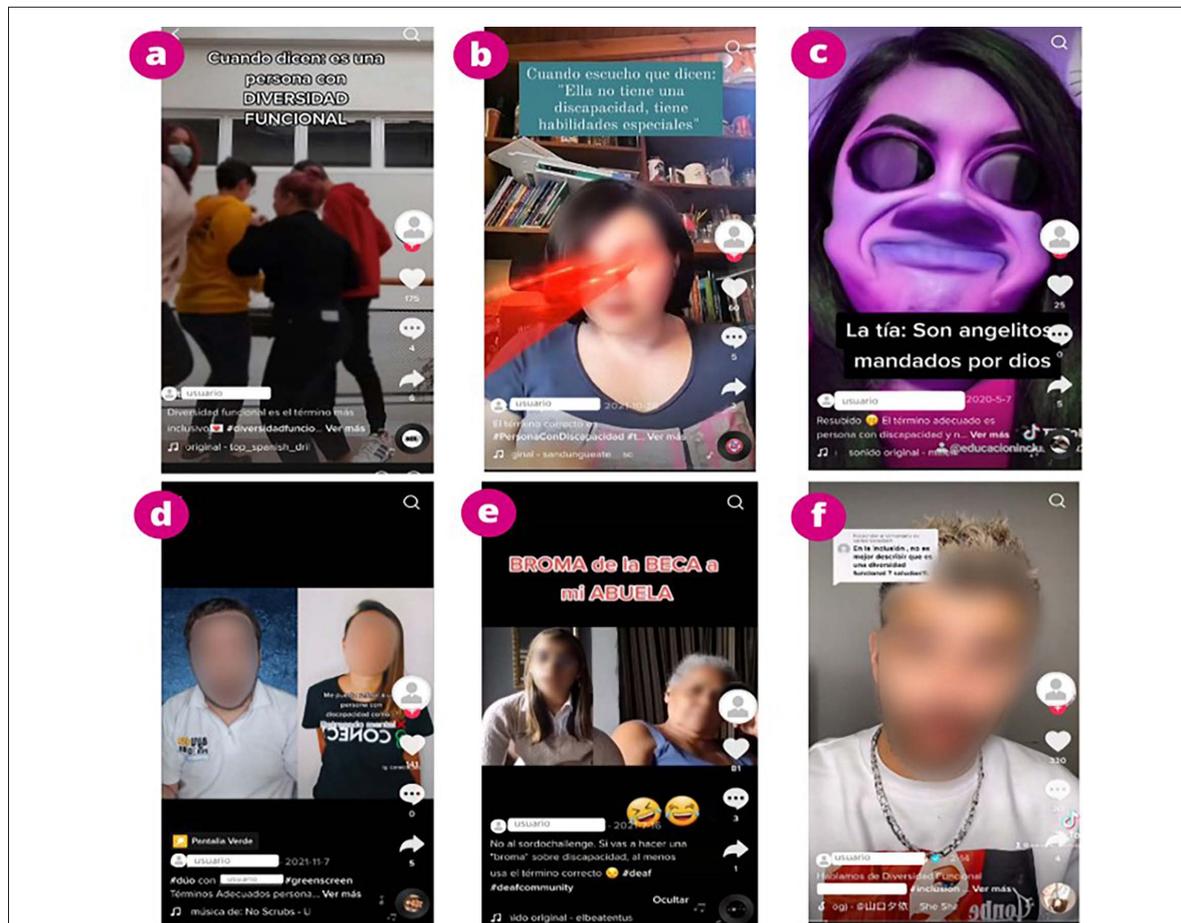
Los *TikTokers* utilizan elementos miméticos propios de la plataforma, como generar contenido sumándose a *trends* y hacer uso de audios virales, como, por ejemplo: “*Monkeys Spinning Monkeys*» (26.2M de vídeos); “*Steven Universe*” (L.Dre) (10M de vídeos); “*Beggin*» *Maneskin*» (9,7M de vídeos) o “*All tiktok mashup*” (JVKE-*Upside Down*) (12.7M de vídeos), entre otros.

La mayoría de los usuarios emplean también una combinación de otras funcionalidades como el uso de texto incrustado (en ocasiones como información complementaria a su discurso o como subtítulos

para mejorar la accesibilidad del vídeo); emojis (Figura 6) y stickers (aportando información adicional visualmente); y encuestas (buscando mayor interacción con los seguidores).

Figura 5

Funcionalidades presentes en los contenidos



Fuente. Elaboración propia a partir de las imágenes de los vídeos de TikTok.

Figura 6

Uso de emoticonos en los vídeos y descripciones



Fuente. Elaboración propia.

3.3. Finalidades y estrategias

La difusión de este tipo de vídeos se hace con intenciones diversas:

1. Formativa y educativa. Así, se muestra a los seguidores la importancia del lenguaje y cómo este puede incidir en la consideración hacia el colectivo. TikTok les sirve como altavoz para denunciar los términos que les resultan peyorativos y ofensivos, así como aquellos que consideran más adecuados, con un fin educativo e informativo. Para ello, se emplean algunas estrategias como, por ejemplo, el uso de *hashtags* (Figura 7):

Figura 7

Hashtags con intencionalidad educativa

<p>#aprendecontiktok (Se emplea hasta en siete ocasiones)</p>	<p>"No sabes qué términos usar? #personacondiscapacidad #discapacidadfuncional #aprendecontiktok (...)" "Vamos a aprender un poco más sobre #Discapacidad #AprendeConTikTok #inclusion" "Vamos a hablar sobre la terminología de la discapacidad #discapacidad #aprendecontiktok"</p>
<p>#aprendeentiktok (Se emplea hasta en seis ocasiones)</p>	<p>"Usa el lenguaje correcto al hablar de #discapacidad ✓ & #AprendeEnTikTok" "#greenscreen Términos adecuados personas con discapacidad. Respeto inclusion #aprendeentiktok #inclusion" "¿SABIAS QUE TODOS SOMOS ESPECIALES? #discapacidad #terminocorrecto #lascosascomoson #zyxcba #inclusion #fyp #aprendeentiktok"</p>
<p># Otros hashtags relacionados con la finalidad formativa</p>	<p>#info #informacionquecura #aprendelsm #cultura #preguntasypreguntas #reflexion #educacion #divulgacion #sabiasque #tips #respuesta #solución</p>

Fuente. Elaboración propia.

2. Visibilización del colectivo. Los creadores de contenido utilizan TikTok como un canal para visibilizar su realidad, compartiendo experiencias y exponiendo argumentos que permitan a los demás usuarios comprender mejor su realidad: «(...) grabo mis experiencias de vida para intentar visibilizar lo que es la parálisis cerebral y lo que es vivir con una diversidad funcional» (TikTok-36) También difunden críticas acerca de lo que les molesta, las acciones o discursos ofensivos o las barreras que encuentran diariamente: "(...) que, al interactuar con el entorno, enfrenten barreras que impidan su participación plena, efectiva y en igualdad. Es decir, la discapacidad también depende del contexto y no solo de la persona" (TikTok-3). En otro caso, entre las estrategias para conseguir mayor visibilidad del contenido, se solicita interacción a la audiencia: "¿Me ayudas a compartir este vídeo para que juntos erradiquemos el mal uso de estos términos?" (TikTok-90). También se incluyen *hashtags* para lograr aumentar las visualizaciones:

Figura 8

Hashtags con intencionalidad de visibilización

<p># Hashtags relacionados con la búsqueda de la viralización de los contenidos</p> <p>(SE EMPLEAN HASTA EN SETENTA Y DOS OCASIONES)</p>	<p>#parati #fyp #fyp:) #foryou #viral #tiktok #lentejas #viralentiktok #viralitiktok #foryoupage #tiktokker</p>
--	---

Fuente. Elaboración propia.

3. Concienciación social. Los *TikTokers* buscan sensibilizar a los usuarios, con el fin de alcanzar una mayor concienciación social y garantías de los derechos del colectivo. De este modo, en numerosas ocasiones se hace referencia a la inclusión y a la necesidad de mostrar respeto y empatía hacia las personas con discapacidad. Se enfatiza la importancia de usar adecuadamente el lenguaje, destacando que construye la realidad y el pensamiento de la sociedad: “No utilizar la palabra subnormal para insultar a alguien, porque ser disca no es motivo de insulto” (TikTok-45); “No basta solamente con tratarlos bien, tener empatía, es mucho más que eso, cambiemos el lenguaje, no es tan complicado, no es tan difícil y el lenguaje crea realidades, así de simple” (TikTok-98).

Figura 9

Hashtags con intencionalidad de concienciación social

<p># Hashtags relacionados con la concienciación social</p> <p>(SE EMPLEAN HASTA EN NOVENTA Y DOS OCASIONES)</p>	<p>#activismodisca #tengodiscapacidad #noesunjuego #discafobia #violenciacontraladiscapacidad #inclusión #inclusionosomostodos #respeto #conciencia #nososordosmudossonpersonassordas #discapacidadnoesincapacidad #sociedadinclusiva #sensibilizacion #respect #humanizatucuenta #activismo #superacionpersonal #prejuiciosociales #capacitismo #anticapacitismo #sise puede #superacionenlvida #capacitism #activism #canones #prototipo #prejuicio #tabu #terminosinclusivos #terminocorrecto #conflictos #conceptodenormalidad #modelobiopsicosocial #paternalista #eufemismo #orgullotullido #proud #lenguajeinclusivo #inspiración #inclusionlaboral</p>
--	--

Fuente. Elaboración propia.

4. Discusión y conclusiones

Las opiniones de los *TikTokers* evidencian la importancia terminológica respecto a la discapacidad y el debate generado sobre la diversidad de conceptos. A pesar de las preferencias individuales, existe un consenso acerca del lenguaje inclusivo y los creadores de contenido apuestan por la necesidad de emplear la terminología correcta y evitar términos despectivos u obsoletos para dirigirse al colectivo.

Aunque se ha producido una evolución terminológica, actualmente se siguen empleando algunas expresiones peyorativas (“minusválido”, “inválido”, “discapacitado”...), lo que refleja que todavía

queda un largo camino para alcanzar el verdadero lenguaje inclusivo. De acuerdo con Ferreira (2010), la denominación “persona con discapacidad” es uno de los términos más asentados y aceptados al estar avalado por organismos internacionales y al prevalecer el reconocimiento de la persona. El otro término más extendido, “diversidad funcional”, resulta más controvertido, puesto que para una parte del colectivo supera las connotaciones negativas que pudiera llevar asociado el concepto “discapacidad”, pero para otros invisibiliza su realidad. Según Senent-Ramos (2020), la elección del término debe ser firme, haciendo referencia al rigor y la justicia de lo que se pretende definir. Así, defiende el término “diversidad funcional” como el más correcto, frente a otros términos como “minusvalía”, “deficiencia” o “discapacidad”. Sin embargo, según los resultados de esta investigación, lo más adecuado sería referirse a la persona, primero, por su nombre y, segundo, en función del término con el que personalmente más se identifique, evitando actitudes categóricas y capacitistas impuestas por académicos o expertos que realmente no forman parte del colectivo y no viven esa realidad, como exponían los *TikTokers*.

Con respecto a los resultados sobre los términos inadecuados, en línea con Senent-Ramos (2020), se evidencia que llevan asociados un sentimiento de superioridad hacia la otra persona, generados usualmente por lástima o condescendencia, ya sean producidos consciente o inconscientemente, lo que suscita malestar en el colectivo.

Según Canimas-Brugué (2015), respecto a la “normalidad”, cuyos patrones, tal y como se ha demostrado a lo largo de la historia, “son arbitrarios, cambiantes y estigmatizadores con la diferencia” (p.93), se considera un término totalmente relativo (Senent-Ramos, 2020), puesto que no se pueden determinar objetivamente los límites. Asimismo, los hallazgos muestran la necesidad de evitar ciertas expresiones y el uso de diminutivos, que se interpretan como infantilizadores, ofensivos y paternalistas, lo que coinciden con el estudio de Vázquez-Barrio *et al.* (2021), en el que las personas con discapacidad manifiestan la importancia de que en los medios se emplee un lenguaje adecuado, evitando la discriminación y los eufemismos.

La evolución legislativa ha sido y es un factor fundamental para el reconocimiento de los derechos de las personas con discapacidad y la transformación en la concepción social del colectivo. Estos avances jurídicos influyen de manera directa en el uso del lenguaje, lo que repercute en la construcción de la realidad y en la concepción de sujeto u objeto al que se hace referencia (Senent-Ramos, 2020). Por consiguiente, de acuerdo con las demandas de los creadores de contenido, es necesario promover un mayor respeto y empatía hacia las personas con discapacidad, así como fomentar el cuidado de la salud mental y un mayor control en la regulación de contenidos de odio en plataformas digitales (García-Prieto *et al.*, 2024).

Con respecto a las funcionalidades, los vídeos musicales, irónicos, los dúos y el uso de efectos especiales están muy presentes entre los creadores de contenido, lo que coincide con los tipos de vídeos expuestos por Ballesteros-Herencia (2020). La generación de interacciones con la audiencia se produce en gran medida con la creación de “vídeos-respuesta» a comentarios específicos, lo que favorece un debate más fluido sobre un tema determinado (Comp *et al.*, 2021), en este caso, sobre la discapacidad.

Se han identificado tres finalidades en los vídeos analizados: educativa, de visibilización y de concienciación social, lo que nos permite concluir que TikTok contribuye al activismo digital y al

empoderamiento de las personas con discapacidad, siendo altavoz para la ciudadanía en general y para colectivos diversos en particular. En esta línea, Internet y las redes sociales han aumentado la democratización en el acceso al conocimiento y la creación de contenido, revolucionando los procesos de expresión y comunicación, a pesar de las inequidades sociales y digitales que continúan existiendo (Andrade-Vargas *et al.*, 2021). Mediante estos recursos demandan el reconocimiento de sus derechos y contribuyen a la transformación social, informando, educando, denunciando situaciones discriminatorias, sensibilizando a las audiencias y derribando barreras en favor de la inclusión (Bonilla-del-Río *et al.*, 2021).

Como limitaciones de la investigación, cabe mencionar la necesidad de tener en cuenta que los vídeos analizados pueden estar influenciados por el contexto específico de la plataforma y su sistema algorítmico de recomendación, así como la muestra de la investigación que puede no ser representativa de la diversidad completa de creadores de contenido. En este sentido, los hallazgos de este estudio permiten abrir futuras líneas de investigación focalizando el interés en llevar a cabo el análisis en otras redes sociales, así como en la posibilidad de profundizar en la percepción de los propios creadores de contenido acerca de la terminología empleada para referirse a las personas con discapacidad. En este sentido, sería conveniente desarrollar otras técnicas de investigación, como las entrevistas o *focus groups*, que permitan ahondar en el objeto de estudio.

Declaración sobre la contribución específica de cada una de las autorías, según la taxonomía CrediT

- Conceptualización: Autor 1, Autor 2, Autor 3.
- Curación de datos: Autor 1, Autor 2, Autor 3.
- Análisis formal: Autor 1, Autor 2.
- Investigación: Autor 1, Autor 2.
- Metodología: Autor 1, Autor 2.
- Administración del Proyecto: Autor 1, Autor 2.
- Supervisión: Autor 3.
- Validación: Autor 3.
- Visualización: Autor 1, Autor 2.
- Redacción – borrador original: Autor 1, Autor 2, Autor 3.
- Redacción – revisión y edición: Autor 1, Autor 2.

Semblanza de las autoras

Mónica Bonilla-del-Río es Doctora por el programa Interuniversitario de Comunicación en la línea de Educomunicación y Alfabetización Mediática (UHU). Profesora en los Grados de Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad Europea del Atlántico (Santander). 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. Es miembro del grupo de investigación Ágora (Plan Andaluz de Investigación: HUM-648) y de Alfamed Joven, perteneciente a la Red Interuniversitaria Euroamericana Alfamed,

dedicada al estudio de la competencia mediática para la ciudadanía. Sus intereses de investigación se centran en la educomunicación, la discapacidad y la inclusión digital y social.

Antonella Di-Cintio es doctoranda en el Programa Interuniversitario de Doctorado en Comunicación de la Universidad de Huelva en la línea de Educomunicación y Alfabetización Mediática (Media Literacy). Máster en PNL y Social Media Marketing. Periodista. Licenciada en Lenguas Extranjeras de la Universidad La Sapienza de Roma (Italia). Lleva más de diez años trabajando como periodista, en agencias de comunicación y en el sector de la educación.

Amor Pérez-Rodríguez es Catedrática de la Universidad de Huelva, departamento de Filología, experta en Alfabetización Mediática y Didáctica de la Lengua y la Literatura. Ha desarrollado su carrera docente e investigadora vinculada a la Educación y la Comunicación. Imparte docencia en Grado y Postgrado. Como investigadora del Grupo de investigación Ágora (Plan andaluz de investigación. HUM-648), de la Red Alfamed y del Grupo Comunicar ha participado en diferentes proyectos, tanto nacionales como internacionales. Sus intereses de investigación son la alfabetización mediática, la competencia mediática, los nuevos lenguajes y narrativas de la comunicación, y la formación de profesores de lengua y literatura. Ha publicado varios libros, capítulos de libros y artículos científicos (h-index, 34). Actualmente está trabajando en varios proyectos de investigación nacionales e internacionales sobre alfabetización mediática y narrativa digital.

Referencias

- Aguado-Díaz, A.L. (1995). *Historia de las deficiencias*. Escuela Libre Editorial/Fundación Once.
- Aleman, M. (2021). Should we say «functional diversity» to refer to «disability»? A critique of the new postulates of political correctness around disability. *Law and the Janus-faced Morality of Political Correctness*, (1), 109-132. https://doi.org/10.14195/2184-9781_1_5
- Andrade-Vargas, L., Iriarte-Solano, M., Rivera-Rogel, D., & Yunga-Godoy, D. (2021). Young people and social networks: Between the democratization of knowledge and digital inequality. [Jóvenes y redes sociales: Entre la democratización del conocimiento y la inequidad digital]. *Comunicar*, 29(69), 85-95. <https://doi.org/10.3916/C69-2021-07>
- Avendaño, M.Y., García-Barrera, A.E., & Naranjo-Muñoz, M.L. (2014). Representaciones sociales de las personas con diversidad funcional. *Revista Inclusiones*, (1), 169-176. <https://bit.ly/3tNuTgh>
- Ávila-Ramírez, R., & Rivas-Carmona, M.M. (2022). El lenguaje peyorativo y la discapacidad. In S.A. Flores-Borjabad, O.S. Ould García & A. Garcés Manzanera (Coords.), *El devenir de la lingüística y la cultura: Un estudio interdisciplinar sobre lengua, literatura y traducción* (pp. 294-313). Dykinson. <https://bit.ly/4b1ry06>
- Ballesteros-Herencia, C.A. (2020). La propagación digital del coronavirus: Midiendo el engagement del entretenimiento en la red social emergente TikTok. *Revista española de comunicación en salud*. (Sup.1), 171-185. <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5459>
- Bezemer, J. & Kress, G. (2017). Young People, Facebook and Pedagogy: Recognizing Contemporary Forms of Multimodal Text Making. In M. Kontopodis, C. Varvantakis & C. Wulf (ed.). *Global Youth in Digital Trajectories*. Routledge. <https://bit.ly/36JZKlc>
- Bonilla-Del-Río, M., Castillo-Abdul, B., García-Ruiz, R., & Rodríguez-Martín, A. (2022). 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., García-Ruiz, R., Aguaded, I., & Muñoz-Borja, P. (2021). Activismo digital y diversidad social. Focos de interés para la educación mediática. En M.C. Tornay-Márquez, I. Sánchez-López & D. Jaramillo-Dent (Coords.) *Inclusión y activismo digital: participación ciudadana y empoderamiento desde la diversidad* (pp. 9-27). Dykinson. <https://bit.ly/3tTT3Wk>
- Cáceres, P. (2003). Análisis cualitativo de contenido: una alternativa metodológica alcanzable. *Psicoperspectivas. Individuo y sociedad*, 2(1), 53-82. <https://bit.ly/3WyOPT3>
- Canimas-Brugué, J. (2015). ¿Discapacidad o diversidad funcional? *Siglo Cero*, 46(2), 79-97. <https://doi.org/10.14201/scero20154627997>
- Comp, G., Dyer, S., & Gottlieb, M. (2021). Is TikTok the next social media frontier for medicine? *AEM Education and Training*, 5(3). <https://doi.org/10.1002/aet2.10532>
- European Commission (2021). #UnionOfEquality European Commission Guidelines for Inclusive Communication. <https://bit.ly/3tOn5Lp>
- Ferreira, M.A. (2010). "De la minusvalía a la diversidad funcional: un nuevo marco teórico-metodológico". *Política y Sociedad*, 47(1), 45-65. <https://bit.ly/36ynw3E>
- Figueroe-Benítez, J.C; García-Prieto, V. & Bonilla-Del-Río, M. (2023). Percepción de las organizaciones de personas con discapacidad sobre el tratamiento mediático del colectivo en espacios informativos. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 21(2). <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i2.2018>
- García-Prieto, V., Bonilla-Del-Río, M. Y Figueroe-Benítez, J. C. (2024). «Discapacidad, discursos de odio y redes sociales: Video-respuestas a los haters en TikTok». *Revista Latina De Comunicación Social*, (82), 1-21. <https://doi.org/10.4185/rllcs-2024-2258>
- Gray, J.E. (2021). The geopolitics of» platforms: The TikTok challenge. *Internet Policy Review*, 10(2), 1-26. <https://doi.org/10.14763/2021.2.1557>
- Hine, C. (2005). *Virtual methods. Issues in social research on the internet*. Berg Publishers. <https://doi.org/10.5040/9781474215930>
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet. Embedded, Embodied and Everyday*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003085348>
- Hjorth, L. & Horst, H., Galloway, A., Bell, G. (2017). *The Routledge Companion to Digital Ethnography*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315673974>
- Jaramillo-Dent, D., Contreras-Pulido, P., & Pérez-Rodríguez, A. (2022). Immigrant Influencers on TikTok: Diverse Microcelebrity Profiles and Algorithmic (In)Visibility. *Media and Communication*. 10(1), 208-221. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4743>
- Martín-Ramallal, P., & Micaletto-Belda, J.P. (2021). Tiktok, red simbiótica de la generación z para la realidad aumentada y el advergaming inmersivo". *Revista de Comunicación*, 20(2), 223-242. <https://doi.org/10.26441/RC20.2-2021-A12>
- Méndez-Majuelos, I., López López, P. J. & Sobrados-León, M. (2023). TikTokers y discapacidad. Entretenimiento, inclusión y difusión de valores entre los jóvenes de habla hispana. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 21(2). <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i2.2026>
- Mendiguren-Galdospin, T., Meso-Ayerdi, K., Pérez Dasilva, J.Á., Ganzabal-Learreta, M., Larrondo-Ureta, A., & Peña-Fernández, S. (2023). Twitter y el activismo por la discapacidad: liderazgo y temas relevantes en la conversación en red. *ICONO 14*, 21(2). <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i2.2027>
- Ortega-Fernández, E., & Rodríguez-Hernández, J. (2021). Estrategia de comunicación de los cuerpos de seguridad a través de píldoras audiovisuales en TikTok: Policía Nacional y Guardia Civil en España. *aDResearch ESIC*. 25(25), 160-185. <https://doi.org/10.7263/adresic-025-09>

- Padilla-Muñoz, A. (2010). Discapacidad: contexto, concepto y modelos. *International Law*, (16), 381-414. <https://bit.ly/2XVyAjU>
- Palacios, A. & Romañach, J. (2008). El modelo de la diversidad: Una nueva visión de la bioética desde la perspectiva de las personas con diversidad funcional. *Intersticios*, 2(2), 37-47. <https://bit.ly/3JZAKid>
- Romañach, J. & Lobato, M. (2005). Diversidad funcional, nuevo término para la lucha por la dignidad en la diversidad del ser humano. En L. Álvarez Pousa, J. Villanueva, T. Barbenera Fernández, O. Reboiras Loureiro & J. Evans Pim (Coords.), *Comunicación y discapacidades: Actas do Foro Internacional* (pp. 311-330). <https://n9.cl/xinaa>
- Ruiz-Méndez, M.R., & Aguirre-Aguilar, G. (2015). Etnografía virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Época III*, 21(41), 67-96. <https://bit.ly/3kbBf3B>
- Schellewald, A. (2021). Communicative Forms on TikTok: Perspectives From Digital Ethnography. *International Journal of Communication*, 15(21). <https://bit.ly/3kbBf3B>
- Senent-Ramos, M. (2020). Functional diversity or disability? Social and conceptual challenges of the new educational paradigms. *Culture and Education*, 32(1), 17-26. <https://doi.org/10.1080/11356405.2019.1709397>
- Suárez-Álvarez, R., & García-Jiménez, A. (2021). Centennialsen TikTok: tipología de vídeos. Análisis y comparativa España-Gran Bretaña por género, edad y nacionalidad. *Revista Latina de Comunicación Social*, (79), 1-22. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1503>
- Tejedor-Calvo, S., Cervi, L., Robledo-Dioses, K., & Pulido-Rodríguez, C.M. (2022). Desafíos del uso de TikTok como plataforma educativa: Una red multitemática donde el humor supera al debate. *Aula abierta*, 51(2), 121-128. <https://doi.org/10.17811/rifie.51.2.2022.121-128>
- Vázquez-Barrio, T., Sánchez-Valle, M., & Viñarás-Abad, M. (2021). Percepción de las personas con discapacidad sobre su representación en los medios de comunicación. *Profesional de la información*. 30(1). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.06>
- We Are Social/ Hootsuite (2021). *Digital 2021. Global Overview Report*. <https://bit.ly/3qSOOZf>
- Zeng, J., & Abidin, C. (2021). #OkBoomer, time to meet the 'Zoomers': Studying the memefication of intergenerational politics on TikTok. *Information, communication & society*, 24(6), 2459-2481. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1961007>

Análisis psicosocial de la representación televisiva de la diversidad funcional como estrategia de alfabetización mediática

Psychosocial analysis of the representation of functional diversity on television as a media literacy strategy

Anna Zaptsi

Centro Universitario EUSA | C. Plácido Fernández Viagas, 4, 41013 Sevilla | España

0000-0002-0530-5976 | anna.zaptsi@eusa.es

Blanca Vera Moreno

Universidad de Sevilla | C. Camilo José Cela, s/n, 41018 Sevilla | España

0000-0001-8375-389X | blavermor@us.es

Rocío Garrido

Universidad de Sevilla | C. Camilo José Cela, s/n, 41018 Sevilla | España

0000-0002-2238-0222 | rocioga@us.es

Recepción 28/02/2024 · Aceptación 10/05/2024 · Publicación 15/07/2024

Resumen

La televisión es un poderoso agente socializador que contribuye a generar, perpetuar o romper estereotipos hacia los grupos minoritarios y subalternizados. La representación mediática de la diversidad funcional es fundamental para mantener los estereotipos o proporcionar referentes positivos que rompan con las representaciones arquetípicas. Plataformas como Netflix han aumentado su representación dentro y fuera de la pantalla, ofreciendo retratos más completos e inclusivos. En esta dirección, este artículo presenta las lecciones aprendidas de una práctica de innovación docente basada en la alfabetización mediática en la enseñanza superior. Con el objetivo de realizar un análisis crítico de la presencia y representación de la diversidad en series populares de *streaming* desde una perspectiva psicosocial, se asignó al alumnado de los Grados de Periodismo y Psicología de la Universidad de Sevilla una serie popularizada entre los años 2020 y 2022. Las series objeto de análisis fueron: *Breaking Bad*, *Glee*, *Community*, *POSE*, *Orange is the New Black*, *Sherlock* y *Prison Break*. Siguiendo una adaptación del Test Zaptsi-Garrido (Zaptsi & Garrido, 2021 y Zaptsi et al., 2021), el alumnado visualizó las series y realizó un análisis cuantitativo y cualitativo de los personajes principales. Tras el análisis, los estudiantes compartieron los hallazgos en una sesión de discusión con el objetivo de concienciar sobre la alfabetización mediática en la era digital. En los resultados destaca la presencia de arquetipos (e.j. el 'villano' o la 'víctima') y representaciones estigmatizantes hacia las personas con diversidad funcional. Además de discutir los resultados, se añaden algunas series producidas y/o interpretadas por personas con diversidad funcional, ampliando las herramientas para futuras investigaciones e intervenciones sobre educación mediática para la inclusión.

Palabras clave: diversidad funcional, discapacidad, representación social, televisión, innovación docente, series de televisión.

Abstract

Television is a powerful socializing agent that contributes to generating, perpetuating, or breaking down stereotypes towards minority and subalternized groups. Media representation of functional diversity is fundamental to maintaining stereotypes or providing positive referents that break archetypal representations. Platforms such as Netflix have increased their representation on and off screen, offering more complete and inclusive portrayals. This article presents the lessons learned from a teaching innovation practice based on media literacy in higher education. The aim of this study was to conduct a critical analysis of the presence and representation of diversity in popular streaming series from a psychosocial perspective. To this end, students enrolled in the Bachelor's Degrees in Journalism and Psychology at the University of Seville were assigned a series popularized between the years 2020 and 2022. The series under analysis were: *Breaking Bad*, *Glee*, *Community*, *POSE*, *Orange is the New Black*, *Sherlock*, and *Prison Break*. Following an adaptation of the Zaptsi-Garrido Test (Zaptsi & Garrido, 2021 y Zaptsi et al., 2021), students viewed the series and performed a quantitative and qualitative analysis of the main characters. After the analysis, students shared the findings in a discussion session with the aim of raising awareness about media literacy in the digital age. The results indicate the presence of archetypes (e.g., the "villain" or the "victim") and stigmatizing representations of individuals with functional diversity. In addition to discussing the results, some series produced and/or performed by individuals with functional diversity are included, thereby expanding the tools for future research and interventions on media education for inclusivity.

Keywords: functional diversity, disability, social representation, television, educational innovation, tv series.

1. Introducción

Actualmente la televisión es un poderoso agente socializador capaz de representar, definir y cuestionar la realidad (Gray & Lotz, 2019). Esta era hiperconectada está dominada por los servicios *streaming* (e.j., Netflix, Max, Disney+), que han introducido nuevos métodos de consumo, con dispositivos más individuales, rápidos y sencillos de usar (Lotz, 2014). Asimismo, ofrecen una amplia gama de contenidos y formatos, más diversos, originales e, incluso en ocasiones, más inclusivos, donde las series de televisión se han proclamado como su producto estrella (Tefertiller & Sheehan, 2019). Este cambio significativo en el consumo audiovisual tiene impacto más allá del sector del ocio, ampliándose a múltiples ámbitos como el educativo (Vera et al., 2023).

Numerosos estudios han resaltado el papel fundamental de estas narrativas de ficción para generar, perpetuar o cambiar los valores y actitudes de las audiencias hacia un colectivo determinado (Hamby et al., 2018; Moyer-Gusé et al., 2019). Esto cobra especial importancia cuando se tiene poco contacto real con dicho colectivo, es decir, que hay mayor contacto con el grupo a través de lo audiovisual, ya que:

Muchas de las ideas erróneas que las personas desarrollan sobre determinadas ocupaciones, nacionalidades, grupos étnicos, roles sexuales, roles sociales y otros aspectos de la vida se cultivan a través del modelado de estereotipos por parte de los medios de comunicación de masas. (Bandura, 1983, p.8)

Por ello, es esencial analizar el contenido televisivo desde una perspectiva crítica y psicosocial, es decir, teniendo en cuenta sus diferentes elementos contextuales y sociopolíticos (Garrido & Zaptsi, 2021) para evitar la creación de estereotipos erróneos a través de la pantalla. Es particularmente importante explorar la imagen que se da de los colectivos minoritarios o subalternizados en

televisión, analizando tanto su presencia—delante y detrás de las cámaras— como su representación. Siguiendo a Guha & Spivak (1988), empleamos el término subalternizado para analizar las relaciones de poder que se dan cuando se representan determinadas subjetividades a la hora de tratar o hablar sobre un colectivo desde la otredad. Por tanto, según este autor, los colectivos subalternos son los formados por aquellas personas a las que se ha silenciado y excluido históricamente. Esto, que ha sido ejemplificado por diversos/as autores/as a través de las experiencias de las mujeres vs. hombres, o personas racializadas vs. personas blancas, en este estudio se centra en el estudio de las personas con diversidad funcional vs. sin diversidad funcional.

La diversidad funcional es un término alternativo al de discapacidad o minusvalía, promovido por las propias personas afectadas para sustituir sus connotaciones negativas, vinculadas a deficiencias y limitaciones (Romañach & Lobato, 2005). Bajo esta perspectiva, todas las personas somos diversas en nuestra capacidad, pero iguales en derechos, por tanto las personas que presentan funciones distintas no deben ser valoradas negativamente sino de manera diferente para igualar sus derechos respecto a las personas que no presentan esta diversidad funcional. Este término se aleja de concepciones médicas que ponían el foco en quien era etiquetado—a como discapacitado—a, centrándolo en la sociedad, que debe responder a esta diversidad, más allá de la norma mayoritaria en términos estadísticos, como lo hace con la diversidad sexual o étnica, para garantizar que todas las personas puedan desenvolverse con independencia en todos los ámbitos de su vida cotidiana (e.j., educación, trabajo, comunicación, ocio). Además, este término reconoce la heterogeneidad del colectivo, incluyendo la diversidad física o motriz (e.j., distrofia muscular, parálisis), la sensorial (e.j., dificultades visuales, auditivas o del habla), la cognitiva (como el síndrome de Down) y la neurodivergente (así, trastornos del espectro autista).

El colectivo con diversidad funcional es uno de los más discriminado e invisibilizado en nuestras sociedades. En 2019, el Eurobarómetro reveló que el 52 % de estas personas se sienten discriminadas (Consejo Europeo, s/f). En el caso concreto de los medios audiovisuales, además de estar infrarrepresentados, cuando aparecen, habitualmente lo hacen desde caracterizaciones negativas, sesgadas y planas (Palenzuela Zanca *et al.*, 2019; Johanssen & Garrisi, 2020), detalladas más adelante. Aunque estas representaciones negativas reflejan, en parte, las realidades que sufren muchas de estas personas en su vida cotidiana (Palenzuela Zanca *et al.*, 2021), la ficción también puede ir más allá: puede denunciar inequidades y desafiar las estructuras existentes para romper el *status quo* (Garrido & Zaptsi, 2021). Esta capacidad de la ficción para dibujar sociedades más inclusivas ha cobrado especial relevancia gracias al activismo de ciertos colectivos reclamando visibilidad y equidad, dentro y fuera del ámbito audiovisual. Por ejemplo, movimientos como #MeToo y Time's up han logrado importantes avances en el caso de la desigualdad de género, no solo señalando desigualdades y violencias, sino también aumentando la presencia de mujeres en las producciones y ofreciendo personajes femeninos diversos, que desafían los roles y estereotipos de género (Garrido & Zaptsi, 2021).

En este escenario, es fundamental la alfabetización mediática de la sociedad, para que pueda acceder, comprender, analizar, evaluar críticamente y crear contenidos en los medios de comunicación (Bazalgette, 2007; Phang & Schaefer, 2009) de forma equitativa e inclusiva. Esto presenta además desafíos y más dificultades si nos enfocamos en ciertos colectivos como las personas con diversidad funcional, quienes encuentran desigualdades de acceso a los recursos digitales y/o mediáticos generándose así una clara brecha digital (Bonilla-del-Río *et al.*, 2018). En este sentido, Cánovas (2014) diferencia a los 'consumidores digitales' de los 'productores digitales', siendo los primeros los que generan contenidos y crean opinión y los segundos los que los consumen de forma pasiva.

En esta dirección, este artículo presenta las lecciones aprendidas de una práctica de innovación docente basada en la alfabetización mediática en la enseñanza superior, tomando como objetivo realizar un análisis crítico de la presencia y representación de la diversidad en series populares de *streaming* desde una perspectiva psicosocial. Con este estudio, se ofrecen herramientas para desarrollar una mirada crítica en torno a esta cuestión en el alumnado, las cuales han sido testadas en varias asignaturas relacionadas con la Psicología y la Comunicación.

A continuación, se introducen las principales bases teóricas y avances científicos en esta área. Asimismo, se detallan las cuestiones metodológicas, y tras estas se presentan y discuten los resultados de nuestro estudio. Posteriormente, se presentan, a modo de buenas prácticas, producciones lideradas por personas con diversidad funcional como herramienta extra para la alfabetización mediática. Finalmente, se exponen las limitaciones y líneas de investigación futuras, para terminar con las conclusiones de la investigación.

1.1. El Poder de las representaciones televisivas para el fomento de la inclusión de colectivos subalternizados

Los medios de comunicación han sido señalados como agentes cruciales en la construcción de representaciones sociales (Farr, 1986), es decir, en el proceso mediante el cual se elaboran las construcciones mentales acerca del entorno que rodea las personas. Este proceso puede implicar la consolidación de ideas preexistentes o la introducción de nuevas concepciones. En esta línea, surge el interrogante acerca de quién ejerce dominio en la producción de contenido y cuál es el impacto de esto en las audiencias. Es aquí donde Moscovici (1988) plantea cómo las minorías activas tienen la capacidad de desafiar y modificar las representaciones sociales dominantes y cómo estas pueden evolucionar en función de la velocidad y complejidad de la comunicación mediática disponible, es decir, según los contenidos de los medios audiovisuales pueden crear representaciones sociales diversas que trasladan a la audiencia, por ello, es necesario no infravalorar el papel de los medios de comunicación en la integración de los colectivos minoritarios y en concreto, en este trabajo, de los que presentan diversidad funcional. De ahí, que sea tan relevante disponer de competencias para analizar críticamente el contenido televisivo, especialmente en relación con colectivos minoritarios o subalternizados. Cabe preguntarse, ¿quiénes generan estos contenidos?, ¿cuáles son las representaciones dominantes?, ¿cómo estas son recibidas por las audiencias mayoritarias?, ¿y cómo son acogidas por aquellas que pertenecen al colectivo representado? En respuesta a estas preguntas, encontramos algunas teorías interesantes.

Primero, la Teoría del Contacto Parasocial (Schiappa *et al.*, 2005) explica los procesos por lo que las audiencias desarrollan una serie de ideas y actitudes hacia ciertos colectivos a través de los personajes que los encarnan. Estos procesos son análogos a los que se dan en un contacto directo con personas reales, activándose procesos psicosociales básicos como la categorización social (Schiappa *et al.*, 2005). Así, de forma similar a como construimos estereotipos sobre personas reales basándonos en sus grupos de pertenencia, estos pueden inferirse de los personajes y narrativas audiovisuales, sobre todo si no existe un contacto real previo con dichos colectivos que proporcione información alternativa (Cánovas Leonhardt & Sahuquillo Mateo, 2008).

Además de su capacidad de generar estereotipos sobre colectivos minoritarios o subalternizados, el contacto parasocial puede promover actitudes positivas en las audiencias. La exposición a una

narrativa positiva sobre colectivos diversos, a través de la empatía visual, genera experiencias de contacto o identificación positiva hacia este colectivo, incluso cuando los personajes aparecen poco (Shinsuke *et al.*, 2016; Żerebecki *et al.*, 2021). Según Cohen (2001), la identificación es “un mecanismo a través del cual la audiencia experimenta la recepción e interpretación del texto desde dentro, como si los acontecimientos les estuvieran ocurriendo a ellos-as” (p. 254). De esta forma, si las personas se identifican con un-a personaje mediático-a, es más probable que conecten con él o ella y sientan que lo que le ocurre también les ocurre a ellos-as (Cohen, 2003). Así, en tanto más complejo sea un personaje y más experiencias atraviere, más probabilidad habrá de generar empatía visual en las audiencias, tanto mayoritarias como minoritarias, cosa que no ocurre si dicho personaje es plano o está estereotipado.

Finalmente, la identificación tiene mucho que ver con la Teoría de la Identidad Social (Scandroglio *et al.*, 2008), la cual es fundamental para la autopercepción de las personas que pertenecen a estos grupos minoritarios o subalternizados (Díaz-García *et al.*, 2020). Las representaciones dominantes dotarán de significados, negativos o positivos, el contenido vinculado a su grupo de pertenencia o categoría social (Scandroglio *et al.*, 2008), el cual tendrá un impacto en el bienestar del individuo.

1.2. La representación de la diversidad funcional en la ficción televisiva

En comparación con otros colectivos subalternizados, las historias sobre diversidad funcional no son frecuentes en televisión (Nielsen, 2022; Ruiz-Grossman, 2019), lo cual contrasta con la presencia de estas personas en nuestras sociedades. Por ejemplo, en Estados Unidos suponen casi el 26 % de la población (Nielsen, 2022), mientras que los personajes con diversidad funcional figuran el 2,8 %, encontrándose en 22 series de 775 (GLAAD, 2022). Esta infrarrepresentación mediática también la encontramos en España, donde las personas con diversidad funcional son el 9 % de la población (INE, 2022), frente al 2,8 % en películas y series españolas estrenadas en 2021 (Observatorio de la Discapacidad en los Medios Audiovisuales [ODA], 2022). Además, estos personajes aparecen en pocos capítulos y escasas veces cuentan con un personaje principal y activo en la trama (GLAAD, 2023; ODA, 2022).

Como indica Woodburn & Kopic (2016), las personas con diversidad funcional aún no han alcanzado una representación adecuada en televisión en términos de presencia delante de las cámaras, lo cual se agrava si analizamos la diversidad de quienes los interpretan y de los equipos de dirección y producción (Ramón *et al.*, 2023).

Nielsen (2022) mostró que la audiencia con diversidad funcional tiene un 52 % más de probabilidad de afirmar que la representación televisiva de su colectivo es errónea y estereotipada, lo cual coincide con los resultados de profundas investigaciones (Appelbaum, 2020; Ippolito, 2020; Zhang & Haller, 2021). Según el informe ‘Changing the Face of Disability in Media’ de la Fundación Ford (Heumann *et al.*, 2019), la mayoría de las representaciones negativas de las personas con diversidad funcional caen en cuatro arquetipos principales.

Primero, el de ‘víctima’, el más común. Sus historias se centran, únicamente, en sus limitaciones y las dificultades que deben afrontar, presentándolas como merecedoras de compasión y lástima, sin mostrar sus fortalezas. Suelen aparecer como dependientes de los demás, lo que puede reforzar la idea errónea de que estas personas son incapaces de valerse por sí mismas o tomar control sobre sus propias vidas. Esto se vincula a un tipo de narrativa denominada como “porno inspiracional” (Young, 2012), que refuerza

la idea de que las personas con diversidad funcional necesitan ayuda o ser salvadas, apropiándose de sus luchas y éxitos como fuente de inspiración para otras personas.

Segundo, el arquetipo de ‘inocente’ aparece en muchas producciones que presentan a este colectivo de forma infantil, ingenua o angelical. Esta imagen refuerza percepciones paternalistas en la audiencia, que las distancia de identificarse con ellos/as y desarrollar actitudes igualitarias. Este arquetipo, al igual que el de ‘víctima’, puede utilizarse como recurso cómico, situando a estos personajes como tontos/as, poco astutos y manipulables. Un ejemplo sería Randy en la serie *My Name is Earl* (NBC, 2005-2009), quien es representado como alguien extremadamente ingenuo, con habilidades cognitivas limitadas, sirviendo frecuentemente como objeto de burla.

Tercero, el ‘supercrip’ muestra a los-as personajes con diversidad funcional como superhéroes o dotados-as con habilidades excepcionales para compensar su discapacidad. Aunque puede parecer positivo, ha sido criticado por no reflejar las experiencias reales de las personas con diversidad funcional y por insistir en la necesidad de la compensación. Ejemplos claros los encontramos en la saga *X-men*, así como en sería la serie *Daredevil* (Netflix, 2015-2018), donde su protagonista se queda ciego tras una exposición radioactiva que aumenta el resto de sus sentidos sobrepasando la capacidad humana. También es común encontrar representaciones dirigidas a despertar la curiosidad del público hacia las características exóticas y poco comunes de estos personajes, como en los circos de los horrores (e.g., *American Horror Story: The Freak Show*, FX, 2014-2015).

En cuarto y último lugar, el arquetipo de ‘villano’ asocia a la diversidad funcional con la maldad y el peligro. Esto es especialmente frecuente en los casos de discapacidad intelectual o problemas de salud mental, estigmatizando aún más a estos colectivos. Esto se aprecia en la serie *True Blood* (HBO, 2008-2014), a través de Terry Bellefleur, quien combatió en la guerra de Irak y padece trastorno de estrés postraumático que le hace tener comportamientos autodestructivos. Igualmente, este arquetipo también se refleja en personajes desagradables, con actitud grosera (e.g., Dr. Gregory House en *House*, Fox, 2004-2012) o poca capacidad para vincularse con otras personas emocionalmente (Sam Gardner en *Atypical*, Netflix, 2017-2021).

Los personajes con diversidad funcional suelen ser personajes secundarios que, en el mejor de los casos, sirven como accesorios para hacer avanzar las tramas principales (Zhang & Haller, 2021; Ippolito, 2020) o para cumplir con cuotas de diversidad, resultandos superficiales (Appelbaum, 2020). La mayoría de las narrativas vinculadas a personajes con diversidad funcional giran exclusivamente en torno a esta característica, ignorando otros rasgos de personalidad, lo que los hace planos y unidimensionales (Ruiz-Grossman, 2019). Esto dificulta que las audiencias sin diversidad funcional se identifiquen con estos personajes y empaticen con ellos-as, perpetuando así actitudes capacitistas y la discriminación basada en la idea de superioridad y la magnificación de las diferencias (Toboso Martín & Ferreira, 2021).

En consecuencia, se requieren representaciones que reflejen la diversidad de los colectivos subalternizados, alejándolos de estereotipos y ofreciéndoles papeles protagonistas desde los cuales puedan presentar su multidimensionalidad (Garrido & Zaptsi, 2021). Para ello es fundamental la inclusión de estos colectivos detrás de las cámaras, diseñando e interpretando a estos personajes (Young, 2023). Más del 95 % de los-as personajes con diversidad funcional que aparecen en series son interpretados por actores y actrices sin diversidad (Woodburn & Kopic, 2016; Brevig, 2023). Eso

ha llevado a la creación del lema ‘Nada sobre nosotros sin nosotros’ (‘Nothing About Us Without Us’), que ha impulsado el movimiento por el que se reclama que las personas con diversidad funcional necesitan aumentar su visibilidad en los medios y, sobre todo, representarse a sí mismas (Charlton, 2000; Callus & Camilleri-Zahra, 2019), es decir, pasar de consumir contenidos a producirlos.

2. Método

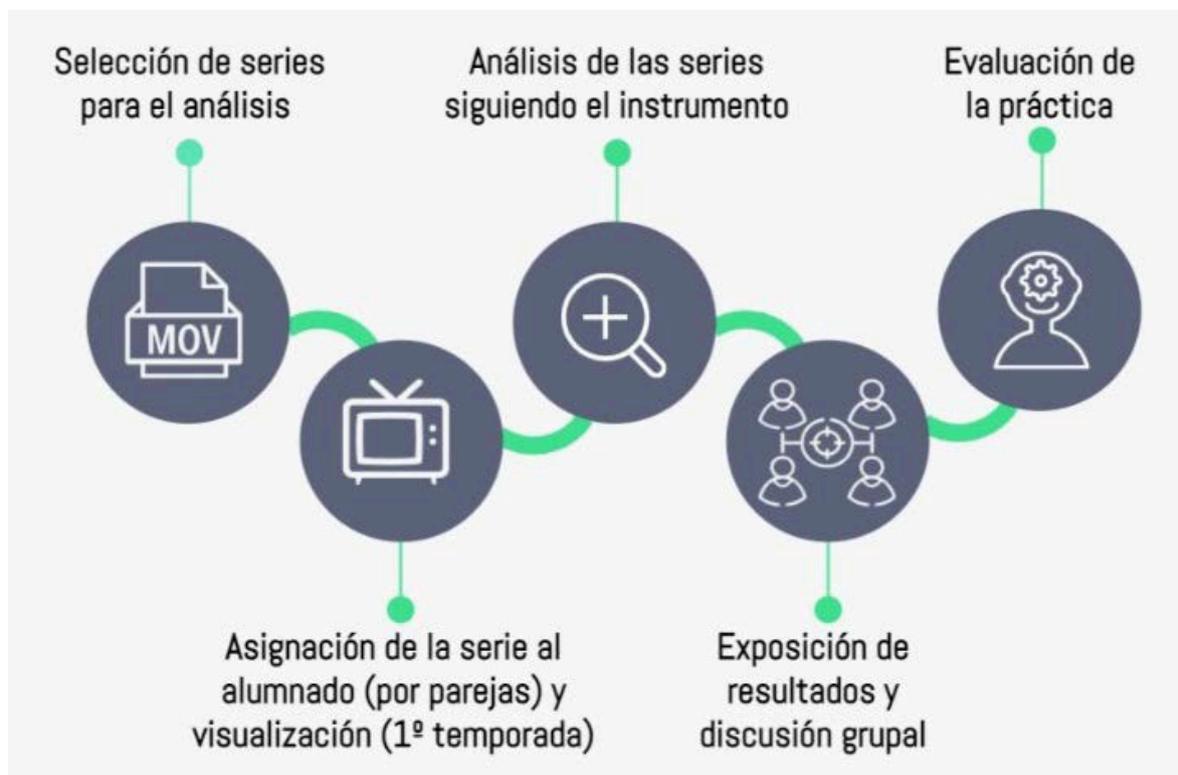
2.1. Contextualización y diseño

Este estudio forma parte de una práctica de innovación docente llevada a cabo en la Universidad de Sevilla y en el Centro Universitario EUSA los cursos 2020-2021 y 2021-2022, en el marco de varias asignaturas vinculadas a la Psicología y la Comunicación de primero de Grado, impulsadas por las dos primeras autoras del artículo. La tarea consiste en analizar la presencia y representación de la diversidad funcional, entre otros tipos de diversidad como la étnica y la sexual, en series televisivas.

El objetivo de esta práctica fue fomentar la conciencia crítica del alumnado en cuanto a: (a) la caracterización de estereotipos y representaciones unidimensionales de la diversidad, (b) el posible impacto de estas representaciones en las audiencias (en términos de contacto parasocial e identidad social), y (c) la identificación de buenas prácticas. La tarea fue adaptada a cada grupo y asignatura, pero siempre compartiendo estos objetivos, el instrumento de análisis y el procedimiento (Figura 1).

Figura 1

Desarrollo de la práctica de alfabetización mediática



Fuente. Elaboración propia.

2.2. Series objeto de análisis

En primer lugar, se seleccionaron las series objeto de análisis, siguiendo tres criterios de elegibilidad establecidos con relación a su popularidad y accesibilidad:

1. Series de ficción populares (según IMDb, <https://www.imdb.com/>) disponibles en plataformas streaming accesibles al alumnado (e.g., Netflix, Max, Disney+, Movistar+). Las series seleccionadas deben de encontrarse disponibles en alguna de las siguientes plataformas clasificadas como Over The Top (OTT), es decir, plataformas que eliminan al intermediario televisivo en la transmisión de contenido audiovisual, siendo Internet su principal forma de distribución.
2. Generadas por productoras de renombre (e.j., Warner Bros Inc) en inglés, dado su mayor alcance. Todo aquel contenido audiovisual nacido en las grandes compañías fácilmente reconocibles, aseguran en gran parte el éxito y popularidad de sus producciones, ya que cuentan con mucha experiencia y con suficientes recursos para su producción. Por otro lado, a través del enfoque interseccional, reconocemos las producciones angloparlantes en posiciones privilegiadas, determinando, en gran medida, su popularidad.
3. Categorizadas dentro de los géneros comedia, drama y thriller. Se excluirán todas aquellas representaciones fantásticas e irreales (e.j. series de animación o ciencia ficción que incluyen especies de otros planetas), pues se busca hacer un análisis de un contenido basado en la realidad tal y como la conocemos.

Por otro lado, para incrementar la diversidad de personajes y poder profundizar en las reflexiones, las investigadoras seleccionaron intencionalmente algunas series que incluían personajes diversos. Siguiendo estos criterios, en las diferentes aplicaciones de esta práctica, se analizaron un total de 30 producciones audiovisuales (analizando 15-20 en cada grupo). De estas, siete incluyeron, al menos, un personaje con diversidad funcional con un rol principal o frecuente.

El presente trabajo ofrece, exclusivamente, los resultados obtenidos del análisis de estas siete series con personajes diversos funcionalmente: (1) *Breaking Bad* (Netflix, 2008-2013), (2) *Glee* (Netflix, 2009-2015), (3) *Community* (Hulu, 2009-2015), (4) *POSE* (Netflix, 2018-2021), (5) *Orange is the New Black* (Netflix, 2013-2019), (6) *Sherlock* (Netflix, 2010-2017) y (7) *Prison Break* (Hulu, 2005-2017). Dichas producciones fueron asignadas al alumnado para su análisis (de la primera temporada) por parejas, considerando que esto fomentaba una mayor reflexión al tener que consensuar las respuestas.

2.3. Instrumento y procedimiento

Para el análisis, se adaptó el Test Zaptsi-Garrido (Zaptsi & Garrido, 2021; Zaptsi *et al.*, 2021), enfocado al análisis de presencia y representación femenina y de colectivos subalternizados en películas y series de televisión. El instrumento diseñado ad hoc (Anexo I) para el análisis de la diversidad funcional consta de 4 bloques de información de carácter cualitativo y cuantitativo: (1) datos básicos y caracterización de las series (i.e., título, año, género, director-a, intérpretes, sinopsis); (2) presencia de diversidad detrás de las cámaras (e.j., equipos de dirección y creación, reparto principal); (3) representación de la diversidad en personajes (e.j., apariencia, edad, género, ocupación, etnia) y las tramas asociadas (e.j., roles, relaciones en su entorno, discriminación). Además, se pedía al alumnado que identificara escenas—capítulo y minuto—que representaban estereotipos y buenas prácticas, justificando su elección.

Este análisis era plasmado en una ficha donde, además, se informaba del posible uso de los resultados con fines de investigación, garantizando la confidencialidad y anonimato de las respuestas. Se pedía al alumnado dar su consentimiento informado, sin perjuicio de no darlo de cara a la evaluación. En todos los casos fue dado. Es de señalar que el alumnado dispuso de una clase donde resolver dudas y trabajar grupalmente en la ficha, así como de dos sesiones previas donde se introdujo la teoría y cómo analizar la presencia y representación de la diversidad en la ficción, y específicamente nuestro instrumento.

Los resultados del análisis fueron expuestos en clase por el profesorado (mostrando un escenario común para todas las series) y por el alumnado (sobre su serie concreta). Tras la exposición, se dinamizó una reflexión grupal en cada clase, donde se guiaba al alumnado para reflexionar en torno a los resultados y el potencial de la televisión como agente socializador y la necesidad de la alfabetización mediática en las audiencias para la inclusión real de colectivos subalternizados. Finalmente, la práctica fue evaluada por el alumnado, señalando sus limitaciones y fortalezas.

Los resultados obtenidos de las fichas fueron analizados a través de la técnica de Análisis de Contenido Convencional, método propio de la Teoría Fundamentada (Creswell, 2002), priorizando la codificación in vivo para respetar las voces de los participantes¹.

3. Resultados y discusión

A continuación, se presentan y discuten los resultados divididos en dos bloques. En el primero se exponen los resultados del análisis del alumnado respecto a la presencia y representación de la diversidad funcional en las series analizadas. En el segundo, las autoras señalan ejemplos de buenas prácticas dirigidas a la alfabetización mediática desde una perspectiva psicosocial—especialmente vinculada al contacto parasocial y a la identidad social.

3.1. Presencia de la diversidad funcional detrás de las cámaras en las series analizadas

A continuación, se presenta el análisis que el alumnado realizó de las siete series que incluyeron personajes con diversidad funcional en su primera temporada. La Tabla 1 describe sus características principales (i.e., plataforma, año, país, directores, género y sinopsis) y la presencia de diversidad detrás o delante de las cámaras.

El análisis de la presencia de personas diversas funcionalmente detrás de las cámaras en las producciones analizadas resulta muy escaso (Tabla 1). Solo se encuentra en la serie *Community*, liderada por Dan Harmon. Curiosamente, este *showrunner* reconoció su pertenencia al espectro autista investigando sus síntomas para el diseño de uno de sus personajes—posteriormente analizado—con quien se identificó notablemente. Así, como afirma Grace Chen (s/f, párr. 2), ‘‘todo el mundo se beneficia cuando los personajes se representan con honestidad y se retrata a todo tipo de personas’’.

1. En este artículo no se incluyen los resultados de los grupos de discusión, ya que trataron la diversidad de forma general y no se obtuvo información específica sobre diversidad funcional. No obstante, se recomienda su uso y adaptación a aquellas personas que quieran replicar esta práctica de innovación docente.

Tabla 1

Series Televisivas con Presencia de Personajes con Diversidad Funcional (n=7)

<p>Breaking Bad (Netflix, 2008-2013. EEUU) Vince Gilligan.</p>	<p>Drama <i>thriller</i> que aborda la historia de Walter White y su familia, un profesor de química de secundaria que, después de diagnosticarle un cáncer terminal, se transforma en fabricante de drogas. Se exploran cuestiones relacionadas con la moralidad y el poder. <i>Presencia DF detrás de las cámaras:</i> No. <i>Presencia DF en actores o actrices:</i> R.J. Mitte (motora). <i>Presencia DF en personajes:</i> Walter Junior (motora).</p>
<p>Glee (Netflix, 2009-2015. EEUU) R. Murphy, B. Falchuk, In Brennan.</p>	<p>Comedia o drama musical que expone las vidas de un grupo de estudiantes y docentes del coro del instituto. Los retos que afrontan van dejando lecciones de vida relacionadas con la aceptación, la diversidad, el acoso escolar y la amistad. <i>Presencia DF detrás de las cámaras:</i> No. <i>Presencia DF en actores o actrices:</i> No. <i>Presencia DF en personajes:</i> Artie Abrams (motora).</p>
<p>Community (Hulu, 2009-2015. EEUU) Dan Harmon.</p>	<p>Comedia sobre un grupo de estudiantes universitarios se enfrenta a diversas aventuras en el campus que les irá llevando a entretener relaciones entre ellos. Aborda temas de inclusión y aceptación a través de sus diversos personajes y tramas. <i>Presencia DF detrás de las cámaras:</i> Dan Harmon (e. autista) <i>Presencia DF en actores o actrices:</i> No. <i>Presencia DF en personajes:</i> Abed Nadir (e. autista).</p>
<p>POSE (Netflix, 2018-2021. EEUU) Ryan Murphy, Brad Falchuk, Steven Canals.</p>	<p>Drama basada en el NY de los 80, narra la historia de personajes LGBTQ+ racializados en la cultura del <i>ballroom</i>. La serie destaca las luchas y triunfos de estos personajes mientras buscan aceptación y amor en una sociedad que los discrimina. <i>Presencia DF detrás de las cámaras:</i> No. <i>Presencia DF en actores o actrices:</i> No. <i>Presencia DF en personajes:</i> Blanca y Pray Tell (orgánica).</p>
<p>Orange is the New Black (OITB) (Netflix, 2013-2019. EEUU) Jenji Kohan.</p>	<p>Drama carcelario que ayuda a repensar el sistema penal y la justicia social a través de las relaciones entre las reclusas, enfatizando su diversidad y la importancia de los vínculos. <i>Presencia DF detrás de las cámaras:</i> No. <i>Presencia DF en actores/actrices:</i> No. <i>Presencia DF en personajes:</i> Suzanne, Tricia (enf. mental).</p>
<p>Sherlock (Netflix, 2010-2017. Reino Unido) Mark Gatiss, Steven Moffat.</p>	<p><i>Sinopsis:</i> Drama o <i>thriller</i> que muestra las aventuras de Sherlock, un grandioso detective que, junto a su colega Watson, resuelven crímenes en Londres. Los personajes son diversos y complejos y provienen de diferentes trasfondos socioculturales. <i>Presencia DF detrás de las cámaras:</i> No. <i>Presencia DF en actores o actrices:</i> No. <i>Presencia DF en personajes:</i> Sherlock (e. autista).</p>
<p>Prison Break (Hulu, 2005-2017. EEUU) Paul Scheuring.</p>	<p><i>Género:</i> Drama o <i>thriller</i> que gira en torno a Michael, quien realiza un elaborado plan para rescatar a su hermano Lincoln de una cárcel de máxima seguridad, quien fue encarcelado por motivos falsos. La serie presenta una gran diversidad de personajes, ofreciendo una mirada compleja de las relaciones interpersonales en situaciones de conflicto. <i>Presencia DF detrás de las cámaras:</i> No. <i>Presencia DF en actores o actrices:</i> No. <i>Presencia DF en personajes:</i> Theodore Bagwell (enf. metal).</p>

Fuente. Elaboración propia.

Por otro lado, la presencia de actores y actrices con diversidad funcional también fue muy limitada (Tabla 1), encontrándose exclusivamente en *Breaking Bad*, donde el hijo del protagonista es interpretado por el actor R. J. Mitte, quien sufre parálisis cerebral, al igual que su personaje. Gracias a esta oportunidad, el actor pudo demostrar su valía y no ha dejado de trabajar desde que finalizó la serie en 2013 (Solá, 2019).

En esta dirección, *Glee* recibió severas críticas por contratar a un actor con movilidad (Kevin McHale) para interpretar a Artie, ya que su creador (Ryan Murphy) es destacado por altas tasas de inclusión de la diversidad—sexual, étnico y funcional—en sus producciones. Así, esto fue corregido en posteriores temporadas con la incorporación de Lauren Potter para interpretar a Becky, una joven con síndrome de Down. Potter se ha convertido en un referente para el colectivo, especialmente en la prevención del bullying (véase, Organización Ability Path) y la defensa de sus derechos (Comité Presidencial para las Personas con Discapacidad Intelectual de EEUU). Potter expresó en un comunicado:

Es importante para mí que las personas con discapacidad intelectual estén representadas y sean tratadas adecuadamente y que se les dé las mismas oportunidades que a cualquier otro estadounidense (...) Nuestros desafíos son los mismos que los de muchos otros, queremos estar seguros en la escuela, libres de acoso y burlas, esperamos ser recibidos en los parques, centros recreativos y otras actividades de la comunidad, nos preocupamos por el empleo y por dónde viviremos, pero sobre todo queremos ser tratados como tú quieres ser tratado: con respeto. (Reuters, 2011, párr. 7-8)

3.2. Representación de la diversidad funcional en los personajes y tramas de las series analizadas

Por su parte, delante de las cámaras se encuentran varios personajes con diversidad funcional, mayoritariamente de tipo cognitivo (57 %) y físico (28 %)—ver Tabla 1. Coincidiendo con estudios previos, además de la infrarrepresentación, se identifican algunos estereotipos negativos que refuerzan actitudes capacitistas en la audiencia (Appelbaum, 2020; Ippolito, 2020; Zhang & Haller, 2021). La Tabla 2 sintetiza los estereotipos encontrados en las series.

Tabla 2

Prevalencia de estereotipos y clichés capacitistas en las producciones objeto de análisis

	OITNB	Glee	Community	Prison Break	Sherlock	Breaking Bad	POSE
Su historia gira, prioritariamente, en torno a su condición funcional.							
Tiene una actitud grosera, genera problemas y/o podría considerarse villano-a.							
Es víctima de discriminación o acoso.							
Tiene una reducida red social o pocas amistades.							
Las bromas que recibe se basan en su diversidad funcional.							
Su familia lo o la sobreprotege o depende de otra persona.							
No expresa deseo sexual o sentimientos románticos.							
Se presenta de forma victimizada o merecedora de compasión y pena.							

Fuente. *Elaboración propia.*

El alumnado identificó dos de los arquetipos anteriormente descritos: ‘víctima’ e ‘inocente’ (Heumann *et al.*, 2019). Por ejemplo, encontramos a Suzanne, a quien apodan ‘Crazy Eyes’ en

OITNB, continuamente infantilizada y tratada con condescendencia. Asimismo, los personajes con diversidad funcional suelen mostrarse como individuos solitarios, con pocos lazos de amistad (e.g., Walter White Jr. en *Breaking Bad* o Abed Nadir en *Community*). Igualmente, tienen poco interés en desarrollar vínculos afectivos y/o sexuales (e.g., Blanca en *POSE*). A veces, con actitudes que generan rechazo o poco interés en el resto de los personajes. Con relación a *POSE*, el alumnado también menciona otros elementos estereotípicos sobre otros personajes: "(...) el hecho de ser trans y tener SIDA, por ejemplo, Pray Tell" o "(...) las personas con discapacidad no tienen interés amoroso ya que a veces se menciona que llevan mucho tiempo sin relaciones amorosas". Dichas representaciones, se encuentran entre la importancia de la representatividad de temas tabús (como el VIH) y el riesgo de caer en el cliché de relacionar estas narrativas con el colectivo LGBTQ+.

Por su parte, se seleccionan numerosos estereotipos presentes en la producción de *Prison Break*, aunque resalta el estereotipo del 'villano' (Heumann *et al.*, 2019). Es importante destacar que, si bien la trama de la producción se desarrolla en una prisión estadounidense, lo que sugiere que los personajes han cometido algún tipo de delito, estos personajes se pueden categorizar en tres grupos distintos: aquellos que están encarcelados injustamente, aquellos que muestran remordimiento por sus acciones y buscan su rehabilitación, y aquellos que exhiben malicia y frialdad (Harnett, 2000). Como indica el alumnado que analizó esta producción: "Theodore 'T-Bag' Bagwell, bisexual y que presenta diversidad funcional, está en prisión por pedofilia, (...) esta estereotipado y es malvado, por ejemplo, a todos sus compañeros de celda les hace andar con él a su lado agarrados de su bolsillo". Contrariamente, *Sherlock* muestra a un personaje con diversidad funcional que busca activamente hacer el bien haciendo uso de sus fortalezas, en este caso, la inteligencia. Sin embargo, como indica el alumnado, *Sherlock* "sufre de la sobreprotección de su hermano y de Watson". Es decir, pese a ser un detective experimentado y mostrar una sobredotación intelectual, cae en el arquetipo de la 'víctima' (Heumann *et al.*, 2019).

A pesar de que estas series se eligieron por ser inclusivas y representar al colectivo con diversidad funcional desde su complejidad, sigue apareciendo la unidimensionalidad de los personajes, que aportan a la trama principalmente su experiencia relacionada a su condición (dis)funcional. Esta tendencia ha sido señalada por otros estudios (Ippolito, 2020; Zhang & Haller, 2021) y movimientos de personas con diversidad. En esta dirección, como ejemplo de personaje bien diseñado, el alumnado identifica a Artie (Kevin McHale) en *Glee*, a quien ir en silla de ruedas no le impide demostrar sus capacidades artísticas y destacar en el baile. Siguiendo a González-de-Garay (2011), *Glee* supone "un ensayo sobre la diferencia, la exclusión y la rareza (...) incluyendo representaciones de 'la diferencia' alejadas de la normatividad social" (pp. 48-56).

Siguiendo con las buenas prácticas, desde una perspectiva interseccional, el alumnado destaca Abed Nadir (Danny Puddy) de *Community*. Este representa a un joven árabe enmarcado en el espectro autista cuya condición no es el centro de su narrativa. En este personaje vemos algunos elementos típicos de este tipo de diversidad, como la falta de matices de la entonación de la voz, su gran interés—rozando la obsesión—por un área específica recurrente en su pensamiento (la cultura pop), así como limitaciones para interpretar los elementos sociales del entorno comunicativo y relacional (Torres, 2017).

Sin embargo, Abed desarrolla amistades en la facultad mientras estudia cine, frente al deseo de su padre por encargarse del restaurante familiar, mostrando así su autonomía y empoderamiento. Este personaje muestra numerosas capacidades, desde intelectuales hasta artísticas o atléticas, lo que le

hace atractivo para las chicas. Esta complejidad lo aleja de algunos estereotipos típicamente asociado a este colectivo, como el 'supercip' y el 'villano'. Siguiendo a Brady Gerber (2021, párr. 22):

Parafraseando a Jim Sinclair, los que padecemos el espectro autista no necesitamos que el arte nos lllore. Y cuando veamos más realidades del espectro, las fantasías de la televisión no serán tan importantes. Estará bien tener asesinos en serie o superhéroes autistas, sabiendo que no estás condenado al mismo destino (...) La cultura pop estadounidense sigue rindiendo culto al superhéroe, pero no hace falta ser un superhéroe para tener valor. El autismo no es una prisión. Tampoco lo es el arte.

Probablemente, no por casualidad, el creador de *Community* (Dan Harmon) pertenece al espectro autista, destacando así la necesidad de narrar en primera persona las propias experiencias desde su complejidad. Aunque el autismo ha recibido últimamente gran atención mediática en las series (e.j., *Sherlock*, *Atypical*, *The Good Doctor*), esta es una de las pocas representaciones producidas por un *showrunner* diverso.

En conclusión, el análisis de las series seleccionadas revela una notable falta de presencia y representación de la diversidad funcional. Detrás de escena, su presencia es prácticamente nula o la información al respecto es inaccesible, una limitación que será abordado en las conclusiones. En cuanto a los personajes de las siete producciones analizadas, solo dos aparecen en roles protagonistas (*POSE* y *Sherlock*), los demás cuentan con apariciones recurrentes, sin profundizar en sus vidas. Además, en su mayoría, no muestran una diversidad visible, lo que hace que esta característica pase desapercibida a menos que se mencione explícitamente en la trama. Por último, durante la puesta en común de los resultados con el alumnado surgieron comparaciones con algunas producciones que sí consideran buenas prácticas. Estas producciones son recogidas y complementadas con lo hallado en la literatura en el próximo apartado.

3.3. Avanzando hacia una alfabetización mediática inclusiva: buenas prácticas en términos de presencia y representación de la diversidad funcional

Promover representaciones inclusivas de la diversidad en los medios es esencial para una alfabetización mediática verdaderamente empática. Esto implica crear personajes diversos y complejos que reflejen una amplia variedad de roles y caracterizaciones. Así, las narrativas mediáticas pueden ayudar a la audiencia a entender mejor la diversidad humana, así como aumentar su visibilidad y mejorar su representación. Todo ello, cobra mayor sentido si son las propias personas del colectivo quienes producen este contenido—o al menos, colaboran en su diseño—e interpretan estos personajes—generando un nicho de empleo para estas personas, quienes encierran grandes dificultades en el acceso al mercado laboral. Esto, además, resulta prioritario a la hora de evitar la reproducción de estereotipos en los medios, generando imágenes más positivas y fieles a la realidad.

Así, identificar buenas prácticas para la alfabetización mediática en relación con la diversidad funcional puede contribuir significativamente a la construcción de una sociedad más empática, igualitaria y equitativa. Dado que una de las principales limitaciones de nuestro estudio es la escasa presencia de diversidad funcional (especialmente detrás de las cámaras), a continuación, se presentan algunas series actuales, accesibles en plataformas *streaming*, que presentan narrativas de ficción complejas sobre diversidad funcional y son lideradas o protagonizadas por personas que pertenecen al propio

colectivo en la vida real. Con ello, pretendemos complementar las series analizadas con otras que consideramos pueden ser de gran interés para futuras aplicaciones de la práctica, ofreciendo resultados más ricos y complejos que ayuden al alumnado a profundizar en su análisis crítico.

En primer lugar, *Sex Education* (Netflix, 2019-2023) incluye a Isaac, un personaje tetrapléjico que desafía estereotipos al vivir una vida activa y plena, mostrando seguridad en sí mismo y una profunda identidad. Este es interpretado por George Robinson, quien contribuyó al proceso creativo, aumentando la autenticidad de la representación. No en vano, en su cuarta temporada, Isaac desarrolla una relación sexo-afectiva con Maeve mediante la cual se muestra cómo las personas con diversidad también tienen relaciones sexoafectivas, desde la intimidad, el amor y el placer, rompiendo con estereotipos anquilosados (García-Ramos y Villamar-Prevost, 2023).

Otro personaje que avanza en este sentido es Marisol, de *L Word: Generation Q* (Showtime, 2019-2023), una carismática latina en silla de ruedas. Su diversidad funcional se presenta auténticamente y se destaca cuando enfrenta obstáculos de acceso o actitudes negativas, respondiendo con confianza y sin culpar a su cuerpo. Marisol desarrolla fuertes vínculos con otros personajes, especialmente con su hermana (a quien aconseja frecuentemente) y con su novio (con quien desarrolla una relación de igual a igual y a quien va "educando" para afirmar su autonomía y fortaleza). Esta serie presenta una escena completa de sexo, mostrando de forma natural su cuerpo y su deseo. Consideramos a este personaje como modelo positivo para el colectivo, especialmente desde su interseccionalidad.

Siguiendo con la visibilización de la diversidad motora, en *Speechless* (ABC, 2016-2019), J.J. es un joven que debe enfrentar los desafíos de vivir con parálisis cerebral grave que le impide hablar. La serie refleja su lucha—y la de su familia—por lograr la inclusión y la igualdad, celebrando sus logros. Esta serie destaca por ser interpretada por Micah Fowler, que también tiene parálisis, pero en menor grado, el cual le da autenticidad y matices al personaje. Asimismo, su guionista, Scott Silveri, conoce esta realidad de cerca, ya que su hermano tiene parálisis cerebral, por lo que presentó esta idea a los estudios de ABC, resaltando que ya era hora de que se escribiera una sitcom con un personaje con discapacidad (Solá, 2019).

Por su parte, *Stranger Things* (Netflix, 2016-) se narra la historia de cuatro amigos que deben afrontar numerosos desafíos juntos para salvar a su pueblo y sus familias de una misteriosa amenaza. Uno de ellos, Dustin, es interpretado por Gaten Matarazzo, quien, como su personaje, tiene disostosis cleidocraneal que provoca una característica dentadura y forma de hablar. Sin embargo, esto no se trata en la trama, donde el personaje aporta tanto—o más—que los demás, siendo de los más queridos por el público (Fcinco, 2016). Matt Duffer, uno de los creadores del *thriller* confesó que Dustin cobró sentido cuando conocieron a Gaten: "básicamente adaptamos la trama a él" (Fcinco, 2016, párr. 16). Así, se pone en valor la capacidad actoral del joven, sin encasillarlo en personajes con diversidad.

Esta acción positiva está avanzando notablemente en la diversidad étnica, gracias a algunas estrategias innovadoras como el *casting-ciego* (*colour-blind casting*), promovido por la *showrunner* afroestadounidense Shonda Rhimes. Este no asigna descripción física a sus personajes, salvo el género, obteniendo imágenes televisivas más diversas e imaginarios diferentes sobre el mundo (Rocchi & Farinacci, 2020), como pasa en *Cómo defender a un asesino* (ABC, 2014-2020), *Scandal* (ABC, 2012-2018) y *Los Bridgerton* (Netflix, 2020-).

Siguiendo esta línea del *casting-ciego*, resulta interesante como *Years & Years* (HBO-BBC One, 2019) incluye a Rosie Lyons, una madre soltera en silla de ruedas quien muestra su lucha, rebeldía y amabilidad sin definirse por su diversidad funcional. De hecho, como señaló su actriz (Ruth Madeley) en una entrevista, originalmente la serie no pretendía incluir personajes con discapacidad, añadiendo esta característica cuando ella—con parálisis cerebral—se presentó a la audición: ‘me gustó todo de ella y creo que tener una discapacidad, sumado a todo lo que es, la hace más interesante’ (Marina, 2019).

En cuanto a la diversidad sensorial, destacamos *Only Murders in the Building* (Hulu, 2021) donde Theo, interpretado por James Caverly, sordo de nacimiento en vida real también, muestra diversidad auditiva y del habla. Es especialmente innovador su sexto episodio, que presenta una narrativa sin diálogos desde su perspectiva, utilizando subtítulos y lectura labial para mostrar su percepción del mundo. Este capítulo genera en la audiencia una experiencia real de diversidad sensorial, facilitando así la empatía con este colectivo.

De igual forma, *This is Us* (NBC, 2016-2022) presenta una perspectiva única sobre la ceguera y la importancia del apoyo familiar y la educación para lograr la autonomía de mayor. A través de Jack Jr. (interpretado por actores ciegos en la vida real como Blake Stadnik), la audiencia puede empatizar con su forma de entender el mundo, dado que se incluyen escenas desde su punto de vista, con imágenes borrosas o donde destaca la importancia de otros sentidos. Igualmente, se puede tomar conciencia de la importancia de contar con apoyos y generar autonomía en niños con diversidad funcional para su futuro desarrollo.

En relación a la complejidad e interseccionalidad de las representaciones, destacamos *Special* (Netflix, 2019-2021), una serie autobiográfica sobre un chico gay con parálisis cerebral que busca redefinir su identidad y perseguir la vida que desea. Escrita, dirigida y protagonizada por Ryan O’Connell explora de manera innovadora la intersección entre la identidad LGBTQ+ y la diversidad funcional. Es curioso cómo este *showrunner* denuncia la falta de inclusión de la diversidad detrás y delante de las cámaras, siempre con humor:

Me planteé esperar fuera de todos los centros terapéuticos de LA para obligar a la gente a presentarse a la audición. Pero mis productores me dijeron que el secuestro no era la solución. Así que no me quedaba otra opción que protagonizarla yo. (Silvestre, 2019, párr. 3)

Finalmente, para la representación de diversidad psicológica, se propone la reciente serie *Amor en el Espectro* (Netflix, 2013-), que ha conseguido elevados índices de audiencia gracias a la transparencia con la que se habla del autismo. Es un *reality show* donde personas reales del espectro autista mantienen citas a ciegas para encontrar pareja o amistades. Esta serie, al mostrar diferentes personas y sentires, logra romper los estigmas clásicos asociados al autismo (Espacio Autismo, 2020).

4. Conclusiones

En esta era hiperconectada, la alfabetización mediática supone un derecho básico de la ciudadanía, que debe poder acceder, comprender y analizar críticamente los mensajes que consumen en los medios, pero también tener la capacidad para crear contenidos (Bazalgette, 2007; Phang &

Schaefer, 2009). Esto resulta especialmente importante en relación con la representación televisiva de los colectivos minoritarios o subalternizados, quienes no solo encuentran una brecha digital en el acceso al contenido mediático, sino, sobre todo, en su producción.

Los resultados del presente estudio confirman y apoyan lo encontrado en la literatura: existe una infrarrepresentación de la diversidad funcional en la ficción, tanto delante como detrás de las cámaras. De igual forma, esta escueta representación, pese a los avances en inclusión, sigue sufriendo de clichés y prejuicios arraigados en la sociedad, que cultivan actitudes discriminatorias en el público y difundiendo una imagen o idea fija y repetitiva sobre las características definitorias de estas personas. Como declara Ngozi (2018), contar una única historia sobre un pueblo o colectivo históricamente marginado “roba la dignidad de los pueblos, dificulta el reconocimiento de nuestra igualdad humana, enfatiza nuestras diferencias en vez de nuestras similitudes” (p. 9).

El presente estudio fue diseñado para facilitar y promover el desarrollo de pensamiento crítico del alumnado universitario en torno a la presencia y representación de la diversidad funcional en la ficción televisiva. De esta forma, esta práctica de innovación docente centrada en la alfabetización mediática nos permitió aplicar teorías estudiadas en el aula (e.j. teoría del contacto parasocial, interseccionalidad), desde herramientas más dirigidas al ocio, como las series de televisión, lo cual fue destacado como una de las principales fortalezas de la práctica por el alumnado. En palabras de una de las participantes: “Uno de los puntos fuertes es haber visto una serie e identificar por ti mismo las reflexiones que se pedían. Creo que ponerlo en práctica de la forma en la que lo hemos hecho es la única manera de ser conscientes realmente de la problemática. Para actuar hay que conocer, y podemos saber de estereotipos en la televisión, pero si no los reconocemos por nosotros mismos no le prestamos la atención que se merece porque lo dejamos pasar, al ser algo que no nos afecta personalmente”.

Sin embargo, el estudio no está exento de limitaciones. En primer lugar, algunos elementos de análisis son complicados de realizar puesto que conllevan el acceso a información sensible sobre los equipos de producción y creación de las series objeto de análisis. En algunos casos, esta información es pública, especialmente en creadores vinculados al activismo, pero no siempre es así. En ocasiones, los datos sobre la presencia de diversidad detrás de las cámaras son inaccesibles. En segundo lugar, la muestra de series seleccionadas es escueta, por lo que en el futuro se espera ampliar la muestra de series objeto de análisis (por ejemplo, incluyendo aquellas presentadas en el apartado 3.3.). Asimismo, se podrían flexibilizar los criterios de inclusión, por ejemplo, incluyendo series de producción española. Esto, además, posibilitaría realizar comparaciones transnacionales. De igual modo, en futuras aplicaciones de la práctica, se espera poder profundizar en el impacto de las series en el público, especialmente en lo relativo a al contacto parasocial (en público general) y la identidad social (en público específico).

Por todo ello, se espera poder seguir ampliando las líneas de investigación y acción del análisis de la ficción televisiva y la empatía visual en las aulas, ofreciendo herramientas para la innovación docente y la intervención socioeducativa. En definitiva, en una sociedad cargada de ‘nativos/as digitales’ donde la presencia de la tecnología, internet y el ocio en línea ocupa un espacio abundante en nuestras vidas, esperamos que el buen uso de las plataformas digitales para consumir y crear contenido contribuya a la construcción de un escenario mediático y social más diverso, inclusivo y justo.

Declaración sobre la contribución específica de cada una de las autorías, según la taxonomía CrediT

- Conceptualización: Autora 1, Autora 2, Autora 3.
- Curación de datos: Autora 2 y Autora 3.
- Análisis formal: Autora 1, Autora 2 y Autora 3.
- Adquisición de fondos: No corresponde.
- Investigación: Autora 1, Autora 2 y Autora 3.
- Metodología: Autora 2.
- Administración del proyecto: Autora 1, Autora 2 y Autora 3.
- Recursos: Autora 1, Autora 2 y Autora 3.
- Software: No corresponde.
- Supervisión: Autora 1, Autora 2 y Autora 3.
- Validación: Autora 1, Autora 2 y Autora 3.
- Visualización: Autora 1, Autora 2 y Autora 3.
- Redacción borrador original: Autora 1.
- Redacción revisión y edición: Autora 1, Autora 2 y Autora 3.

Semblanza de las autoras

Anna Zaptsi es profesora del centro universitario EUSA. Es psicóloga y doctora en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Sevilla. Es licenciada en Psicología por la Universidad Aristóteles de Tesalónica (Grecia) y especialista en Género y Terapia Familiar Sistémica. Egresada del Máster Universitario en Psicología de la Educación. Avances en Intervención Psicoeducativa y Necesidades Educativas Especiales (NEE) por la Universidad de Sevilla (España). Obtuvo el título propio de Cooperación Internacional para el Desarrollo por la Universidad de Pablo Olavide (UPO). Su actividad científica se centra en temas de género, diversidad, interseccionalidad y Psicología Social de la comunicación. Ha trabajado como terapeuta familiar y con menores con dificultades del aprendizaje en Grecia. En España, ha trabajado con inmigrantes, mujeres y personas mayores en proyectos de intervención psicosocial y en varias ONGs.

Blanca Vera es una estudiante de doctorado en la Universidad de Sevilla, donde se dedica a la investigación en la línea Procesos Psicosociales, Cultura, Diversidad y Ciudadanía. Posee una licenciatura en Psicología y un máster en estudios de psicología comunitaria y estudios de género de la misma institución. Ha participado y contribuido en diversos congresos, entre ellos el I Congreso Internacional sobre Estudios Africanos y Decoloniales, donde recibió reconocimiento por su contribución. Actualmente, colabora en varios proyectos de investigación, como “Empowering Andalusian Romani Mother-Daughter Womanhood Mattering through Reproductive Justice (AndaRomi)” y “The Experiences of Migrant Women in the U.S.”, financiados por la Junta de Andalucía y el Instituto de la Mujer, respectivamente. Blanca se caracteriza por su dedicación a la investigación en temas relacionados con los medios de comunicación, el género, la diversidad y la justicia social.

Rocío Garrido es doctora en Psicología y profesora en el Departamento de Psicología Social de la Universidad de Sevilla. Es miembro del Centro de Investigación y Acción Comunitaria de la

Universidad de Sevilla (CESPYD, www.cespyd.es), donde ha liderado y participado en proyectos nacionales e internacionales vinculados a la promoción de la equidad y el respeto por la diversidad desde una perspectiva interseccional. Su fin último es contribuir al bienestar y empoderamiento de comunidades y grupos minoritarios en situación de opresión (e.g., mujeres migrantes, colectivos LGBTQ+), por lo que también colabora con varias ONGD y plataformas ciudadanas en defensa de los derechos humanos.

Referencias

- Appelbaum, L. (2020, May 4). Disability Portrayal on Screen Hits a Landmark High, Yet Reinforces Negative Stereotypes. *RespectAbility*. <https://www.respectability.org/2020/05/see-jane-study-disability-portrayals/>
- Bandura, A. (1983). Psychological mechanisms of aggression. In R.G. Geen & I. Donnerstein (Eds.), *Aggression: Theoretical and Empirical Reviews* (pp.1-40). Academic Press.
- Bazalgette, C. (2007). Carta Europea de educación en Medios (Bruselas). *Comunicar*, XV(28), 137-142.
- Bonilla-del-Río, M., Valor-Rodríguez, L., & 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.
- Brevig, S. (2023, October 19). The Case for Authentic Disability Representation in Media and Why Our Society Desperately Needs It. Center for Scholars & Storytellers. bit.ly/3UyYzKi
- Callus, A. M., & Camilleri-Zahra, A. (2019). 'Nothing about us without us': disabled people determining their human rights through the UNCRPD. *Mediterranean Human Rights Review*, (1), 1-26.
- Cánovas, G. (2014). *Menores de Edad y Conectividad Móvil en España: Tablets y Smartphones*. PROTEGELES.
- Cánovas Leonhardt, P., & Sahuquillo Mateo, P. (2008). La Influencia del Medio Televisivo en el proceso de Socialización de la Infancia. *Education in the Knowledge Society (EKS)*, 9(3), 200-215. <https://doi.org/10.14201/eks.16676>
- Chen, G. (s/f). Autism Goes to Hollywood: Our Favorite Documentaries, Movies and TV Shows Depicting Characters with Autism. *Stages Learning*. bit.ly/3Uy2GGA
- Charlton, J. I. (2000). *Nothing about us without us: Disability oppression and empowerment*. University of California Press.
- Cohen, J. (2001). Defining identification: A theoretical look at identification of audiences with media characters. *Mass Communication & Society*, (4), 245-264. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0403_01
- Cohen, J. (2003). Parasocial breakups: Measuring individual differences in responses to the dissolution of parasocial relationships. *Mass Communication & Society*, (6), 191-202. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0602_5
- Consejo Europeo. Consejo de la Unión Europea. *Infografía - La discapacidad en la UE: datos y cifras*. <https://bit.ly/3wvGkxq>
- Creswell, J. W. (2002). *Educational Research. Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Pearson Education.
- Díaz-García, I., Almerich Cerveró, G., Suárez-Rodríguez, J., & Orellana Alonso, N. (2020). La relación entre las competencias TIC, el uso de las TIC y los enfoques de aprendizaje en alumnado universitario de educación. *Revista de Investigación Educativa*, 38(2), 549-566. <https://doi.org/10.6018/rie.409371>

- Espacio Autismo (2020, septiembre 10). «Amor en el Espectro»: la serie que habla del amor en el autismo. *Espacio Autismo*. <https://bit.ly/4bvGWBX>
- Farr, R. M. (1986). Las representaciones sociales. En S. Moscovici, *Psicología social/Serge Moscovici, II* (pp. 495-506). Paidós.
- Fcinco (2016, septiembre 3). Cinco motivos para amar (aún más) a Dustin, de 'Stranger Things'. *El Mundo*. <https://bit.ly/44EZ2z5>
- García-Ramos, F. J., & Villamar-Prevost, A. S. (2023). Diversidad funcional y relaciones sexoafectivas en Sex Education (Netflix): el caso de Isaac y Maeve. *Palabra Clave*, 26(2), e2627, <https://doi.org/10.5294/pacla.2023.26.2.7>
- Garrido, R., & Zaptsi, A. (2021). Archetypes, Me Too, Time's Up and the representation of diverse women on TV. *Comunicar*, (68), 21-33. <https://doi.org/10.3916/C68-2021-02>
- Gerber, B. (2021, febrero 17). Las recientes series en pantalla de los adultos autistas reflejan la creciente comprensión del TEA. *Autismo en vivo*. <https://bit.ly/4duUG1v>
- GLAAD Media Institute. (2022). Where we are on TV 2021-2022. <https://bit.ly/4baEgdf>
- GLAAD Media Institute. (2023). Where we are on TV 2022-2023. <https://bit.ly/4bqG5mB>
- González de Garay, B. (2011). Glee: el éxito de la diferencia. *Sesión no numerada: revista de letras y ficción audiovisual*, (1), 47-59.
- Gray, J., & Lotz, A. (2019). *Television Studies* (2nd ed). Cambridge.
- Hamby, A., Brinberg, D., & Jaccard, J. (2018). A Conceptual Framework of Narrative Persuasion. *Journal of Media Psychology*, 30(3), 113-124. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000187>
- Harnett, A. (2000). Escaping the Evil Avenger and the Supercrip: Images of Disability in Popular Television. *Irish Communication Review*, 8(1), 3. <https://doi.org/10.21427/D7271M>
- Heumann, J. E., Salinas, K., & Hess, M. (2019). Road Map for Inclusion: Changing the Face of Disability in Media. Ford Foundation. <https://bit.ly/3WuPkxj>
- INE (2022). Encuesta de discapacidad, autonomía personal y situaciones de dependencia – 2020. <https://bit.ly/3JU1on5>
- Ippolito, S. (2020). The misrepresentation of the disability media narrative. *SUNY Buffalo Romance Studies Journal*, 5(2), 1-40.
- Johanssen, J., & Garrisi, D. (Eds.). (2020). *Disability, media, and representations: Other bodies*. Routledge.
- Lotz, A. (2014). *The Television Will Be Revolutionized* (2nd ed). NYU Press.
- Marina (2019, agosto 8). Ruth Madeley: 'Lo principal de «Years and Years» es que ofrece esperanza'. *Fuera de series*. <https://bit.ly/3QCtVOZ>
- Moscovici, S. (1988). Notes towards a description of social representations. *European Journal of Social Psychology*, 18(3), 211-250. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420180303>
- Moyer-Gusé, E., Dale, K. R., & Ortiz, M. (2019). Reducing prejudice through narratives: An examination of the mechanisms of vicarious intergroup contact. *Journal of Media Psychology*, 31(4), 185-195. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000249>
- Nielsen. (2022). Closing the inclusion gap for people with disabilities. <https://bit.ly/4agixPQ>
- Ngozi, C. (2018). *El peligro de la historia única*. Literatura Random House.

- Observatorio de la Discapacidad en los Medios Audiovisuales. (ODA). (2022). *Informe ODA 2022. Análisis sobre la representación de la diversidad en la ficción española del 2021 en el cine y televisión*. <https://bit.ly/3UD4ttM>
- Palenzuela Zanca, J., Marcos Ramos, M., y González de Garay Domínguez, B. (2019). Representación de la diversidad funcional en series contemporáneas españolas de 'prime time'. *index.comunicación*, 9(3), 165-183.
- Palenzuela Zanca, J., Marcos Ramos, M., y González de Garay, B. (2021). Análisis del discurso sobre la diversidad funcional en los personajes de las series televisivas españolas. *Disertaciones: Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social*, 14(2), 1-17. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.10121>
- Phang, A., & Schafer, D. J. (2009). Is Ignorance Bliss? Assessing Singaporean Media Literacy Awareness in the Era of Globalization. *Journalism and Mass Communication Educator*, 64(2), 156-172. <https://doi.org/10.1177/107769580906400203>
- Ramón, A. C., Tran, M., & Hunt, D. (2023). Hollywood diversity Report 2023: Exclusivity in Progress. Part 2: TV. UCLA Entertainment & Media Research Initiative. <https://bit.ly/3UCs6mc>
- Reuters (2011, Noviembre 14). Actriz de «Glee» integrará un comité para personas con discapacidad en EU. *Expansión*. <https://bit.ly/4b1K6gV>
- Rocchi, M., & Farinacci, E. (2020). Shonda Rhimes's TGIT: Representation of Womanhood and Blackness. *Series-International Journal of TV Serial Narratives*, 6(1), 29-41. <https://doi.org/10.6092/issn.2421-454X/10454>
- Romañach, J., & Lobato, M. (2005). Diversidad funcional, nuevo término para la lucha por la dignidad en la diversidad del ser humano. *Foro de vida independiente*, 5, 1-8.
- Ruiz-Grossman, S. (2019, March 27). Disability Representation Is Seriously Lacking In TV And Movies: Report. *Huffpost*. <https://bit.ly/44DDbs4>
- Scandroglio, B, López, J., y San José, M. C. (2008). La Teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias. *Psicothema*, 20(1), 80-89.
- Schiappa E., Gregg P. T., & Hewes D. E. (2005). The Parasocial Contact Hypothesis. *Communication Monographs*, 72(1), 92-115. <https://doi.org/10.1080/0363775052000342544>
- Shinsuke, F., Fujita, S., & Taiencho, K. (2016). Creating Community Engagements Between People with Disability and the Local Community Through Digital Storytelling. *Journal of Cultural Studies*, 1,(1). <https://doi.org/10.22492/ijcs.1.1.05>
- Silvestre, J. (2019, marzo 28). «Special»: tráiler de la nueva serie queer de Netflix producida por Jim Parsons. *Fotogramas*. <https://bit.ly/3wubMMi>
- Solá, P. (2019, febrero 8). 9 series que abrazan la diversidad funcional. *La Vanguardia*. <https://bit.ly/3ybk8sJ>
- Guha, R., & Spivak, G. C. (Eds.). (1988). *Selected subaltern studies*. Oxford University Press.
- Tefertiller, A., & Sheehan, K. (2019). TV in the Streaming Age: Motivations, Behaviors, and Satisfaction of Post-Network Television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 63(4), 595-616. <https://doi.org/10.1080/08838151.2019.1698233>
- Toboso Martín, M., & A. V. Ferreira, M. (2021). Capacitismo. *Dilemata*, (36), 1-4.
- Torres, A. (2017, septiembre 5). 4 series de TV que tienen personajes con Trastornos del Espectro Autista. *Psicología y Mente*. <https://bit.ly/3QCQ13Q>

- Vera, B., Garrido, R., & Zaptsi, A. (2023). Las series de televisión como herramienta de aprendizaje-servicio: Analizando la diversidad e interseccionalidad en la era Peak tv. En S.Cabrera *et al.* (Eds.), *Universidades y Agenda 2030. La cooperación universitaria andaluza comprometida con los ODS* (pp. 633-648).
- Woodburn, D., & Kopic, K. (2016). *The Ruderman White Paper On Employment Of Actors With Disabilities In Television*. Ruderman Family Foundation. <https://bit.ly/3US46gj>
- Young, S. (2012, July 3). We're not here for your inspiration. *The Drum*. <https://bit.ly/44CUD9A>
- Young, M. (2023, March 8). Inspiring Women With Disabilities Who Made History. *sheknows*. <https://bit.ly/3QFCs3L>
- Zaptsi, A., & Garrido, R. (2021). Análisis psicosocial del empoderamiento feminista en el ámbito audiovisual: propuesta de un instrumento para evaluar la equidad de género. En J. Puig Guisado, C. Torres Fernández & M. R. Iglesias Redondo (coord.), *Análisis y propuestas educativas sobre género y diversidad sexual: Sociedades y escrituras en continuas transformaciones* (pp. 73-95). Dykinson.
- Zaptsi, A., Garrido, R., & Zurbano-Berenguer, B. (2021). El test Zaptsi-Garrido: Una herramienta para la innovación docente a través del desarrollo de una mirada feminista interseccional. En M.A. Martín López & C. Soria Rodríguez (coord.), *Cuestiones transversales en la innovación de la docencia y la investigación de las ciencias sociales y jurídicas* (pp.1431-1464). Dykinson.
- Zhang, L., & Haller, B. (2021). Parasocial contact effects and a disabled actor in *Speechless*. In M. S. Jeffress (ed.), *Disability Representation in Film, TV, and Print Media* (Chapter 1). Routledge.
- Żerebecki, B.G., Oprea, S.J., Hofhuis, J., & Janssen, S. (2021). Can TV Shows Promote Acceptance of Sexual and Ethnic Minorities? A Literature Review of Television Effects on Diversity Attitudes. *Sociology Compass*, 15(8), e12906. <https://doi.org/10.1111/soc4.12906>

Atypical y educación inclusiva en la universidad: sensibilización ética con estudiantes de profesorado

'Atypical' and inclusive education in university: Ethical awareness with teacher education students

Paula Belén Mastandrea

Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires | Lavalle 2353, Ciudad Autónoma de Buenos Aires | Argentina

0000-0003-4177-0688 | pmastandrea@psi.uba.ar

Irene Cambra-Badii

Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya | Carretera de Roda 70, 08500, Vic | España

0000-0003-1233-3243 | irene.cambra@uvic.cat

Recepción 28/02/2024 · Aceptación 02/05/2024 · Publicación 15/07/2024

Resumen

En la educación de nivel superior se han detectado dificultades para asegurar el acceso y permanencia de estudiantes que presentan alguna condición de discapacidad o neurodiversidad. Esto puede prevenirse y revertirse a través de la sensibilización ética de futuros profesionales sobre educación inclusiva. De acuerdo con el modelo teórico de James Rest, la sensibilidad ética consiste en la evaluación de una situación en función de un sistema de valores, identificando las conductas y las personas involucradas, así como el modo en que éstas pueden afectar a los demás. El presente artículo tiene por objetivo el diseño y puesta a prueba de una actividad de sensibilidad ética sobre educación inclusiva en el nivel superior a partir del *Racial and Ethical Sensivity Test* utilizando una serie contemporánea de ficción. La metodología es eminentemente cualitativa. Participaron 20 estudiantes de profesorado, que debían identificar una serie de problemas éticos presentes en un fragmento de la serie *Atypical* y presentar propuestas de acción para abordar el tema en cuestión. Los resultados demuestran la detección de todos los problemas éticos presentes en el fragmento audiovisual. Las participantes adoptaron distintos roles profesionales para proponer sus intervenciones como docentes o psicopedagogas de la comunidad educativa. Asimismo, se observó la falta de conocimientos específicos sobre educación inclusiva en el nivel superior. Como conclusión, se destaca la utilidad de las ficciones audiovisuales para el diseño de actividades que exploren la sensibilidad ética y se pone de manifiesto la relevancia de la formación en ética profesional para agentes educativos.

Palabras clave: sensibilidad ética, educación inclusiva, enseñanza superior, ficciones audiovisuales, series.

Abstract

In the higher education level, difficulties have been detected in ensuring access and retention of students with disabilities or neurodiversity conditions. This can be prevented and reversed through the ethical sensitization of future education professionals towards inclusive education. According to James Rest's theoretical model, ethical sensitivity

involves assessing a situation based on a value system, identifying the behaviors and individuals involved, as well as how they may affect others. This article aims to design and test an activity on ethical sensitivity regarding inclusive education at the higher education level, drawing from the Racial and Ethical Sensitivity Test and using a contemporary fiction series. The methodology is predominantly qualitative. Twenty teacher education students participated, tasked with identifying a series of ethical issues in a segment of the series "Atypical" and proposing action plans to address the issue at hand. The results demonstrate the detection of all ethical issues present in the audiovisual segment. Participants took on different professional roles to propose interventions as teachers or educational psychologists within the school community. Additionally, a lack of specific knowledge about inclusive education at the higher education level was observed. In conclusion, the usefulness of audiovisual fictions for designing activities that explore ethical sensitivity is highlighted, and the relevance of professional ethics training for educational agents is underscored.

Keywords: ethical sensitivity, inclusive education, higher education, audiovisual fictions, series.

1. Introducción

El acceso general a la educación superior sin discriminación y en igualdad de condiciones es un derecho de toda persona con discapacidades físicas, mentales, intelectuales o sensoriales (ONU, 2006). Sin embargo, distintos estudios dan cuenta de las dificultades con las que se encuentran estudiantes que presentan alguna discapacidad o en condición de neurodiversidad¹, entre las que se destacan las barreras edilicias, la estigmatización, los requisitos obligatorios para el ingreso a la universidad y la resistencia docente para implementar acciones educativas inclusivas, alegando falta de competencias y apoyo (Amador Fierros *et al.*, 2021; Bagnato, 2017; Paz-Maldonado, 2020).

La capacitación de docentes y otros agentes educativos es fundamental para entender, respetar y aceptar la diversidad en los espacios formativos y fomentar prácticas inclusivas (Paz-Maldonado, 2020).

Esto puede lograrse a través de experiencias de sensibilización ética en su doble dimensión: diagnóstico y tratamiento. De acuerdo con James Rest (1979; 1986) la sensibilidad ética consiste en la identificación de los aspectos éticos más destacados de una situación. Involucra el reconocimiento de diferentes posibles líneas de acción y el modo en que las mismas podrían afectar a las partes involucradas.

De los diferentes antecedentes que indagan la sensibilidad ética, interesa destacar el *Racial and Ethical Sentivity Test* (REST), que recibe su nombre por estar basado en la teoría de James Rest (1979; 1986). Esta herramienta fue desarrollada en Boston College y New York University para evaluar el grado de sensibilidad ética específicamente en el contexto educativo (Brabeck *et al.*, 2000; Sirin, Rogers-Sirin & Collins, 2003).

El REST está conformado por una serie de videos breves creados específicamente con el propósito de que cada uno indague cuestiones éticas en el ámbito de las instituciones educativas –tales como la discriminación, el hostigamiento y la competencia profesional–, y un cuestionario

1. Utilizamos el término "neurodiversidad" para agrupar condiciones como la dispraxia, dislexia, discalculia, déficit de atención o hiperactividad, síndrome de Tourette, Asperger y otros trastornos del espectro autista (Amador Fierros *et al.*, 2021).

semiestructurado. Las preguntas del cuestionario abordan la identificación de la persona participante con los problemas éticos representados en los videos a partir de asumir el rol de uno de los personajes, y responder qué haría en su lugar y cuál/es considera que es/son la/s problemática/s visualizadas. Para la evaluación de las respuestas, el equipo de investigación asigna un puntaje a cada una de ellas en función de la capacidad de la persona participante para reconocer los problemas éticos allí presentes (Brabeck *et al.*, 2000).

La adaptación al español de esta herramienta fue implementada con éxito con docentes de distintos niveles educativos, dando cuenta de la vigencia del REST para la formación de esta población en ética profesional (Cambra Badii *et al.*, 2018; Cambra Badii & Lorenzo, 2021; Michel Fariña *et al.*, 2008).

Sin embargo, estos audiovisuales fueron creados hace más de 20 años. Esto hace que en la actualidad puedan resultar poco atractivos desde el punto de vista cinematográfico. En su lugar, se propone trabajar con películas y series, que forman parte del consumo cotidiano de las personas. La implementación de estos recursos ficcionales, que generan entusiasmo en la audiencia, ha demostrado su eficacia en experiencias formativas (Pérez García, 2022; Santos-Fuentefría *et al.*, 2022).

En una investigación previa se ha implementado una experiencia de innovación docente para la enseñanza de la ética universitaria articulando la herramienta del REST con un fragmento audiovisual proveniente de una serie de ficción. Se trabajó sobre la sensibilidad ética en torno a la temática de deshonestidad académica, a partir de un fragmento de la serie catalana *Merlí* que retrataba una secuencia en una escuela secundaria. Los resultados demuestran la utilidad de la serie en experiencias de innovación pedagógica en temas de ética aplicada (Cambra Badii & Mastandrea, 2020).

En esta oportunidad, se propone dar un paso más y analizar la utilidad de una actividad diseñada para evaluar la sensibilidad ética en la educación superior, relativa a las desigualdades que inciden sobre la inclusión educativa. Distintas investigaciones dan cuenta de la falta de formación sobre esta problemática en profesionales del ámbito educativo. Generalmente, la formación suele brindar información y recursos sobre la inclusión de niños, niñas y adolescentes (Bravo Mancero & Santos Jiménez, 2019; Iturbide Fernández & Pérez-Castro, 2020), dejando por fuera el ámbito de la educación superior.

Los objetivos de este artículo son:

- Diseñar una actividad de sensibilidad ética sobre educación inclusiva en el nivel superior a partir del modelo metodológico del *Racial and Ethical Sensivity Test* y la utilización de una serie contemporánea.
- Explorar los resultados de una prueba piloto de dicha actividad, implementada con estudiantes de un profesorado.
- Analizar la utilidad de dicha actividad para indagar la sensibilidad ética sobre educación inclusiva en el nivel superior.

La hipótesis de trabajo que guía la presente investigación es que un fragmento de una serie contemporánea tiene utilidad para diseñar actividades que permitan analizar la sensibilidad ética de profesionales en formación del ámbito educativo en torno a la educación inclusiva en el nivel superior.

2. Revisión teórica

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, promovida por la ONU en 2015, insta a “garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos” (p. 16). Esto implica prevenir y combatir formas de injusticia, marginación, estigmatización y discriminación en entornos educativos (UNESCO, 2005; Muntaner Guasp *et al.*, 2016).

Hasta finales del siglo XX, la inclusión educativa se centraba en integrar a estudiantes considerados diferentes –ya sea por presentar alguna discapacidad física y/o mental o por tener una condición migrante– al formato de enseñanza convencional (Arnaiz Sánchez *et al.*, 2017). Actualmente, se busca transformar los sistemas educativos para eliminar barreras y garantizar el acceso de todos los estudiantes. Esta concepción no percibe la diversidad como un inconveniente, sino como una oportunidad de mejora y una manera de enriquecer los aprendizajes de todo el grupo (Quesada López, 2021).

En el nivel de educación superior, la educación inclusiva representa un gran desafío debido a una serie de rasgos que la caracterizan, entre los cuales destacan su carácter no obligatorio, y la importancia otorgada al mérito y a la autonomía del estudiantado (Iturbide Fernández & Pérez Castro, 2020). Históricamente, la universidad estuvo reservada a las élites de la sociedad. A partir de su mayor apertura y democratización, se establecen programas para garantizar la accesibilidad masiva de las y los estudiantes. Esto supone la configuración de un espacio físico, académico y comunicacional que disminuya las desigualdades e incluya múltiples posibilidades para alojar a las diversidades (Misischia, 2022).

El profesorado es una figura clave para la vida académica de los estudiantes, ya que puede facilitar o dificultar sus procesos de aprendizaje. Su actitud positiva resulta central para promover la educación inclusiva (López-Gavira *et al.*, 2019). Sin embargo, el ámbito universitario se caracteriza por la ausencia de evaluaciones de desempeño sobre la docencia que tengan en cuenta no solo el saber disciplinar, sino también el pedagógico y de la ética profesional (Maldonado Alegre *et al.*, 2021; Torquemada & Loredo, 2021).

Distintos estudios destacan la necesidad de una formación docente continua, antes y durante el desarrollo profesional, sobre sensibilidad ética y la adquisición de conocimientos éticos para afrontar situaciones críticas que ocurren en la cotidianidad de la práctica (Argyropoulou, 2020; Tatto, 2021). Durante el proceso de enseñanza y aprendizaje se ponen de manifiesto diversas realidades del estudiantado frente a las que deben tomarse decisiones que no sólo contemplan las normas o reglas institucionales, sino también las particularidades del caso singular (Maldonado Alegre *et al.*, 2021).

De acuerdo con Rest (1979; 1986), la sensibilidad ética es uno de los cuatro componentes psicológicos que componen el comportamiento ético, junto con el juicio moral –que implica formular el curso moralmente ideal de una acción–, la motivación moral –que apunta a la elección que realiza la persona entre valores morales y no morales para la toma de decisiones o la puesta en acción– y la acción moral –que implica la ejecución e implementación de las intenciones de cada persona. Este modelo considera que los aspectos cognitivos, afectivos y conductuales están interconectados y se vinculan de múltiples formas.

De los cuatro componentes mencionados, nos enfocamos en la sensibilidad ética porque el primer paso para tratar un conflicto ético es reconocer que existe un problema ético en una situación determinada. El trabajo con ficciones audiovisuales resulta beneficioso para este tipo de reconocimiento, en tanto que ofrece la narrativa (la historia que se cuenta) y la afectividad (las emociones que despierta) para estimular la sensibilidad ética de los espectadores. Esto favorece el desarrollo de un pensamiento crítico y promueve una actitud ética en la resolución de conflictos (Michel Fariña & Tomas Maier, 2016).

A partir de la creación y el auge de las plataformas de suscripción de oferta bajo demanda (en adelante, SVOD²) –entre las que se destacan Netflix, HBO y Amazon– las series de ficción se posicionan como el fenómeno narrativo del siglo XXI. Además del formato distintivo por episodios, las series se definen por la extrapolación de los discursos políticos, ideológicos y sociales dominantes a las estructuras narrativas (García Fanlo, 2017). A través del consumo de series las personas buscan interpretar y entender el mundo (Soto Fernández, 2023). En este sentido, resultan un vehículo ideal para construir significaciones e ideología, mostrar nuevos roles, representar la diversidad y/o cuestionar estereotipos dominantes (Gavilán *et al.*, 2019).

En las últimas décadas, la representación de la discapacidad o de los trastornos mentales en las series está orientada hacia la normalización del colectivo, buscando que el espectador se identifique con estos personajes (Martínez-Lucena y Cambra Badii, 2020; Planella Ribera *et al.*, 2021). A su vez, en concordancia con las transformaciones sociales, la visibilización e inclusión de la diversidad humana se postula como un objetivo en la producción de contenidos de las plataformas SVOD (Smith *et al.*, 2023). Al respecto, cabe mencionar que desde el año 2018 Netflix –plataforma presente en más de 190 países y con más de 200 millones de suscriptores (Stoll, 2022)– lleva a cabo un análisis de varias métricas relacionadas con la inclusión en sus películas y series estadounidenses. En un informe publicado en el año 2023, Netflix menciona que un 5 % de protagonistas o co-protagonistas de películas y series tenían alguna discapacidad física (problemas de movilidad, amputación de algún miembro del cuerpo), comunicativa (ceguera, sordera o problemas del habla) o cognitiva (depresión, ansiedad, síndrome de Down, trastorno por estrés post traumático, dislexia o trastorno del espectro autista (Smith *et al.*, 2023)³. A pesar de estos avances, la inclusión de estos personajes también contiene representaciones que refuerzan estereotipos tales como la incapacidad de realizar actividades autónomas o de establecer relaciones interpersonales, y la sobrerrepresentación de algunas sintomatologías (Jones, 2022; Jones, Gordon & Mizzi, 2023).

Por este motivo, se pone de manifiesto la importancia de promover una educación crítica, activa y plural ante los medios de comunicación. La alfabetización digital y mediática consiste en la capacidad de acceder y hacer uso de los medios de comunicación de forma adecuada y responsable (Bonilla-del-Río, Diego-Mantecón & Lena-Acebo, 2018). Para ello, se deben adoptar enfoques críticos e ideológicos que permitan una educación para los medios efectiva y reflexiva, y no meramente instrumental (Bonilla-del-Río, García-Ruiz & Pérez-Rodríguez, 2018). Este tipo de educación promueve la comprensión del rol de los medios de comunicación en la producción y reproducción de estereotipos (Scharrer & Ramasubramanian, 2015). Además, la alfabetización mediática es un componente significativo de la competencia profesional docente, ya que está vinculada con

2. Las siglas hacen referencia a la denominación de estas plataformas en inglés: *subscription video on demand*.

3. En cuanto a la distribución de los contenidos, la plataforma también ha incorporado funciones que favorecen la accesibilidad, como sistemas de escucha asistida, controles de brillo, accesos directos de teclado, lectores de pantalla y comandos de voz.

la aplicación de tecnologías de la información y la comunicación en la educación contemporánea (Kaplan-Berkley, 2022; Semenova & Sotnikova, 2021).

En relación con la formación ética, experiencias previas utilizaron partes de películas y series televisivas pensando estos fragmentos como un estudio de caso (Borry, 2017; Cencki, 2020; de Asúa *et al.*, 2023). Esta estrategia puede complementarse con el aprendizaje experiencial, donde las personas construyen conocimientos nuevos a partir de sus saberes y experiencias previas. Para ello, es fundamental crear espacios seguros y amigables para propiciar la reflexión y el intercambio. El rol del docente debe ser de orientación y guía del aprendizaje, fomentando el pensamiento crítico. A su vez, se debe apelar a la precisión conceptual para que no se asuman definiciones de manera superficial (Toro & Rodríguez, 2017).

3. Metodología

3.1. Participantes

Participaron 20 estudiantes, todas mujeres de entre 20 y 50 años, que se encontraban cursando la asignatura “Taller Integrador Interdisciplinario” en un Instituto de Profesorado de Nivel Superior de Buenos Aires, Argentina. El grupo estuvo conformado por 17 estudiantes de Psicopedagogía y 3 estudiantes de Profesorado en Educación Especial.

3.2. Enfoque y diseño del estudio

El enfoque es eminentemente cualitativo. Asimismo, se utiliza la perspectiva cuantitativa para leer el material en un proceso inductivo hacia lo cualitativo, siempre con una perspectiva interpretativa (Denzin & Lincoln, 1994).

Se propone un diseño exploratorio-descriptivo, en tanto se explora la utilidad de una actividad de sensibilidad ética a partir de una serie contemporánea y se indaga el grado de sensibilidad ética en torno a la inclusión educativa en el nivel superior de estudiantes de un profesorado.

3.3. Diseño de la actividad

Se seleccionó una secuencia del tercer episodio de la tercera temporada de la serie *Atypical* (Rashid, 2017-2021). Esta serie narra los desafíos a los que debe enfrentarse su protagonista, Sam Gardner, un joven con trastorno del espectro autista (en adelante, TEA). La tercera temporada se centra específicamente en los desafíos a los que se enfrenta Sam a partir del ingreso a la universidad.

Se elaboró un fragmento audiovisual de 2 minutos de duración que recopila distintas escenas sobre un intercambio que Sam tiene con su docente de “Ética normativa”, Rudd, en su primer día de clase.

Esta selección de escenas estuvo monitoreada por un equipo de tres personas expertas en educación, ética y medios audiovisuales. Asimismo, se realizó una delimitación de las situaciones que involucran un problema ético que se presentan en el fragmento:

1. Rudd, la docente de “Ética normativa”, presenta su clase al estudiantado indicando que la asignatura “*no será para aprobar fácil, ni para aprobar medianamente fácil, pero sí para reprobado fácil*”.
2. Sam ingresa tarde a la clase, agitado por haber corrido. En ese momento, la docente interrumpe la presentación de la asignatura y enuncia: “*Miren al sudoroso que llegó tarde el primer día*”.
3. Sam se disculpa por llegar tarde y explica los motivos por los que se atrasó: “*Tenía dos horas y media entre esta clase y mi clase anterior, que es mucho tiempo para estar en el campus, pero no lo suficiente como para ir a mi casa. Así que fui a mi clase de ilustración científica y perdí la noción del tiempo...*” La docente le responde con una ironía: “*Entonces ¿llegas tarde porque tuviste mucho tiempo para llegar?*”. Sin interpretar el tono de los dichos de Rudd, Sam responde: “*Exacto*”.
4. La profesora enuncia que algunos de los estudiantes no lograrán aprobar la asignatura. Mirando fijamente a Sam agrega: “*Adivinemos quién*”.
5. Sam saca su *notebook* para tomar notas y la docente le indica que eso no está permitido. Agrega: “*Si la idea de escribir a mano te abruma, regresa a primer grado*”. Sam guarda la *notebook* y comienza a escribir a mano.
6. Al notar que no llega a tomar nota de lo expuesto por la docente, Sam levanta la mano. Rudd lo mira y enuncia, nuevamente apelando a la ironía: “*¡Excelente! Me moría por oírte otra vez*”. Sam le agradece y le consulta si puede ir un poco más lento y si puede repetir la definición de ética normativa, ya que no llegó a tomar apuntes. Rudd se ríe y vuelve a responder con ironía: “*Claro. De hecho, ¿por qué no nos detenemos hasta que estés listo?*”. Acto seguido, comienza a hablar a mayor velocidad, a pesar de observar que Sam no logra tomar apuntes y manifiesta un claro malestar.

Se elaboró un cuestionario de tres preguntas abiertas de respuesta obligatoria que las participantes debían responder en forma individual luego de la visualización del fragmento audiovisual:

1. ¿Qué situaciones o hechos que aparecen en el fragmento te llaman la atención desde el punto de vista de la inclusión educativa?
2. ¿Cuáles son las razones por las que estas cuestiones te llaman la atención?
3. ¿Qué harías si estuvieras en esta institución frente a las situaciones del fragmento?

A partir del antecedente del REST (Brabeck *et al.*, 2000), las preguntas buscaban indagar cuál/es consideraban que era/n la/s problemática/s en el video visualizado, con el foco puesto en la inclusión educativa, y proponer asumir un rol dentro de la institución educativa para responder qué harían al estar en esta situación.

3.4. Recolección de datos

La actividad tuvo una duración de 45 minutos.

Se inició el encuentro mencionando el tema a trabajar: inclusión educativa. A continuación, se presentó la trama de la serie *Atypical*. Se aclaró específicamente que Sam es un joven diagnosticado con TEA que estaba transitando su primer día de clases en la universidad. Se proyectó el video dos veces para brindar la oportunidad a las participantes de detectar las situaciones expuestas. Seguidamente, se repartió a cada participante una hoja con el cuestionario que debían responder de manera individual.

De acuerdo con las recomendaciones de Toro & Rodríguez (2017) sobre el rol del docente en la formación ética, después de que las estudiantes entregaran el cuestionario se realizó una puesta en común sobre

las respuestas y se brindó información sobre programas existentes en las universidades para favorecer la accesibilidad del estudiantado y las distintas formas de participar de la vida universitaria.

3.5. Análisis de datos

La variable de análisis principal es la sensibilidad ética de futuros profesionales sobre educación inclusiva. Ésta se entiende como la detección de problemas éticos en un fragmento de la serie *Atypical*, la identificación de conductas y personas involucradas, así como de intervenciones posibles para abordar estos problemas desde un rol profesional.

El análisis de las respuestas a la primera pregunta, sobre las situaciones o hechos que aparecen en el fragmento que les hayan llamado la atención desde el punto de vista de la inclusión educativa, se realizó considerando las situaciones del fragmento audiovisual delimitadas previamente por el equipo de personas expertas. Se contabilizó la frecuencia de aparición de cada una de las situaciones mencionadas anteriormente y se clasificaron las respuestas de las participantes en función de los esquemas de puntuación del REST (Brabeck *et al.* 2000; Sirin *et al.* 2003). En este test de sensibilidad ética existen tres niveles que expresan el grado de conocimiento o sensibilidad sobre las situaciones: si no detecta la situación en absoluto (primer nivel), si detecta la situación, pero no se expresa sobre ella (segundo nivel) y si detecta la complejidad de la situación, lo cual supone incluir siempre más de un aspecto involucrado en el problema (tercer nivel).

El análisis de las respuestas a la segunda y tercera pregunta se realizó mediante la técnica de análisis de contenido (Bardin, 1996), buscando clasificar los elementos constitutivos de las mismas en criterios concretos. Nos centramos en las líneas argumentales establecidas en las respuestas para identificar las razones que llevaron a la identificación de las situaciones y su capacidad para reconocer diferentes posibles líneas de acción frente al problema ético. El análisis de contenido permite describir tendencias y develar semejanzas entre las participantes en torno a las categorías estudiadas (Fernández, 2002). El procedimiento siguió las etapas clave de Bardin (1996) para integrar, interpretar y sintetizar los hallazgos cualitativos. En primer lugar, seleccionamos y revisamos todas las respuestas de las estudiantes para identificar temas recurrentes. Luego, en la codificación y categorización, transformamos los datos brutos identificando los aspectos más recurrentes y organizándolos en categorías, verificando la codificación con todas las respuestas. En la interpretación, seleccionamos ejemplos relevantes para el análisis y los comparamos con el marco teórico.

Para garantizar la validez y confiabilidad y disminuir los sesgos interpretativos, la etapa de análisis de resultados incluyó sucesivas revisiones (Cresswell, 2009) del mismo equipo de personas expertas en educación, ética y medios audiovisuales.

4. Resultados

La totalidad de las participantes (n=20) respondieron a las tres preguntas del cuestionario.

En primer lugar se realizó el análisis de las respuestas a la pregunta 1, que buscaba conocer qué situaciones o hechos que aparecen en el fragmento les llamaban la atención desde el punto de vista de la inclusión educativa. De las 20 respuestas obtenidas, 17 pudieron categorizarse en función

del esquema de puntuación del REST previamente mencionado (85 %). Un total de 3 respuestas (15 %) fueron descartadas porque no hacían referencia a ninguna situación puntual del fragmento audiovisual. Sin embargo, estas respuestas sí ofrecían un análisis global de la secuencia audiovisual mediante la mención de conceptos alusivos a la inclusión educativa.

Las 6 situaciones delimitadas por las personas expertas fueron identificadas por las estudiantes, con distintos niveles de sensibilidad ética (ver Figura 1). Sin embargo, no se encontró una situación que haya sido identificada por la totalidad de las estudiantes.

La situación N°5, sobre la prohibición de utilizar la *notebook* para tomar notas en clase, fue la más identificada por las participantes, ya que se mencionó en 12 de las 17 respuestas (71 %). En segundo lugar se encuentra la situación N°2, sobre la llamada de atención de la llegada tarde de Sam, con 10 menciones (59 %). Es necesario mencionar que en estas dos situaciones se observa, por un lado, un comportamiento que va en contra del encuadre de la clase por parte de un estudiante con TEA, y por otro lado, la respuesta de la docente, que puede cuestionarse desde la ética profesional docente.

Teniendo en cuenta la frecuencia de detección de las situaciones, le sigue la situación N°4, con la advertencia de la profesora respecto de los estudiantes que no aprobarían la asignatura, que fue mencionada en 9 respuestas (53 %). La situación N°3, sobre la explicación de la llegada tarde de Sam y la respuesta de la profesora, tuvo un total de 7 menciones (41 %). Por último, las situaciones menos identificadas son la N°6 y la N°1; estas fueron mencionadas en 5 y 4 respuestas (29 % y 24 % respectivamente). La situación N°1 es la única que no involucra al estudiante que tiene TEA.

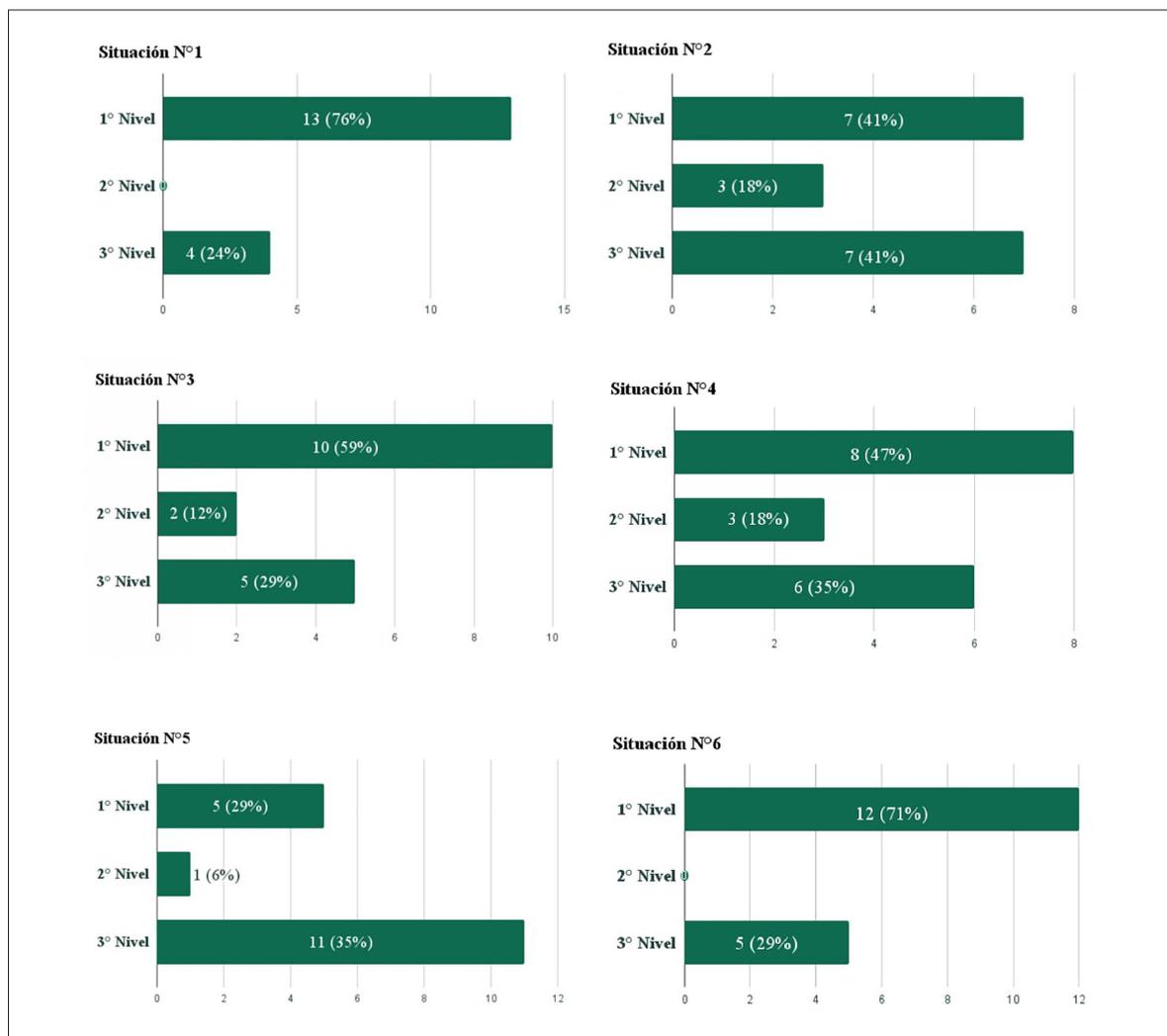
Los resultados sobre la puntuación otorgada a las respuestas de acuerdo con los tres niveles del esquema REST demostraron que, en aquellos casos en los que las participantes detectaron las situaciones (segundo y tercer nivel), predominaron especialmente respuestas correspondientes al tercer nivel (47 %), es decir, el nivel de mayor complejidad.

En el análisis cualitativo de las respuestas de las participantes a la pregunta 2, sobre las razones o la justificación de la identificación de las situaciones, se pueden delimitar diferentes recurrencias:

- En relación con el modo de dar la clase, las participantes han planteado el desinterés de la profesora por conocer al grupo de estudiantes que cursan su asignatura y utilizar esa información para, por ejemplo, *“habilitar espacios saludables de aprendizaje y proveer herramientas que alienten a los sujetos”* (extracto de respuesta N°3). Señalan que su modalidad de trabajo es inflexible, *“no tiene en cuenta la singularidad de las personas”* (N°5) y genera que *“los estudiantes deben adaptarse a su clase homogeneizante”* (N°9). Asimismo, han resaltado que la docente se dirige a sus estudiantes en forma violenta y autoritaria, posicionándose como *“única agente del saber”* (N°8).
- En relación con el trato brindado hacia Sam, han señalado *“una falta de empatía que se puede ver en diferentes situaciones”* (N°3) y la invisibilización de los pedidos del joven; *“que la profesora pone en evidencia a Sam todo el tiempo”* (N°13), lo etiqueta a partir de su llegada tarde y no registra la incomodidad del joven frente a esos intercambios. Asimismo, en algunas respuestas se ha señalado la falta de capacitación de la docente para garantizar la inclusión de Sam y el hecho de que *“que la profesora no esté informada de que tiene un alumno con proyecto de inclusión. A diferencia de que quizás en otros niveles previos sí sucede esto”* (N°6).

Figura 1

Resultados obtenidos según la puntuación del REST (n (%))



Fuente. Elaboración propia.

Los resultados de la pregunta 3, que convocaba a las estudiantes a mencionar qué harían si estuvieran en la institución educativa frente a las situaciones que se dan en el fragmento, dieron cuenta de los distintos roles de la comunidad educativa, desde los cuales se posicionaron las participantes. Se decidió categorizar las acciones propuestas por las participantes en función del rol adoptado para responder, y de las personas destinatarias de tales acciones. También en este caso las cantidades se analizaron considerando que en una misma respuesta puede haber más de una persona destinataria y diferentes propuestas de acciones a implementar.

Un total de 17 personas (85 %) adoptaron un rol profesional –12 se ubicaron como la docente de la clase, 5 como psicopedagogas de la institución y 1 como parte del Equipo de Orientación Escolar–, mientras que 7 de ellas (35 %) respondieron desde el rol de estudiante. En este punto, es preciso aclarar que en 4 casos las participantes respondieron ubicándose desde más de un rol. La mayoría de las intervenciones propuestas involucraron a los personajes del fragmento –docente y estudiantes. Sin embargo, también se incluyeron roles que no están presentes en la ficción –psicopedagoga y miembro del Equipo de Orientación Escolar (Tabla 1).

Tabla 1

Análisis de las respuestas brindadas por las participantes a la pregunta N°3 del cuestionario

Rol adoptado	Personas destinatarias de la acción	Acción propuesta
Docente (11 respuestas)	Estudiantes (8 respuestas)	<p>Conocer a los estudiantes y las características del grupo para planificar la clase en función de sus necesidades (5 respuestas)</p> <p><i>"En primer lugar, indagar antes de la clase las características del grupo. Luego, "conocer" a los estudiantes, sus intereses y necesidades puntuales. Después, tener en cuenta estos datos para preparar las clases de forma que cada uno pueda desarrollar sus potencialidades y colaborar con el desarrollo grupal."</i> (Respuesta N°2)</p> <p>Utilizar diferentes estrategias de enseñanza y aprendizaje para que todos tengan acceso a la educación (4 respuestas)</p> <p><i>"Posibilitar los recursos necesarios para que todos puedan optimizar sus trayectorias educativas."</i> (Respuesta N°5).</p> <p>Fomentar y habilitar la participación de los estudiantes en clase (3 respuestas)</p> <p><i>"Me correría del lugar del docente como "único poseedor del saber" y estaría más dispuesta a aprender de mis estudiantes. Tendría una clase más dialógica."</i> (Respuesta N°8)</p> <p>Propiciar un trato respetuoso con el estudiantado (3 respuestas)</p> <p><i>"Trataría con respeto a todos los estudiantes, garantizando su derecho a la educación."</i> (Respuesta N°5)</p>
	Sam (3 respuestas)	<p>Propiciar un trato respetuoso hacia Sam (2 respuestas)</p> <p><i>"Lo que haría frente a esta situación si fuera la profesora sería tenerle comprensión y empatía al alumno. Comprender sobre todo que todo alumno es único y diferente."</i> (Respuesta N°18)</p> <p>Conocer al estudiante (1 respuesta)</p> <p><i>"Principalmente ingresaría al aula pensando que no todos somos iguales, independientemente de la problemática de cada sujeto. Intentaría hablar con Sam para saber por qué se comporta de esa manera y adecuarme a la situación."</i> (Respuesta N°3)</p>
Estudiante (9 respuestas)	Rudd (6 respuestas)	<p>Hablar con la docente para ayudar a Sam</p> <p><i>"Si fuera estudiante pararía la clase de la docente y le diría que sea más comprensiva y empática con el estudiante."</i> (Respuesta N°13)</p>
	Sam (3 respuestas)	<p>Colaborar directamente con Sam</p> <p><i>"Si fuera una compañera y veo la situación, intervendría para favorecer que Sam pueda continuar con su trayectoria universitaria de la forma más adecuada."</i> (Respuesta N°6)</p>
Psicopedagoga (5 respuestas)	Docentes de la institución	<p>Brindar instancias de capacitación para garantizar la inclusión educativa (4 respuestas)</p> <p><i>"Capacitaría, dialogaría con los equipos de docentes y directivos para prevenir estas situaciones y garantizar el derecho a la educación en términos de diversidad."</i> (Respuesta N°12)</p> <p>Brindar información sobre estudiantes que requieren alguna adecuación (2 respuestas)</p> <p><i>"Informar a los profesores acerca de algunas particularidades de los alumnos."</i> (Respuesta N°5)</p>
Miembro del Equipo de Orientación Escolar (EOE) (1 respuesta)	Rudd	<p><i>"Como EOE sería obligatorio para mi posición involucrarme, no por ese alumno en particular, sino por esa profesora en particular. No enseña sino que está relatando algo."</i> (Respuesta N°14)</p>

Fuente. Elaboración propia.

4. Discusión y conclusiones

Con base en los resultados obtenidos, la actividad demuestra su utilidad para indagar en la sensibilidad ética en torno a la inclusión educativa en el nivel superior a través de la serie *Atypical*. Las participantes han identificado todas las situaciones del fragmento de la serie que presentan un problema ético. La articulación entre la herramienta REST y una serie contemporánea resulta un diseño innovador que tiene una doble ventaja: se apoya en una metodología que ha demostrado su eficacia y vigencia para indagar sobre la sensibilidad ética a través de medios audiovisuales, y fomenta el interés por la actividad a través de una serie, un formato atractivo para los espectadores (Pérez García, 2022; Santos-Fuentefría *et al.*, 2022).

Es importante considerar que las participantes son estudiantes de Psicopedagogía y Educación Especial, por lo que han recibido formación previa sobre inclusión educativa. Esta puede ser una de las razones por las cuales se hayan identificado todas las situaciones, al menos una vez. Sin embargo, a través del análisis de la frecuencia de las menciones a las distintas situaciones y de los aspectos cualitativos de las respuestas, tenemos información más precisa acerca de esta sensibilidad ética. Respecto a las situaciones más identificadas por las participantes, se puede considerar que es consistente que les llame la atención que la docente no le permita a Sam valerse de un recurso de apoyo como la *notebook*. La formación en educación inclusiva que reciben en el profesorado pone el foco, entre otras cuestiones, en estrategias como las adecuaciones de acceso. Éstas se utilizan en el sistema educativo para favorecer la accesibilidad del estudiantado a los contenidos, tales como equipamientos, provisión de recursos, modificación del ambiente físico o técnicas de enseñanza especializadas (García Barrera, 2017).

Por otro lado, la actividad propuesta brinda la oportunidad de identificar los aspectos que deben ser incluidos tanto en la formación inicial como en instancias de capacitación y perfeccionamiento. En este sentido, es interesante resaltar la escasez de menciones que tuvo la situación N°1, donde la docente reconoce las dificultades que puede presentar la asignatura para la totalidad del estudiantado sin proponer alternativas que favorezcan la accesibilidad a los contenidos. Al respecto, se considera que para las participantes la inclusión educativa queda asociada al caso particular de Sam, que tiene un diagnóstico de TEA, y no como un deber de atender a la diversidad de cada estudiante (UNESCO, 2005; Muntaner Gusap *et al.*, 2016).

La mayoría de respuestas que identificaban las situaciones fueron puntuadas en el tercer nivel, lo cual demuestra que las participantes realizaron un análisis profundo de los hechos, incorporando conceptos que permiten analizar el rol docente y la inclusión educativa. Por ejemplo, han recuperado y desarrollado los conceptos de autoridad y autoritarismo docente, la noción de trayectoria educativa singular y el posicionamiento docente como único poseedor de saber en relación con lo observado en el fragmento. Como ha sido precisado, la implicación emocional que se produce al trabajar con ficciones audiovisuales permite entender el contenido y desarrollar un pensamiento crítico (Michel Fariña & Tomas Maier, 2016).

En relación con las respuestas que hacen alusión al modo de dar la clase, es preciso ubicar que el conocimiento del estudiantado para planificar las clases es algo que se sugiere desde la bibliografía especializada para implementar prácticas inclusivas (Quesada López, 2021). A su vez, el señalamiento sobre el abuso de autoridad de la profesora y el modo violento en que se dirige a sus estudiantes es

congruente con los resultados obtenidos en otras investigaciones sobre ética docente universitaria, donde se observa que los estudiantes prestan especial atención al modo en que sus docentes se vinculan con ellos, resaltando las conductas indebidas (Barroso Tristán & González Monteagudo, 2018; Hirsch, 2011). Se observa que la dimensión afectivo-emocional que se pone en juego a través del visionado del fragmento de la serie y de la identificación con sus protagonistas, genera empatía con los personajes y a su vez permite que demuestren sus errores y carencias (Cambra Badii *et al.*, 2018).

Sobre este punto, es interesante considerar que las respuestas que ponen el foco en el trato de la docente hacia Sam no sólo resaltan conductas indebidas, como el hecho de exponerlo frente al grupo, invisibilizar sus pedidos o “etiquetarlo” por su llegada tarde. También apelan a aspectos afectivos, como la falta de empatía y de registro de la incomodidad del joven. La representación de la serie en torno al padecer de Sam lo posiciona en un lugar de mayor vulnerabilidad, promoviendo la sensibilización de las participantes respecto de ese padecer. Esto es congruente con las investigaciones en torno a las representaciones sociales de los trastornos mentales en las series contemporáneas y el impacto que estos personajes tienen sobre la audiencia (Martínez Lucena & Cambra Badii, 2020; Planella Ribera *et al.*, 2021).

A su vez, la mención a la falta de capacitación docente, que es fundamental para que la inclusión sea efectiva (López-Gavira *et al.*, 2019; Paz-Maldonado, 2020), queda asociada al abordaje de la situación de Sam. En este punto, las estudiantes ubican que el modo de dirigirse hacia el joven puede estar vinculado con una falta de conocimiento; mientras que las decisiones sobre el dictado de la clase parecieran quedar asociadas a una intención de la docente.

Además, en algunos casos también han señalado el hecho de que la docente no conocía anticipadamente las características de Sam y su “proyecto de inclusión”, a diferencia de lo que ocurre en los niveles educativos primario y secundario. Este señalamiento pone de manifiesto la ausencia de formación de las estudiantes en lo que respecta específicamente a la inclusión en el nivel superior. En Argentina los estudiantes de nivel inicial, primario y secundario que presentan alguna discapacidad tienen derecho a tener un Proyecto Pedagógico Individual (PPI) para la inclusión. Este se elabora considerando determinadas adecuaciones de acceso, de comunicación y didácticas que deben implementarse desde el entorno escolar para eliminar las barreras al aprendizaje (Alaniz, 2021), pero no existe como tal en el nivel de educación superior.

En relación con los distintos roles adoptados por las participantes para responder a la pregunta sobre qué harían en esa situación, algunas de ellas se identificaron con personajes presentes en el fragmento, docente y estudiantes, mientras que otras incorporaron roles que no están presentes pero que se vinculan con su futuro profesional, el rol de psicopedagoga y de miembro del Equipo de Orientación Escolar. En este sentido, el fragmento audiovisual les permitió proyectarse y reflexionar en torno a sus posibilidades de intervención más allá de lo observable. Si bien el REST originalmente direccionaba a la persona participante a adoptar el rol de un personaje específico del audiovisual, ha sido interesante ampliar las posibilidades de identificación al proponerles posicionarse dentro de la institución educativa en la situación del video.

En relación con quienes decidieron posicionarse desde el rol docente, se establece una distinción entre las acciones dirigidas al conjunto del estudiantado y las que focalizan en Sam. En el caso de acciones dirigidas a la totalidad del estudiantado, las estudiantes buscaron revertir aquellas actitudes que fueron señaladas como problemáticas en las dos preguntas anteriores.

Las propuestas dirigidas hacia Sam son las mismas que las que se proponen para la totalidad del grupo, propiciar un trato respetuoso y conocer al estudiante y sus necesidades. En este sentido, se considera que existen una serie de buenas prácticas asociadas a la inclusión educativa que se reiteran entre las participantes. Sin embargo, el hecho de focalizar en Sam y no en la totalidad del estudiantado podría vincularse con la concepción de mayor vulnerabilidad del joven y, por lo tanto, la necesidad de focalizar allí la intervención.

Por otro lado, quienes se posicionaron desde el rol de estudiantes, es decir, compañeras de clase de Sam, dirigieron sus acciones tanto hacia la docente como hacia el protagonista, pero siempre con la finalidad de ayudar al joven. Esto puede vincularse con algunos estudios que reconocen diferencias en función del género en torno a la formación ética. Allí se ubica que las mujeres suelen enmarcar sus acciones en valores como el cuidado, el amor, la protección, la solidaridad y la responsabilidad (Gilligan, 1985; Wang & Calvano, 2015).

Las participantes que asumieron el rol de psicopedagogas han orientado sus acciones al cuerpo docente de la institución. Como ha sido mencionado previamente, en estos casos el fragmento sirvió como disparador para proyectarse en una situación de este tipo, ampliando el escenario brindado.

Por último, la mención al Equipo de Orientación Escolar vuelve a confirmar cierto desconocimiento del sistema de educación, en tanto estos equipos se desempeñan en Argentina en los niveles de educación obligatorios y no en el nivel superior.

A través del análisis de las respuestas y comentarios de las estudiantes, se observa que están sensibilizadas respecto de las problemáticas éticas que se presentan frente a la inclusión educativa y que han recibido formación sobre el tema. Sin embargo, se corrobora también la prevalencia del paradigma de la inclusión centrado en integrar estudiantes considerados “diferentes” (Arnaiz Sánchez *et al.*, 2017) y cierta dificultad para aplicar estos saberes a un escenario de educación superior.

En este sentido, la actividad demuestra su utilidad para indagar la sensibilidad ética frente a la inclusión educativa en el nivel superior de las estudiantes en el momento de realizar la experiencia. Además, el fragmento explora otras temáticas que pueden trabajarse con la población participante. Por ejemplo, las dificultades que se presentan en la transición del nivel medio al superior, en donde los estudiantes pasan de un entorno muy acompañado a otro de mayor soledad y exigencia académica, lo cual muchas veces deriva en la deserción temprana (Sánchez Echeverri, 2024).

En futuras investigaciones, sería interesante evaluar empíricamente si este tipo de actividades contribuye al desarrollo de la sensibilidad ética en las personas participantes. Para ello, deben considerarse otros recursos, como el método test-retest y un estudio longitudinal que involucre varias sesiones. Por otro lado, consideramos necesario replicar el estudio con una población heterogénea desde el punto de vista del género y la formación.

Si bien el fragmento de *Atypical* lleva al extremo el autoritarismo y actuar poco ético de la docente, esto no ha afectado las posibilidades de trabajo con el material. Como se ha señalado, es frecuente encontrar en el ámbito universitario docentes que se resisten a implementar estrategias para garantizar la inclusión educativa, así como la idea de que los estudiantes universitarios deben ser completamente autónomos y valerse por sí mismos (Iturbide Fernández & Pérez Castro, 2020). En

futuras investigaciones, sería interesante realizar un estudio comparativo con otro fragmento de la serie en el cual el actuar poco ético de la docente sea menos evidente. Así como repetir la experiencia con una serie que se desarrolle en el país de la población destinataria, ya que cada contexto presenta sus particularidades respecto de cómo hacer efectiva la inclusión educativa.

Las series forman parte del consumo cotidiano de las personas. La inclusión de personajes que presentan alguna discapacidad o neurodivergencia permite visibilizar otro tipo de historias. A través de actividades que promuevan la alfabetización mediática, es posible analizar de manera crítica las representaciones que circulan en estas narrativas (Bonilla-del-Río, Diego-Mantecón & Lena-Acebo, 2018; Bonilla-del-Río, García-Ruiz & Pérez-Rodríguez, 2018; Kaplan-Berkley, 2022; Scharrer & Ramasubramanian, 2015; Semenova & Sotnikova, 2021) y alertar a la audiencia respecto de ciertos estereotipos con los que se representan a estos personajes (Jones, 2022; Jones *et al.*, 2023). De la misma manera, la inclusión de contenidos relacionados con la inclusión educativa en el nivel superior puede ser beneficiosa no solamente para la población en general sino para estudiantes, docentes y todos los miembros de la comunidad educativa, en tanto pueden ser utilizadas para actividades de sensibilización ética o de educación en ética (Borry, 2017).

El diseño e implementación de actividades focalizadas en la sensibilización ética es fundamental para fomentar una actitud adecuada en la resolución de problemáticas con las que se enfrentan en su práctica (Argyropoulou, 2020; Tatto, 2021). El trabajo en torno a la inclusión educativa en el nivel superior desde la formación inicial de educadores y educadoras puede favorecer la eliminación de las barreras con las que actualmente se encuentran muchos estudiantes.

Declaración sobre la contribución específica de cada una de las autorías, según la taxonomía CrediT

- Conceptualización: Autora 1, Autora 2.
- Curación de datos: Autora 1, Autora 2.
- Análisis formal: Autora 1.
- Adquisición de fondos: No corresponde.
- Investigación: Autora 1.
- Metodología: Autora 1, Autora 2.
- Administración del proyecto: Autora 2.
- Recursos: Autora 1, Autora 2.
- Software: No corresponde.
- Supervisión: Autora 2.
- Validación: Autora 1, Autora 2.
- Visualización: Autora 1, Autora 2.
- Redacción – borrador original: Autora 1, Autora 2.
- Redacción – revisión y edición: Autora 1, Autora 2.

Semblanza de las autoras

Paula Belén Mastandrea es Magíster en Psicología Educacional, Licenciada y Profesora en Psicología por la Universidad de Buenos Aires (Argentina). Se desempeña como Investigadora y Profesora de la Práctica de Investigación sobre “Cine y Subjetividad” (Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires, Argentina). Sus principales temas de investigación son el cine y las series, la psicología educacional, la ética profesional docente y modelos metodológicos sobre la utilización del cine y las series para la formación en ética profesional docente.

Irene Cambra-Badii es Doctora en Psicología por la Universidad del Salvador (Argentina) y Licenciada en Psicología por la Universidad de Buenos Aires. Se desempeña como Investigadora en la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya, España. Es Profesora de Bioética en la Facultad de Medicina y en Ciencias de la Salud (Universitat de Vic - Universitat de Manresa). Sus principales temas de investigación son el uso del cine y las series televisivas como recursos de análisis de los imaginarios sociales y también como recursos de innovación docente en el ámbito universitario, especialmente en los grados de ciencias de la salud, mediante la metodología de cine-educación.

Referencias

- Alaniz, M. (2021). La distancia entre la inclusión educativa de calidad de los niños con discapacidad y las clases virtuales en el nivel primario durante la pandemia en Argentina. *DIM: Didáctica, Innovación y Multimedia*, (39). <https://raco.cat/index.php/DIM/article/view/389015>
- Amador Fierros, G., Clouder, L., Karakus, M., Uribe Alvarado, I., Cinotti, A., Ferreyra, M.V, & Rojo, P. (2021). Neurodiversidad en la Educación Superior: la experiencia de los estudiantes. *Revista de la educación superior*, 50(200), 129-151. <http://resu.anuies.mx/ojs/index.php/resu/article/view/1893>
- Argyropoulou, E. (2020). Lying in the teaching profession: using mixed methods to challenge teachers' honesty and choices to critical incidents. *International Journal of Ethics Education*, 5, 243-259. <https://doi.org/10.1007/s40889-020-00099-8>
- Arnaiz Sánchez, P., Escarbajal Frutos, A., & Caballero García, C.M. (2017). El impacto del contexto escolar en la inclusión educativa. *Revista de Educación Inclusiva*, 10(2), 195-210.
- Bagnato, M.J. (2017). La inclusión educativa en la enseñanza superior: retos y demandas. *Educar em Revista*, (3), 15-26. <https://doi.org/10.1590/0104-4060.51050>
- Bardin, L. (1996). *Análisis de contenido*. Akal.
- Barroso Tristán, J.M., & González Monteagudo, J. (2018). Perspectivas de estudiantes universitarios sobre autoridad, ética e ideología docente en Brasil. *Perfiles Educativos*, 40(161), 69-86. <https://doi.org/10.22201/iisue.24486167e.2018.161.58518>
- Bonilla-del-Río, M., García-Ruiz, R., & Pérez-Rodríguez, M.A. (2018). La educomunicación como reto para la educación inclusiva. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 7(1), 66-85. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v7i1.10029>
- Bonilla-del-Río, M., Diego-Mantecón, J.M., & Lena-Acebo, F.J. (2018). Estudiantes Universitarios: prosumidores de recursos digitales y mediáticos en la era de internet. *Aula Abierta*, 47(3), 319-326. <https://doi.org/10.17811/rifie.47.3.2018.319-326>

- Borry, E.L. (2017). Teaching public ethics with TV: Parks and Recreation as a source of case studies. *Public Integrity*, 20(3), 300-315. <https://doi.org/10.1080/10999922.2017.1371998>
- Brabeck, M.M., Rogers, L.A., Sirin, S., Henderson, J., Benvenuto, M., Weaver, M., & Ting, K. (2000). Increasing Ethical Sensitivity to Racial and Gender Intolerance in Schools: development of the Racial Ethical Sensitivity Test. *Ethics & Behavior*, 10(2), 119-137. https://doi.org/10.1207/S15327019EB1002_02
- Bravo Mancero, P., & Santos Jiménez, O. (2019). Percepciones respecto a la atención a la diversidad o inclusión educativa en estudiantes universitarios. *Sophia*, (26), 327-352. <https://doi.org/10.17163/soph.n26.2019.10>
- Cambra Badii, I., Paragis, M.P., Lorenzo, M.G., & Michel Fariña, J.J. (2018) Sensibilidad ética en el ámbito educativo: el uso de recursos audiovisuales en la evaluación de situaciones complejas. *Sophia*, 14(2), 46-59. <http://dx.doi.org/10.18634/sophiaj.14v.2i.825>
- Cambra Badii, I., & Lorenzo, M.G. (2021). La sensibilidad ética y el conocimiento didáctico del contenido de los profesores de ciencias experimentales. *Tecné, Episteme y Didaxis: TED*, 49(1), 199-218. <https://doi.org/10.17227/ted.num49-10000>
- Cambra Badii, I., & Mastandrea, P. (2020). Ética en la universidad: una experiencia formativa a partir de la serie Merlí. *Revista Colombiana de Bioética*, 15(2), 1-24. <https://doi.org/10.18270/rcb.v15i2.2947>
- Cenkci, A.T. (2020). Examining a chain reaction of lies: Using Chernobyl (Miniseries) to Teach Ethical Leadership. *Journal of Leadership Education*, 19(4), 192-199. <https://doi.org/10.12806/V19/I4/PM1>
- Cresswell, J.W. (2009). *Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* [3a. ed.]. Sage Publications.
- De Asúa, D.R., Olaciregui Dague, K., Arriaga, A., & Herreros, B. (2023). Animating Clinical Ethics: A Structured Method to Teach Ethical Analysis Through Movies. *HealthCare Ethics Comittee Forum: An Interprofessional Journal on Healthcare Institutions' Ethical and Legal Issues*, (35), 325-335. <https://doi.org/10.1007/s10730-022-09470-2>
- Denzin, N.K., & Lincoln, Y.S. (1994). *Handbook of qualitative research*. Sage.
- Fernández, F. (2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación. *Revista de Ciencias Sociales*, 96(2), 35-53. <https://www.revistacienciasociales.ucr.ac.cr/images/revistas/RCS96/03.pdf>
- García Barrera, A. (2017). Las necesidades educativas especiales: Un lastre conceptual para la inclusión educativa en España. *Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação*, 25(96), 721-742. <https://doi.org/10.1590/s0104-40362017002500809>
- García Fanlo, L. (2017). Regularidad y discontinuidad entre teleseries clásicas y actuales. En G. Capello (Ed.) *Ficciones cercanas: televisión, narración y espíritu de los tiempos* (pp. 21-31). Fondo Editorial.
- Gavilán D., Martínez-Navarro G., & Ayestarán R. (2019). Las mujeres en las series de ficción: el punto de vista de las mujeres. *Investigaciones Feministas*, 10(2), 367-384. <https://doi.org/10.5209/infe.66499>
- Gilligan, C. (1985). *La moral y la teoría. Psicología del desarrollo femenino*. Fondo de Cultura Económica.
- Hirsch, A. (2011). Dilemas, tensiones y contradicciones en la conducta ética de los profesores. *Sinéctica*, (37), 109-124. <http://www.scielo.org.mx/pdf/sine/n37/n37a6.pdf>
- Iturbide Fernández, P., & Pérez Castro, J. (2020). Dilemas del profesorado en la inclusión educativa de estudiantes universitarios con discapacidad. *IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH*, (11), e1007. https://doi.org/10.33010/ie_rie_rediech.v11i10.1007
- Jones, S.C. (2022). Hey look, I'm (not) on TV: autistic people reflect on autism portrayals in entertainment media. *Disability & Society*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/09687599.2022.2150602>

- Jones, S.C., Gordon, C.S., & Mizzi, S. (2023). Representation of autism in fictional media: A systematic review of media content and its impact on viewer knowledge and understanding of autism. *Autism*, 27(8), 2205-2217. <https://doi.org/10.1177/13623613231155770>
- Kaplan-Berkley, S. (2022). Digital Tools and Streaming Media Converge to Inspire Social Interactions of Generation Alpha. *International Journal of Early Childhood*, (54), 185-201. <https://doi.org/10.1007/s13158-021-00301-y>
- López-Gavira, R., Moriña, A., & Morgado, B. (2019). Challenges to inclusive education at the university: the perspective of students and disability support service staff. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 34(3), 292-304. <https://doi.org/10.1080/13511610.2019.1578198>
- Maldonado Alegre, F.C., Solís Trujillo, B.P., Brenis García, A.J., & Cupe Cabezas, W.V. (2021). La ética profesional del docente universitario en el proceso de enseñanza y aprendizaje. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)*, 6(3), 166-181. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5513005>
- Martínez-Lucena, J., & Cambra-Badii, I. (2020). *Imaginarios de los trastornos mentales en las series*. UOC.
- Michel Fariña, J.J, Salomone, G., Costa, G.L., Rodríguez, A., Luzzi, S., & Pérez Ferretti, F. (2008). Sensibilidad ética en el ámbito educativo: la adaptación al español del Racial and Ethical Sensitivity Test (REST). *XV Jornadas de Investigación y Cuarto Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur*, Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires. <https://www.aacademica.org/000-032/41>
- Michel Fariña, J.J., & Tomas Maier, A. (2016). ¿Cómo leer un film? La formación ética a través del cine y la virtualidad. *Informática na Educação: teoria e prática*, 19(1), 69-83. <https://doi.org/10.22456/1982-1654.57833>
- Mischia, B. (2022). La inclusión educativa en la educación superior. Límites y desafíos actuales. *Revista Del IICE*, (52). <https://doi.org/10.34096/iice.n52.10783>
- Muntaner Guasap, J.J., Rossello, M.R., & De la Iglesia, B. (2016). Buenas Prácticas en Educación Inclusiva. *Educatio Siglo XXI*, 34(1), 31-49. <http://dx.doi.org/10.6018/j/252521>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU) (2006). *Convención Internacional sobre los derechos de las personas con discapacidad*. <https://www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU) (18 de septiembre de 2015). *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/transformar_nuestro_mundo_documento_oficial_de_la_agenda_2030_original.pdf
- Paz-Maldonado, E. (2020). Inclusión educativa del alumnado en situación de discapacidad en la educación superior: una revisión sistemática. *Teoría De La Educación. Revista Interuniversitaria*, 32(1), 123-146. <https://doi.org/10.14201/teri.20266>
- Pérez García, Á. (2022). El cine digital como recurso creativo para trabajar en el aula. *DICERE*, (2), 113-130. <https://doi.org/10.35830/dc.vi2.16>
- Planella Ribera, J., Pallarès Piquer, M., Chiva Bartoll, Ó., & Muñoz Escalada, M. C. (2021). La visión de la discapacidad a través del cine. La película *Campeones* como estudio de caso. *Encuentros. Revista De Ciencias Humanas, Teoría Social Y Pensamiento Crítico*, (13). <https://doi.org/10.5281/zenodo.4346136>
- Quesada López, M.I. (2021). Metodologías inclusivas y emergentes para la formación docente en inclusión educativa. *Revista Internacional De Apoyo a La inclusión, Logopedia, Sociedad Y Multiculturalidad*, 7(2), 110-117. <https://doi.org/10.17561/riai.v7.n2.6363>
- Rest, J.R. (1979). *Development in judging moral issues*. University of Minnesota Press.
- Rest, J.R. (1986). *Moral development: Advances in research and theory*. Praeger.

- Sánchez Echeverri, M. (2024). La articulación en la transición de la educación media a la educación superior, el caso colombiano: Universidad en Tu Colegio. *Praxis educativa*, 28(1), 1-18. <https://dx.doi.org/10.19137/praxiseducativa-2024-280108>
- Santos-Fuentefria, A., Ferrer-Vallin, M., Perdomo-Pérez, C.A., Pérez-Martínez, M., & Pedraza-Ferreira, U.J. (2022). El uso de videos como herramienta de motivación para estudiantes universitarios. Caso de estudio: Redes y consumidores. *Revista Cubana de Educación Superior*, 41(Especial 2), 415-433. <https://revistas.uh.cu/rces/article/view/1482>
- Scharrer, E., & Ramasubramanian, S. (2015). Intervening in the Media's Influence on Stereotypes of Race and Ethnicity: The Role of Media Literacy Education. *Journal of Social Issues*, 71(1), 171-185. <https://doi.org/10.1111/josi.12103>
- Semenova, Y., & Sotnikova, S. (2021). Developing media literacy skills of future specialists in the contemporary teacher training education. *SHS Web of Conferences*, 97. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20219701033>
- Sirin, S., Rogers-Sirin, L., & Collins, B. (2003). Validation of a Measure of Ethical Sensitivity and Examination of the Effects of Previous Multicultural and Ethics Courses on Ethical Sensitivity. *Ethics & Behavior*, 13(3), 221-235.
- Smith, S.L., Pieper, K.P., Wheeler, S., & Neff, K. (2023). *Inclusion in Netflix Original U.S Scripted Series & Films*. USC Annenberg. https://assets.ctfassets.net/4cd45et68cgf/1a7Y054FDJFXOp2fZ6Bmnl/335a2f7e0d575f1d4308ffe9987bb856/Full_Report_Inclusion_in_Netflix_Film_Series_1_.pdf
- Soto Fernández, G. (2023). La era de consumo en la esfera audiovisual: series y plataformas streaming. *Seriarte, Revista científica de series televisivas y arte audiovisual*, (3), 102-123. <https://doi.org/10.21071/seriarte.v3i.15199>
- Stoll, J. (20 de julio de 2022). Netflix subscribers count worldwide 2013-2022. *Statista*. <https://bit.ly/3gR09Tm>.
- Tatto, M.T. (2021). Professionalism in teaching and the role of teacher education. *European Journal of Teacher Education*, 44(1), 20-44. <https://doi.org/10.1080/02619768.2020.1849130>
- Toro, J., & Rodríguez, M.P. (2017). Formación en Ética en las Organizaciones: Revisión de la Literatura. *Información tecnológica*, 28(2), 167-180. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642017000200018>
- Torquemada, A.D., & Loredó, J. (2021). Validación de un cuestionario de evaluación de la ética profesional docente universitaria. *Revista Iberoamericana de Evaluación Educativa*, 14(1), 101-114. <https://doi.org/10.15366/riee2021.14.1.006>
- UNESCO (2005). *Guidelines for Inclusion: Ensuring Access to Education for All*. UNESCO.
- Wang, L., & Calvano, L. (2015). Is Business Ethics Education Effective? An Analysis of Gender, Personal Ethical Perspectives, and Moral Judgment. *Journal of Business Ethics*, 126(4), 591-602.

Protótipo de oficina de capacitação em acessibilidade visual em mídias sociais digitais

Prototype of a workshop on visual accessibility in digital social media

Tainá Bernardes Esteves Moreira

Universidade Estadual Paulista (Unesp) | Avenida Engenheiro Luís Edmundo Carro Coube, 14-01 - Vargem Limpa, Bauru | Brasil
0000-0003-4108-7096 | taina.bernardes@unesp.br

Guilherme Ferreira de Oliveira

Universidade Estadual Paulista (Unesp) | Avenida Engenheiro Luís Edmundo Carro Coube, 14-01 - Vargem Limpa, Bauru | Brasil
0000-0002-1424-0254 | guilherme.f.oliveira@unesp.br

Suely Maciel

Universidade Estadual Paulista (Unesp) | Avenida Engenheiro Luís Edmundo Carro Coube, 14-01 - Vargem Limpa, Bauru | Brasil
0000-0003-4103-6942 | suely.maciel@unesp.br

Recepción 28/02/2024 · Aceptación 22/05/2024 · Publicación 15/07/2024

Resumo

Com a evolução da tecnologia no último século o ambiente digital vem cada vez mais se consolidando como espaço de participação e troca entre indivíduos, de maneira que as dinâmicas desenvolvidas online chegam a ditar o ritmo em que a própria sociedade se desenrola. As Relações Públicas, caracterizadas como agentes sociais responsáveis pela manutenção da esfera pública, encontram no ambiente digital um campo essencial para sua atuação e devem trabalhar em prol da promoção dessa participação online, atividade que é diretamente ameaçada pelas barreiras de acesso que impedem alguns públicos de participar desse local, como é o caso das pessoas com deficiência visual. Assim, considerando a vertente educativa das Relações Públicas e utilizando-se de uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório-descritivo e pesquisa bibliográfica de revisão narrativa, propõe-se um modelo de oficina formativa sobre acessibilidade visual em mídias sociais digitais, objetivando enfrentar as barreiras de acesso nas plataformas (Instagram, Facebook, X e LinkedIn) a partir da difusão do conhecimento de técnicas e diretrizes de produção de conteúdo acessível. Após aplicação e validação, o modelo de oficina se mostra efetivo para a difusão do conhecimento tanto teórico quanto prático sobre acessibilidade em mídias sociais digitais e o reconhecimento de suas importâncias nas rotinas de produções de profissionais de comunicação, organizações e usuários em geral.

Palavras-chave: acessibilidade, relações públicas, inclusão, deficiência visual, mídias sociais digitais.

Abstract

With the evolution of technology in the last century, the digital environment has been increasingly consolidating itself as a space for participation and exchange among individuals, to the point that the dynamics developed online often dictate the pace at which society itself unfolds. Public Relations, characterized as social agents responsible for maintaining the public sphere, find in the digital environment an essential field for their actions and must work towards

promoting this online participation, an activity that is directly threatened by access barriers that prevent some audiences from participating in this space, such as people with visual impairments. Thus, considering the educational aspect of Public Relations and using a qualitative exploratory-descriptive research approach and narrative literature review, a model of formative workshop on visual accessibility in digital social media is proposed, aiming to tackle access barriers on platforms (Instagram, Facebook, X, and LinkedIn) through the dissemination of knowledge on techniques and guidelines for producing accessible content. After the application and evaluation, the workshop model proves to be effective for the dissemination of both theoretical and practical knowledge about accessibility on social networks and the recognition of its importance in the routines of communication professionals, organizations, and social media users in general.

Keywords: *accessibility, public relations, inclusion, visual impairment, social media.*

1. Introdução

Embora no princípio a internet tenha sido idealizada como algo universal (Berners-Lee, 1997), com a ampliação dos websites, das mídias sociais digitais e das formas de produção (seja de programação de websites ou de conteúdos), um valor basilar da produção digital e em rede se transformou em uma recomendação de boas práticas. Muitas vezes a importância de se considerar as condições de acesso foram deixadas em segundo plano, transportando as barreiras de acesso do mundo analógico para o virtual (Ellis & Kent, 2011), inclusive na concepção de processos comunicacionais que não consideram as deficiências (Magalhães & Maciel, 2021) e a diversidade de formas de acesso.

Para assegurar o pleno acesso de todos ao meio digital, e, conseqüentemente, possibilitar que as pessoas participem desse espaço, é necessário trabalhar no enfrentamento das barreiras de acesso existentes na sociedade conectada (Decreto nº 6.949, 2009). Uma maneira de se enfrentar algumas dessas barreiras é a consideração de recursos e parâmetros de acessibilidade na produção de conteúdo.

Já existem diversos manuais e diretrizes (Álvarez-Peréz *et al.*, 2013; W3C, 2018; Peñas & Hernández, 2019; Ferraz, 2020; Pereira, 2021), que indicam formas de se aplicar esses parâmetros em conteúdos, além de leis que garantem o direito de acesso (Lei nº 13.146, 2015), porém, é possível perceber uma lacuna na difusão desse conhecimento e na aplicação dessas técnicas no dia a dia (Leite & Luvizotto, 2017).

Considera-se o ambiente digital das mídias sociais como um espaço importante de atuação das Relações Públicas (Terra, 2019), por ser essa uma área responsável pela criação e gestão de um espaço de participação pública (Van-Ruler & Verčič, 2003). Ainda, considera-se que as Relações Públicas desempenham um papel educativo, tanto dentro das organizações (Van-Ruler & Verčič, 2003), quanto também na sociedade como um todo. Somado a isso já se encontram perspectivas na área sobre a existência de um escopo de atuação voltada para a consideração dos recursos de acessibilidade nos produtos comunicacionais desenvolvidos pelos profissionais de Relações Públicas (Oliveira *et al.*, 2023), o que potencializa seu espaço de participação dentro da temática e justifica o desenvolvimento de um material sobre assunto, uma vez que não foi encontrado dentro do campo de pesquisa da área material instrucional com foco em difusão do conhecimento.

Assim, pensando na ampliação da formação da população e das organizações, observa-se a oportunidade de criação de um modelo específico e instrucional que compile de forma didática os

principais pontos para a aplicação dessas ferramentas, com foco em recursos voltados para pessoas com deficiência visual. Dessa forma, esse trabalho objetiva apresentar o processo de desenvolvimento do modelo de oficina para capacitação de acessibilidade visual em mídias sociais digitais, a partir da exposição dos principais fundamentos e de aplicações cotidianas de recursos de acessibilidade e de parâmetros de produção de conteúdo. Além disso, busca-se compreender o papel educativo das Relações Públicas no que tange a formação de seus públicos, em especial, produtores de conteúdo para mídias sociais digitais; e também difundir e alocar o conhecimento teórico e técnico de acessibilidade visual em mídias sociais nas rotinas de produção de conteúdo.

Assim, a seguir serão discutidas as relações públicas, seu papel educativo, e sua intersecção com a comunicação digital e a acessibilidade nesse meio, explorando também os conceitos de acesso à informação por pessoas com deficiência na internet. Na sequência, será apresentado o percurso metodológico traçado para o desenvolvimento da oficina, e então exposto os resultados, com aprofundamento em cada parte do produto final. Por fim, serão destrinchados os resultados da avaliação do produto, levando às conclusões e possibilidades que nascem a partir dessa pesquisa.

2. Relações Públicas e seu potencial formativo

A definição e a delimitação dos campos de estudo e atuação das Relações Públicas têm sido um debate constante desde a formulação da área no século XX (Kunsch, 2022). Apesar de todo o avanço na pesquisa e da consolidação da disciplina, ainda existe grande discrepância de opiniões referentes a produção e reprodução de conhecimento, principalmente se considerarmos diferentes pontos geográficos (Lemos, 2018). Por muito tempo, de acordo com Kunsch (2022),

no Brasil, as relações públicas foram amplamente influenciadas pelo paradigma norte-americano, mormente até a década de 1980. Para falar sobre a história das relações públicas no país, o ponto de partida para as narrativas recorrentes era, sempre, descrever o que ocorreu nos Estados Unidos. (p. 18)

Geralmente centrada em uma perspectiva pragmática e funcionalista, a literatura brasileira sobre Relações Públicas se debruçava principalmente sobre a preocupação de como seria o relacionamento das empresas com seus respectivos públicos, em prol de melhorar a imagem das organizações, sem considerar uma visão mais ampla do contexto sociocultural (Kunsch, 2022). A partir de ações de assessoria de imprensa, gestão de imagem e reputação, gestão de relacionamentos, gestão de crise, produção de comunicações dirigidas e gestão de eventos, as Relações Públicas se moldam dentro desse contexto empresarial, e a maior parte das linhas de pesquisa e de atuação se voltam para essa frente, em uma parceria cultural e socioestrutural com o campo da Comunicação Organizacional (Lemos, 2018).

A sociedade, porém, enfrenta problemas cada vez mais complexos e ao se voltar apenas para o âmbito organizacional as Relações Públicas parecem exacerbar a situação em vez de melhorar esse cenário, faltando preparação do campo para lidar com esses novos desafios (Stoekle & Adi, 2023). Lemos (2018) aponta que ao compreender as organizações como “espaços de mediação social e institucional e, principalmente, como agentes do processo comunicativo” (p. 184), já é possível entender o porquê que as Relações Públicas, mesmo que principalmente voltadas para o campo empresarial, já deveriam

considerar esse cenário externo. Entretanto, a área acaba por se limitar quando não trabalha com essa visão mais macro do cenário geral. De acordo com Stoekle e Adi (2023),

as Relações Públicas são incapazes de compreender, e muito menos responder adequadamente, a tais desafios. Seu alinhamento com o desempenho corporativo e o já mencionado ‘foco em metas e objetivos ou gestão por objetivos’ não consegue captar a amplitude e a profundidade das questões abordadas. (p. 90)

Dessa forma, apesar da pesquisa estar concentrada nessa área, vê-se necessária a exploração de outras visões sobre Relações Públicas. Foi apenas após a virada dos anos 1980 que começou a se explorar um pensamento autônomo em Relações Públicas no Brasil, com o desenvolvimento de uma linha de pesquisa com viés social e comunitário, alinhado à ampliação das discussões sobre comunicação pública e política (Lemos, 2018). Porém, em outras partes do globo, o entendimento social das Relações Públicas já vinha sendo discutido, como é o caso da Europa. As pesquisas europeias se baseiam na perspectiva de que as Relações Públicas são responsáveis pela criação de uma base para o debate público (Van-Ruler & Verčič, 2003).

Essa perspectiva não quer dizer que o fazer das Relações Públicas está totalmente desconectado das organizações, uma vez que, majoritariamente, é nesse ambiente que se desenvolvem as atividades. Porém, segundo Van-Ruler e Verčič (2003) enxerga-se a área como algo que não é “[...] um fenômeno para ser descrito e definido e nem uma função profissional administrativa” (p. 168). Na visão destes autores, as Relações Públicas deveriam ser vistas como um processo estratégico de enxergar uma organização desde um olhar externo e social.

Dessa forma, identificam-se quatro eixos nas Relações Públicas europeias: gerencial, operacional, reflexivo e educacional (Van-Ruler & Verčič, 2003). Dentre esses, o reflexivo e o educacional se destacam por serem exclusivos dessa vertente: ambos consideram a visão externa às organizações, de maneira que traz-se a sociedade para o cotidiano do profissional, e sugere atividades formativas dentro da organização. A educacional, especialmente, segundo Van-Ruler e Verčič (2003), coloca no escopo das Relações Públicas o dever de “ajudar todos os membros da organização a se tornarem competentes comunicacionalmente, com o objetivo de responder melhor às mudanças das demandas da sociedade” (p. 163), o que pode vir a ser um primeiro passo para a superação do despreparo da área frente aos novos grandes desafios da sociedade (Stoekle & Adi, 2023).

A partir da noção deste papel das Relações Públicas, como área responsável pela construção de projetos de educação junto aos públicos internos das organizações, promovendo competências comunicacionais (Andrelo, 2016), entende-se que as atividades formativas podem se expandir para uma atuação voltada à formação de outros públicos que não somente o interno. Ainda, para o campo da comunicação, na atualidade, não se pode desconsiderar a ampla influência da comunicação digital nos processos comunicacionais e de formação da opinião pública (Saad-Corrêa, 2020).

A atuação do relações-públicas vai além da simples presença online: deve englobar estratégias para construção e manutenção de relacionamentos, gerenciamento de crises de reputação e fomento da participação significativa dos mais diversos públicos de interesse. O profissional de Relações Públicas desempenha um papel fundamental na construção dos sentidos do que são as organizações, seus valores e seus principais atributos significativos para os públicos em um cenário digital dinâmico

e influente, e deve se adaptar a fim de saber lidar com esse cenário. Dreyer (2017) explica que os relações-públicas devem entender a comunicação digital como “elemento transversal no processo de comunicação, e não como outro campo científico” (p. 83).

É importante ressaltar o caráter interativo que as mídias sociais digitais possuem, empoderando novas vozes até então silenciadas, assim gerando uma reinvenção das Relações Públicas (Dreyer, 2017). Esse espaço permite a troca de informações e significados entre os públicos de maneira simultânea, transformando o usuário em consumidor e produtor de conteúdo ao mesmo tempo e impulsionando as atividades das Relações Públicas Digitais (Terra, 2019). Assim, o profissional precisa se adaptar para compreender e trabalhar o potencial dessas novas vozes, alinhados com os interesses das organizações e também em prol da esfera pública criada no ambiente digital.

Para que essa adaptação seja possível, no entanto, é necessário entender como trabalhar com seus públicos de interesse dentro dessa nova esfera: identificar quem são esses públicos e como eles agem dentro desse ambiente, levando em consideração a forma como consomem conteúdo e como se dá o acesso e a fruição à informação. Logo, percebe-se os desafios em relação a isso, pois nem todos os públicos estão ativamente participando do debate online devido às barreiras de acesso que as impedem de participar, como é o caso das pessoas com deficiência (Ellis & Kent, 2011). Já despontam na literatura da área algumas possibilidades de atuação de Relações Públicas em prol da inclusão das pessoas com deficiência nos processos comunicacionais digitais a partir da consideração da acessibilidade (Oliveira *et al.*, 2023), que se potencializam ao se apropriarem do eixo educativo apresentado pela vertente europeia das Relações Públicas.

3. Acesso à informação e à comunicação por pessoas com deficiência visual

A deficiência é considerada um conceito em evolução, de acordo com a Convenção sobre os Direitos da Pessoa com Deficiência e seu Protocolo Facultativo (Decreto nº 6.949, 2009). Aqui partimos do modelo biopsicossocial: Gesser *et al.* (2012) explicam que “essa perspectiva propõe o rompimento de concepções sobre a deficiência que reduzem a compreensão do fenômeno às lesões e aos impedimentos do corpo e objetiva uma virada conceitual ao incorporar questões sociais e políticas em sua análise” (p. 559).

A deficiência passa a ser compreendida como um fenômeno que ocorre quando em interação com a sociedade, a qual se organiza de formas a construir barreiras de acesso que impedem a plena participação das pessoas com deficiência (Ellis & Kent, 2011). Tal concepção é corroborada pela Lei Brasileira de Inclusão (LBI) (também conhecida como Estatuto da Pessoa com Deficiência) (Lei nº 13.146, 2015), que define a pessoa com deficiência como “aquela que tem impedimento de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, o qual, em interação com uma ou mais barreiras, pode obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdade de condições com as demais pessoas.”

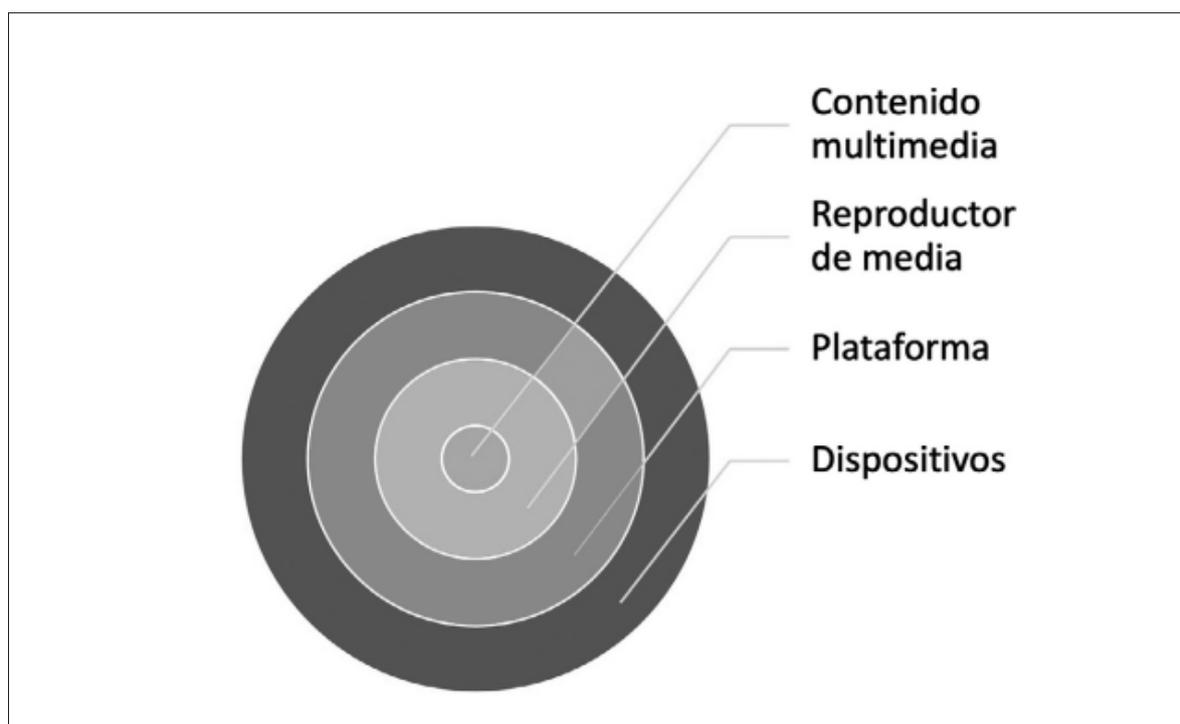
As barreiras de acesso se apresentam em diferentes dimensões, podendo ser essas arquitetônicas, comunicacionais, metodológicas, instrumentais, programáticas e atitudinais (Sasaki, 2009). Ao nos voltarmos especificamente para a dimensão comunicacional, encontramos diferentes barreiras no processo de acesso à informação, em especial pela não consideração da diversidade sensorial.

Diversas são as formas de acesso à informação: a partir da audição, em mídias como música, rádio, podcasts, audiolivros; a partir da visão, em obras audiovisuais como filmes e séries, imagens, fotografias, obras de arte etc; e a partir do tato, com materiais em braille, maquetes táteis e superfícies e produtos com diferentes texturas. Assim, podemos identificar a oportunidade de combater essas barreiras com a disponibilização de um mesmo conteúdo em mais de um formato (Ellis & Kent, 2011; Maciel, 2022), permitindo que uma pessoa com deficiência sensorial acesse a informação de diferentes maneiras.

No ambiente digital, as barreiras que se desenvolveram no mundo analógico foram transpassadas para o digital e perpetuam-se na criação de conteúdo, que na maioria das vezes não considera parâmetros de acessibilidade (Ellis & Kent, 2011; Magalhães & Maciel, 2021). Por se tratar de um ambiente que possibilita a multimídia, existem algumas dimensões a serem consideradas no acesso aos conteúdos (figura 1). De certa forma, essa multimídia pode ser entendida como uma oportunidade para a diversidade e a ampliação de acesso ao conhecimento em uma perspectiva inclusionista, conforme explica Orero (2022).

Figura 1

Dimensões da acessibilidade multimidiática



Fonte: Orero (2022).

As três primeiras dimensões estão além do escopo de atuação do usuário, normalmente, e são direcionadas para organizações e desenvolvedores e na consideração da disponibilização e uso de Tecnologias Assistivas (TA). A Lei Brasileira de Inclusão define TAs como “produtos, equipamentos, dispositivos, recursos, metodologias, estratégias, práticas e serviços que objetivem promover a funcionalidade, relacionada à atividade e à participação da pessoa com deficiência” (Lei nº 13.146,

2015), e as Tecnologias Assistivas se diferem de tecnologias de reabilitação (Bersch, 2017) e de informação e comunicação (Sardenberg & Maia, 2021), no geral por estarem voltadas principalmente ao papel de ampliar e promover a participação das pessoas com deficiência com autonomia e independência.

Já o centro do diagrama de Orero (2022) se refere à acessibilidade no conteúdo multimídia, que está diretamente ligada à atuação do usuário na mídia social digital. Aqui consideram-se parâmetros de acessibilidade a serem seguidos pelo próprio criador em seu conteúdo, os quais podem ser utilizados no dia a dia para garantir o acesso: inclusão de audiodescrição nos produtos audiovisuais, de legendas (em seus mais variados tipos) etc... Portanto, como forma de enfrentamento das barreiras de acesso no ambiente digital, é de extrema importância que o usuário aprenda a seguir esses parâmetros e diretrizes de produção no cotidiano, a fim de caminhar cada vez mais em direção a uma sociedade digital realmente participativa e inclusiva.

Muito do que foi apresentado até então, em relação ao acesso à informação no ambiente digital, está diretamente relacionado à diversidade sensorial, enfoque deste trabalho. Dentre as deficiências sensoriais se encontra a deficiência visual, composta pela cegueira total ou baixa visão, que impossibilita ou dificulta o usuário de acessar a informação por meio de estímulos visuais. Assim, diversas são as tecnologias assistivas voltadas para esse público, pensando tanto na adaptação como na disponibilização das informações em multiformatos: leitores de tela, descrições de imagens, ampliadores de tela e adaptadores de cores, displays de Braille e audiodescrição (Magalhães & Maciel, 2021).

Além desses, também devem ser considerados outros recursos pelos próprios usuários na elaboração de seus produtos/publicações digitais: questões de escolha tipográfica (Scudeler, 2013; Salton *et al.*, 2017), contraste e uso de cores (W3C, 2018), dentre outros da seara da acessibilidade cromática (Pereira, 2021).

Reconhece-se o papel dos usuários (sejam pessoas, coletivos ou organizações de qualquer setor da sociedade) na construção de uma web mais inclusiva e participativa a partir da consideração dos parâmetros de acessibilidade na comunicação digital, como na disponibilização de formatos acessíveis (Luvizotto & Magalhães, 2023).

E, considerando a atuação das Relações Públicas no ambiente digital (Dreyer, 2017; Terra, 2019) e seu papel educativo (Van-Ruler & Verčič, 2003), o leque de recursos e parâmetros de acessibilidade podem incorporar o grande escopo de habilidades comunicacionais e profissionais desta área. O tratamento da questão da acessibilidade no campo das Relações Públicas é uma possibilidade já identificada por Oliveira *et al.* (2023), principalmente “à respeito do uso de recursos de acessibilidade por organizações em suas páginas em redes sociais e/ou websites para garantir o acesso aos conteúdos” (p. 106). Mas, para isso, precisa-se de um entendimento por parte dos profissionais da área do “como realizar isso”. Oliveira *et al.* (2023) identificam que um passo futuro para a ampliação da intersecção entre ambas áreas (Relações Públicas e Acessibilidade) é a “sistematização de ferramentas e técnicas estratégicas que possibilitam a inclusão” (p. 107).

Assim, para que todos os parâmetros de acessibilidade possam ser utilizados de maneira adequada e efetiva, é imprescindível que o usuário (os comunicadores e Relações Públicas inclusos) se capacite e estude essas diretrizes para que possam ser aplicadas no cotidiano, trabalhando diretamente no

enfrentamento das barreiras de acesso e, dessa forma, como apontam Luvizzotto e Magalhães (2023) “adaptem os ambientes de interação e reconfigurem lógicas dominantes e excludentes” (p. 114).

4. Percurso metodológico

Para o desenvolvimento desse projeto foi realizada uma pesquisa de abordagem qualitativa, de caráter exploratório-descritivo. Foi utilizado o método de pesquisa bibliográfica, partindo de uma revisão narrativa de literatura (Rother, 2007). A revisão narrativa é mais abrangente, e busca descrever e discutir o desenvolvimento ou o ‘estado arte’ de um determinado assunto, a partir da coleta seletiva e intencional de quais materiais bibliográficos irão integrar a pesquisa (Rother, 2007). Aqui, buscou-se elencar textos, manuais e diretrizes a fim de compreender os principais tópicos e técnicas para se desenvolver a oficina.

Uma oficina, enquanto modelo de ensino-aprendizagem (Aguilar & Silva, 2021), pode ser compreendida como uma atividade prática e coletiva que promove um momento de interação em grupo que desenvolve diferentes habilidades e conhecimentos, baseados em um tema. Aqui, o diálogo é um dispositivo fundamental para a metodologia, que se baseia nessa troca de experiências entre os participantes. Ainda, esse modelo de formação complementar se faz necessário, visto a lacuna existente no ensino sobre a acessibilidade e produção acessível para pessoas com deficiência no currículo regular da universidade, que pode ser percebida no campo do jornalismo (Berni, 2022) e se desdobra no campo da comunicação, como é o caso das Relações Públicas.

A partir da pesquisa bibliográfica, foi desenvolvido um “embrião” do que viria a ser a oficina de acessibilidade visual em mídias sociais. Para entender o percurso metodológico trilhado para a elaboração deste produto é necessário contextualizar onde ele foi primeiramente desenvolvido.

A oficina “Acessibilidade Visual em Redes Sociais” foi criada em 2019 como uma atividade da equipe de Comunicação Externa do Laboratório de Ensino, Pesquisa e Extensão em Mídia e Acessibilidade “Biblioteca Falada”. O Biblioteca Falada, em atuação desde 2004, é um laboratório da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Unesp Bauru, que tem o objetivo de ampliar o repertório informativo, educativo e cultural das pessoas com deficiência visual, além de ser um espaço para realização de pesquisa e divulgação científica sobre acessibilidade e inclusão e também atividades de ensino, em especial a capacitação de profissionais externos e dos próprios integrantes do Laboratório, sobre acessibilidade midiática, cultural e educacional.

A demanda por uma oficina de acessibilidade visual em mídias sociais digitais surgiu da solicitação da Comissão Organizadora do 20º Encontro Interdesigners, que buscava oficinas sobre acessibilidade e inclusão para compor sua programação. A equipe de Comunicação Externa, responsável pela gestão das mídias sociais do laboratório, já produzia conteúdo seguindo parâmetros e diretrizes de acessibilidade, e encontrou nesse convite a oportunidade de difundir esse conhecimento. Assim, sistematizaram o conhecimento prático que já tinham, por conta do trabalho cotidiano e pesquisas realizados no projeto com base em duas iniciações científicas de ex-membros da equipe (Santana, 2021; Magalhães & Maciel, 2021), e elaboraram uma primeira versão da oficina, com um foco maior no viés do *design* na produção de conteúdo.

Após a primeira edição, a busca pela oficina cresceu, chamando a atenção de outros projetos e coletivos universitários. Os membros da equipe de Comunicação Externa então buscaram aprofundar os conhecimentos sobre Acessibilidade, *Design Universal* e Tecnologias Assistivas a partir da pesquisa bibliográfica sobre o tema, a fim de aprimorar cada vez mais o conteúdo teórico da oficina.

A cada edição que era ministrada os membros coletavam os *feedbacks* dos participantes utilizando questionários e avaliavam o modelo, em busca de adaptações conforme a necessidade de cada público. Foram ministradas três edições em 2019 de maneira presencial e após o início da pandemia e a adaptação do formato para o modelo remoto, ocorreram oito edições em 2020 e oito em 2021, para diferentes projetos de extensão, instituições, organizações e Organizações Não-Governamentais (ONGs), de dentro e fora de Bauru. O modelo de oficina com tempo de duração entre 90 e 120 minutos.

Com o retorno das atividades presenciais e reformulação da equipe no período pós-pandêmico, a oficina foi descontinuada em 2022, e retomada somente na ocasião deste trabalho: ela foi reformulada apresentada novamente ao público como parte do II Ciclo de Atividades sobre Acessibilidade na Comunicação e na Cultura, evento promovido pelo Biblioteca Falada.

A reformulação foi feita pelos ex-responsáveis pela primeira elaboração da oficina, autores deste trabalho, que a partir da revisão bibliográfica narrativa supracitada, revisitaram todos os tópicos, complementando a base teórica e atualizando informações que estavam defasadas devido ao tempo que a oficina ficou sem receber alterações. Foram selecionados trabalhos recentes - apresentados no referencial teórico acima - para enriquecer o material com perspectivas atuais sobre acessibilidade. Dessa forma, chegaram ao modelo final, apresentado e testado no Ciclo em 31 de outubro de 2023.

Para essa primeira aplicação-teste pós-reformulação foi elaborado um questionário estruturado para a avaliação da atividade. O questionário conta com perguntas abertas e fechadas (Novelli, 2005) e foi disponibilizado de maneira digital, na plataforma *Google Forms*, no final da oficina. O principal objetivo dessa avaliação foi entender a eficácia do novo formato, a relevância dos novos temas tratados após a reformulação e a percepção do público sobre a atividade e seu papel na difusão da acessibilidade, possibilitando a validação dos objetivos do modelo e abrindo possibilidades de melhoria.

5. Resultados e apresentação do produto

5.1. Objetivo da oficina

Difundir o conhecimento teórico e técnico de acessibilidade visual em mídias sociais digitais, a partir de exposição dos principais fundamentos e de aplicações cotidianas de recursos de acessibilidade e de parâmetros de produção de conteúdo.

5.2. Público

O público de interesse dessa oficina é composto por qualquer pessoa que use as mídias sociais digitais, pessoal ou profissionalmente, e tenha interesse em aprender a aplicar parâmetros de acessibilidade em sua criação de conteúdo. Também se encaixam aqui as organizações, de qualquer um dos três setores, que procuram ampliar o alcance de seu conteúdo digital por meio da ampliação de públicos, possível

a partir da consideração da acessibilidade. Por se tratar de um material explicativo e formativo, não é necessário conhecimento prévio na área da acessibilidade para a compreensão do tema, e também não é exigido alto conhecimento em mídias sociais, alcançando um público mais abrangente. No dia da aplicação-teste, os principais públicos foram membros do Laboratório Biblioteca Falada, membros de projetos de extensão e instituições da universidade convidados e alunos inscritos no evento.

No que diz respeito aos públicos que se espera beneficiar com a aplicação dos conhecimentos difundidos pela oficina, estão as pessoas com deficiência visual – cegueira ou baixa visão – assim como pessoas com daltonismo e outras condições da visão, e pessoas que navegam com leitores de tela no geral.

5.3. Formato

Após sua reformulação, a oficina é formada por uma apresentação com 45 slides, com conteúdo teórico, prático e visual, trazendo exemplos de publicações reais e dinâmicas que permitem ao participante exercitar o aprendizado. Ela possui aproximadamente duas horas de duração, considerando a parte expositiva e a parte de dinâmicas a serem realizadas pelos participantes, e pode ser ministrada por uma ou mais pessoas. Sua aplicação teste foi realizada de maneira presencial, mas pode ser facilmente replicada para o modelo remoto, ampliando seu potencial de alcance.

Todas as informações que compõem a oficina possuem suporte teórico, que foi traduzido para um estilo mais geral, formativo e educativo, a fim de se atingir o objetivo de ampliar a difusão desse conhecimento.

5.4. Conteúdo

A oficina “Acessibilidade Visual em Mídias Sociais” tem como foco a criação de conteúdo para Instagram, Facebook, X (ex-Twitter) e LinkedIn. Foi construída a partir do estudo sobre diretrizes e parâmetros de acessibilidade e inclusão, e elaborada em cima de três pilares principais: 1) o teórico, com apresentação conceitual relevante ao tema; 2) o técnico, com dicas e exemplos voltados para a construção do conteúdo seguindo os parâmetros de acessibilidade; e 3) o prático, com a proposta de diferentes dinâmicas para exercitar o que foi passado nas outras etapas.

No primeiro terço, apresenta-se a parte teórica mais densa de toda a oficina, com o intuito de fornecer ao público uma base de conhecimento para que a criação de conteúdo acessível não seja realizada apenas compulsoriamente, mas sim com o entendimento das razões por trás do processo, considerando o viés formativo da atividade.

Para iniciar a atividade, é utilizada a definição de Acessibilidade da Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Lei nº 13.146, 2015). Na sequência, é apresentado o conceito de Design Universal, o qual defende que tudo deve ser projetado desde sua origem já considerando a acessibilidade, para atender o maior número de pessoas da maneira mais simples e inclusiva possível (Carletto & Cambiaghi, 2016).

Em seguida, apresenta-se a conceitualização de Acessibilidade Web (Ferraz, 2020) e na sua importância da sua consideração desde a concepção de produtos digitais. Nesta parte da atividade,

apresenta-se também as dimensões da acessibilidade multimídia (Orero, 2022) para entender onde no espectro da acessibilidade web se encaixa o conteúdo.

Em seguida, guia-se o público em direção ao recorte específico da acessibilidade visual: são apresentadas classificações e nomenclaturas, como deficiência visual - cegueira e baixa visão - e outras questões associadas à visão. Em seguida, apresenta-se a concepção biopsicossocial da deficiência como lente pela qual a oficina foi construída.

A oficina então segue para a sua segunda sessão, que compreende a maior parte da atividade: o eixo técnico. Esse eixo conta com dicas e diretrizes voltadas para o processo de criação de conteúdo propriamente dito. Ainda é apresentado algum suporte teórico para contextualizar cada um dos tópicos, mas sempre com um direcionamento mais prático.

Como esta parte é apresentada imediatamente após a explicação do que é deficiência visual e os distúrbios da visão, inicia-se com o tópico “daltonismo”, que apesar de não ser uma deficiência, deve ser considerado no processo de produção de conteúdo, através do cuidado com contraste e escolhas de cor, para que nenhuma informação se perca.

A partir de uma imagem com as cores alteradas, é possível exemplificar a importância de algumas diretrizes de produção de conteúdo, como a importância de cores bem contrastantes e a utilização de linhas e formas bem definidas.

Na sequência, são apresentadas três ferramentas práticas para a verificação da acessibilidade para pessoas com daltonismo: O Cobliss¹, que é um site onde o usuário pode *upar* suas imagens e ele simula a visão daltônica, o aplicativo *Chromatic Vision Simulator*², que simula a visão daltônica utilizando da câmera do celular, e o *plug-in A11Y*³, que ao ser instalado no *Google Chrome* simula automaticamente a visão daltônica em qualquer página da *web* escolhida pelo usuário.

O próximo tópico apresenta dicas de como escolher uma tipografia de boa leitura, além de pontos para se observar e evitar no momento da escolha. Essa parte é pensada primeiramente para o público com baixa visão, porém, uma boa escolha tipográfica facilita a vida de todos ao se consumir um conteúdo, seguindo os princípios do Design Universal (Carletto & Cambiaghi, 2016).

Para apresentar as informações de forma lúdica, nesta parte da oficina são utilizados exemplos de todas as recomendações, permitindo assim que o participante interaja com o conteúdo e perceba as problemáticas que são apontadas em cada uma das diretrizes de maneira direta. Os participantes também são convidados a ler exemplos reais, o que torna um momento mais descontraído.

Começando a trilhar o caminho teórico que leva até o processo de descrição de imagens, apresenta-se a definição de Tecnologias Assistivas, baseando-se na Lei Brasileira de Inclusão (Lei nº 13.146, 2015). Dentro da seara das tecnologias assistivas, são destacados os leitores de tela, que são a principal ferramenta de acesso das pessoas com deficiência visual ao ambiente digital, seja no computador ou no celular.

1. Disponível em: link
2. Disponível em: link
3. Disponível em: link

Junto com a explicação do funcionamento do leitor de tela, ressalta-se que eles não são capazes de interpretar imagens por si só, e precisam de textos descritivos para que possam realizar a leitura. Então, são apresentadas as formas de se acessar informações visuais de imagens, por meio do Texto Alternativo (Alt), descrição de imagens em *hashtags* inclusivas e audiodescrição. Também é explicado de forma geral o formato de descrições que são inseridas no *Alt*: uma descrição direta e curta, que possuem espaço nativo nas plataformas para sua inserção e tem foco nos textos de uma imagem, além de possuir suas próprias diretrizes de produção de acordo com o WCAG (W3C, 2018; Ferraz, 2020).

A outra forma de acessar o conteúdo das imagens, mais especificamente em mídias sociais digitais, são as descrições de imagens apresentadas como *hashtags* inclusivas. O movimento das *hashtags* inclusivas se iniciou no Brasil com a #PraCegoVer (Jesus, 2018), projeto da professora Patrícia “Braille” em 2016, e se ampliou com o passar dos anos, agora murais difundido em toda a rede com diversas *hashtags* como #Acessibilidade, #DescriçãoDaImagem #PraTodosVerem, entre outras. Consiste na produção de uma descrição de imagem para ser inserida no texto do entorno da imagem em mídias sociais ou sites, trazendo as informações visuais da publicação, e é elaborada pelos usuários. A oficina então apresenta as principais diretrizes para a descrição de imagens estáticas, de maneira direta e descomplicada, tentando elucidar ao participante o processo de criação de “imagens mentais” na cabeça da pessoa que está ouvindo a descrição. As dicas não são passadas de maneira a parecer um manual fechado: é explicado o motivo pelo qual cada uma das diretrizes se aplica, partindo do princípio que a fixação do conteúdo é mais alta ao se entender o porquê de algo ser feito, e não apenas o fazer compulsoriamente.

Na última parte deste eixo da oficina, são apresentados exemplos reais de publicações com descrição de imagens na legenda. Foram selecionados dois exemplos de descrições que não seguem os parâmetros e dois exemplos de qualidade de páginas do Instagram de diferentes segmentos. Foram escolhidas postagens que pudessem exemplificar as diretrizes apresentadas anteriormente, trazendo de maneira lúdica e descontraída a problemática de descrições incompletas ou mal construídas, e a facilidade com que se é possível consumir uma imagem a partir da descrição quando essa é bem elaborada.

No terceiro e último eixo, a parte prática da oficina, são oferecidas duas dinâmicas: a primeira é uma sensibilização rápida, que objetiva fixar a importância de se escolher os elementos principais de uma imagem na hora de descrevê-la. Assim, foi selecionada uma imagem complexa e com muitas informações visuais de um *show* com plateia e diversos dançarinos.

Essa imagem é exibida para os participantes por 30 segundos, e solicitado que eles a observem com atenção e procurem guardar a maior parte de informações possível sobre ela. A foto então é retirada da tela, e são feitas perguntas sobre os detalhes da imagem, que geralmente não são registrados pelo observador em uma primeira observação. Assim, é explicado a importância de não alongar a descrição em detalhes menos relevantes e dar o foco no texto para o conteúdo principal da imagem e que mais possui destaque.

Na segunda dinâmica são oferecidas algumas imagens aos participantes, para que eles as descrevam, de quatro categorias diferentes: uma fotografia de paisagem, uma ilustração digital, uma fotografia de pessoas e uma arte digital de divulgação de evento. Os participantes são divididos em grupos, mas as descrições devem ser elaboradas individualmente, no tempo de 10 a 15 minutos. Após o tempo proposto, os aplicadores pedem que os participantes se voluntariem para ler as

descrições, sendo pelo menos um representante de cada tipo de imagem. As imagens apenas são reveladas para o restante do grupo após a leitura da descrição, novamente exercitando a escuta dos participantes. A partir das leituras de suas próprias descrições, os aplicadores da oficina dão *feedbacks* para os voluntários.

Após finalizada a dinâmica, é disponibilizado o QR code que dá acesso ao formulário de avaliação, para ser respondido nos últimos 10 minutos da atividade, e assim é encerrada a oficina.

5.5. Avaliação da oficina

A aplicação teste da oficina ocorreu em 31 de outubro de 2023, como parte da programação do evento do Biblioteca Falada, e foi ministrada no laboratório 5 da Central de Laboratórios da FAAC Unesp Bauru, com 33 participantes. Após a realização da atividade, foi aplicado um questionário estruturado (Novelli, 2005) com perguntas abertas e fechadas, dividido em duas seções. Nos últimos 10 minutos da oficina, foi disponibilizado o questionário de avaliação no *Google Forms* a partir de um QR Code no *slide* que estava sendo projetado.

Após o termo de livre esclarecimento (TLE), coletando o consentimento de todos os respondentes, a primeira seção do questionário buscava entender o histórico do respondente, qual era sua formação e seu nível de familiaridade com a acessibilidade e outros temas tratados na oficina antes da aplicação, construindo assim o perfil do público que serviria de base de comparação para o restante das perguntas. Na segunda seção, foi questionado como o participante avaliava os tópicos apresentados na oficina, em uma escala de Likert de 0 a 5, sendo 0 baixo/ruim e 5 alto/excelente, além de perguntas abertas sobre como se poderia melhorar a atividade e a percepção que o respondente tinha sobre seu papel na promoção da acessibilidade e inclusão.

No total foram estruturadas 14 perguntas, sendo 3 abertas e 11 fechadas. De 33 participantes, 23 responderam ao questionário, contemplando aproximadamente 70 % do público que participou da atividade.

A partir das respostas, traça-se um perfil composto em sua maioria por estudantes e profissionais da área de comunicação social (e alguns de comunicação visual), divididos entres os cursos de Jornalismo, Relações Públicas, Design e Artes Visuais. De todos os respondentes, 65 % já tinham trabalhado com criação de conteúdo para mídias sociais digitais em algum momento, porém apenas 39 % já haviam produzido conteúdo considerando parâmetros de acessibilidade.

Nas perguntas sobre o nível de conhecimento acerca de acessibilidade e nível de familiaridade com descrição de imagens, as respostas possibilitam identificar um conhecimento muito diversificado: tivemos quantidades expressivas de respostas em cada um dos 5 pontos da escala de avaliação, sendo que 73 % se concentraram de maneira mediana, nas respostas 2, 3 e 4. Esse resultado é esperado, visto que a oficina foi aplicada como parte da programação de um evento voltado para a temática da acessibilidade e inclusão, que tem como um dos públicos principais os membros do Laboratório Biblioteca Falada, que também tem contato com o tema no cotidiano. Em contrapartida, o conhecimento do público sobre Tecnologias Assistivas se mostrou mais rudimentar, tendo a maioria dos respondentes marcado a resposta 1 da escala.

A segunda seção foca na avaliação das percepções do público sobre o material apresentado na oficina. As respostas foram muito positivas (86 %), em termos de qualidade, sobre todo o conteúdo e a forma da oficina. Outros 13 % responderam entre a escala 3 e 4, demonstrando alto grau de aproveitamento do conteúdo também, enquanto apenas um respondente indicou o número 2 na escala, na pergunta referente ao aproveitamento da parte teórica da oficina. Não foi registrada nenhuma resposta na escala 1 “baixo/ruim” em toda a seção.

A primeira questão aberta indagava sobre qual foi o momento de maior destaque da oficina. A partir das respostas, conseguimos levantar 3 pontos de destaque, sendo eles: 1) Dinâmica, 2) Didática, 3) Exemplos e Conteúdo. O primeiro e principal deles foi a dinâmica realizada no final da oficina. Ela se mostrou valiosa na fixação do conteúdo trabalhado durante a atividade, e também colocou os participantes à prova, com a oportunidade de ouvir *feedbacks* sobre a construção de suas descrições, o que podemos perceber em comentários como: “*achei as dinâmicas bastante valiosas para fixar os conhecimentos da capacitação e tirar possíveis dúvidas*” ([Respondente 9]R9) e “*a dinâmica, porque ela fez a gente colocar tudo o que a gente aprendeu ao longo da oficina, na prática*” (R11).

Na sequência, foi muito citada a didática e a leveza com que o conteúdo foi apresentado. Comentários como “*O que mais gostei foi a didática ao explicar os termos e as técnicas de acessibilidade.*” (R19) e “*O que mais gostei foi a forma que as informações foram expostas e a apresentação da ideia de que não é algo difícil de ser feito*” (R23). Indicam que o objetivo de construir um material formativo foi atingido, a partir da proposta de conteúdo alinhada à expertise dos aplicadores que trouxeram uma abordagem descomplicada sobre o assunto. Além disso, também foram elogiados os exemplos (R12 e R18), que cumpriram seu papel no auxílio ao entendimento do tema, e o conteúdo, que seguiu uma sequência lógica de aprendizado e atingiu o objetivo de contextualizar os motivos pelos quais se produz conteúdo acessível, como é possível perceber no comentário do R12 “*Gostei muito da maneira que o assunto foi trazido, com exemplos corretos e incorretos e também sobre não apenas trazer sobre descrição de imagem, mas outros tipos de acessibilidade em redes sociais*”.

Na segunda questão aberta, buscou-se entender o que os participantes haviam compreendido em relação ao seu papel frente ao desafio de promover a inclusão e a acessibilidade. Como os participantes eram majoritariamente comunicadores, grande parte das respostas se guiou para esse lado: foi destacada a perspectiva de que possuem um compromisso com a criação de conteúdo mais acessível, além do papel de disseminação do conteúdo da oficina, uma vez que muitos entenderam que além de promover e trabalhar a comunicação de maneira inclusiva, também cabe a eles difundir esse conhecimento entre seus parceiros e colegas.

Além disso, alguns comentários resgatam o objetivo formativo e educador da oficina, deixando explícito seu papel não apenas na formação técnica dos participantes, mas também no suporte teórico e reflexivo que propôs em relação ao tema:

A oficina deixou muito claro que a inclusão é um papel de todos, pela responsabilidade que temos em derrubar as barreiras de acesso. Acredito que o meu papel, enquanto profissional de comunicação, seja garantir que a informação chegue a todos. Se ela não estiver em um formato possível de acesso, de que adianta produzir aquela informação e querer comunicar sem que chegue ao público? (R18).

Em relação a possíveis aperfeiçoamentos, a partir das respostas se concluiu que o principal deles seria aumentar o tempo da oficina. Nas edições anteriores, os *feedbacks* eram que o formato de 90 a 120 atendia bem ao propósito, porém com a reformulação e a ampliação do eixo teórico, encontra-se a necessidade de adaptação a fim de poder explorar mais o eixo de dinâmicas e *feedbacks*, que foram muito elogiados pelos participantes, mas que ficaram com pouco tempo de desenvolvimento durante a atividade.

6. Considerações finais

A partir desse projeto, foi possível apresentar o processo de desenvolvimento do modelo de oficina para capacitação de acessibilidade visual em mídias sociais digitais, através da pesquisa, aplicação e validação do público. A oficina “Acessibilidade Visual em Mídias Sociais” foi criada como uma demanda pontual dentro do Laboratório de Ensino, Pesquisa e Extensão em Mídia e Acessibilidade “Biblioteca Falada”, mas logo demonstrou seu potencial de crescimento e desenvolvimento devido à alta demanda por um material explicativo e prático sobre como tornar as mídias sociais digitais mais acessíveis para pessoas com deficiência visual. Após passar por uma reformulação e atualização, ela agora se apresenta como um modelo validado pelo público da aplicação-teste. Assim, esta oficina se apresenta efetivamente como um material de difusão do conhecimento, de maneira instrucional, educativa e formadora para pessoas e organizações que buscam ampliar seus públicos nas redes a partir da implementação de recursos de acessibilidade visual. Ainda, resgata-se a relevância da elaboração do papel formativo e educativo das Relações Públicas para com os seus públicos, olhar ainda incipiente no cenário nacional.

Dentre as principais contribuições do material, elenca-se justamente esse potencial formativo e de difusão do conhecimento, pois ao compilar em um único material diversos manuais, guias e diretrizes de produção de conteúdo e acessibilidade visual, a oficina traduz um conhecimento teórico e técnico denso para uma linguagem mais ampla. Os indivíduos que participam da oficina se capacitam para aplicar esses parâmetros em suas redes, mesmo que o participante não tenha conhecimento prévio sobre o tema. Isso se respalda no questionário de avaliação, onde 100 % dos respondentes se afirmaram preparados para começar a produzir conteúdo seguindo as diretrizes apresentadas, além de entenderem a importância do tema.

Destaca-se a importância de tal formação para profissionais e estudantes da área da Comunicação - mesmo que o material seja útil e de fácil compreensão para qualquer indivíduo ou organização que produza conteúdo em mídias sociais. Para quem é da área, a formação com um olhar amplo que considere a acessibilidade e reconheça o papel social e coletivo de todos pela inclusão, é, ainda, um diferencial, embora o esperado seja a normalização de tais práticas.

A limitação se encontra no formato do modelo, que não atua apenas como material de consulta, mas precisa ser aplicado. Apesar do conteúdo ser direcionado a todos, existe a necessidade de uma pessoa capacitada para sua aplicação. Além disso, o recorte específico para pessoas com deficiência visual não contempla todos os tipos de acessibilidade e recursos que podem ser utilizados para garantir o acesso de pessoas com outras deficiências. De certa forma, encontra-se aqui uma possibilidade de ampliação da pesquisa e do material, que pode ser desenvolvido posteriormente a fim de abranger cada vez mais públicos. Ainda, a partir de mais estudos na área é possível atualizar o material e considerar com relevância as reais necessidades do público com deficiência.

Declaración sobre la contribución específica de cada una de las autorías, según la taxonomía Credit

- Conceptualización – Autora 1, Autor 2 y Autora 3.
- Curación de datos – Autora 1.
- Investigación – Autora 1, Autor 2 y Autora 3.
- Metodología – Autora 1.
- Administración del proyecto – Autora 1.
- Recursos – Autor 2.
- Supervisión – Autora 3.
- Validación – Autora 3.
- Visualización – Autora 1.
- Redacción – borrador original – Autora 1.
- Redacción – revisión y edición – Autor 2.

* Los items de la taxonomia credit que no constan es porque no han sido llevados a cabo en este estudio.

Semblanza de los autores

Tainá Bernardes Esteves Moreira. Graduada em Relações Públicas pela Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista (Unesp) Campus de Bauru. Colaboradora do Laboratório de Ensino, Pesquisa e Extensão em Mídia e Acessibilidade “Biblioteca Falada”. Realiza pesquisas nas áreas de Relações Públicas e Mídias Sociais, Comunicação e Acessibilidade, Mídia e Deficiência e Media Accessibility.

Guilherme Ferreira de Oliveira. Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT) da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista (Unesp) Campus de Bauru. Graduado em Relações Públicas pela mesma universidade. Membro do Laboratório de Ensino, Pesquisa e Extensão em Mídia e Acessibilidade “Biblioteca Falada” e dos Grupos de Pesquisa “Linguagem e Mídia Acessível” (Gelima/CNPq), e “Relações Públicas e Comunicação: Opinião Pública, Educação e Interculturalidade”. Realiza pesquisas nas áreas de Comunicação Organizacional, Comunicação e Acessibilidade, Mídia e Deficiência e Media Accessibility.

Suely Maciel. Docente dos cursos de Jornalismo e Relações Públicas e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT) da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista (Unesp) Campus de Bauru. Coordenadora do Laboratório de Ensino, Pesquisa e Extensão em Mídia e Acessibilidade “Biblioteca Falada” e Líder do Grupo de Pesquisa “Linguagem e Mídia Acessível” (Gelima/CNPq). Realiza pesquisas nas áreas de Jornalismo de Viagens, Comunicação e Acessibilidade, Mídia e Deficiência e Media Accessibility.

Referências

- Aguiar, M. de M., & Silva, APM. da. (2021). Oficinas educativas como metodologia no processo ensino-aprendizagem: construção e práticas. *Pesquisa e Debate em Educação*, 11(2), 1-13. <https://doi.org/10.34019/2237-9444.2021.v11.31842>
- Álvarez-Pérez, R., Bonachera-Álvarez, E., Bustamante-Muñoz, C., Galiana-Carmona, T., García-González, S., Gómez-Fernández, A., Jiménez-González, S., López-Pardo, A., Molina-Perales, A., Márquez-Peinado, I., Navarro-Moreno, JA., Pérez-Gresa, L., Quesada-Lara, MDM., Ruiz-Rosas, RM., Segura-Velasco, I., Torres-Vela, B., Vargas-Pabón, A., Vega-Negrete, M., & Vélez-Mateo, C. (2013). *Guía de buenas prácticas sobre personas con discapacidad para profesionales de la comunicación: manual de estilo*. Consejería de Salud y Bienestar Social.
- Andrelo, R. (2016). *As Relações Públicas e a Educação Corporativa: uma interface possível*. Editora Unesp.
- Bersch, R. (2017). *Introdução à tecnologia assistiva*. Porto Alegre. <https://bit.ly/3Knkcsa>
- Berners-Lee, T. (1997). *World Wide Web Consortium (W3C) Launches International Web Accessibility Initiative. Web Accessibility Initiative (WAI)*. <https://bit.ly/3R4AJoT>
- Berni, FC. (2022). *As pessoas com síndrome de Down e os estudos em comunicação: o que os Anais da Intercom (não) revelam?* [Trabalho apresentado em congresso]. 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, João Pessoa. <https://bit.ly/4bHOHFl>
- Carletto, A., & Cambiaghi, S. (2016). *Desenho universal: um conceito para todos*. Instituto Mara Gabrilli.
- Decreto nº 6.949 de 25 de agosto de 2009. (2009). Promulga a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo, assinados em Nova York, em 20 de março de 2007. Brasília, DF. <https://bit.ly/4dWldoF>.
- Dreyer, BM. (2017). *Relações Públicas na Contemporaneidade: Contexto, modelos e estratégias*. Summus.
- Ellis, K., & Kent, M. (2011). *Disability and New Media*. Routledge.
- Ferraz, R. (2020). *Acessibilidade na Web: Boas práticas para construir sites e aplicações acessíveis*. Casa do Código.
- Gesser, M., Nuernberg, H., & Toneli, M.J.F. (2012). A contribuição do modelo social da deficiência à psicologia social. *Psicologia & Sociedade*, 24(3), 557-566. <https://doi.org/10.1590/S0102-71822012000300009>
- Jesus, PS. (2018). *#PraCegoVer: um diálogo sobre redes sociais, deficiência visual e outras cegueiras*. [Trabalho apresentado em congresso]. 19º Encontro Internacional Virtual Educa, Salvador. <https://bit.ly/4bC1dpX>
- Kunsch, MMK. (2022). Relações Públicas no Brasil: retrospectiva, evolução conceitual e das práticas profissionais. In M. M. K. Kunsch, F. P. Lima, & A. O. Sampaio (Orgs.). *Comunicação organizacional e relações públicas: 15 anos da Abrapcorp* (pp. 15-35). EDUFBA/Abrapcorp.
- Leite, FPA., & Luvizotto, CK. (2017). Participação, Acessibilidade Digital e a inclusão da pessoa com deficiência. *CONPEDI Law Review*, 3(2), 240-261. http://doi.org/10.26668/2448-3931_conpedilawreview/2017.v3i2.3718
- Lei no 13.146, de 06 de julho de 2015. (2015). Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Brasília, DF. <https://bit.ly/3Kj6Zka>.
- Lemos, E. (2018). *Cosmovisões disciplinares, abordagens e escolas de pensamento em relações públicas: uma proposta crítico-interpretativa*. [Trabalho apresentado em congresso]. 14º Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación San José. <https://bit.ly/3yMKWjc>.
- Luvizotto, CK., & Magalhães, G.M. (2023). Comunicación organizacional y recursos de accesibilidad en el entorno digital: influencias de la pandemia del COVID-19 en la página de Facebook de Burger King Brasil. *Contratexto*, (039), 99-117. <https://doi.org/10.26439/contratexto2023.n39.6143>

- Maciel, S. (2022). *Comunicação e inclusão: desenho universal e produção acessível de informação especializada em viagens e turismo na Espanha*. Relatório de Pesquisa. Fapesp.
- Magalhães, GM., & Maciel, S. (2021). Parâmetros de Acessibilidade nas Redes Sociais: consumo de marcas por pessoas com deficiência visual no Facebook. *Culturas Midiáticas*, (15), 168-188. <https://abrir.link/mbyTQ>
- Novelli, ALR. (2005). Pesquisa de Opinião. In J. Duarte & A. Barros (Orgs.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação* (pp. 164-179). Atlas.
- Oliveira, GF., Moreira, TBE., Bueno, LGV., Porém, ME., & Maciel, S. (2023). A pesquisa em Comunicação Organizacional e Relações Públicas sobre Acessibilidade e Inclusão: um levantamento do Congresso Abrapcorp. In D. Stasiak, L. Casaroli, M. Carareto (Orgs.) *Perspectivas da Pesquisa e dos Pesquisadores em Relações Públicas na atualidade* (pp. 92-110). Cegraf UFG.
- Orero, P. (2022). La accesibilidad a los medios. Una oportunidad para la diversidad, la inclusión y la educación. In S. A. C. Ladaga, L. Rangel Alanís (Ed.). *Accesibilidad: comunicación y educación para todas las personas* (pp. 69-91). LMI.
- Peñas, E, & Hernández, P. (2019). *Guía de estilo sobre discapacidad para profesionales de los medios de comunicación*. Real Patronato sobre Discapacidad.
- Pereira, T. (2021). *Guia de acessibilidade cromática para daltonismo: princípios para profissionais da indústria criativa*. UFSM.
- Rother, ET. (2007). Systematic literature review X narrative review. *Acta Paul Enferm.*, 20(2), v-vi. <https://doi.org/10.1590/S0103-21002007000200001>.
- Saad-Corrêa, E. (2020). A comunicação das organizações diante de públicos, esfera pública e opinião pública: como as plataformas sociais digitais se encaixam nisso? *Organicom*, 17(33), 39-48. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2020.175986>
- Salton, BP., Agnol, AD., & Turcatti, A. (2017). *Manual de acessibilidade em documentos digitais*. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul.
- Santana, T. R. (2021). *A comunicação organizacional pelo olhar educativo: a diversidade na cultura organizacional, com enfoque na inclusão da pessoa com deficiência visual*. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru/SP.
- Sardenberg, T., & Maia, H. (2021). Tecnologia da informação e comunicação e tecnologia assistiva: aproximações e distanciamentos. *Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação*, 16(esp.4), 3072-3085. <https://doi.org/10.21723/riaee.v16iesp.4.16068>
- Sassaki, RK. (2009). Inclusão: Acessibilidade no lazer, trabalho e educação. *Revista Nacional de Reabilitação (Reação)*, (7), 10-16.
- Scudeler, F. (2013). *Acessibilidade Web - Tipografia*. Princi Agência Web Blog, 16 de maio de 2013. <https://abrir.link/igPxU>
- Stoeckle, T., & Adi, A. (2023). Relações públicas, pós-verdade e grandes desafios: uma melhor pesquisa para o valor social. *Organicom*, 20(42), 86-102. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2023.210366>
- Terra, CF. (2019). RP Digitais: cruciais para a visibilidade e influência das organizações. In M. E. Porém, J. Hidalgo & J. Yaguache (Orgs.). *Inovações em Relações Públicas e Comunicação Estratégica* (pp. 14-26). Ria Editorial.
- Van-Ruler, B., & Vercic, D. (2003). Perspectivas europeias das relações públicas. *Comunicação & Sociedade*, 24(39), 155-172. <https://bit.ly/3wUHpyP>.
- World Wide Web. (2018). *Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG) 2.0/ 2.1*. <https://bit.ly/3Vj6CMJ>.

Acessibilidade comunicativa: palavra-chave para um jornalismo democrático e cidadão

Communicative accessibility: a keyword for democratic and citizen journalism

Samara Wobeto

Universidade Federal de Santa Maria | Avenida Roraima, 1000, 97105-900 Santa Maria, RS | Brasil
0009-0000-4812-3649 | samara.wobeto@acad.ufsm.br

Viviane Borelli

Universidade Federal de Santa Maria | Avenida Roraima, 1000, 97105-900 Santa Maria, RS | Brasil
0000-0003-0643-2173 | viviane.borelli@ufsm.br

Luan Moraes Romero

Universidade Federal de Santa Maria | Avenida Roraima, 1000, 97105-900 Santa Maria, RS | Brasil
0000-0003-4495-6672 | luan.romero@acad.ufsm.br

Recepción 27/02/2024 · Aceptación 29/04/2024 · Publicación 15/07/2024

Resumo

Este artigo faz parte de uma pesquisa maior desenvolvida como requisito para conclusão do curso de Jornalismo, que objetivou a construção de uma ferramenta de indicadores de qualidade para a acessibilidade comunicativa no jornalismo. A discussão teórica se centra nos entrelaçamentos entre o jornalismo, a democracia e a cidadania em sua relação com a temática. São argumentos centrais a ausência de acessibilidade nas práticas jornalísticas, o que a torna uma lacuna, e as formas estigmatizadas de representação dos públicos com deficiência. O desconhecimento de jornalistas acerca das tecnologias assistivas e formas de acessibilizar também é parte do problema. Argumenta-se que não é possível ter um jornalismo verdadeiramente democrático e cidadão sem acessibilidade comunicativa. Para atingir o objetivo do artigo, usa-se a revisão bibliográfica (Barrichello, 2016) para delimitar campos teóricos e normativos. Os últimos são guias, legislações e orientações de acessibilidade para a comunicação tanto em nível nacional quanto internacional, que permitem, junto às teorias do jornalismo e da acessibilidade, estabelecer critérios para a construção dos indicadores. Com os mesmos redigidos, eles são testados nos sites de dois veículos jornalísticos, com entrevistas semi-abertas (Gil, 2008) de usabilidade com pessoas com deficiência, e outras com os editores dos veículos analisados. Conclui-se que a acessibilidade não é prioridade destes veículos jornalísticos, o que se evidencia pela baixa pontuação e pelos registros de ausências de tecnologias assistivas, da cultura jornalística que não prioriza valores de acessibilidade e do desconhecimento das melhores formas de incorporar a mesma em uma rotina produtiva.

Palavras-chave: acessibilidade comunicativa, jornalismo, democracia, cidadania, indicadores de qualidade.

Abstract

This article is part of a larger research project developed as a requirement for the completion of the Journalism course, which aimed to build a tool of quality indicators for communicative accessibility in journalism. The theoretical discussion focuses on the intertwining of journalism, democracy and citizenship in relation to the theme. Central arguments are the absence of accessibility in journalistic practices, which makes it a gap, and the stigmatized forms of representation of audiences with disabilities. Journalists' lack of knowledge about assistive technologies and how to make them accessible is also part of the problem. It is argued that it is not possible to have truly democratic and citizen journalism without communicative accessibility. To achieve the aim of the article, a literature review (Barrichello, 2016) was used to delimit theoretical and normative fields. The latter are guides, legislation and accessibility guidelines for communication at both national and international level, which, together with theories of journalism and accessibility, allow us to establish criteria for the construction of indicators. Once these were drafted, they were tested on the websites of two news outlets, with semi-open interviews (Gil, 2008) on usability with people with disabilities, and others with the editors of the outlets analyzed. The conclusion is that accessibility is not a priority for these news outlets, as evidenced by the low scores and records of the absence of assistive technologies, the journalistic culture that does not prioritize accessibility values and the lack of knowledge of the best ways to incorporate it into a production routine.

Keywords: communicative accessibility, journalism; democracy, citizenship, quality indicators.

1. Introdução

A acessibilidade comunicativa na prática jornalística, hoje, representa uma lacuna. São várias as pesquisas que apontam ausência de tecnologias assistivas em produtos jornalísticos (González-Perea, 2018; Beraldo, 2021; González-Perea & Rodríguez-Ascaso, 2022; Barbosa, 2023) e estigmatização dos públicos com deficiência em notícias, reportagens e outros formatos (Freitas, 2021; Gomes & Moutinho, 2021). Além disso, a inserção da acessibilidade em veículos jornalísticos e nas rotinas produtivas é apontada como necessidade por pesquisas da área da Comunicação e do Jornalismo já há algum tempo (Bonito, 2015; González-Perea, 2018; Conceição-Silva, 2021; Beraldo, 2021; Freitas, 2021; Pereira, 2021; Campanhã, 2021; González-Perea & Rodríguez-Ascaso, 2022; García-Prieto *et al.*, 2022; Barbosa, 2023).

Esta temática integra uma preocupação que é dos movimentos sociais minoritários que lutam por representatividade, mas que também deveria ser do Jornalismo enquanto campo e enquanto tribo. Apesar da existência de leis que exigem a acessibilidade em *sites* que são mantidos por empresas brasileiras ou com sede no país (Brasil, 2015), estas não são cumpridas. Bonito (2015, p. 67) define a problemática a partir do conceito de leis invisíveis: “elas existem, mas como não são cumpridas a rigor, tem favorecido àquelas instituições que ocupam o lado hegemônico da cultura visiocêntrica e prejudicado os direitos civis conquistados pelas PDV no Estado de Direito em vigor no país”.

Quando proposta a discussão acerca da acessibilidade no jornalismo, é necessário elencar, em um primeiro momento, as problemáticas que envolvem a dimensão comunicativa da questão. Primeiramente, a acessibilidade não é parte integrante de uma cultura jornalística e de rotinas produtivas (Bonito, 2015; Beraldo, 2021; Wobeto, 2023). Do ponto de vista técnico, isso implica na ausência de tecnologias assistivas¹ e, conseqüentemente, de informação acessível a públicos com

1. “[...] produtos, equipamentos, dispositivos, recursos, metodologias, estratégias, práticas e serviços que objetivem promover a funcionalidade, relacionada à atividade e à participação da pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida, visando à sua autonomia, independência, qualidade de vida e inclusão social”. (Brasil, 2015, s.p).

deficiência (Bonito, 2015; Beraldo, 2021; Freitas, 2021; Wobeto, 2023) – que somam quase 18,9 % da população brasileira (IBGE, 2023).

Para Beraldo (2021), “as discussões sobre inovação e modelos de negócio no jornalismo digital não contemplam a acessibilidade como pauta” (p. 118). A autora elenca que esse jornalismo que não pauta o ser acessível provoca três exclusões: quando o conteúdo de uma notícia não é acessível, quando a responsabilidade pelas questões de acessibilidade é elencada às pessoas com deficiência pela sociedade, e quando os órgãos públicos responsáveis pela fiscalização das legislações não cumprem seu papel. Portanto, para Beraldo, “a acessibilidade de notícias em redes digitais passa primeiramente pela legitimação social das pessoas com deficiência como sujeitos de direitos” (2021, p. 121).

Esta problemática perpassa não somente a realidade brasileira. Pesquisadores como González-Perea (2018) e González-Perea & Rodríguez-Ascaso (2022) apontam, em seus estudos na Espanha, um cenário que se assemelha ao do Brasil. Jornalistas são responsáveis pela geração e reforço de determinadas barreiras nos veículos nos quais trabalham (González-Perea, 2018). Apesar disso, também contribuem para a formação de barreiras à infraestrutura e design dos *sites* e dos sistemas de publicação (CMS).

Da mesma forma que a legislação brasileira, a espanhola também exige que os *sites* de administração ou financiados com recursos públicos e de empresas que prestam serviços na internet sejam acessíveis (González-Perea & Rodríguez-Ascaso, 2022). A partir disso, os autores elencam que a acessibilidade deve ser também uma competência dos jornalistas (González-Perea & Rodríguez-Ascaso, 2022), e que esta preocupação deve começar já na formação destes profissionais (González-Perea, 2018).

Outra questão fundamental na discussão sobre a acessibilidade e o jornalismo é do ponto de vista da representação: formas de narrar e hierarquizar produtos jornalísticos, como notícias e reportagens, podem privilegiar modos dominantes de falar sobre pessoas com deficiência. Em matérias que falam destes públicos, por exemplo, estas não são as fontes principais ou sequer são consideradas como entrevistadas (Freitas, 2021). Além disso, formas de narrar que priorizam uma perspectiva de superação e de heroísmo são capacitistas e só contribuem para reforçar estereótipos e preconceitos vigentes (Wobeto & Borelli, 2020). No cenário brasileiro, o tipo de representação heróica, que evoca o tom de superação, é muito comum em eventos como os Jogos Paralímpicos, em que há, para Gomes & Moutinho, “destaque para os feitos extraordinários e a compaixão aumentaria a audiência do desporto paralímpico, gerando maior retorno comercial” (2021, p. 319). Ou seja, o discurso jornalístico que evidencia as deficiências e suas temáticas afins também é aquele que espetaculariza e sensacionaliza (Wobeto, 2023).

O entendimento do jornalismo como profissão que perpetua preconceitos e maneiras dominantes de representação ancora-se em Moraes (2022, p. 21), que concebe o campo a partir das escolhas de hierarquias que diz “quem são as pessoas e lugares que valem mais – e, portanto, as pessoas e lugares que valem menos”. Para a autora, quando o jornalismo se apresenta como neutro e acima de paixões, ele é “responsável pela estigmatização de pessoas e grupos e, conseqüentemente, por seus apagamentos” (2022, p. 21).

Neste contexto, é necessário pontuar que parte das prioridades do Jornalismo remonta ao seu surgimento, que tem base no capitalismo (Marcondes-Filho, 2000; Genro-Filho, 2012). E esta lógica capitalista e industrial também interfere no interesse das empresas jornalísticas em investir

em produções jornalísticas acessíveis (Wobeto, 2023). Para Bonito & Guimarães (2023), com o final da Segunda Guerra Mundial e suas consequências, as pessoas com deficiência passaram a ser mais visíveis na sociedade, e isto implica, futuramente, em sua luta por reconhecimento e direitos. No entanto, para Bonito & Guimarães (2023, p. 93), a criação de meios de comunicação não incorporou essa necessidade, já que estas mídias “foram desenvolvidas por pessoas típicas e sem a consultoria de pessoas com deficiência”.

Dessa forma, Bonito & Guimarães (2023, p. 95) afirmam que “é preciso tirar o foco da deficiência das pessoas e colocá-lo nas mídias”. A partir do entendimento de que as pessoas com deficiência já existiam quando os meios de comunicação foram criados, pode-se, de acordo com Bonito & Guimarães (2023, p. 95), “concluir que foram as mídias que nasceram com deficiências relativas à falta de acessibilidade”. Portanto, é preciso compreender as organizações jornalísticas responsáveis pelos veículos de comunicação como empresas que visam o lucro, já que estas estão inscritas em uma lógica capitalista em que a informação é transformada em um produto a ser vendido.

Assim, é necessário considerar a acessibilidade como parte inerente do fazer jornalístico. No entanto, ao contrário das histórias de superação – que vendem e tem potencial de sensacionalização –, o aspecto técnico da acessibilidade não parece ser prioridade de empresas jornalísticas. Apesar disso, recursos assistivos como a descrição de imagens são considerados como elemento de melhoria de SEO para ranqueamento de sites em sistemas de busca (Pedrosa, 2020). Isso evoca uma brecha para pensar a acessibilidade de modo estratégico, tanto do ponto de vista de posicionamento das organizações jornalísticas quanto da possibilidade de elencar os recursos assistivos² como centrais na busca por um campo mais democrático e cidadão.

Neste artigo, parte-se da premissa de que há um campo de estudos de deficiência e mídia em construção (Elcessor *et al.*, 2021; Garcêz, 2021), que elenca potencialidades de investigações que interseccionam as duas áreas. Entende-se que esta pesquisa se situa neste meio, não só por estudar objetos jornalísticos frente à mirada comunicativa da acessibilidade, mas também por se embasar em conceitos de autores que têm estudado o tema e têm se tornado referências basilares para estes estudos.

Destaca-se que o artigo resulta de parte de uma investigação de conclusão de curso em Jornalismo, em 2023, e que é produto de uma trajetória de quatro anos de iniciação científica, com continuidade na pós-graduação em nível de mestrado. A pesquisa objetivou a criação de indicadores de qualidade para a acessibilidade comunicacional em veículos jornalísticos (Wobeto, 2023), e é retratada aqui, principalmente, sob a ótica da reflexão estratégica da acessibilidade comunicativa como uma palavra-chave para um jornalismo verdadeiramente democrático e cidadão.

2. Jornalismo: democrático para quem?

A inserção da acessibilidade comunicativa no jornalismo está essencialmente ligada à garantia da democracia e da cidadania. Antes de chegar a esta afirmação, no entanto, é necessário dar um passo

2. Os recursos assistivos são diversos e podem ser elencados em audiodescrição (ABNT, 2016; Carpes *et al.*, 2016; Motta e Romeu Filho, 2010), Legendagem para Surdos e Ensurdecidos (EBC, 2018; Naves *et al.*, 2016) e Janela de Libras (EBC, 2018), caracteres ampliados (ABNT, 2016), leitor de tela (Salton, Dall Agnol e Turcatti, 2017), Princípios da Acessibilidade Cromática para Daltonismo (Pereira, 2021), entre outros.

atrás e remontar ao surgimento da profissão, que se baseia no capitalismo, mas que só se impulsiona a partir da luta pela garantia dos direitos humanos (Marcondes-Filho, 2000). Na realidade brasileira, esta vinculação é tão forte que o Jornalismo se diz estandarte da democracia, em ligação com o chamado “quarto poder”, que seria responsável por vigiar os outros três poderes políticos – o Executivo, o Legislativo e o Judiciário (Traquina, 2005). O jornalismo, assim, é instituído como o “cão de guarda” da sociedade (Marcondes-Filho, 2000) e, neste papel, detém poder de formação de opinião pública, o que não deixa de ser, também, um poder político (Traquina, 2005).

Moraes (2022) afirma que é uma profissão que sempre estigmatizou e exotificou o Outro, e que funciona, pelo discurso, como um reproduzidor de violências, seja pela forma como representa as populações marginalizadas, seja pela ausência das mesmas nas notícias e nas redações. Com isso, para Moraes, construímos “cidadanias precarizadas, representações miúdas e violências consentidas” em uma “democracia que jamais deu conta de populações imensas, como as de pessoas negras e as indígenas, em um país que pouco combateu a pobreza, mas muito combateu o pobre” (2022, p. 18). A crítica é para com o modelo democrático liberal, que, para Moraes (2022, p. 103), “sempre permitiu – e permite – o extermínio de populações não brancas e não proprietárias”.

Um aspecto importante quando se fala de democracia são os direitos. Para Mata (2006), estes estão articulados a partir dos cidadãos como sujeitos de necessidades, de demandas e de decisão.

Se os sujeitos de necessidade estão nos meios como demonstração de marginalização da vida em comum, constituída por deveres e direitos, se os sujeitos de demanda visibilizam a caudacidade ou debilidade de formas políticas de representação anteriores, os sujeitos de decisão constituem o modelo midiático da democracia: o que se constrói com o voto individual, com a eleição desde a intimidade doméstica mediante recursos a algum dispositivo técnico ou desde a interpelação igualmente técnica que produzem as pesquisas de opinião sobre variadas questões de caráter político. (Mata, 2006, p. 10, tradução própria)

No entanto, no emaranhamento com as mídias, a principal maneira como os sujeitos são representados é pela necessidade, que evidencia precariedades (Mata, 2007). Nesse entendimento, de acordo com Mata (2006), “a informação sobre nós mesmos e a realidade que fazemos e vivemos e que os meios nos proveem através de milhares de palavras e imagens não é o único alimento para pensarmos e atuar” (p. 8, tradução própria). A autora pontua que, nas sociedades em processos de midiaticização (Verón, 1997), estas mesmas palavras e imagens alcançam tanta força que não podemos pensar sem elas, ou seja, Mata (2006) diz que “podemos reconhecê-las como regulações discursivas que expressam, instauram e reproduzem regulações sociais” (p. 8, tradução própria). Em outras palavras, na medida em que os meios de comunicação retratam as pessoas sobretudo como sujeitos de necessidade, há ausências de representações que reconhecem e lutam pelos direitos dos cidadãos, o que é o caso das pessoas com deficiência, conforme já argumentado anteriormente, a partir de Freitas (2021) e Gomes & Moutinho (2021).

A partir disso, Mata (2006) propõe o conceito de cidadania comunicativa – proposição importante para pensar os estudos de acessibilidade no Brasil. Este diz respeito aos direitos civis, que incluem “a liberdade de expressão, o direito à informação, a possibilidade de exigir a publicidade de assuntos públicos, etc.” (2006, p. 13, tradução própria). É uma noção que se interliga com as referências identitárias que, para Mata (2006), “implica o desenvolvimento de práticas tendentes a garantir

os direitos no campo específico da comunicação” (p. 13, tradução própria). Ou seja, pensando na legislação brasileira, que garante às pessoas com deficiência o acesso à informação em *sites* brasileiros (Brasil, 2015), o que inclui os jornalísticos, esta possibilidade de acesso é imprescindível para que este público seja considerado sujeito e, logo, cidadão. Ao não oportunizar o acesso ao público com deficiência por meio da construção de produtos jornalísticos acessíveis, os meios de comunicação ignoram este como público consumidor (Beilfuss & Bonito, 2017; Bonito & Santos, 2018), e negam sua cidadania.

Dialoga-se também com Beraldo (2021) quando questiona para quem o jornalismo é produzido. A maneira como os diferentes formatos jornalísticos são construídos diz muito sobre quem são os públicos consumidores. Quando constrói produtos sem acessibilidade, o jornalismo evidencia que não é feito para pessoas com deficiência. Isto vai ao encontro do que diz Bonito (2015) quando afirma que a hegemonia cultural em que vivemos compõe uma disputa que é de forças políticas entre pessoas sem deficiência e aquelas com deficiência. Bonito (2005) afirma que “o primeiro grupo, em situação mais confortável, detém as lógicas da hegemonia cultural vigente, enquanto que o segundo grupo está à mercê dessas lógicas” (p. 60).

A acessibilidade é uma questão de Direitos Humanos na medida em que a Declaração Universal de Direitos Humanos coloca como universal e inalienável o direito à liberdade de expressão, opinião e informação (Centers, 2000). Tendo o Jornalismo um papel social de informar e comunicar, Beilfuss & Bonito (2017, p. 4) estabelecem que ele “dá ao receptor a capacidade de que ele crie sua opinião e exerça o seu papel de cidadão, assim, quando não há informação acessível, não há respeito aos Direitos Humanos”. Gentilli (2005) coloca que o direito à informação tem ligação direta com a cidadania, além de que o jornalismo é parte constituidora decisiva de uma democracia representativa. O Jornalismo é, para Gentilli (2005, p. 142), “o instrumento que viabiliza o direito à informação, onde os jornais desempenham a função de mediadores e os jornalistas, individualmente, de representantes do leitor, telespectador e ouvinte, como indivíduos, consumidores e cidadãos”.

Portanto, a partir da reflexão dos autores e estudos elencados, evidencia-se que a discussão da cidadania gira em torno da questão de direitos o que, no caso das pessoas com deficiência, é basilar e representa uma luta de décadas pelo mínimo – que neste caso é a garantia do acesso à informação. Como dito, Bonito (2015) concebe que há legislações invisíveis – que existem no papel, mas que não são cumpridas e muito menos fiscalizadas. Exemplo brasileiro é a inserção de audiodescrição em faixas da grade de programação televisiva de canais da TV aberta, cuja obrigatoriedade é prevista desde 2011, mas desde então também é adiada por meio de recursos judiciais pelas próprias redes de televisão (Bonito, 2015)³. Esta é apenas uma amostra da problemática de direitos de acessibilidade no Brasil, pois nem as legislações são cumpridas pelos veículos de comunicação. Portanto, ao entrelaçar o jornalismo, a democracia, a cidadania e a acessibilidade, pode-se assegurar que, sem acessibilidade – em específico a comunicativa –, não há como o jornalismo se colocar como uma profissão que assegura a plena democracia e que promove a cidadania de todas as pessoas (Wobeto, 2023). Ao exilar pessoas com deficiência do acesso à informação, o jornalismo reforça a prioridade de determinados públicos do espaço de noticiar, narrar e representar, o que encontra a concepção de Moraes (2022) sobre os espaços e pessoas que valem mais. Beraldo (2021, p. 117) questiona: “Para quem o jornalismo

3. Argumentos usados para a revogação de portarias foram a transição do modelo analógico pro digital, a falta de mão de obra especializada para a construção de audiodescrição e tradução em Libras e a ‘impossibilidade’ de adequação dos conteúdos ao vivo. São justificativas que atendem aos interesses das emissoras de Rádio e Televisão brasileiras (Romeu Filho *apud* Bonito, 2015).

é feito?”. Ao responder a essa pergunta, evidenciamos quais são os públicos considerados cidadãos. No jornalismo, portanto, pessoas com deficiência não são classificadas com potencial de consumidoras, o que, para Beraldo (2021, p. 125), perpetua valores excludentes nas redações e deixa “as pessoas com deficiência à margem da participação cidadã”.

É nesse complexo contexto que propomos pensar a acessibilidade comunicativa como uma palavra-chave de um jornalismo verdadeiramente democrático e cidadão. A garantia da cidadania está diretamente ligada ao direito de acesso à informação, o que, por sua vez, só é possível para todos os públicos também por meio da acessibilidade comunicativa em produtos jornalísticos. Sem acessibilidade, portanto, o Jornalismo não é promotor de cidadania e, na medida em que não atua como fiador de direitos, não pode ser considerado plenamente democrático. O jornalismo, atualmente, não é democrático para as pessoas com deficiência, ou seja, é falho na proposição de seu papel social, na garantia de direitos e, portanto, de cidadanias. Com isso, parte-se para a discussão metodológica.

3. Procedimentos metodológicos

Para alcançar o objetivo da investigação, que é a proposição de construção de indicadores de qualidade, desenvolveu-se um caminho metodológico que pode ser resumido nas etapas descritas a seguir.

3.1. Revisão de literatura

Com embasamento em Barrichello (2016), é definida como uma pesquisa sobre o que já foi publicado sobre determinada temática para a construção de argumentos (Gash apud Barrichello, 2000); esta foi a primeira etapa da investigação, dividida na leitura e revisão de documentos teóricos - sobre jornalismo, comunicação e acessibilidade - e normativos (legislações, guias, manuais e normas de acessibilidade, base para a construção dos indicadores). Os últimos são a base para o entendimento das necessidades de acessibilidade em site, nas tecnologias assistivas essenciais para acessibilizar processos de comunicação e informação. Isto, inclusive, é fundamental para o desenvolvimento dos indicadores de qualidade e dos critérios dos mesmos.

3.2. Definição dos veículos a serem analisados

Esta coleta de dados segue a perspectiva do jornalismo que tem circulação numa dada região para além da cidade sede (Borelli, 2015). A partir de dados de acesso consultados no Instituto Verificador de Comunicação (IVC) e da Associação Nacional de Jornais (ANJ), definiu-se em dois os veículos que constituem o corpus, que tem similaridades populacionais da cidade-sede e características semelhantes de estrutura do site. Aqui, estes serão denominados como Veículo 1 e Veículo 2. O primeiro localiza-se em uma cidade do nordeste do Rio Grande do Sul (que é a unidade federativa mais ao sul do Brasil) que tem cerca de 523 mil habitantes (IBGE, s.a.), é faz parte de uma empresa maior com tradição no estado, foi fundado em 1948 (75 anos), tem circulação diária e está no ambiente digital desde 2008. Já o Veículo 2 fica em uma cidade no sul do Rio Grande do Sul, com aproximadamente 343 mil habitantes (IBGE, s.a.), foi fundado em 1890, também tem circulação diária e tem versão online desde 1997.

3.3. Redação dos indicadores

A partir das bibliografias, estabeleceram-se os critérios para os indicadores. Eles foram divididos em quatro categorias de análise: a produção jornalística, a empresa jornalística, o nível técnico do *site* e a legislação. Os indicadores são divididos nestes eixos e a hierarquia dos pesos dos indicadores é a seguinte:

- a. **Produção jornalística:** é o processo que possibilita que os produtos jornalísticos construídos pelos profissionais sejam acessíveis. Apesar desta etapa depender do nível técnico do *site* e do respaldo da empresa jornalística, caso o profissional jornalista não incorpore recursos assistivos em seu processo de produção, não haverá acessibilidade comunicativa e, logo, acesso à informação por pessoas com deficiência. É a etapa em que a mudança cultural das redações pode ocorrer e, por isso, tem peso 4.
- b. **Empresa jornalística:** é o posicionamento da organização jornalística, com a implantação da acessibilidade no *site* e no processo produtivo, que respalda a acessibilidade comunicativa como uma decisão editorial. É a instância que pode investir financeiramente, tanto por meio da qualificação técnica quanto da formação humana de seus profissionais. Caso a acessibilidade comunicativa não seja uma decisão editorial, permanecem as iniciativas isoladas que, apesar de importantes, não significam uma mudança cultural. Por isto, este eixo tem peso 3.
- c. **Nível técnico do *site*:** define-se como as características básicas que o veículo precisa ter para a implementação da acessibilidade. Caso o jornalista tenha uma atuação concernente à acessibilidade comunicativa e as infraestruturas do *site* não possibilitem a atuação, tem-se um processo incompleto e falho. Tem peso 2.
- d. **Legislação:** considera-se o mínimo que o *site* jornalístico precisa ter, e não somente por conta do cumprimento da legislação, mas pela definição de diretrizes e normativas necessárias para que uma grande parcela da população tenha garantido o acesso à informação. Por considerar que estes itens deveriam ser cumpridos, delimita-se com peso 1 (Tabela 1).

Tabela 1

Quadro teórico e normativo para a construção dos indicadores

Eixo de análise	Aporte	Autores
Produção jornalística	Teórico e normativo	Medina (1995); Wolf (2009); Motta & Romeu-Filho (2010); Bonito (2015); ABNT (2016); Carpes <i>et al.</i> , (2016); Naves <i>et al.</i> , (2016); EBC (2018); Beraldo (2021); Carlón (2021); Freitas (2021); Pereira (2021); Conteúdo & Unicap (2022a; 2022b); Moraes (2022)
Empresa jornalística	Teórico	Wolf (2009); Traquina (2005; 2013); Genro-Filho (2012); Bonito (2015); Beraldo (2021)
Nível técnico do <i>site</i>	Normativo	W3C (2018)
Legislação	Normativo	Brasil (1962; 1988; 2000; 2001; 2002; 2004; 2005a; 2005b; 2009; 2015)

Fonte. *Elaboração própria, 2024.*

3.4. Testagem dos indicadores

Com a elaboração e definição dos indicadores feita com base nos guias e normativas, foi realizada a testagem. No teste de aplicabilidade, os indicadores possíveis são aplicados nos *sites* dos veículos jornalísticos definidos para entender se, por meio deles, é possível fazer um diagnóstico da qualidade da acessibilidade comunicativa. A testagem segue um protocolo pré-definido e é registrada para análise. Os testes foram feitos a partir de observação manual com ajuda de *softwares* como o *Nvidia Corporation (NVDA)*, que é um leitor de tela, e o *Coblis - Color Blindness Simulator*, um *software* simulador de daltonismo.

Na mesma etapa, foram feitos testes de usabilidade com pessoas com deficiência por meio de entrevistas (Gil, 2008). Três participantes testaram os *sites* do Veículo 1 e do Veículo 2 para verificar os elementos previstos nos indicadores: uma pessoa cega, uma pessoa surda e uma pessoa com daltonismo. Foram elaboradas perguntas acerca da acessibilidade dos dois veículos no eixo visual, auditivo e cromático. Os testes de usabilidade são complementares aos de aplicabilidade na medida em que funcionam como mais uma entrada de dados para verificar a valia dos indicadores. Por fim, como última etapa de testagem, foram realizadas entrevistas semi-abertas (Gil, 2008) com os editores de cada veículo, já que alguns indicadores dizem respeito ao dia-a-dia de uma redação jornalística e às questões editoriais⁴.

3.5. Análise dos testes e dos indicadores

A última etapa foi a análise e a discussão dos resultados, com reescrita da redação dos indicadores que apresentaram falhas no decorrer do processo, necessidade de ajustes e, ao final, foi feita uma nova testagem dos mesmos.

A fim de sistematizar o caminho metodológico percorrido, elencamos um quadro com as respectivas etapas, objetivos e teorias utilizadas (Tabela 2).

É importante mencionar que a metodologia elencada para o trabalho tem limitações, principalmente no que se refere à aplicação da ferramenta para geração de um *ranking* mais amplo, com mais veículos jornalísticos, conforme será relatado no próximo tópico. No entanto, este é um estudo exploratório, cuja intenção é criar uma ferramenta capaz de avaliar a qualidade da acessibilidade comunicativa em veículos jornalísticos. Não houve tempo hábil para aprofundar a ferramenta a partir dos níveis de sucesso do W3C, por exemplo, mas esta pode ser uma próxima etapa de investigação e, com isso, viabilizar melhorias na possibilidade de expandir o estudo para analisar *sites* de outras mídias. Além disso, esta ferramenta também não dá conta do cenário internacional, visto que a legislação de cada país com relação à acessibilidade tem suas especificidades.

É necessário elencar, além disso, que a combinação de diferentes procedimentos metodológicos foi necessária para a criação da ferramenta, principalmente pelo campo de estudos da área da Comunicação em interface com a acessibilidade ainda estar em construção. O fato de haver poucas investigações impacta nas pesquisas em andamento visto que não há marcos teóricos tradicionais estabelecidos. A emergência do campo denota, também, criação de procedimentos metodológicos próprios, o que pode ser percebido neste tópico. Com isso, partimos para a discussão dos resultados.

4. Nas etapas dos testes de usabilidade e das entrevistas, tanto as pessoas com deficiência quanto os editores assinaram um termo de consentimento livre e esclarecido, que informa os procedimentos e objetivos da pesquisa.

Tabela 2

Quadro metodológico

Nº	Etapa metodológica	Objetivo	Teoria
1	Revisão de literatura	Construção do aporte teórico e normativo, base para discussão e construção dos indicadores (tabela 1).	Barrichello (2016)
2	Definição dos veículos a serem analisados	Construção do corpus empírico da pesquisa, em que os indicadores serão aplicados para testagem da ferramenta.	Dados provenientes do IVC e do ANJ e dados populacionais das cidades-sede dos veículos (IBGE, online)
3	Redação dos indicadores	Construção da ferramenta-teste a partir de sentenças verificáveis	Aportes teóricos e normativos detalhados na tabela 1.
4	Testagem	Testagem da ferramenta por meio da aplicabilidade (1), usabilidade - com pessoas com deficiência (2) e coleta de informações com os editores dos veículos (3)	Uso de <i>softwares</i> - NVDA e <i>Coblis</i> - para verificação de tecnologias assistivas e entrevistas semi-abertas (Gil, 2008)
5	Análise	Análise dos dados provenientes das testagens, ajustes e validação da ferramenta	Técnicas quantitativas com cálculos. Registro de dados em tabela Excel e cálculo de pontuação por meio dos pesos pré-definidos.

Fonte. *Elaboração própria, 2024.*

4. Resultados

O conjunto de indicadores de qualidade para a acessibilidade comunicativa de veículos jornalísticos funciona como uma ferramenta para diagnosticar qual o nível do veículo de comunicação em relação à garantia de acesso à informação para pessoas com deficiência. Como resultado quantitativo, como dito, há quatro categorias temáticas (produção jornalística, empresa jornalística, nível técnico do site e legislação), nove grupos temáticos, 96 conjuntos agrupados e 188 sentenças. Os grupos temáticos dizem respeito a processos produtivos específicos dentro dos eixos temáticos. Os conjuntos agrupados (Wobeto, 2023) se referem às sentenças que abordam o mesmo recurso assistivo em determinado formato, e que possibilita conferir o nível de acessibilidade ideal, intermediário e básico, como no exemplo a seguir, em que as sentenças se referem a um mesmo conjunto agrupado, o da videoreportagem (Wobeto, 2023). O exemplo apresentado - o da videoreportagem - objetiva mostrar como se dá a redação dos indicadores. Por exemplo, no caso da sentença a), ao ser aplicada, há verificação da presença ou ausência de descrição de imagens por meio de tradução sonora em videoreportagens no veículo jornalístico.⁵:

- *Produção do produto jornalístico - videoreportagem* (Motta & Romeu-Filho, 2010; ABNT, 2016; Naves *et al.*, 2016; Carpes *et al.*, 2016; EBC, 2018):
 - a. No caso de videoreportagem, há inserção de descrição de imagens por meio da tradução sonora
 - b. No caso de videoreportagem, há inserção de Janela de Libras e de Linguagem para Surdos e Ensurdecidos (LSE)

5. Optou-se por mostrar apenas um exemplo já que o conjunto dos indicadores é extenso, e pode ser conferido, na íntegra, nas páginas 148 a 159 do trabalho de conclusão de curso (Wobeto, 2023), no link: <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/28896>.

- c. No caso de videorreportagem, há inserção de Janela de Libras
- d. No caso de videorreportagem, há inserção de Linguagem para Surdos e Ensurdidos (LSE)
- e. No caso de videorreportagem, há inserção de legenda
- f. No caso de videorreportagem, há possibilidade de ativação de legenda automática
- g. No caso de videorreportagem, há opção de acesso, por meio de botão ou link, do roteiro acessível.

A aplicação dos indicadores é registrada em uma tabela *Excel*, por meio do registro de respostas às sentenças: positivas no caso da presença das tecnologias assistivas ou negativas no caso da ausência das mesmas. A tabela de testagem é exemplificada na Figura 1.

Figura 1

Tabela de testagem e registro dos dados

1	Pergunta Indicador	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
17	Quando entrevista pessoas surdas ou com baixa audição, contrata tradutores de LIBRAS	1	2	3	4	5	6	7	8							
18	Produção do produto jornalístico															
19	A linguagem da redação é pensada de forma linear e fluida	sim														
20	O texto escrito tem uma hierarquia da informação (não no sentido de lead e etc, mas de gancho entre as partes e não ter informações soltas)	sim														
21	No caso de ter fotografias fotoperiodísticas, em que a fotografia é informação imprescindível, é feita descrição de imagens	não	não	-	não	-	-	-	-							
22	No caso de ter fotografias decorativas, há descrição de imagens	não														
23	No caso de ter ilustrações, há descrição de imagens	-	-	não	-	-	não	-	-							
24	No caso de ter infográficos, há descrição da imagem levando em conta a hierarquia e contexto da informação visual	-	-	-	-	-	-	-	-							
25	No caso de ter gráficos e tabelas, há descrição de imagens	-	-	-	-	-	-	-	-							
26	No caso de ter mapas, há descrição de imagens	-	-	-	-	-	não	-	-							
27	No caso de videorreportagem, há inserção de descrição de imagens por meio da tradução sonora	-	-	-	-	-	-	-	não							
28	No caso de entrevistas em vídeo gravadas, há faixa de audiodescrição que pode ser habilitada	-	-	-	-	-	-	-	-							
29	No caso de entrevistas em vídeo gravadas, há autodescrição dos entrevistadores e entrevistados	-	-	-	-	-	-	-	-							
30	No caso de entrevistas em vídeo gravadas, há descrição dos cenários	-	-	-	-	-	-	-	-							
31	No caso de entrevistas em vídeo ao vivo, há autodescrição dos entrevistadores e entrevistados	-	-	-	-	-	-	-	-							

Fonte. Dados extraídos a partir de Wobeto (2023).

Na etapa dos testes de aplicabilidade, a maioria dos indicadores foram possíveis de serem aplicados, o que mostra um resultado preliminar importante para a investigação já que demonstra que diferentes aspectos de um veículo jornalístico com relação à acessibilidade podem ser avaliados. 74 % (117) dos indicadores aplicados no *site* do Veículo 1 funcionaram, contra 10,1 % (16) em que houve confusão na resposta à sentença. Já no caso do Veículo 2, os indicadores com resultado satisfatório representam 79,74 % (126) do total, contra 5,69 % (9) cuja resposta ficou confusa, ou seja, não foi possível responder a sentença com ‘sim’ ou ‘não’. Nestes casos, o indicador precisou passar, posteriormente, por uma reestruturação da sentença. As porcentagens faltantes representam os indicadores que não são passíveis de conferência nesta etapa (Tabela 3).

Tabela 3

Dados gerados pelo teste de aplicabilidade nos veículos

	Veículo 1	Veículo 2
Indicadores que funcionaram	117	126
Indicadores que precisam de ajustes	16	9
Indicadores que não são possíveis de conferência nesta etapa de pesquisa	25	23
Indicadores que precisam ser acrescentados	1	1

Fonte. Dados extraídos a partir de Wobeto (2023).

Com relação à análise deste estágio de testagem, as convergências observadas são com relação aos níveis de intensidade. A intenção é que os indicadores tenham níveis de sucesso, por isso, quando a sentença do indicador afirma que o veículo tem contraste responsivo nas imagens (Pereira, 2021), é necessário que haja uma separação entre todas, algumas e nenhuma peça gráfica. Afinal, haver contraste responsivo em uma imagem, apesar de não ser o ideal, é melhor do que não ter em nenhuma.

A partir dos testes de usabilidade por meio de entrevistas semi-estruturadas (Gil, 2008) com as pessoas cega, surda e daltônica, foi possível evidenciar que os indicadores são aplicáveis a partir do ponto de vista do usuário. Isso porque, a partir dos comandos das sentenças, é possível identificar elementos e apontar se os mesmos são ou não acessíveis do ponto de vista visual, auditivo e da cor. As convergências identificadas por meio das entrevistas com pessoas com deficiências apontam o que já foi evidenciado no aspecto teórico deste artigo: que o acesso à informação e, portanto, do consumo de produtos jornalísticos, é prejudicado pela ausência de acessibilidade. Além disso, há precariedades na implementação, no caso de existirem elementos assistivos. Estes fatores corroboram a reflexão realizada anteriormente sobre a cidadania comunicativa, o acesso e os direitos à informação e à comunicação. A partir destas lacunas, o jornalismo não corrobora na prática da cidadania para estes públicos, e falha em sua missão basilar de defensor da democracia.

Por fim, com relação à etapa de entrevistas semi-estruturadas (Gil, 2008) com editores dos veículos jornalísticos, foram aplicadas as sentenças que não eram passíveis de conferência nas etapas anteriores, já que dizem respeito a questões editoriais e de rotinas produtivas. As principais convergências com relação às questões das entrevistas resultaram no fato de que as iniciativas de acessibilidade – tanto técnicas quanto de pautas – são pontuais, por parte de jornalistas que se interessam pela temática. Apesar de ser preocupação dos veículos de comunicação, os mesmos não conhecem todos os caminhos para que os sites sejam plenamente acessíveis. A constatação vai ao encontro do que concebem Bonito (2015) e Beraldo (2021) quando afirmam que jornalistas não conhecem os caminhos para serem acessíveis em suas práticas diárias. Diante dessas práticas, não conseguem construir narrativas que funcionem como pontes entre as pessoas com deficiência e a produção jornalística.

Além disso, ainda que alguns elementos técnicos e jornalísticos tenham pontuado nos diferentes processos de testagem, estes não foram, necessariamente, pensados para a acessibilidade comunicativa. Um exemplo é o uso de linguagem simples, que é um dos critérios dos indicadores e em que os dois veículos pontuaram, mas que é, ao mesmo tempo, uma das prerrogativas da qualidade de um texto jornalístico. Isto influencia na acessibilidade do veículo, mas também denota que algumas pontuações dos veículos podem estar relacionadas com as noções de qualidade jornalística.

A partir do caminho de testagem, iniciou-se a limpeza e o tratamento dos dados para calcular a pontuação de cada veículo e estabelecer um *ranking* de qualidade da acessibilidade comunicativa no jornalismo. É necessário evidenciar que esta etapa do estudo conta com apenas dois veículos visto que se trata da construção de uma ferramenta que possa medir o nível da qualidade da acessibilidade no jornalismo (Wobeto, 2023). Sabe-se que um *ranking* com apenas dois colocados não dá conta de todo um universo profissional e que a partir disso não é possível estabelecer um diagnóstico completo quanto à acessibilidade comunicativa no jornalismo brasileiro. No entanto, é possível qualificar os veículos individualmente, o que, no caso desta pesquisa, é importante para verificar o funcionamento da ferramenta.

O peso de cada uma das categorias de indicadores foi pré-definido a partir de embasamento teórico, normativo e legislativo, conforme a tabela 1. Estes dizem respeito a uma ordem hierárquica de importância que privilegia a atividade jornalística como central e estabelece que, no caso de uma ferramenta que avalia a qualidade da acessibilidade comunicativa no jornalismo, deve conceber maior pontuação aos processos jornalísticos do que ao legislativo, por exemplo, já que este deveria ser cumprido por si só e, portanto, é o mínimo que um veículo deveria fazer. É uma compreensão que considera a separação em níveis que se entrelaçam, já que a atuação plena do profissional jornalista com relação à acessibilidade depende do respaldo da empresa jornalística. A hierarquia dos pesos dos indicadores foi detalhada na parte metodológica deste artigo.

A partir da definição dos pesos dos indicadores, partiu-se para a limpeza e o tratamento dos dados, e conforme as pontuações pré-determinadas⁶ para cada categoria de indicadores, chegamos a um ranqueamento entre os dois veículos. A pontuação do Veículo 1 ficou em 3,196. Já o Veículo 2 ficou com pontuação em 2,523 – portanto, segundo colocado no *ranking*.

Entre as considerações sobre este resultado está, em primeiro lugar, a de que ambas as pontuações dos veículos são baixas, e isto evidencia lacunas de acessibilidade comunicativa nestes veículos e também retrata as problemáticas relatadas no que diz respeito à deficiência das mídias (Bonito & Guimarães, 2023). Um ponto fundamental é a validação da ferramenta dos indicadores de qualidade, porque a partir da observação nas etapas anteriores, com as testagens já havia a hipótese de que as pontuações fossem baixas. Outro aspecto a ser considerado é que a legislação não foi cumprida nos dois veículos, o que indica uma preocupação necessária, já que o cumprimento do ponto de vista legislativo é o mínimo de nível de acessibilidade que essas mídias deveriam ter, o que vai ao encontro da discussão das legislações invisíveis (Bonito, 2015).

Deve-se, ainda, levar em conta que a hierarquização dos pesos de cada uma das categorias dos indicadores impacta na pontuação final dos veículos. Já evidencia-se que as escolhas se justificam a partir do recorte teórico e analítico da pesquisa, e que a ferramenta seria outra se tivesse um enfoque do nível técnico de acessibilidade do *site*, por exemplo. Enfatiza-se que, nesta pesquisa, a construção da ferramenta tem a especificidade da aplicabilidade de tecnologias assistivas e conhecimentos acessíveis para o jornalismo, seus processos produtivos, escolhas editoriais e seu entorno. O nível

6. Conforme já elencado na parte metodológica, as categorias de análise dos indicadores foram determinados a partir dos pesos 4 (produção jornalística), 3 (empresa jornalística), 2 (nível técnico do *site*) e 1 (legislação). A partir disso, na categoria 1, o peso 4 ainda foi dividido conforme as etapas do processo de produção jornalística, considerando o tempo de duração de cada processo e as técnicas empregadas: Apuração = 0,4; Planejamento da pauta = 0,4; Entrevistas = 0,5; Produção do produto jornalístico = 1,0; Publicação = 1,0; e Circulação = 0,7. A partir disso, cada categoria foi dividida pelo número de indicadores, o que estabelece um peso individual. Por exemplo, em 'Apuração', como são quatro os indicadores propostos, o peso 0,4 foi dividido por 4, o que resulta em um peso de 0,1 por indicador. Assim foi feito nas demais categorias e grupos temáticos.

técnico do *site* e a legislação são basilares para a atuação jornalística. Portanto, os resultados são impactados por essas escolhas e, por isso, devem ser relativizados. Um exemplo é o nível técnico do *site*, em que Veículo 2 cumpre mais requisitos (41) do que o Veículo 1 (34). Mas em comparação, do ponto de vista da categoria da empresa jornalística, Veículo 1 cumpre mais indicadores (5) do que Veículo 2 (2,6). Como o eixo dois, da empresa jornalística, tem maior peso hierárquico nesta ferramenta, o Veículo 1 ficou na frente.

Por conta do espaço disponível ao texto neste artigo, não é possível elencar todos os indicadores⁷, por isso eles são apresentados de forma resumida pelas categorias da produção jornalística, empresa, nível técnico e legislativo:

- Categoria 1 - Produção jornalística: é dividido em seis grupos temáticos, que representam cada uma das etapas do processo de produção jornalística, com mais detalhamentos a seguir:
 - 1.1. Planejamento da pauta: consiste na organização e preparação do formato do produto jornalístico, quando a logística permite. Isso porque, nesta organização de formatos, já é possível prever os recursos de acessibilidade necessários. Em caso de pautas sobre acessibilidade e pessoas com deficiência, compreende a vigilância com relação aos vieses que reproduzem estigmas e preconceitos.
 - 1.2. Apuração: neste tópico está a inserção de pessoas com deficiência como fontes jornalísticas não somente em pautas relativas à temática da deficiência, de acessibilidade e datas relativas, mas em outras pautas.
 - 1.3. Entrevistas: além de entender pessoas com deficiência como fontes jornalísticas, conforme mencionado na apuração, compreende a preparação da entrevista com pessoas com deficiência, que deve contar com os recursos assistivos adequados (autodescrição, descrição do ambiente, contratação de intérprete de Língua Brasileira de Sinais (Libras)).
 - 1.4. Produção jornalística: etapa em que o produto jornalístico é feito, o que envolve os formatos e as rotinas produtivas. Com relação ao texto, a linguagem precisa ser clara, objetiva e com organização de hierarquia informativa. Os elementos visuais devem ter audiodescrição ou descrição de imagens, e contraste responsivo que permita a compreensão de todas as informações. Em infográficos, gráficos, mapas e tabelas, deve-se aplicar recursos que propiciem outras formas de entendimento da informação (nomeação de cores, símbolos e representações, texturas e padrões geométricos, contornos e espaçamentos, alterações de matiz, saturação e luminosidade). Em produtos audiovisuais, devem ser inseridas a descrição de imagens, das pessoas e dos cenários, a inclusão da Janela de Libras e da Legendagem para Surdos e Ensurdidos (LSE), acesso ao roteiro do produto (transcrito e acessível), intérprete de Libras ou possibilidade de ativação da legenda automática, e, em entrevistas ao vivo no formato de *live*, deve haver contraste responsivo de cor com o *backdrop*, legendas e créditos dos participantes. Em produtos sonoros, deve haver acesso ao roteiro transcrito e acessível, além de possibilidade de ativação de legenda automática. Em rádios incorporadas no *site* do veículo, a ativação de legendas automáticas deve estar disponível, além da produção do conteúdo veiculado em outros formatos. Em caso de *hiperlinks* no texto, estes precisam ter mais de uma possibilidade de identificação (cor, sublinhado, negrito, itálico). Testes

7. A redação final de todos os indicadores está disponível nos anexos da versão final da monografia (Wobeto, 2023).

de responsividade da cor devem ser aplicados nos produtos jornalísticos em seus diversos formatos.

- 1.5. Circulação: pensa a publicação do produto jornalístico no *site*, em que: a audiodescrição ou descrição de imagens deve ser inserida no campo adequado (e não no espaço da legenda); identificação de *hiperlinks* com descrição do conteúdo; estilos de texto precisam ser usados de modo correto a fim de hierarquizar a publicação, o que propicia melhor navegabilidade do leitor de tela; o texto deve estar em uma única coluna; estilos de texto devem ser usados para adicionar boxes, citações, olhos e demais elementos; no caso de publicações longas, deve-se inserir *hiperlinks* na estrutura do produto jornalístico, como se fosse um sumário.
 - 1.6. Divulgação: etapa em que os produtos jornalísticos são divulgados, feita por meio das redes sociais digitais do veículo. Aqui, são compreendidos o planejamento de elementos de acessibilidade, o que inclui o uso de recursos como descrição de imagens ou audiodescrição, LSE, Janela de Libras e legenda simples. Os elementos descritivos precisam ser inseridos nos campos específicos para isto. No caso de vídeos curtos publicados em *stories*, a edição anterior à publicação deve incorporar a descrição sonora, a Janela de Libras e a LSE, ou a legenda simples na impossibilidade dos recursos anteriores. *Cards*, imagens e peças gráficas precisam ter audiodescrição/descrição de imagens e contraste responsivo.
- Categoria 2 - Empresa jornalística: evidencia aspectos editoriais e empresariais com relação à problemática. Exemplos são ter profissionais com deficiência nas redações, além de pessoas formadas em audiodescrição e intérpretes de Libras, a *expertise* em acessibilidade comunicativa e recursos assistivos por parte dos demais jornalistas. São consideradas a oferta de capacitação em acessibilidade para os profissionais da empresa, sobretudo os jornalistas. As pautas acerca de acessibilidade e pessoas com deficiência não devem ser abordadas do ponto de vista da tragédia, do heroísmo e da superação.
 - Categoria 3 - Nível técnico do *site*: aborda aspectos técnicos basilares para a atuação dos profissionais na criação de produtos jornalísticos acessíveis. Presença de alto contraste, caracteres ampliados, adaptações ao tamanho da tela, menu, campo de busca no alto da página são essenciais. Um produto jornalístico deve ser fácil de localizar e abrir. A ausência de publicidade é recomendada - ou deve ser evitada. Deve haver nomeação de cores e possibilidades de identificação para além das mesmas, no caso de botões, ícones de redes sociais digitais e etiquetas. Imagens, logomarcas, recursos de *captcha*, botões e demais elementos gráficos devem ter descrição de imagem. Quando à formulários, que podem ser de cadastro em *newsletter* e de assinatura do *paywall*, precisam ser fluidos, ter descrição nos campos de preenchimento, confirmação das informações e possibilidade de cancelamento de envio - principalmente quando há dados sensíveis ou financeiros -, as informações devem ser solicitadas apenas uma vez - com exceção das senhas -, exibir dicas de solução de mensagens de erro e possibilitar a função de copiar e colar senhas. Os *sites* não devem usar botões do tipo 'Leia mais' ou 'Para saber mais' no meio do corpo do texto. A atualização automática não deve ser usada. As funcionalidades devem ter a possibilidade de ser acionadas por meio de comandos de áudio e de atalhos de navegação do teclado. Estes também devem estar em um glossário com a explicação das funções. Recursos ou ferramentas como tradução de linguagens em texto, áudio e vídeo para a Libras devem ser incorporadas, além da opção de ouvir o texto por meio de áudio. Deve haver contraste responsivo entre o fundo e elementos textuais, em botões a identificação deve se dar por meio de cor e texto, a fonte deve ter boa legibilidade em manchetes, linhas finas e corpo do texto.
 - Categoria 4 - Legislação: corresponde ao nível mínimo de acessibilidade que o veículo deve ter, e são baseados na legislação brasileira. O *site* não pode ter barreiras para o acesso à informação e

comunicação, o que inclui as atitudinais e tecnológicas, além da eliminação das mesmas barreiras. Recursos assistivos como Janela de Libras, legenda oculta/LSE, legenda simples, audiodescrição e caracteres ampliados devem estar disponíveis. Os formatos dos produtos jornalísticos têm de ser possíveis de acesso por meio de *softwares* leitores de tela, caracteres ampliados e impressão em Braille. Símbolos de recursos de acessibilidade necessitam estar visíveis no *site*, e, caso haja presença de publicidade, esta também deve ser acessível.

Um destaque necessário para a potencialidade da ferramenta criada é que a mesma não isola o processo de produção jornalística das decisões editoriais, da base técnica acessível do *site* e da legislação que rege as normativas de acessibilidade brasileiras. Isso é importante para evidenciar aspectos diversos da acessibilidade comunicativa, cuja implementação ampla é complexa, mas possível. Por exemplo, um veículo jornalístico pode ter um *site* com nível técnico acessível, que possibilita inserção de descrição de imagens, mas cujos profissionais jornalistas não têm conhecimento técnico para a feitura do mesmo recurso.

Além disso, há uma visão ampla no sentido de compreender formatos tradicionais, como o texto e a imagem, em conjunto com formatos jornalísticos emergentes, como o *podcast*, o infográfico e recursos multimídia, além das redes sociais digitais. É importante evidenciar, neste processo, que entende-se o jornalismo como uma profissão que não deve estar centrada em si mesma, visto que vários dos elementos citados nesta pesquisa - em especial os de nível técnico - não devem ser de responsabilidade deste profissional, mas estão no conjunto de atuação de uma empresa jornalística, o que incorpora outros profissionais. A divulgação do conteúdo jornalístico em redes sociais digitais é outro exemplo, já que a profissão de *social media*, hoje, é feita tanto por jornalistas quanto por outros profissionais da área, como relações públicas, produtores editoriais e publicitários e publicitárias.

5. Discussão e conclusões

Os resultados encontrados na investigação indicam que o Jornalismo não pode se considerar verdadeiramente democrático e cidadão sem a acessibilidade comunicativa como regra. Isto porque, a partir das etapas de testagem da ferramenta construída, principalmente a de entrevistas com as pessoas com deficiência, a identificação de lacunas e de ausência de recursos assistivos denota que estas pessoas encontram barreiras no momento de consumir um produto jornalístico. No processo de construção e testagem da ferramenta de avaliação da qualidade da acessibilidade comunicativa em veículos jornalísticos, foram encontradas lacunas do ponto de vista técnico e representativo que os estudos elencados no aporte teórico já mostraram. Assim, a investigação evidencia a permanência das barreiras de acesso e, logo, da possibilidade de pessoas com deficiência exercerem suas cidadanias e usufruírem de direitos.

Além disso, as baixas pontuações que os veículos analisados tiveram a partir dos indicadores refletem uma baixa qualidade dos níveis de acessibilidade aplicados, principalmente com relação à produção e à empresa jornalística, mas também em relação à legislação. Isso reflete um cenário em que os veículos não priorizam a acessibilidade e também desconhecem os caminhos para tal. As empresas não investem em tecnologias, nem na formação de seus profissionais (Wobeto, 2023; Beraldo, 2021) e tampouco buscam tornar as redações mais diversas (Medina, 2021).

São poucas as práticas e discussões na área de Comunicação e do Jornalismo acerca desta temática, o que torna as pesquisas sobre este entrelaçamento necessárias. Em um campo de estudos que está em estágio inicial e de construção, é necessário que investigações sejam feitas, testadas e aprofundadas. Assim, a potencialidade da ferramenta construída também se enquadra nisto, a partir da identificação da qualidade da acessibilidade de veículos jornalísticos, identificação de suas lacunas e caminhos para melhorias. Estes apontam para a implantação de tecnologias assistivas nas mídias jornalísticas, na implantação de rotinas jornalísticas que considerem a prática da acessibilidade comunicativa e na construção de textos que não estigmatizam os públicos com deficiência. Estes aspectos passam, também, pela inserção de práticas pedagógicas de acessibilidade comunicativa na formação de jornalistas.

Além disso, estes resultados apontam questionamentos importantes e pertinentes com relação ao debate proposto no campo teórico. Como o Jornalismo quer colocar-se como estandarte da democracia sem acessibilidade em suas práticas? Esta discussão remonta, novamente, à conceituação de Bonito & Guimarães (2023), quando afirmam que a deficiência está nas mídias, e não nas pessoas. Profissão que se propõe como estandarte da democracia e promotora de cidadania, o jornalismo precisa reconhecer suas falhas e inserir a prática da acessibilidade comunicativa como parte da rotina produtiva.

O estágio em que o campo se encontra hoje é inicial, e mostra apenas um reconhecimento da problemática nos processos produtivos e nas maneiras de representar o público com deficiência. O caminho para a mudança é longo, e exige mais do que posturas e iniciativas isoladas de profissionais jornalistas, mas a disposição de todo o campo para romper com as formas cristalizadas de representações capacitistas do público com deficiência e demais minorias, além da qualificação do aspecto técnico da produção jornalística, o que inclui a implantação de tecnologias assistivas em todo o processo produtivo. Reforça-se que, sem a acessibilidade comunicativa, o jornalismo não consegue comunicar para todas as pessoas, e, conseqüentemente, falha na missão democrática e cidadã em que se coloca como seu papel social.

Declaración sobre la contribución específica de cada una de las autorías, según la taxonomía CrediT

- Conceptualización: Autor 1, Autor 2, Autor 3.
- Curación de datos: Autor 1.
- Análisis formal: Autor 1, Autor 2.
- Adquisición de fondos: Autor 1, Autor 2.
- Investigación: Autor 1, Autor 2.
- Metodología: Autor 1, Autor 2, Autor 3.
- Administración del proyecto: Autor 1, Autor 2, Autor 3.
- Recursos: Autor 1, Autor 2, Autor 3.
- Software: Autor 1, Autor 2, Autor 3.
- Supervisión: Autor 2, Autor 3.
- Validación: Autor 1.
- Visualización: Autor 1, Autor 2, Autor 3.
- Redacción – borrador original: Autor 1.
- Redacción – revisión y edición: Autor 1, Autor 2, Autor 3.

Viviane Borelli e Luan Moraes Romero atuaram como orientadora e coorientador do trabalho, a partir da supervisão e orientaram a coleta e tratamento dos dados, além da sistematização dos resultados.

Agradecimentos

Agradecemos às pessoas com deficiência e aos editores dos veículos 1 e 2 que contribuíram para esta pesquisa por meio das entrevistas. Aos avaliadores do trabalho na defesa da monografia, pelas sugestões e comentários. E, por fim, à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal (Capes), que financia a bolsa de pesquisa no nível do Mestrado, e que tornou possível a construção deste artigo.

Semblanza de los autores

Samara Wobeto é jornalista e mestranda em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM/UFSM), bolsista Capes, integrante do Grupo de Pesquisa Circulação Midiática e Estratégias Comunicacionais (Cimid/UFSM).

Viviane Borelli é docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação e do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), líder do Grupo de Pesquisa Circulação Midiática e Estratégias Comunicacionais (Cimid/UFSM), doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinos.

Luan Moraes Romero é jornalista, mestre em Comunicação e doutorando em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM/UFSM), integrante do Grupo de Pesquisa Circulação Midiática e Estratégias Comunicacionais (Cimid/UFSM).

Referências

- ABNT. (2016) *NBR 16452*. Associação Brasileira de Normas Técnicas, Brasil.
- Barbosa, S. (2023). *#ACESSEJOR. Por um jornalismo digital acessível, inclusivo e inovador* (170 p.). Editora LabCom, Covilhã. <https://bit.ly/4aReI43>
- Barrichello, E. (2016). A autoria na elaboração de uma tese. In C.P. Moura; M.I.V. Lopes (Orgs.) *Pesquisa em Comunicação - Metodologias e Práticas Acadêmicas* (p. 129 - 152). EdUPUCRS. <https://bit.ly/3VXhmRJ>
- Beilfuss, L.P. e Bonito, M.A. (2017). *Existe mesmo um jornalismo em prol da cidadania?* In Anais XVIII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul - Intercom Sul (p. 1 - 15). Intercom Sul.
- Beraldo, C.T. (2021) "Quem cabe no seu todos?" *Jornalismo e Deficiência Visual: um estudo sobre a acessibilidade e usabilidade em notícias em redes digitais*. Universidade Federal da Bahia.
- Bonito, M. (2015). *Processos da comunicação digital deficiente e invisível: Mediações, usos e apropriações dos conteúdos digitais pelas Pessoas com deficiência visual no Brasil*. Universidade do Vale do Rio dos Sinos.
- Bonito, M., & Guimarães, L. (2023). (Re)Pensar as Deficiências das Mídias e dos Processos Comunicacionais. In: BARBOSA, S. (Ed.). *#ACESSEJOR. Por um jornalismo digital acessível, inclusivo e inovador*. Editora LabCom, Covilhã. <https://bit.ly/4aReI43>

- Bonito, M., & Santos, L.C.D. (2018). Procesos comunicacionales inclusivos: una mirada bajo la óptica de la accesibilidad comunicativa (p. 202-211). *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 15(29). <https://doi.org/10.55738/alaic.v15i29.502>
- Borelli, V. (2015). A circulação da notícia na sociedade em processo de midiatização: o caso de jornais de abrangência regional. *Rizoma*, 3(1), 36-48. <https://doi.org/10.17058/rzm.v3i1.6153>
- Campanhã, M. R. (2020). *Audiodescrição e Cidadania: Processos Comunicacionais de sujeitos cegos aos usos e apropriações da rede social WhatsApp*. Universidade do Vale do Rio dos Sinos.
- Carlón, M. (2021). *A modo de glosário*. Cátedra Semiótica de Redes Universidad de Buenos Aires. <https://bit.ly/3vBIUmg>
- Carpes, D. S. (Org.). (2016). *Audiodescrição: práticas e reflexões*. Editora Catarse. <https://bit.ly/4aMqkoZ>
- Centers, U.N.I. (2000). *Declaração Universal dos Direitos Humanos*. Centro de Informações das Nações Unidas para o Brasil – Unic.
- Conceição-Silva, M. C. (2021) *Aplicativo de notícias ao pé do ouvido. Inclusão de garantia de autonomia nas apropriações de notícias online por pessoas com deficiência visual*. Universidade Católica de Pernambuco.
- Constituição da República Federativa do Brasil de 1988* (1988). Presidência da República, Brasil. <https://bit.ly/49w2L2M>
- Conteúdo, M.Z., & Unicap (2022a). *Acessibilidade Jornalística – Um problema que ninguém vê. Estudo sobre a oferta e o consumo de conteúdo jornalístico por pessoas cegas e com baixa visão no Brasil*. Universidade Católica de Pernambuco.
- Conteúdo, M.Z., & Unicap (2022b). *Por um jornalismo acessível. Manual de boas práticas para a produção de conteúdo jornalístico acessível às pessoas com deficiência visual*. Universidade Católica de Pernambuco.
- Decreto nº 3.956, de 8 de outubro de 2001* (2001). Promulga a Convenção Interamericana para a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra as Pessoas Portadoras de Deficiência. Presidência da República. <https://bit.ly/3PVXj2e>
- Decreto nº 5.296, de 2 de dezembro de 2004* (2004). Regulamenta as Leis nºs 10.048, de 8 de novembro de 2000, que dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências. Presidência da República, Brasil. <https://bit.ly/3xwsw5M>
- Decreto nº 5.626, de 22 de dezembro de 2005* (2005a). Regulamenta a Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais – Libras, e o artigo 18 da Lei 10.098, de 19 de dezembro de 2000. Presidência da República, Brasil. <https://bit.ly/3xxYYF1>
- Decreto nº 6.949, de 25 de outubro de 2009* (2009). Promulga a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo, assinados em Nova York, em 30 de março de 2007. Presidência da República, Brasil. <https://bit.ly/49CsAOB>
- EBC. (2018). NOR 704. Empresa Brasileira de Comunicação.
- Ellcessor, E., Hagood, M, & Kirkpatrick, B. (2021). Rumo a um campo de estudos de deficiência e mídia. *Revista Culturas Midiáticas, João Pessoa*, (15), 6-37. <https://bit.ly/4auMOeH>
- Freitas, T.A. (2021). *Representações sociais de pessoas com deficiência em notícias do portal G1*. Universidade Federal de Santa Catarina.
- Garcêz, R.L. (2021). Entrevista com Katie Ellis. *Revista Culturas Midiáticas, João Pessoa*, (15), 38-43. <https://doi.org/10.22478/ufpb.2763-9398.2021v15n.61593>

- García-Prieto, V., Aguaded, I., & García-Rojas, A.D. (2022). Diversity and public television: analysis of subtitling as an accessibility service. *Communication & Society*, 35(2), 121-135. <https://doi.org/10.15581/003.35.2.121-135>
- Genro-Filho, A. (2012). *O Segredo da Pirâmide. Para uma teoria marxista do jornalismo*. Editora Insular.
- Gentili, V. (2005). *Democracia de Massas: jornalismo e cidadania. Estudo sobre as sociedades contemporâneas e o direito dos cidadãos à informação*. EDIPUCRS.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de Pesquisa Social*. Editora Atlas S.A.
- Gomes, S. R., & Moutinho, M. C. B. (2021). Identidades mediatizadas: o enquadramento da deficiência e de atletas paralímpicos em narrativas globais. *Revista Culturas Midiáticas*, João Pessoa, (15), 308-326. <https://doi.org/10.22478/ufpb.2763-9398.2021v15n.60174>
- González-Perea, L. (2018). La accesibilidad de los medios de comunicación digitales en España: responsabilidad de los periodistas en la generación de contenidos inclusivos. *index.comunicación*, 8(1) 225-253. <https://bit.ly/3QkFbj1>
- González-Perea, L., & Rodríguez-Ascaso, A. (2022). Dificultades y retos para periodistas en la producción de contenidos accesibles para Internet. *Revista Española de Discapacidad*, 10(2), 91-110. <https://bit.ly/43PD0JL>
- IBGE (2023). *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD): Pessoas com Deficiência 2022*. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
- Instrução Normativa da Secretaria Geral da Presidência da República nº 1, de 2 de dezembro de 2005* (2005b). Referente à acessibilidade na publicidade e nos pronunciamentos oficiais. Presidência da República. <https://bit.ly/43QGxYd>
- Lei nº 4.169, de 4 de dezembro de 1962* (1962). Oficializa as convenções Braille para uso na escrita e leitura dos cegos e o Código de Contrações e Abreviaturas Braille. Presidência da República. <https://bit.ly/3xvHfOt>
- Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000* (2000). Estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade para pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências. Presidência da República. <https://bit.ly/43X8ttA>
- Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002* (2002). Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras, e dá outras providências. Presidência da República. <https://bit.ly/3VO5Kk1>
- Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015* (2015). Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência. Presidência da República. <https://bit.ly/4aPS2kY>
- Marcondes-Filho, C. (2000). *A Saga dos Cães Perdidos*. Hacker Editores.
- Mata, M. C. (2006). Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación. *Unisinos, revista Fronteiras - estudos midiáticos*, São Leopoldo, 8(1), 5-15. <https://bit.ly/4cQgQ7q>
- Medina, A. (2021). El rol de los medios de comunicación en el cambio de paradigma sobre la discapacidad. In R. Alves (Org.). *Diversidad en Periodismo Latinoamericano* (p. 108 - 117). Centro Knight para el Periodismo en las Americas. <https://bit.ly/49qFWxu>
- Medina, C. (1995). *Entrevista: o diálogo possível*. Editora Ática S.A.
- Moraes, F. (2022). *A pauta é uma arma de combate. Subjetividade, prática reflexiva e posicionamento para superar um jornalismo que desumaniza*. Arquipélago.
- Motta, L., & Romeu-Filho, P. (Orgs.) (2010). *Audiodescrição. Transformando Imagens em Palavras*. Secretaria dos Direitos da Pessoa com Deficiência do Estado de São Paulo. <https://bit.ly/3TRGEhu>
- Naves, S. B., Mauch, C., Alves, S.F., & Araújo, V. L. S. (Org.). (2016). *Guia para produções audiovisuais acessíveis*. Ministério da Cultura e Secretaria de Audiovisual. <https://bit.ly/4dQDFIX>

- Pedrosa, L. L. C. (2020). *SEO On-page no Jornalismo: fatores algorítmicos como lide aos buscadores*. Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”.
- Pereira, T. (2021). *Guia de acessibilidade cromática para daltonismo: princípios para profissionais da indústria criativa*. Universidade Federal de Santa Maria.
- Salton, B. P., Dall-Algnol, A., & Turcatti, A. (2017). *Manual de Acessibilidade em Documentos Digitais*. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul - IFRS. <https://bit.ly/3UcpPzc>
- Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo: Volume I. Porque as notícias são como são*. Insular.
- Traquina, N. (2013). *Teorias do Jornalismo: Volume II. A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional*. Insular.
- Verón, E. (1997). Esquema para el análisis de la mediatización. *Revista Diálogos de La Comunicación, Felafacs, Lima*, (48), 9-16. <https://bit.ly/4dRrGkC>
- Wobeto, S. (2023). *A construção de indicadores de qualidade para a acessibilidade comunicacional em veículos jornalísticos digitais*. Universidade Federal de Santa Maria. <https://bit.ly/3wSkILB>
- Wobeto, S., & Borelli, V. (2020). *Construção jornalística da pessoa com deficiência e a ênfase na superação* (p. 1 - 14). 10º Encontro de Jovens Pesquisadores em Jornalismo.
- Wolf, M. (2009). *Teorias das Comunicações de Massa*. Editora WMF Martins Fontes.
- W3C. (2018) *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)*. World Wide Web Consortium (W3C). <https://bit.ly/4cP7HTk>

Inclusión discursiva de mujeres con discapacidad y el potencial del periodismo para producir representaciones emancipadoras

Discursive inclusion of women with disabilities and the potential of journalism in representations to produce emancipatory representations

Thais Araujo de Freitas

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) | AC Cidade Universitária - Trindade - Florianópolis/SC - CEP 88040970 | Brasil
0000-0003-4993-5897 · thata.a.freitas@gmail.com

Terezinha Silva

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) | AC Cidade Universitária - Trindade - Florianópolis/SC - CEP 88040970 | Brasil
0000-0001-7427-9364 · terezinhasilva@yahoo.com

Recepción 28/02/2024 · Aceptación 30/04/2024 · Publicación 15/07/2024

Resumen

A partir de un encuadre teórico en los derechos humanos, vulnerabilidad e interseccionalidad, el artículo reflexiona sobre cómo el silenciamiento histórico de las mujeres y especialmente de las mujeres con discapacidad, en la sociedad y en la comunicación mediática les restringe el pleno ejercicio de derechos. El objetivo es comprender en qué medida la inclusión de las perspectivas de las mujeres con discapacidad en los relatos periodísticos puede contribuir a la construcción de representaciones más humanizadas y emancipadoras, y garantizarles una posición en cuanto que sujetos de sus propios discursos e historias, en lugar de someterlas a la condición de objetos de las noticias. Este artículo está estructurado como un ensayo, basado en investigación bibliográfica para desarrollar el argumento sobre los límites aún presentes en los medios tradicionales para incorporar las voces, temas y perspectivas de las personas con discapacidad. Ejemplos de iniciativas periodísticas con perspectiva feminista e interseccional, identificados en una investigación exploratoria del contexto brasileño, ayudan a evidenciar algunos aspectos del potencial de la inclusión discursiva de las mujeres con discapacidad en relatos periodísticos para problematizar valores capacitistas y excluyentes que sostienen las representaciones vigentes y obstaculizan el debate sobre sus derechos.

Palabras clave: comunicación inclusiva, perspectiva de género, discapacidad, derechos humanos.

Abstract

Starting from a discussion on human rights, vulnerability and intersectionality, the article reflects on how the historical silencing of women and, above all, of women with disabilities both in society and in media communication limits their access and full exercise of rights. The aim is to understand the potentialities of the discursive inclusion of this social group in journalistic materials to "cripple" the representations in circulation in society and to guarantee them the position of subjects of their own discourses and stories, instead of subject them to the condition of objects. This article is structured

as an essay, based on bibliographic research to develop the argument about the limits still present in traditional media to incorporate the voices, themes and perspectives of people with disabilities. Examples of journalistic initiatives with a feminist and intersectional perspective, identified in an exploratory research of the Brazilian context, help to highlight some aspects of the potential for discursive inclusion of women with disabilities in journalistic stories to problematize enabling and exclusionary values that sustain the current representations and hinder the debate on their rights.

Keywords: *inclusive comunicación, gender perspective, disability, human rights.*

1. Introducción

La lucha de las personas con discapacidad por su reconocimiento en cuanto a sujetos de derechos viene impulsando su acción y la de sus movimientos sociales representativos en Brasil desde, al menos, la década de 1980, siendo esta la fase final de un período de autoritarismo, censura y tortura impuesto por la dictadura militar. Al igual que otros grupos sociales, se han movilizad y conseguido importantes avances normativos. Aún así, siguen siendo objeto de faltas de respeto y violaciones que representan importantes barreras para el ejercicio de su ciudadanía.

En Brasil, por ejemplo, el gobierno federal recibió casi 52 mil denuncias de violaciones de derechos humanos contra personas con discapacidad entre los meses de enero y septiembre de 2023. Entre las más frecuentes están el riesgo a la salud, malos tratos, abandono, tortura psíquica y falta de asistencia para alimentación (Transverso, 2023). Internacionalmente, la Fundación de Naciones Unidas para la Infancia indica que niños con discapacidad tienen un 42% menos probabilidad de desarrollar habilidades básicas de lectura en comparación con niños sin discapacidad, principalmente por falta de escuelas y materiales didácticos con accesibilidad y un 34% más de probabilidad de desnutrición crónica (Unicef, 2021).

Si las personas con discapacidad experimentan cotidianamente que les faltan sus derechos básicos, observar este fenómeno desde una perspectiva de género nos exige considerar las opresiones que se superponen a las mujeres con discapacidad. La desigualdad y las formas de violencia que sufren se hacen sentir en las interacciones personales o institucionales, al punto de que pueden ser identificadas en la comunicación mediática y periodística.

El reconocimiento de la ciudadanía y la inclusión de las personas con discapacidad en los diversos espacios de la vida social están significativamente condicionados por la forma en que la sociedad construye representaciones sobre ellas y sus prácticas. Entendemos el periodismo como una práctica comunicativa institucionalizada (Silva & França, 2017), que tiene un rol importante en la construcción y actualización de representaciones sobre acontecimientos, sujetos y grupos sociales. En línea con Gomes (2009), Silva & França (2017) consideran que el periodismo fundamenta históricamente su relevancia como institución social en el valor del interés público y la defensa de la ciudadanía. Por ello, creemos pertinente indagar sobre cómo los contenidos que produce el periodismo representan a los actores y grupos sociales, y cómo estas representaciones pueden afectar al reconocimiento de los miembros de estos grupos como ciudadanos.

Estudios realizados en países como Brasil (Longo, 2019; Figueiredo, 2019; Coelho, 2019; Baldin, 2020; Junior, 2021; Silva, 2021; Anacleto, 2023) o España (González, 2020; Vázquez-Barrio *et al.*, 2021; Figuereo-Benítez *et al.*, 2023) han identificado que se mantienen en los medios de comunicación, en la publicidad

o en el cine, problemas relativos a la invisibilidad de personas con discapacidad o representaciones en las que se refuerzan prejuicios y estereotipos. En una investigación sobre el contexto brasileño, Araujo-Freitas (2021), por ejemplo, verificó que los medios de comunicación tradicionales tratan poco sobre temas relativos a las personas con discapacidad desde una perspectiva ciudadana y emancipadora.

Con el objetivo de colaborar con las investigaciones que se dedican a estudiar la relación entre los medios de comunicación, las representaciones y la ciudadanía de las personas con discapacidad, este ensayo pretende reflexionar sobre el potencial del periodismo con perspectiva feminista e interseccional para construir representaciones humanizadas y emancipadoras de las personas con discapacidad. A partir de aportes teóricos de la teoría crip, de los estudios de género y decoloniales, y de ejemplos de iniciativas de periodismo que operan desde una perspectiva feminista, argumentamos que la inclusión discursiva de las mujeres con discapacidad en los reportajes periodísticos es una de las formas de “agrietar” (o *aleijar*, como se dice en portugués) las representaciones dominantes, en la medida que garantiza a estas mujeres la posición de sujetos de sus propios discursos e historias.

El término “agrietar” utilizado en este artículo se refiere a la expresión basada en la traducción propuesta por Mello & Gavério (2019) para la llamada teoría crip desarrollada por McRuer (2021). Según Mello & Gavério (2019), de forma similar al término *queer*, la terminología crip tiene una connotación abiertamente agresiva, por lo que han elegido usar la expresión *aleijado* en portugués debido a su carácter subversivo, ya que inicialmente se refieren a aquellos que no encajan en los estándares corporales y funcionales impuestos por la sociedad, revelando “la zona abyecta reservada a las personas con discapacidad” (p. 43).

“Agrietar”, en este sentido, es desafiar y causar grietas en las estructuras e instituciones sociales, en el pensamiento y las prácticas hegemónicas, para rechazar la idea de que no tener discapacidad es el estado natural de todo ser humano. Por tanto, “agrietar” el periodismo es colaborar con que adopte una postura anticapacitista, que entienda la discapacidad como una característica legítima de determinados cuerpos, sin excluir, subordinar y silenciar a las personas por su discapacidad.

El artículo se estructura en cinco apartados, además de las conclusiones. El primero aborda el concepto de derechos humanos, basado en una concepción de universalidad abstracta y nortecéntrica y, por tanto, estrecha y selectiva (Hunt, 2009; Blay, 2009). Luego se aborda la vulnerabilidad de las mujeres con discapacidad (Mello, 2014) como una realidad marcada por la intersección de diferentes sistemas de opresión (Crenshaw, 2002). En el tercer apartado, se trata de las distintas perspectivas desde las cuales se aborda la discapacidad. A continuación, se presenta la noción de “privilegio de hablar” (Kilomba, 2019) como algo fundamental en el periodismo para transformar a las mujeres con discapacidad en sujetos y no en meros objetos de las noticias. En el quinto apartado presentamos brevemente algunas iniciativas en comunicación periodística con perspectiva de género desarrolladas en Brasil, que ilustran el argumento sobre el potencial del periodismo para construir representaciones humanizadas y emancipadoras. En último lugar, presentamos nuestras reflexiones finales.

2. El tratamiento de la discapacidad en los medios de comunicación

Las investigaciones académicas sobre el tratamiento de la discapacidad en los medios de comunicación han señalado límites en la forma que los medios representan o incluyen a este grupo social en sus

contenidos. En Brasil, donde la investigación sobre este tema es aún relativamente reciente (Gomes *et al.*, 2019; Berni & Maldonado, 2023) señalan que históricamente las personas con discapacidad han visto minimizado, protegido o negado su derecho a la voz y a la participación social. Argumentan que es esencial incluir a los miembros de este grupo social como corresponsables de la producción de conocimiento, sin necesidad de confirmación de terceros, tanto en los procesos de comunicación como en la investigación científica en el área.

En una investigación anterior (Araujo-Freitas, 2021) se ha evidenciado el silenciamiento de personas con discapacidad en relatos periodísticos. Tal silenciamiento suele manifestarse de dos maneras: por exclusión, cuando sus perspectivas son completamente ignoradas; y por tutelaje, cuando estas personas tienen sus voces sustituidas por las de alguien considerado más capaz de expresar opiniones, valoraciones y perspectivas, como sus familiares cercanos, por ejemplo. En este segundo caso, la subjetividad de las personas con discapacidad es apenas tangencializada, pero no incluida efectivamente (Araujo-Freitas, 2021).

Otros estudios han tratado de entender cómo los medios de comunicación representan a las personas con discapacidad en sus contenidos. En una investigación centrada exclusivamente en niños con discapacidad, Coelho (2019) identificó cierta invisibilidad de la voz y del rostro de niños y niñas en las revistas brasileñas especializadas en temas infantiles. Por su parte, Baldin (2020) señala que incluso cuando hay un aumento de la presencia de personas con discapacidad en los medios de comunicación, esto no significa necesariamente que haya una reducción de los prejuicios asociados a ellos. La investigadora identificó un sutil proceso de reestigmatización, en el que estas producciones se centran, sobre todo en la discapacidad y no en la persona. A una conclusión similar llegó Júnior (2021) en un estudio sobre la producción cinematográfica en Brasil. La investigación señala que raramente hay producciones de este tipo en las que aparezcan personajes con discapacidad física sin que la propia discapacidad sea el foco de los relatos. Destaca que eso debilita el debate sobre la inclusión y refuerza estereotipos y estigmas presentes en la sociedad.

Otras investigaciones han estudiado los procesos de comunicación en las redes sociales digitales, como Facebook, Instagram y YouTube. Silva (2021), por ejemplo, observó la ausencia y el silenciamiento de las personas con discapacidad en campañas publicitarias compartidas en la plataforma YouTube. La investigadora analizó anuncios publicitarios del *ranking* YouTube AdsLeaderboard, entre 2016 y 2019, de Brasil y de Estados Unidos. El *ranking* enumera los anuncios más vistos en la plataforma YouTube, teniendo en cuenta el *engagement* y los *clics* nativos en los vídeos. Entre los 441 anuncios analizados en Brasil, las personas con discapacidad sólo estaban presentes en 22; y entre los 326 analizados en Estados Unidos, solo en cinco. Además, señaló la existencia de narrativas capacitistas en el escenario publicitario investigado, que refuerzan los estereotipos. A veces, se les representa como objetos de lástima, y otras, como inspiración.

La discapacidad también ha sido investigada en los estudios de comunicación deportiva (Longo, 2019; Figueiredo, 2019; Anacleto, 2023). En general, estos estudios señalan los límites de los relatos producidos en estos medios, los cuales por un lado valoran las capacidades individuales de los atletas, pero, por otro, aún los representan asociados a la fragilidad y a la dependencia, lo que puede significar un falso reconocimiento (Anacleto, 2023). La investigadora también observó que, al elogiar los logros deportivos de los atletas, algunos relatos invisibilizan sus discapacidades. En un estudio anterior, en el que analizó cómo los atletas paralímpicos brasileños perciben, entienden e interpretan sus propias

representaciones en los medios de comunicación, Figueiredo (2019) verificó la existencia de cierta diversidad en las respuestas, pero el autor subraya que la mayoría de los entrevistados quieren que el deporte y la discapacidad sean representados como partes importantes de su identidad.

En el contexto español, investigaciones recientes han mostrado problemas similares. En un estudio también centrado en la cobertura deportiva, pero con vistas a implementar el periodismo de datos, González (2020) identificó la invisibilidad generalizada de los deportes practicados por personas con discapacidad, independiente de que los deportistas sean hombres o mujeres. Este hallazgo difiere de la cobertura deportiva convencional, que favorece los deportes practicados por hombres, especialmente el fútbol. La investigadora señala que una de las posibles razones es la invisibilidad a la que están sometidas en general las personas con discapacidad –y en concreto los deportistas discapacitados–, cuyos miembros luchan por un bien común: tener espacio en los medios de comunicación y estar a la altura de los deportes olímpicos. Señala que la mayoría de los medios de comunicación cubren los deportes practicados por personas con discapacidad durante los Juegos Paralímpicos, a pesar de que hay competiciones durante todo el año, historias que podrían ser de interés e, incluso demandadas por el público en cualquier momento.

Vázquez-Barrio *et al.* (2021) indican la existencia de abundante bibliografía sobre el encuadre de las noticias relacionadas con la discapacidad, pero apuntan a la falta de estudios sobre las percepciones que tienen las personas con discapacidad acerca de cómo se las presenta en los medios de comunicación. Al investigar tres grupos de discusión con estas personas, todos consideran que hay un aumento tanto de noticias sobre esta temática como del protagonismo informativo de las personas con discapacidad. Aún así, observaron que ese tipo de cobertura continúa siendo sesgada, sensacionalista, estereotipada, despersonalizada y presenta a las personas con discapacidad como un colectivo homogéneo. De este modo, indican la necesidad de mejorar el tratamiento mediático para alcanzar la normalización y naturalización de la discapacidad entre los ciudadanos. En un estudio más reciente, Figueroa-Benítez *et al.* (2023) llegaron a conclusiones similares. Ellos indican que persisten las perspectivas paternalistas o capacitivas, aunque se ha avanzado en el modo en el que los medios informan sobre la discapacidad, y que el colectivo ha colaborado para mejorar el tratamiento mediático. A partir de entrevistas semiestructuradas a federaciones y confederaciones asociadas al Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI), los investigadores observaron discrepancias entre el caso de las personas ciegas o con síndrome de Down, con una representación más adecuada y respetuosa, y el caso de las personas con discapacidad psicosocial, las cuales siguen estigmatizadas. Ellos concluyen que el espacio informativo permanece insuficiente, estereotipado y desigual entre los distintos tipos de discapacidad.

Dados los límites que aún existen en las formas de visibilidad, inclusión y reconocimiento con las cuales los medios tradicionales tratan a las personas con discapacidad, se considera relevante reflexionar sobre las prácticas de otros medios periodísticos, como los que adoptan una perspectiva feminista e interseccional, para cuestionar y actualizar las representaciones vigentes, a partir de la inclusión discursiva de las mujeres con discapacidad. En consonancia con Trampuz & López (2020), se entiende que la búsqueda de una comunicación y un periodismo inclusivos, que contribuyan a combatir las concepciones discriminatorias, debe ser un esfuerzo colectivo entre los medios de comunicación, los profesionales de la información y los actores sociales. Para el objetivo de este ensayo, nos centramos sobre los actores sociales implicados (mujeres con discapacidad) como fuentes de información, para

reflexionar en qué medida la inclusión de sus perspectivas en las informaciones periodísticas puede contribuir a la construcción de representaciones más humanizadas y emancipadoras.

3. Los derechos y las múltiples vulnerabilidades

En contextos marcados por el capitalismo, el colonialismo y el patriarcado, diversos grupos sociales han estado sometidos a procesos opresivos de silenciamiento y eliminación en las distintas dimensiones de la vida social, entre ellos, las mujeres. Como señala la historiadora Hunt (2009) al abordar el proceso que denomina la “invención de los derechos humanos”, los derechos de las mujeres ni siquiera se discutían en el ámbito público en los años previos a la Revolución Francesa. Sus derechos se situaban por debajo en comparación con los de otros grupos (Hunt, 2009). Blay (2009) también llama la atención sobre el hecho que solamente en 1993, en la Conferencia de Viena sobre Derechos Humanos, se utilizó por primera vez la expresión “Derechos Humanos de las Mujeres” y se incluyeron, efectivamente, artículos que criminalizaban la violencia contra las mujeres. Según Blay (2009), hasta aquella fecha, los derechos humanos no especificaron a las mujeres, subsumiéndolas bajo la denominación universalizadora de “hombres” o “seres humanos”, lo que en la práctica significaba ocultarlas (p. 39).

Volviendo la mirada a épocas más recientes y específicamente a los países del Cono Sur, es posible observar otro elemento que ha contribuido de manera muy marcada a la eliminación y silenciamiento de las mujeres en estos lugares: los regímenes dictatoriales instaurados en países del continente, como Brasil (Pedro, 2010). Esto, sin duda, comprometió aún más la conquista de derechos, la consolidación de la ciudadanía y la participación democrática de las mujeres, pues frenó la difusión y circulación de ideas e ideales feministas basados en la igualdad de derechos entre hombres y mujeres.

Al plantear una concepción amefricana de los derechos humanos (González, 1988), Pires (2020) señala también la estrechez de la concepción de los derechos humanos forjada en la modernidad. Para ella, al pretender ser universal, esta noción presupone una única posibilidad de la naturaleza humana, incapaz de corresponder a las múltiples posibilidades de la existencia. Según Pires, “el estándar de normalización de la condición humana elegido por la modernidad se relaciona con el modelo del sujeto de origen europeo, masculino, blanco, cristiano, heteronormativo, poseedor de los medios de producción y sin discapacidades” (2020, p. 301). La consecuencia de esa noción estrecha, que no tiene en cuenta las necesidades y deseos de una amplia gama de existencias para una vida libre y digna, es la jerarquización de los seres humanos, de los saberes y de las cosmovisiones, que acaban sofocados e invisibilizados (Pires, 2020).

Aunque existan registros de exclusión e, incluso, eliminación de personas con discapacidad en diferentes sociedades a lo largo de la historia (Araujo-Freitas, 2021), creemos que las formas capacitistas de entender y tratar la discapacidad que persisten en la actualidad están, en gran medida, vinculadas a las nociones modernas de un estándar universal de humanidad. Este estándar no reconoce como legítima la diversidad funcional de los cuerpos y, basado en los avances de la ciencia moderna, exige la reparación de los cuerpos considerados defectuosos, incompletos y desviados con vistas a su normalización (Maior, 2017). La imposición social de este estándar corponormativo resulta en la jerarquización, inferiorización y deshumanización de las personas, especialmente de las mujeres con discapacidad.

Por supuesto, no se devalúan las conquistas en términos de derechos formales en el marco de las instituciones modernas, obtenidas a través de la movilización y protagonismo de las propias personas con discapacidad. Sin embargo, se considera relevante lo planteado por Pires (2020) cuando afirma que la humanidad de aquellos que se desvían del estándar del sujeto moderno, como las mujeres, los negros, los indígenas, los que desafían la sexualidad heteronormativa y las personas con discapacidad, “es subvertir las estructuras de poder y dominación que fueron construidas violentamente por el ejercicio del poder” (p. 308) en la era moderna/colonial, que sigue sometiendo a los mismos cuerpos con formas actualizadas de falta de respeto y opresión.

Si como hemos visto, las mujeres han sido históricamente invisibilizadas y silenciadas, las mujeres con discapacidad han sufrido la falta de respeto y opresión de forma aún más intensa. Diversos estudios subrayan que, debido principalmente a los valores patriarcales aún dominantes en las sociedades contemporáneas, las mujeres con discapacidad están en situación de doble desventaja debido a la compleja discriminación basada en la interacción entre género y discapacidad (Gesseret *et al.*, 2013; Nicolau *et al.*, 2013; Mello, 2014). La situación se vuelve aún más compleja con la incorporación de las categorías de raza, género, clase, orientación sexual, región y religión, entre otras (Mello, 2014). Según Crenshaw (2002), esas categorías se interseccionan creando desigualdades básicas que estructuran las posiciones relativas de las mujeres, las razas, las etnias, las clases y otros y “generan opresiones que fluyen a lo largo de dichos ejes, constituyendo aspectos dinámicos o activos del desempoderamiento” (p. 177). Es interesante enfatizar la discapacidad entre las estructuras que colisionan (Mello, 2014), jerarquizando y generando opresiones complejas, ya que varios estudios señalan que esta cuestión, por ser considerada según Mello & Nuernberg (2012), “específica y distante” (p. 636), ha sido dejada de lado por gran parte de los estudios académicos y también por los movimientos que luchan por los derechos, como el propio movimiento feminista (Nicolau *et al.*, 2013).

Cabe añadir que la lucha contra la discriminación específica por motivo de discapacidad, o sea, la lucha anticapacitista, como señalan Mello & Nuernberg (2012), es contraria a la lógica de la corponormatividad, basada en un estándar de cuerpo eficiente, capaz de producir y “ser útil” dentro de los parámetros del capitalismo. Mello (2019) también destaca la existencia de diferentes interpretaciones, contradicciones y divergencias teórico-políticas en torno a lo que se configura como capacitismo y subraya que prefiere adoptar las consideraciones de Campbell (2009). Según Campbell, este concepto es una matriz de inteligibilidad corporal y comportamental que traza las fronteras entre naturaleza y cultura al definir como naturales sólo los cuerpos completamente funcionales y capaces, es decir, sin discapacidades ni enfermedades. Según Mello (2019): “así, la producción social de la discapacidad también es ‘naturalizada’ por los saberes dominantes, cuyos significados atribuidos a la discapacidad se organizan en un sistema de aparente oposición binaria de presencia y ausencia (capacidad *versus* discapacidad)” (p. 131). A continuación, conviene repasar brevemente las principales perspectivas que se han desarrollado sobre la discapacidad.

4. Perspectivas sobre la discapacidad

Las primeras conceptualizaciones de la discapacidad han recibido una fuerte influencia biomédica. Basadas en los avances del conocimiento científico y en supuestos estándares de normalidad, configuraron lo que se conoció como modelo médico o biomédico de la discapacidad. Este modelo reduce el cuerpo a la discapacidad, entendida como una desviación que necesita ser corregida a través de

tratamientos de rehabilitación del cuerpo discapacitado, considerado incapaz (Diniz, 2007; Gesseret *et al.*, 2012; Maior, 2017). A partir de la década de los 60, con el surgimiento de los Estudios de la Discapacidad (*Disability Studies*), se creó el modelo social de la discapacidad, que representó un fuerte contrapunto a la concepción biológica, normalizadora y reduccionista, representada por el modelo biomédico.

Como señala Diniz (2007), la crítica al modelo biomédico surgió a partir de las reflexiones de Hunt (1966) sobre el estigma en el Reino Unido. En la introducción a su libro *Stigma: The Experience of Disability*, afirma que los 12 discapacitados cuyas historias componen el libro tienen puntos de vista diferentes, pero comparten el deseo de ser reconocidos de forma integral, más allá de la condición de sus cuerpos. Hunt subraya que “la discapacidad es una influencia importante en nuestra personalidad, pero sólo una, como la nacionalidad, la edad o la educación” (1966, p. X).

La primera generación de autores del modelo social, formada principalmente por hombres blancos, europeos e intelectuales con lesiones medulares, se dio cuenta de que eran las barreras impuestas por la sociedad las que limitaban la participación social de las personas con discapacidad (Diniz, 2007). Como explican Shakespeare & Watson (2002), el modelo social liberó a las personas con discapacidad de la culpa de las opresiones a las que estaban sometidas, partiendo de la constatación de que no eran ellas las que tenían que cambiar, sino la sociedad. Esta comprensión, según la autora, impulsó la movilización política de las personas con discapacidad para la transformación social y en defensa de la ciudadanía, desde una perspectiva que, a nuestro juicio, está en consonancia con la ampliación del concepto de derechos humanos, que como hemos señalado, excluye y subordina a los cuerpos que quedan fuera del supuesto estándar universal de humanidad, desatendiendo las demandas y necesidades específicas de estos grupos para superar las desigualdades sociales. Según Shakespeare y Watson (2002): “en lugar del humillante proceso de depender de la caridad o la buena voluntad, los activistas discapacitados podrían ahora exigir sus derechos” (p. 11).

A partir de los años noventa, algunas de las premisas del modelo social empezaron a ser cuestionadas por teóricas feministas, algunas de ellas madres de niños con discapacidad, que iniciaron la segunda generación de este modelo. La teórica feminista de la discapacidad, Kafer (2013), así lo resume:

al distinguir lesión/discapacidad, el modelo social borra realidades vividas; en su bienintencionado enfoque sobre los efectos discapacitantes de la sociedad, ignora los efectos a menudo discapacitantes de nuestros cuerpos. (...) Los cambios sociales y estructurales harán poco para que dejen de doler las articulaciones o para aliviar el dolor de espalda. (...) Centrarse exclusivamente en las barreras discapacitantes, como parece hacer un modelo social estricto, hace que el dolor y la fatiga sean irrelevantes para el diseño de las políticas de discapacidad. (p. 7)

La crítica feminista también ha incluido reflexiones sobre la experiencia de los cuidados y el papel de las cuidadoras de personas con discapacidad, la dependencia y la interdependencia (Diniz, 2007; Fietz, 2017; Gomes *et al.*, 2019). Además, según Mello *et al.* (2022), se ha incluido el debate asociado a otros marcadores de desigualdad, como la raza, el género, la orientación sexual y la edad, colaborando para “fundar las posibilidades de una teoría crip, que cuestiona los procesos de naturalización del cuerpo ‘capaz’ y las bases jerárquicas del capacitismo” (p. 10).

“La teoría crip” propuesta por McRuer (2021) estuvo fuertemente influenciada por “la teoría queer”. Así como la teoría queer cuestiona la cisheteronormatividad predominante en la sociedad

contemporánea, la teoría crip cuestiona el postulado de la “capacidad corporal obligatoria”, como si el cuerpo no discapacitado fuera el estado natural de todo ser humano. El cuerpo discapacitado, en cambio, es comprendido como opuesto a un ideal normativo de normalidad y eficiencia. Para reforzar la importancia de la teoría crip, McRuer (2021) señala una laguna epistemológica que quiere contribuir a colmar, llamando la atención sobre el hecho de que

un importante conjunto de obras feministas y antirracistas han analizado cómo la heterosexualidad obligatoria refuerza o naturaliza las ideologías dominantes sobre el género y la raza. Sin embargo, apesar del hecho de que la homosexualidad y la discapacidad comparten claramente un pasado patologizado, y a pesar de una creciente conciencia de la intersección entre la teoría *queer* y de la discapacidad, se ha prestado poca atención a la conexión entre la heterosexualidad y la identidad capacitista. La capacidad corporal, incluso más que la heterosexualidad, todavía se disfraza en gran medida como una no-identidad, como el orden natural de las cosas. (p. 18)

McRuer también señala que la identidad de capacidad corporal surgió en el contexto histórico de la modernidad, a partir de la consolidación de la esfera pública del trabajo y la producción, como señala John D’Emilio en *Capitalism and LGBT Identity*, mencionado por McRuer (2021). En el texto, D’Emilio analiza los cambios económicos del siglo XIX desde un sistema de producción familiar (y en el Sur de Estados Unidos, la esclavitud), hacia un sistema de trabajo libre (McRuer, 2021), con hombres y algunas mujeres relegadas a una esfera pública recién definida. Según el autor, fue en esta esfera pública, es decir, el espacio disciplinario de la fábrica, donde se produjeron identidades de capacidad corporal, impulsadas por la labor de expertos en eficiencia que elaboraron estudios destinados a “garantizar que los trabajadores se movieran de forma eficiente y productiva” (McRuer, 2021, p. 122).

Además, el autor critica la forma en que el capitalismo neoliberal –el sistema económico y cultural dominante– se apropia de las ideas y energías liberadas por los nuevos movimientos sociales. Cita el ejemplo de la administración de George W. Bush, que asumió la presidencia de los Estados Unidos en 2001 y garantizó a las personas con discapacidad préstamos a bajo interés para comprar equipamientos en empresas y centros de rehabilitación, sin hacer nada. Sin embargo, para resolver realmente la desigualdad económica sistémica a la que se enfrentan muchas personas con esta condición (McRuer, 2006).

Por último, como señalan Amato *et al.* (2022), la teoría crip –concebida para cuestionar la exclusión del capacitismo como matriz de discriminación interseccional en las teorías feministas, *queer* y decoloniales, y sacar a la luz la imposibilidad de cumplir el ideal de una capacidad corporal plenamente funcional–, se ha incorporado tímidamente a las ciencias sociales y las humanidades. Por ello, se puede argumentar que algunos de sus presupuestos ayudan a reflexionar sobre la posibilidad de causar grietas en el periodismo a partir de la producción de medios de comunicación con perspectiva de género e interseccional en temas de discapacidad. A partir de ello, es posible buscar formas de romper con el discurso universalizador y homogeneizador que se identifica con la noción de capacidad corporal obligatoria, resultando en violentas experiencias de exclusión, invisibilidad y silenciamiento.

Es importante subrayar que el surgimiento y consolidación de diferentes formas de entender la discapacidad y sus implicaciones sociales, culturales y políticas no sigue un proceso lineal, de modo que pueden coexistir varios modelos, no necesariamente uno superando orgánica y automáticamente

al otro. Aunque han sido innumerables los esfuerzos intelectuales en el campo de los estudios sobre discapacidad por formular teorías que consideren la discapacidad bajo el parámetro de la dignidad humana, aún persisten en la sociedad, y en los medios de comunicación, significados y representaciones que consideran a los cuerpos discapacitados como desviados, incompletos y abyectos (Butler, 2019). De ello nos ocuparemos a continuación.

5. Periodismo, representaciones y el privilegio de expresarse

En el presente estudio se concibe el periodismo como una práctica comunicativa que produce y hace circular significados y representaciones sobre el mundo, a través de un proceso que tiene lugar en profundo diálogo con la sociedad en la que el periodismo se produce (Silva & França, 2017). Por ello, nos parece importante prestar atención al papel que los productos periodísticos desempeñan en el proceso social de construcción de representaciones de sujetos y grupos sociales, especialmente de aquellos que han sido históricamente silenciados, como las mujeres con discapacidad.

Las representaciones sociales, como las concibe Moscovici (2015), tienen dos funciones: orientación y comunicación. Ellas permiten situar objetos, personas o acontecimientos en una determinada categoría compartida por un grupo de personas, así como permiten a los individuos comunicarse utilizando referencias comunes y comprensibles (Moscovici, 2015). Se entiende que la forma como el periodismo informa y construye representaciones sobre estos grupos sociales y sus prácticas, condiciona la forma en que son vistos y reconocidos (o no) como ciudadanos y sujetos de derechos.

Como ya se ha mencionado en este trabajo, en una investigación anterior (Araujo-Freitas, 2021) se evidenció el silenciamiento de personas con discapacidad en relatos periodísticos, el cual suele manifestarse de dos maneras: por exclusión y por tutelaje. En este segundo caso, la subjetividad de las personas con discapacidad es apenas tangencializada, pero no incluida efectivamente (Araujo-Freitas, 2021). Para la comprensión de este fenómeno, recurrimos a la filósofa, antropóloga, profesora, activista del movimiento negro y pionera feminista Lélia Gonzalez, una de las intelectuales brasileñas más importantes del siglo XX.

Subrayamos que las autoras feministas negras nos han ayudado a pensar el tema de la discapacidad por dos motivos: 1) aunque se reconozcan las diferencias entre las cuestiones vinculadas al racismo y al capacitismo, que tienen sus propias especificidades, ambas son matrices de opresión que se sustentan en procesos que generan inferioridad, discriminación y exclusión, basados en las características de los cuerpos en los que se inscriben estos marcadores sociales. Además, se cree que estas autoras aportan reflexiones consolidadas sobre cuestiones que también afectan a las mujeres con discapacidad, influyendo en la forma en que son tratadas social, cultural y políticamente. Sus aportes, sin embargo, aún son poco explorados en los estudios sobre discapacidad, siendo estos más recientes que los estudios sobre raza y etnia, especialmente en Humanidades y Ciencias Sociales.

Aunque no mencione el capacitismo, nos parece que la autora refuerza nuestro argumento al señalar que tanto el sexismo como el racismo parten de diferencias biológicas para establecerse como ideologías de dominación (Gonzalez, 2020). Por ello, añadimos el capacitismo, que a nuestro juicio sigue una lógica comparable: diferencias biológicas en cuerpos considerados desviados que sostienen una lógica de dominación, exclusión y silenciamiento. Gonzalez también reflexiona sobre

cómo se produce el proceso de silenciamiento de las mujeres negras, lo que creemos que nos ayuda a comprender el proceso de silenciamiento que hemos observado en relación con las mujeres con discapacidad en la sociedad y en los medios de comunicación tradicionales, y sus consecuencias.

Para ello, Gonzalez aborda dos categorías del pensamiento lacaniano: el infans y el sujeto supuesto saber. Para los fines de este trabajo, interesa solo la primera categoría - infans - que, como ella explica, designa a aquellos que no son el sujeto de su propio discurso, en la medida en que son mencionados por otros. Según Gonzalez (2020): “el concepto de infans se forma analizando la formación psíquica del niño, que, cuando hablado por los adultos en tercera persona, es, en consecuencia, excluido, ignorado, ausente, a pesar de su presencia” (p. 141). Lélia añade que, del mismo modo, las mujeres y los no blancos son convocados, definidos y clasificados por un sistema ideológico de dominación que los infantiliza. Así, según González ((2020), “al imponernos un lugar inferior dentro de su jerarquía (sustentada en nuestras condiciones biológicas de sexo y raza), suprime nuestra humanidad precisamente porque nos niega el derecho a ser sujetos no sólo de nuestro propio discurso, sino de nuestra propia historia” (p. 141).

En una reflexión sobre el espacio académico, pero que creemos extensible a otros espacios institucionales de poder como el periodístico, Kilomba (2019) advierte de los riesgos de negar el “privilegio de hablar” a las personas negras y no blancas, para que, en un proceso de subordinación, sean “descritas, categorizadas, deshumanizadas” (p. 51). En medio de estas hablas, estas personas han sido construidas como objetos, pocas veces como sujetos (Kilomba, 2019). La autora añade que esto no se debe a que este grupo social no haya hablado, sino a que, debido al racismo como sistema, sus voces han sido sistemáticamente descalificadas por aquello que la academia considera como conocimiento válido. “Es más, hemos sido representadas por personas blancas que, irónicamente, se convierten en ‘expertos’ en [nuestra cultura] y en nosotros mismos. En ambos sentidos, según Kilomba (2019), estamos aprisionados en una jerarquía colonial muy violenta” (p. 51). Una jerarquía que también deshumaniza a las mujeres con discapacidad, de las que, como hemos mencionado, se ha hablado en tercera persona, a través de un proceso de silenciamiento que las priva del derecho a hablar por sí mismas. Aunque pueden producir conocimiento válido, incluso a través del periodismo, si se las utiliza como fuentes cualificadas sobre cuestiones relacionadas con la discapacidad u otros temas diversos tratados en los relatos periodísticos.

En una línea similar, la teórica feminista antirracista estadounidense bell hooks (2019) explica que los sujetos son aquellos que “tienen derecho a definir sus propias realidades, a establecer sus propias identidades, a nombrar sus historias” (p. 42). Por otro lado, como objetos, la realidad de estas personas es forjada, definida e interpretada por los grupos de poder, quienes los definen en relación con quienes son considerados sujetos. Así, en la relación con los cuerpos considerados normales y hegemónicos, los cuerpos discapacitados son considerados desviados e incompletos, y a menudo se les niega el derecho a la voz, a la autoexpresión y a la producción legítima de conocimiento. Como subraya Kilomba (2019). en sus *Memorias de la plantación*, dentro de esta desafortunada dinámica, el sujeto negro –y podemos añadir aquí los sujetos discapacitados– siempre es colocado como el “Otro”, el diferente en relación con el cual se mide el “yo” de la persona blanca –o no discapacitada–; nunca como “Yo”. De ahí la urgente relevancia de la transición del silencio a la palabra, especialmente con relación a grupos de mujeres a quienes, en general, es negado el derecho a voz pública.

Ante lo expuesto, no cabe duda de la urgencia y relevancia de incluir en los medios informativos las perspectivas de las mujeres con discapacidad, un colectivo históricamente silenciado en las distintas

dimensiones de la vida social. Para que se conviertan en sujetos y no sólo en objetos de las noticias, es fundamental que ellas puedan ser fuentes cualificadas para hablar de los temas que les conciernen.

Al incluir el discurso, las ideas, las expresiones y las manifestaciones de las mujeres con discapacidad, ellas mismas pueden contribuir a actualizar, a través de las producciones periodísticas, ciertas representaciones que persisten de manera estereotipada en la sociedad. Creemos que deben ser escuchadas como fuentes en todo tipo de artículos, porque la discapacidad es sólo una de las muchas características de los miembros de este grupo social. Por lo tanto, es importante la toma de conciencia de que estas personas también son investigadores(as), abogados(as), profesores(as), arquitectos(as), médicos(as), etc. y, sin duda, pueden aportar mucho a la producción de conocimiento acerca de los diversos temas tratados por el periodismo. Para el objetivo del presente ensayo, ponemos el foco en la inclusión discursiva de las mujeres con discapacidad en temas relacionados con la discapacidad. A través de una búsqueda exploratoria, identificamos y presentamos aquí dos ejemplos de iniciativas de comunicación y reportajes periodísticos en los que las mujeres con discapacidad están presentes como fuentes de información y problematizan, en sus testimonios, valores sociales capacitistas y excluyentes que sostienen las representaciones vigentes y obstaculizan el debate sobre sus derechos.

6. Experiencias anticapacitistas en el periodismo

Las dos iniciativas de comunicación periodística identificadas en el contexto brasileiro ilustran el argumento desarrollado en este ensayo, según el cual la inclusión discursiva de mujeres con discapacidad como fuentes de información con el “privilegio de hablar” (Kilomba, 2019), puede contribuir a agrietar las representaciones. Son iniciativas que asumen una postura anticapacitista y garantizan a estas mujeres la posición de sujetos de sus propios discursos e historias.

El primer ejemplo es la serie *Cuidar el Futuro*, que está disponible desde abril de 2022 y forma parte del pódcast *Narrando Utopías*¹, producido por el *website Catarinas*² en asociación con Prosa, grupo de investigación de la Universidad Federal de Santa Catarina, en el sur de Brasil, con asesoría del Colectivo Feminista de Mujeres con Discapacidad Helen Keller. La *website Catarinas* fue creado en 2016 por las periodistas Paula Guimarães y Clarissa Peixoto y la científica social Kelly Vieira, compañeras del movimiento feminista. Ellas decidieron construir una plataforma relacionada con temas de género y plantear otros temas correlacionados. Actualmente, el equipo del *website Catarinas* desarrolla un periodismo profesional independiente, cubriendo el territorio del estado de Santa Catarina, en el sur de Brasil, y temas relacionados con la agenda política feminista y los derechos fundamentales y humanos en el contexto nacional.

Las mujeres con discapacidad entrevistadas en la serie *Cuidar el Futuro* son Fernanda Vicari, de 40 años, trabajadora social y presidenta de la Asociación de Distrofia Muscular del estado de Rio Grande do Sul; Laureane Lima Costa, de 27 años, psicóloga, consultora de educación sexual y máster en educación; Vitória Bernardes, de 37 años, psicóloga, consejera nacional de salud y consejera estatal de los derechos de las personas con discapacidad; y Mariana Rosa, de 44 años, periodista y activista. La escucha exploratoria de las entrevistas nos permitió identificar cuestiones prácticas y conceptuales,

1. Accesible en: <https://open.spotify.com/show/3jNTtRKWln3UKE5ohGrQ0f>

2. La oficina del equipo Catarinas está ubicada en la ciudad de Florianópolis, capital de Santa Catarina. El *website* es de acceso libre y gratuito. <https://catarinas.info/>

como el capacitismo, el modelo social de la discapacidad, la corponormatividad, la justicia social, el estigma, la pasibilidad, entre otras. Algunos de estos temas mostramos a continuación:

El primer tema en el discurso de las entrevistadas es la ética del cuidado, desde una perspectiva interseccional y como política pública. Cuando se le pregunta con qué futuro sueña para las mujeres y los niños con discapacidad, Mariana Rosa critica la perspectiva de la familia aún vigente en la sociedad.

La primera acción inmediata es destituir a Bolsonaro³, ¿no? Que él cree que la familia es la institución total y absoluta y que la familia tiene que hacer todo. Esa es una acción inmediata. [...] Pero apenas ello no lo va a resolver. [...] Creo que Brasil necesita trabajar para instalar una política pública de cuidados, ¿no? Una que parta de este principio de interdependencia, de acceso al cuidado, de la necesidad de garantizar la remuneración de estas personas que realizan el trabajo de cuidado, que no son remuneradas. Estas son agendas importantes que necesitan articular las luchas feministas, antirracistas y anticapacidad. (Fonseca, 2022)

A continuación, otra entrevistada, Laureane Lima añade lo que ella considera ser la política pública de cuidados:

Señalar la importancia de construir una política pública de cuidados desplaza el eje del sexismo, el racismo y el capacitismo y reivindica la responsabilidad del Estado para garantizar cuestiones de mantenimiento de la vida de las personas. [...] Hoy día, el cuidado sigue teniendo lugar en Brasil de forma muy precaria para las cuidadoras. [...] Esto es importante para que las mujeres negras se liberen parcialmente de la combinación de sexismo y racismo. Tal vez necesitamos ampliar la conciencia de clase para que las personas que tienen una vida cómoda entiendan que, aunque tengan una vida cómoda, no son la élite y no pueden permitirse los cuidados si por alguna razón se convierten en personas que necesitan cuidados para vivir. (Fonseca, 2022)

Tales afirmaciones remiten al concepto de interseccionalidad (Crenshaw, 2002) ya que muestran, por ejemplo, cómo las mujeres, especialmente las mujeres racializadas, son las que más sufren la opresión de ser responsables del cuidado sin la debida y justa remuneración por una actividad que es en gran medida invisible. Aquí se verifica cómo las opresiones de género y raza se articulan con la estructura capacitista, la cual no considera la legitimidad de los cuerpos que dependen del cuidado para vivir. Estas opresiones se articulan de diferentes maneras en todo el mundo. El Informe Oxfam⁴ indica que el 75 % del trabajo de cuidados –no sólo para personas con discapacidad, sino para el hogar, niños, ancianos y otros miembros de la familia–, esencial para el mantenimiento de la sociedad, es realizado por mujeres. En Brasil, las mujeres dedican hasta 25 horas semanales a estas tareas, mientras que los hombres dedican 11 horas. En países con menos desigualdad de género, como Noruega y Suecia, las mujeres dedican 42 y 50 minutos más al día, respectivamente, al trabajo no remunerado que los hombres.

Al criticar la individualización de los cuidados en detrimento de políticas públicas que favorezcan una construcción democrática de los mismos, en la que, por ejemplo, el Estado asuma su papel de garante

3. Jair Bolsonaro, político de la ultraderecha en Brasil, ha sido presidente de la República entre los años de 2019 y 2022. Fue derrotado por Luiz Inácio Lula da Silva en la elección presidencial de noviembre de 2022.

4. <https://www.oxfam.org/en/not-all-gaps-are-created-equal-true-value-care-work>

de los medios de vida de las personas, las afirmaciones de estas dos entrevistadas se acercan también a la crítica de McRuer al capitalismo neoliberal, cuya lógica aboga por un Estado más pequeño y una menor inversión pública en políticas sociales. En el libro en el que desarrolla su teoría, McRuer (2021) afirma que el capitalismo neoliberal es “en el sentido más profundo, [...] el problema” (p. 123) que contribuye a mantener una estructura capacitista.

McRuer subraya el hecho de que la familia capacitista reproduce la lógica de la capacidad corporal obligatoria, ya que su papel en el capitalismo es reproducir fuerza de trabajo, es decir, cuerpos capaces de producir según las exigencias del propio sistema capitalista. Las familias que no siguen este “precepto” y producen cuerpos desviados son consideradas fracasadas y les corresponde, individualmente, encontrar una salida a este “fracaso”. La perspectiva familiar del cuidado, criticada por las entrevistadas, se basa en esta lógica.

Otro ejemplo es la entrevista de Vitória Bernardes, quien fue alcanzada por una bala perdida a los 16 años quedando tetrapléjica. Ella considera lamentables las representaciones que circulan en la sociedad sobre las personas con discapacidad:

la idea hegemónica, las narrativas, los puntos de vista sobre la discapacidad [es] siempre una mirada estigmatizante, como algo malo, pesado, un estorbo. Y desgraciadamente, aunque yo no viviera con personas con discapacidad, esto se introyecta en nosotros de maneras que ni siquiera traemos a la conciencia. (Fonseca, 2022)

Una vez más, identificamos un acercamiento a la teoría crip. Como destaca McRuer (2021), “sólo las identidades colectivas de la discapacidad y los movimientos surgidos a finales del siglo XX - cuando las personas con discapacidad empezaron a hablar, [...] pudieron oponerse” a la consolidación de las ideas hegemónicas asociadas a la capacidad, la domesticidad y la heterosexualidad (pp. 129-130). Del mismo modo, creemos que sólo cuando las personas con discapacidad, especialmente las mujeres, “empiecen a hablar” por sí mismas y sobre sí mismas en los medios de comunicación será posible que el periodismo contribuya a agrietar la lógica capacitista dominante dando a conocer discursos y representaciones sociales que se les opongan: la capacidad, la domesticidad y la heterosexualidad.

En este sentido, la propia Mariana Rosa dice en la entrevista que ella también quiere otro futuro. Un futuro “en el que se puede decir sobre nuestros cuerpos y lo que somos en primera persona [...]. Y que nuestros aportes, perspectivas y el conocimiento producido desde este lugar [de la discapacidad] tenga relevancia y contribuya a [...] avanzar en las agendas sociales” (Fonseca, 2022).

La segunda iniciativa de comunicación periodística que identificamos con potencial para cuestionar representaciones vigentes a través de la inclusión discursiva de mujeres con discapacidad es *la website* de la revista *AzMina*⁵. Esta revista también se define como un “medio de comunicación feminista independiente, que respeta y valora a las mujeres en toda su diversidad”. Es un medio periodístico con perspectiva de género e interseccional, que tiene entre sus valores el antiempoderamiento. La revista fue creada en mayo de 2015 a través de *crowdfunding*. Produce contenidos de libre acceso en su web y redes sociales. Cuenta con colaboradores en diversas ciudades de Brasil y trata de temas de interés nacional.

5. Enlace: <https://azmina.com.br/>

El reportaje titulado: “¿Un angelito? La infantilización es uno de los mayores retos a los que se enfrentan las mujeres con discapacidad”⁶ ilustra el potencial de la inclusión discursiva. Publicado el día 6 de abril de 2022, el texto aborda la infantilización de las mujeres con discapacidad y sus consecuencias en las relaciones laborales, familiares y sociales e, incluso, en casos de violencia sexual. El relato señala la asociación entre la infantilización y el silenciamiento de las mujeres con discapacidad, afirmando que “curiosamente, la palabra ‘infantil’ proviene del latín *infantia*, que significa ‘persona que no puede hablar’. En el caso de las mujeres con discapacidad, ello perpetúa el estigma de la incapacidad y crea una relación de dominación extremadamente problemática” (Lagoeiro, 2022, s/p.).

Para componer el reportaje, la periodista ha utilizado estudios sobre la temática, como el titulado “Violencia contra mujeres y niñas con discapacidad”, del Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), que estima que entre el 40 % y el 68 % de las mujeres con discapacidad sufren violencia sexual antes de los 18 años. También entrevistó a siete mujeres con discapacidad, entre ellas la trabajadora social Fernanda Vicari, que también fue entrevistada en el antes mencionado pódcast de la *website Catarinas*. En el reportaje de la revista *AzMina*, Fernanda también habla del cuidado como un tema impregnado por la violencia contra las mujeres con discapacidad. “Mi último exnovio me dijo que necesitaba terminar conmigo porque no quería esperar a que mi mamá muriera para tener que cuidarme. Fue una de las cosas más violentas que he oído en mi vida” (Lagoeiro, 2022, s/p.).

Otra entrevistada, Bárbara Manzano, periodista de 28 años que padece diplejía espástica –una discapacidad motora liviana que afecta al equilibrio–, relata la violencia sufrida en las relaciones afectivas y menciona otro aspecto asociado al estereotipo de la infantilización: “la idea de que estas mujeres no pueden ser madres, que no son físicamente capaces de llevar un embarazo o de cuidar a un niño. O ese pensamiento automático de que el niño nacerá con la misma discapacidad” (Lagoeiro, 2022, s/p.).

7. Consideraciones posibles: La voz como gesto transformador en el periodismo

A partir de lo abordado en este ensayo y en línea con hooks (2019), consideramos que la inclusión discursiva de las mujeres con discapacidad en el periodismo tiene potencial transformador en la medida que promueve y permite dar a conocer perspectivas diferentes, capaces de cuestionar los valores vigentes, capacitistas y excluyentes. En este sentido, este ensayo ha buscado subrayar algunos ejes conceptuales relevantes para reflexionar sobre posibilidades del periodismo para causar grietas en representaciones vigentes.

Como se ha visto, hay ejemplos de inclusión discursiva de las mujeres con discapacidad en iniciativas de periodismo con perspectiva feminista e interseccional, caso de las *websites Catarinas* y revista *AzMina*, los cuales evidencian tal potencial. El estudio que llevamos a cabo sigue investigando el potencial de esta inclusión en los medios periodísticos con perspectiva de género, profundizando la investigación en la *website Catarinas* y otras iniciativas similares en Brasil. Dado el potencial del periodismo independiente con perspectiva de género, que valora los preceptos éticos del campo y replantea sus prácticas, como señala Gustafson (2019), creemos relevante profundizar en las

6. En portugués, “Anjinho? Infantilização é um dos maiores desafios encarados por mulheres com deficiência”. Enlace: <https://azmina.com.br/reportagens/anjinho-infantilizacao-de-mulheres-com-deficiencia/>

investigaciones sobre la relación entre estos tres ejes periodismo, género y discapacidad. Como tal, subrayamos la importancia de observar cómo el periodismo aborda y da visibilidad a temas relacionadas con la discapacidad y el género, ya que las representaciones y significados que produce interfieren en el modo como estas mujeres son entendidas y tratadas por la sociedad.

Dado que el periodismo tiene una afinidad histórica con la defensa de la ciudadanía y de los derechos humanos, aunque esta afinidad sea discutida en profundidad sólo por un pequeño grupo de investigadores(as), como señala Montipó (2020), hace falta pensar formas de garantizar que las múltiples vulnerabilidades entrecruzadas en las experiencias de las mujeres con discapacidad no sean reforzadas en las prácticas periodísticas. Además, creemos que el periodismo necesita ser un espacio abierto para que estas mujeres, invisibilizadas y silenciadas en las diversas dinámicas sociales, tengan garantizado el derecho a hablar y “alzar la voz”.

Aunque los ejemplos presentados proceden de medios de comunicación alternativos, ajenos al grupo que conforman los denominados *mainstream media*, y por lo tanto tienen menor alcance entre el público, sus prácticas pueden orientarse hacia formas más adecuadas en el cuestionamiento de los valores vigentes, rompiendo las representaciones estereotipadas asociadas a las mujeres con discapacidad. Las iniciativas periodísticas con perspectiva de género buscan subvertir las lógicas convencionales del periodismo. No tratan de ocultar sus posiciones con justificaciones relativas a neutralidad, imparcialidad y objetividad, sino lo contrario: hacen explícitas sus posturas en la construcción de noticias y reportajes, adoptando un enfoque humano y respetuoso, lo cual orienta las pautas desde la perspectiva que defienden. En lugar de competir por la exclusividad de la información, se esfuerzan por producir noticias fundamentadas, pluralidad de ideas y una postura ética del cuidado y protección a las fuentes (Gustafson, 2019). Sus variados temas y enfoques son el resultado de la prioridad que se da a voces poco escuchadas en los medios tradicionales, dando visibilidad y valorando el protagonismo de las mujeres (Sánchez-Ramos & Zurbano-Berenguer, 2020).

Por sus características, por lo tanto, el periodismo feminista es una de las vías para dar a conocer a mujeres y temas invisibles en los medios tradicionales (Braga-Schander & Bertasso, 2019), como es el caso de las mujeres con discapacidad, sus pautas y sus enfoques. Al potenciar la inclusión discursiva de estas personas y sus propias formas de representación, estas iniciativas no colaboran apenas en el aprendizaje social, sino que pueden igualmente enseñar a los medios convencionales otras formas posibles de hacer periodismo.

Para futuros estudios, interesa profundizar en el análisis de las representaciones que surgen con la inclusión discursiva de las mujeres con discapacidad en experiencias de periodismo feminista e interseccional. Además, es relevante investigar la percepción de estas mujeres acerca de las representaciones emergentes.

Declaración sobre la contribución específica de cada una de las autorías, según la taxonomía CrediT

- Conceptualización: Autora 1, Autora 2.
- Curación de datos: Autora 1.
- Análisis formal: No se aplica a este estudio.

- Adquisición de fondos: No se aplica a este estudio.
- Investigación: Autora 1.
- Metodología: Autora 1, Autora 2.
- Administración del proyecto: Autora 1, Autora 2.
- Recursos: No se aplica a este estudio.
- Software: No se aplica a este estudio.
- Supervisión: No se aplica a este estudio.
- Validación: No se aplica a este estudio.
- Visualización: No se aplica a este estudio.
- Redacción – borrador original: Autora 1, Autora 2.
- Redacción – revisión y edición: Autora 1, Autora 2.

Semblanza de las autoras

Thais Araujo de Freitas es Graduada en Periodismo por la Universidad Estadual de Rio de Janeiro (UERJ) y Máster em Periodismo por la Universidad Federal de Santa Catarina (UFSC), en Brasil. Forma parte del grupo de investigación *Transverso – Estudos em Periodismo, Interés Público y Crítica*, del Programa de Posgrado en Periodismo de la Universidad Federal de Santa Catarina. Actualmente es alumna de doctorado del Programa de Posgrado en Periodismo de la Universidad Federal de Santa Catarina y becaria de la Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação de Santa Catarina (FAPESC).

Terezinha Silva es Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Université Paris Nanterre (Francia) y Universidad Federal de Minas Gerais (Brasil) a través de convenio internacional de cotutela de tesis. Licenciada en Periodismo y Máster en Educación por la Universidad Federal de Santa Catarina, en Brasil. Profesora Titular del Departamento de Periodismo (Grado e Posgrado) de la Universidad Federal de Santa Catarina. Es coordinadora del grupo de investigación *Transverso – Estudos em Periodismo, Interés Público y Crítica*, del Programa de Posgrado en Periodismo de la Universidad Federal de Santa Catarina.

Referencias

- Amato, B., Ferrari de Carvalho, L., & Gesser, M. (2022). As teorias queer e crip no rompimento das epistemologias hegemônicas da Psicologia. *Revista Interamericana de Psicología/ Interamerican Journal of Psychology*, 56(3), 1-20. <https://doi.org/10.30849/ripijp.v56i3.1714>
- Anacleto, H. C. A. (2023). *Desigualdade perpetuada: os quadros de sentido entre a representação simbólica e o reconhecimento de atletas com deficiência no Esporte Espetacular*. Universidade Federal do Paraná. bit.ly/4b2epnR
- Araujo-Freitas, T. (2021). *Representações sociais das pessoas com deficiência em notícias do portal G1*. Universidade Federal de Santa Catarina. bit.ly/44vdHNC
- Baldin, A. A. (2020). *A deficiência, o corpo e a mídia: por uma comunicação com a pessoa e não com a sua deficiência*. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. bit.ly/4b2QZ1x
- Berni, F. C., & Maldonado, A. E. (2023). Pesquisar-junto de pessoas com deficiência: uma aposta transmetodológica e anticapacitista para o campo da Comunicação. *Anais do 32º Encontro Anual da Compós*. bit.ly/3JPtoqt

- Blay, E. A. (2009). O tardio reconhecimento de que a mulher tem direitos humanos. *Leituras de resistência: corpo, violência e poder* / Carmen Susana Tornquist ... [et al.]. Editora Mulheres.
- Braga-Schander, G., & Bertasso, D. (2019). Revista AzMina e o jornalismo como forma de conhecimento. *Pauta Geral - Estudos Em Jornalismo*, 6(2), 35–52. www.doi.org/10.5212/RevistaPautaGera.v.6.i2.0003
- Butler, J. (2019). *Vida precária: os poderes do luto e da violência*. Autêntica.
- Campbell, F. K. (2009). *Contours of Ableism: the production of disability and abledness*. Palgrave Mcmillan.
- Coelho, G. F. B. (2019). *Jornalismo, Interpretação e Compreensão: caminhos para inclusão de crianças com deficiências nas narrativas midiáticas*. Faculdade Casper Libero. bit.ly/4dqYkD
- Crenshaw, K. (2002). Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. *Estudos Feministas*, 10(1), 171–188. <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2002000100011>
- Diniz, D. (2007). *O que é deficiência*. Editora Brasiliense.
- Fietz, H. M. (2017). Deficiência, cuidado e dependência: reflexões sobre redes de cuidado em uma família em contexto de pobreza urbana. *Teoria e Cultura*, 11(3). bit.ly/4dpO3ov
- Figueiredo, T. H. (2019). A voz dos atletas - mídia e Jogos Paralímpicos no Brasil. **Mediapolis - Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público**, 8, 85–99. https://doi.org/10.14195/2183-6019_8_6
- Figueroa-Benítez, J.C., García Prieto, V., & BonilladelRío, M. (2023). Percepción de las organizaciones de personas con discapacidad sobre el tratamiento mediático del colectivo en espacios informativos. *Revista Icono 14*, 21(2), 1-19. <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i2.2018>
- Fonseca, I. (2022). Série Cuidar do Futuro. In *Narrando Utopias* [Podcast áudio]. Portal Catarinas. spoti.fi/4a5LptT.
- Gesser, M., Nuernberg, A. H., & Toneli, M. J. F. (2012). A contribuição do modelo social da deficiência à psicologia social. *Psicologia & Sociedade*, 24(3), 557–566. <https://doi.org/10.1590/S0102-71822012000300009>
- Gesser, M., Nuernberg, A. H., & Toneli, M. J. F. (2013). Constituindo-se sujeito na intersecção gênero e deficiência: relato de pesquisa. *Psicologia em Estudo*, 18(3), 419–429. bit.ly/3WtOsc4
- Gomes, W. (2009). Jornalismo e interesse público. In Gomes, W. *Jornalismo, fatos e interesses: Ensaio de teoria do jornalismo*. Série Jornalismo a Rigor, (1), 67–87, Insular.
- Gomes, R. B., Lopes, P. H., Gesser, M., & Toneli, M. J. F. (2019). *Novos diálogos dos estudos feministas da deficiência*. *Revista Estudos Feministas*, 27(1). <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2019v27n148155>
- Gonzalez, L. (2020). *Por um Feminismo Afro-Latino-Americano: Ensaio, Intervenções e Diálogos*. Zahar.
- Gonzalez, L. (1988). A categoria político-cultural de amefricanidade. *Tempo Brasileiro*, 92/93, 69–82.
- Gustafson, J. (2019). *Jornalistas e Feministas - A construção da perspectiva de gênero no Jornalismo*. Insular.
- Hooks, b. (2019). *Erguer a voz: pensar como feminista, pensar como negra*. Elefante.
- Hunt, L. (2009). *A invenção dos direitos humanos*. Companhia das Letras.
- Hunt, P. (1966). *Stigma: The Experience of Disability*. G. Chapman.
- Junior, A. B. (2021). *A deficiência desfocada: inovação na representação da pessoa com deficiência física no documentário brasileiro*. Universidade Municipal de São Caetano do Sul. bit.ly/3UxERym
- Kafer, A. (2013). *Feminist, Queer, Crip*. Indiana University Press.
- Kilomba, G. (2019). *Memórias da Plantação - Episódios de racismo cotidiano*. Cobogó.

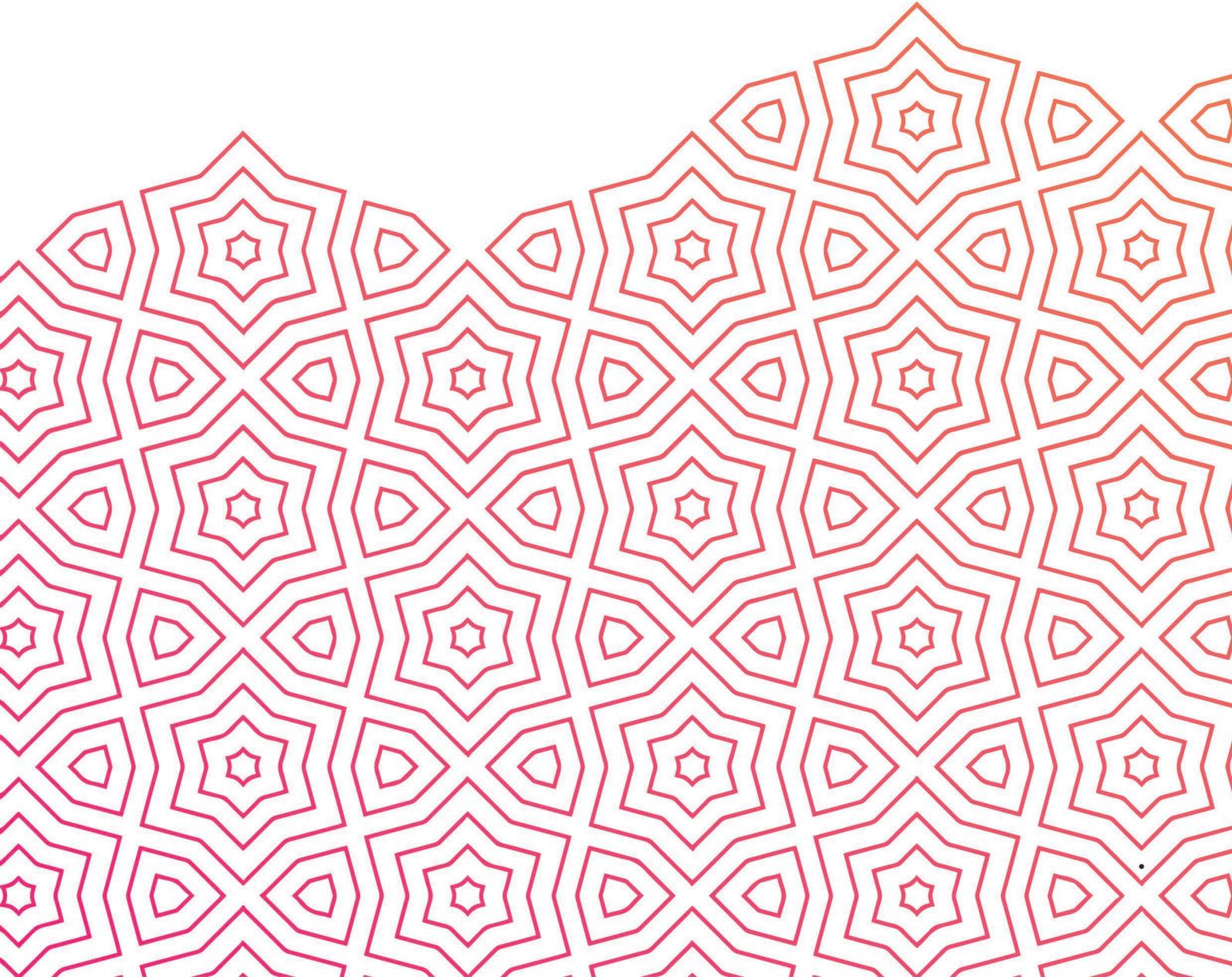
- Logoeiro, F.G. (2022, 6 de abril). “Anjinho”? Infantilização é um dos maiores desafios encarados por mulheres com deficiência. *Revista AzMina*. bit.ly/4a4iq9L
- Longo, G. (2019). A cobertura das parolimpíadas Rio-2016 na imprensa brasileira. Universidade Federal de Santa Catarina. bit.ly/3UN4Vqx
- Maior, I. (2017). Movimento político das pessoas com deficiência: reflexões sobre a conquista de direitos. *Inclusão Social*, 10(2). bit.ly/4adoZa6
- McRuer, R. (2021). *Teoría Crip*: signos culturales de lo queer y de la discapacidad. Kaótica Libros.
- Mello, A. G. (2014). *Gênero, deficiência, cuidado e capacitismo*: uma análise antropológica de experiências, narrativas e observações sobre violências contra mulheres com deficiência. Universidade Federal de Santa Catarina. bit.ly/44x69d5
- Mello, A. G., & Nuernber, A. H. (2012). *Gênero e deficiência*: intersecções e perspectivas. *Estudos Feministas*, 20(3), 635–655. <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2012000300003>
- Mello, A. G., & Gavério, M. A. (2019). Facts of cripness to the Brazilian: dialogues with Avatar, the film. *Anuário Antropológico*, 44(1), 43-65. <https://doi.org/10.4000/aa.3481>
- Mello, A. G. (2019). Politizar a deficiência, aleijar o queer: algumas notas sobre a produção da hashtag #ÉCapacitismoQuando no Facebook. In Prata, N. & Pessoa, S.C. (orgs.) *Desigualdades, gêneros e comunicação*, 125–142. Intercom. bit.ly/44x1dVf
- Mello, A. G., Aydos, V., & Schuch, P. (2022). Aleijar as antropologias a partir das mediações da deficiência. *Horiz. antropol.*, (64), 7-29. <https://doi.org/10.1590/S0104-71832022000300001>
- Montipó, C. M. (2020). *Sentidos de cidadania e direitos humanos na práxis de repórteres*. Universidade Federal de Santa Catarina. bit.ly/4dWRJh9
- Moscovici, S. (2015). *Representações sociais - investigações em psicologia social*. Ed. Vozes.
- Nicolau, S. M., Schraiber, L. B., & Ayres, J. R. C. M. (2013). Mulheres com Deficiência e sua Dupla Vulnerabilidade: contribuições para a construção da integralidade em saúde. *Ciência & Saúde Coletiva*, 18(3), 863–872. <https://doi.org/10.1590/S1413-81232013000300032>
- Pedro, J. M. (2010). Narrativas do feminismo em países do Cone Sul (1960–1989). In J. Pedro & C. S. Wolff, (Orgs.). *Gênero, feminismos e ditaduras no Cone Sul*. Editora Mulheres.
- Pires, T. R. de O. (2020). Por uma concepção amefricana de direitos humanos. In Hollanda, H. B., *Pensamento feminista hoje: perspectivas decoloniais*, 299–318. Bazar do Tempo.
- Sánchez-Ramos, M., & Zurbano-Berenguer, B. (2020). Las mujeres em el periodismo. Reflexiones desde, para y por una comunicación feminista. En I. Liberia-Vayá & B. Sánchez-Gutiérrez (Coords.), *Aquelarre. La emancipación de las mujeres em la cultura de masas* (pp. 83–99). Advook.
- Shakespeare, T., & Watson, N. (2002). The social model of disability: an outdated ideology? *Research in Social Science and Disability*, (2), 9–28. bit.ly/3JO0IN1
- Silva, T., & França, V. (2017). Jornalismo, noticiabilidade e valores sociais. *E-compós*, 20(3)1–21. bit.ly/4boxlDg.
- Silva, L. G. S. (2021). *Capacitismo e Propaganda*: construções discursivas sobre a deficiência em peças publicitárias. Universidade Federal do Rio de Janeiro. bit.ly/3JVC3pP
- Trampuz, J. P., & Cedeño López, G. (2020). Comunicación Inclusiva: uma corresponsabilidade de médios, periodistas y actores. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)*, 5(2), 122–135. bit.ly/4aby1Dc
- Transverso (2023). Denúncias de violação a direitos humanos de pessoas com deficiência aumentam 150 %. bit.ly/44x7TTj

Unicef (2021). Os quase 240 milhões de crianças com deficiência no mundo estão tendo seus direitos básicos negados. [uni.cf/3JrRrNPI](https://www.unicef.org/brasil/3JrRrNPI)

Vázquez-Barrio, T., Sánchez-Valle, M., & Viñarás-Abad, M. (2021). Percepción de las personas con discapacidad sobre su representación en los medios de comunicación. *Profesional de la información/Information Professional*, 30(1). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.06>



miscelánea
miscellaneous



Instagrammers adolescentes: creación, hiperexposición de las chicas y participación de la audiencia

Teenager Instagrammers: creation, hyperexposure of girls and audience interactions

Rebeca Suárez-Álvarez

Universidad Rey Juan Carlos | Camino del Molino, 5, 28942 Fuenlabrada, Madrid
0000-0002-0102-4472 | rebeca.suarez@urjc.es

Antonio García-Jiménez

Universidad Rey Juan Carlos | Camino del Molino, 5, 28942 Fuenlabrada, Madrid
0000-0002-8423-9486 | antonio.garcia@urjc.es

María Cruz López de Ayala

Universidad Rey Juan Carlos | Camino del Molino, 5, 28942 Fuenlabrada, Madrid
0000-0002-6989-866X | mariacruz.lopezdeayala@urjc.es

Fechas: Recepción: 01/03/2024 · Aceptación: 22/06/2022 · Publicación: 15/07/2024

Resumen

Instagram impulsa la cultura digital visual a través de sus propias lenguas vernáculas en la que los *instagrammers* adolescentes se desenvuelven de forma natural, lo que les convierte en líderes de opinión para millones de seguidores en todo el mundo. Buscan viralizar contenidos con los que fidelizar e incrementar el compromiso de sus seguidores. Para avanzar en la comprensión del marco de producción e interrelación entre *influencers* y seguidores, se investigan seis *instagrammers* –tres chicos y tres chicas– de 13, 14 y 16 años con más de 100 mil seguidores durante 18 meses (15/10/21-15/4/23). Mediante metodología cuantitativa-descriptiva, se analizan todas las publicaciones viralizadas durante el tiempo de estudio que alcanzan 583 publicaciones con más de 4M de interacciones. Se estudian sus marcos de producción correlacionados con sus niveles de respuesta en sus seguidores. Los resultados muestran que las *instagrammers* adolescentes lideran la comunicación en esta red social con mayor número de seguidores, seis veces más publicaciones y 32 veces más interacciones que los chicos. El 69 % de los *post* los viralizan de lunes a viernes siendo los vídeos los formatos que se correlacionan con los *likes* que reciben de la audiencia. La exposición de estos menores *instagrammers* permite vislumbrar la contribución de los progenitores o sus conocimientos de programación de la plataforma, confirman la exigencia de constante viralización de contenidos para lograr la participación de sus seguidores y debería alertar de los posibles riesgos a los que pueden verse expuestos.

Palabras clave: *influencer*, Instagram, adolescentes, contenido, interacciones.

Abstract

Instagram boosts visual digital culture with its own vernacular language, which teen instagrammers manage naturally, becoming leaders for millions of followers worldwide. They aim to viralize content through which they build loyalty and increase the engagement among their followers. For improved understanding of the production frameworks and the interrelationship between influencers and their followers, six instagrammers –three boys and three girls, aged 13, 14 and 16, with more than 100,000 followers over an 18-month period (10/15/21-4/15/23) are researched. Using a quantitative-descriptive methodology, all posts that went viral during the study period were analysed, reaching 583 posts with more than 4M interactions. The production frameworks were researched and correlated with audience response. Teenage girls led the communication in this social network with the highest number of followers, 6 times more posts and 32 times more interactions than boys. 69 % post are viralized between Monday and Friday, and videos are the formats correlating with the likes they receive from the audience. The exposure of these minor instagrammers provides information about their parents' contribution to their production patterns or their knowledge of the platform's programming, confirms the consistent necessity of sharing content to encourage their followers' interactions and should warn them of the potential risks to which they may be exposed.

Keywords: influencer, Instagram, teenager, content, interactions.

1. Introducción

Las tecnologías digitales han dado lugar a un mundo hiperconectado (Balsa-Barreiro *et al.*, 2020; Levin y Mamlok, 2021) en el que los menores las han incorporado con entusiasmo a sus vidas desde edades tempranas. Los menores pasan una media de cuatro horas diarias conectados a una pantalla fuera de las aulas, y la conexión a redes sociales creció un 11,1 % a nivel global, aunque en España registró un descenso del 1,9 % (Qustoido, 2022).

En el contexto mundial, en 2022, Instagram se posicionó como la segunda red social favorita por los usuarios, por detrás de WhatsApp, con más 2.000 millones de usuarios únicos (We are social, 2023a). Fue la primera aplicación más descargada (data.ai, 2023), con un crecimiento del 35,3 % respecto al año anterior (We are social, 2023a). En España es la segunda red social preferida por los ciudadanos con 21,9 millones de usuarios, siendo la primera YouTube con 40,7 (We are social, 2023b).

En Instagram, los *influencers* se erigen como actores sociales que logran popularidad y reconocimiento social (Conti *et al.*, 2022; Schmuck, 2021), captando la atención e influyendo en sus seguidores (Lennox, 2020; Balaban & Szambolics, 2022). Y es que cerca del 80 % de los usuarios con edades comprendidas entre 13 y 24 años afirman seguir a *influencers* a través de esta red social, prefiriendo seguir sus consejos a los ofrecidos por las *celebrities* tradicionales (Meta, 2019; Statista, 2023). En España, el 50 % de los usuarios sigue a un *influencer* (IAB Spain, 2022) y el 25,8 % lo hace a través de Instagram (We are social, 2023b).

2. Instagram como espacio de comunicación

La constante evolución de Instagram para adaptarse a las tendencias culturales y del mercado (Rogers, 2021) han convertido a Instagram en una de las redes sociales más populares del mundo (Tiggemann & Anderberg, 2020). Instagram ha logrado modificar las estrategias de contenido y las

relaciones interpersonales de los usuarios con la plataforma y entre ellos (O'Meara, 2019), lo que transformado el papel de las imágenes narrativas y de la cultura digital (Caliandro & Graham, 2020).

Instagram, que se inició como un proyecto de fotografía digital (Serafinelli, 2018), se ha convertido en el paradigma de los “visual social media” (Leaver *et al.*, 2020) y en la ejemplificación de la cultura de la imagen contemporánea (Manovich, 2017). En esta red social se popularizan discursos que amplifican su volumen de la mano de múltiples autores (usuarios anónimos, *influencers*, periodistas...), en las que comparten consejos, visiones del mundo y se influyen mutuamente (Wachler, 2022).

Instagram invita a sus usuarios a compartir imágenes de su vida diaria sin necesidad de que sean fotógrafos profesionales y potencia una cultura visual vernácula (Gibbs *et al.*, 2015) que posee patrones narrativos propios “que dan forma al contenido y al flujo de información” (Niederer & Colombo, 2019, p. 55). No obstante, Caliandro y Graham (2020) señalan que hablar de una sola lengua vernácula no es suficientemente preciso, ya que no se puede identificar un solo idioma, sino que en ella surgen diferentes lenguajes dependiendo de los grupos sociales y de las temáticas que abordan.

Así, los medios sociales se presentan como instancias en las que los grupos gestionan la interacción simbólica. Y pueden ser empleados –de hecho, lo son– por entidades personales, empresariales o institucionales para comunicarse con estos grupos, adaptándose al lenguaje común de cada grupo social (Laor, 2022).

En ellas, los menores también han logrado erigirse como líderes de opinión, dando lugar a la figura de los *kid influencers* (Tur-Viñes *et al.*, 2018). Se trata de niños y niñas que publican en diferentes redes sociales y congregan a gran número de espectadores y seguidores, generalmente con el objetivo de monetizar sus contenidos (Materson, 2020).

El interés de los expertos se centra en la actividad e interacciones de cuentas de Instagram de estos menores *influencers* en cuestiones relacionadas con las temáticas, el volumen de las publicaciones, la frecuencia y formato de sus contenidos, en línea con estudios en otros medios sociales (Suárez-Álvarez *et al.*, 2021; González Oñate y Martínez Sánchez, 2020), con grupos sociales concretos (Devos *et al.*, 2022) o en sectores específicos (González-Carrión y Aguaded, 2020; Romney y Johnson, 2020).

Finalmente, parece que en YouTube e Instagram se consolidan los roles de género tradicionales, tanto en sus producciones como en los contenidos que visualizan o siguen: los chicos lideran las temáticas de videojuegos, *streamers* o deporte; y las chicas, las de estilo de vida, salud, belleza o famosos (Lokithasan *et al.*, 2019; Suárez-Álvarez *et al.*, 2021). No obstante, Thelwall y Foster (2021), en YouTube, y Suárez-Álvarez y García-Jiménez (2021), en TikTok, señalan que chicos y chicas muestran patrones de producción similares y detectan una tendencia hacia la creación de contenidos que puedan interesar a ambos géneros. Aunque Thelwall y Foster (2021) exceptúan los contenidos dedicados a belleza, que continúan relacionados con la audiencia femenina y que pueden tener especial relevancia debido a su influencia en el desarrollo de las adolescentes (Bishop, 2019; Tiggemann & Anderberg, 2020; Martín & Chaves-Vázquez, 2022).

3. Interacciones y *engagement* en Instagram

El elevado nivel de interacción en Instagram la convierte en una plataforma a través de la que los seguidores muestran su grado de compromiso con el *influencer* mediante comentarios y *likes*. En estudios, como el de Gil-Quintana y Amoros (2020), se observa que los adolescentes consumen contenido multimedia en Instagram, pero, salvo los propios de las interacciones, no suelen crear contenidos. Por otra parte, predominan las interacciones dirigidas a las amistades y la familia, así como a los *influencers*, a partir de modos de retroalimentación a base de *stories*, *likes*, directos y comentarios. Más en concreto, dominan los “me gusta”, con un número menor de expresión en palabras y comentarios, y con un nivel bajo de compromiso (González-Carrión & Aguaded, 2020).

Estas interacciones, junto a la navegación por Instagram, tienen un impacto en las experiencias y sentimientos vitales de las personas. Por ejemplo, en lo que se refiere a la soledad, y teniendo en cuenta que los atributos personales se presentan como moderadores, se observa que están relacionados con una menor sensación de soledad, frente a las tareas de difusión (*broadcasting*), lo que sí está asociado con este sentimiento (Yang, 2016).

Instagram se ha convertido en un espacio que potencialmente marca el estilo de vida de los adolescentes, puesto que les permite expresarse libremente en público. Un contexto en el que los estilos cambian y se forman a partir de sus propios intereses, pero dominado por la estructura organizativa del medio social y de los algoritmos (Rahmayanti & Fauzi, 2021).

En este punto, los *influencers* juegan un papel relevante. Los *influencers* tienen como objetivo el aumento de seguidores y desarrollar la capacidad de influencia para, si se trata del caso, influir en la toma de decisiones de compra. *De facto*, la búsqueda de influencia por parte de los *influencers*, en términos de Cotter (2019), se construye alrededor de las reglas que se derivan de los algoritmos, aunque sin una determinación unilateral. Sería una especie de “juego de visibilidad”, en el marco de las interrelaciones que se producen.

Las investigaciones recientes sobre *influencers* se han centrado en las actitudes, la confianza y las intenciones de compra. También hay un corpus suficiente de trabajos que se centran en una mirada psicológica. Así, Hendricks y Bright (2023), que abordan el compromiso en Instagram, observaron que la autenticidad del *influencer*, la envidia que suscita y una personalidad narcisista impactan positivamente en el *engagement* alcanzado en su perfil.

Otros estudios se centran en la posible afectación del bienestar de los seguidores. Para Farivar *et al.* (2022), el atractivo físico, social y la presencia personal, así como la amplitud de la participación de los seguidores, pueden causar un compromiso problemático a partir del vínculo y la identidad (relación parasocial y sentido de pertenencia).

Por otra parte, en este ámbito, los estudios de naturaleza comercial son recurrentes. Kim (2022) confirma que la presencia social predice significativamente la intención de compra de la marca que aparece en las publicaciones y advierte que la interacción parasocial que se desarrolla con los *influencers* actuaría como factor mediador. En paralelo, los *influencers* actuarían como modelo de conducta que colaboraría en la motivación para la compra. De hecho, la presencia social en los *posts* hace sentir a los seguidores que no tienen un carácter tan promocional.

Otras investigaciones se centran, en advertir la influencia del tipo de las publicaciones en las métricas de interacción (*likes* y comentarios) y su interrelación en diferentes segmentos de negocio (Coelho *et al.*, 2016). En el estudio de Belanche *et al.* (2020), se estudian las fórmulas orientadas a conseguir mayor interacción de los seguidores/consumidores, así como comportamientos positivos para productos promocionados.

En lo que se refiere al *engagement*, Tafesse y Wood (2021), asocian el contenido de los influenciadores y la estrategia de compromiso (es decir, el número de seguidores, el número de seguidos, el volumen de contenido y los dominios de interés) con el comportamiento de compromiso de los seguidores en Instagram. En concreto, el número de seguidores y el volumen de contenidos se asocian negativamente con el compromiso de los seguidores, mientras que el mayor número de seguidores se asocia positivamente con el compromiso de la audiencia. Si bien, estos efectos principales se ven modificados por los ámbitos de interés de los influyentes. En otras aproximaciones, queda de manifiesto que las publicaciones generales tienen un nivel de *engagement* superior a las publicaciones patrocinadas, por lo que muchas empresas querrán que las publicaciones patrocinadas sean lo más similares posible a las publicaciones generales (Oneto González, *et al.*, 2020). También se está trabajando en aspectos relacionados con la robotización y el metaverso, como es el caso del marketing de avatares con apariencia antropomórfica (de Brito Silva *et al.*, 2022).

4. Objetivos y preguntas de la investigación

Para comprender el fenómeno social que representan los *influencers* adolescentes en esta red social resulta necesario indagar en sus marcos de producción digital correlacionados con la relevancia de las interacciones de su audiencia a los contenidos que comparten. Para ello, estudiamos a seis *instagrammers* adolescentes, observando, en primer lugar, el volumen y frecuencia de su producción como trabajo meritocrático de auto-gestión circunscrito en un entorno digital competitivo, y el formato de publicación como construcción de su exposición mediática digital. En segundo lugar, indagamos en la praxis colectiva de su audiencia que se traduce en las interacciones que modelan sus auto-representaciones y compromisos.

Estudiamos el grado de dependencia de i) el número de seguidores, ii) la tasa de *engagement*, iii) el formato de la publicación y iv) la frecuencia de publicación que incorporan en sus publicaciones como recursos de comunicación, para comprobar si son variables predictoras de las interacciones recibidas por su audiencia en base a la cifra de interacciones totales y desglosadas por *likes* y comentarios.

Para profundizar en su trabajo en el que pugnan por conquistar la atención de los seguidores, estudiamos los resultados a nivel global y segmentados por género para comprender si esta variable determina sus comportamientos digitales y el de su audiencia. Para ello, se articulan las siguientes preguntas de investigación:

- P1. ¿Cuál es el volumen, la frecuencia y formatos de publicación de los y las *instagrammers* adolescentes en la red social Instagram?
- P2. ¿Cuál es la correlación de la praxis colectiva de su audiencia en relación con las publicaciones que realizan los y las *instagrammers* adolescentes?

5. Metodología

La investigación es exploratoria-descriptiva, realizada mediante metodología de análisis de contenido. Partiendo de variables estudiadas en otras investigaciones y adaptadas al objeto de estudio, el libro de códigos se segmenta en variables de escala y variables de nominales (Bonilla del Río *et al.*, 2022) (Tabla 1).

Tabla 1.

Variables estudio

Variables de escala	Edad de los <i>influencers</i> .
	Número de seguidores de cada <i>influencer</i> .
	Volumen y medias de publicaciones.
	Frecuencia de las publicaciones (días/horas).
	Interacciones que registran el comportamiento de la audiencia según las acciones que realizan los usuarios en una publicación y que comprenden los <i>likes</i> y comentarios recibidos (González-Carrión & Aguaded, 2020).
	Tasa de <i>engagement</i> , entendida como el nivel de compromiso de su audiencia en relación con la muestra estudiada, y que se calcula aplicando la fórmula: $(N.º \text{ de likes} + N.º \text{ de comentarios} + N.º \text{ de veces compartido}) / N.º \text{ de reproducciones}] \times 100$ (García-Marín & Salvat-Martinrey, 2022; Segarra-Saavedra & Hidalgo Mari, 2020).
Variables nominales	Género de los <i>influencers</i> (Yau & Reich, 2019).
	Formato de las publicaciones, que pueden consistir en una imagen, carrusel de imágenes que aúna un conjunto de fotografías y videos (Gamir-Ríos, <i>et al.</i> , 2023).

Fuente. *Elaboración propia.*

5.1. Muestra

La selección de la muestra se segmentó en tres etapas. La primera se focalizó en la identificación de menores *influencers*. Para ello, se consultaron los trabajos de Feijoo y Fernández-Gómez (2021); Bastero (2023) y Tur-Viñes *et al.* (2018), que investigan menores *influencers* en distintas redes sociales y se consultó la plataforma *hyperauditor.com* (de Brito *et al.*, 2022; Trevisan *et al.*, 2019), que mediante inteligencia artificial, identifica y analiza los *influencers* más relevantes. En la segunda, una vez reconocidos, como el objetivo era estudiar *influencers* adolescentes, se necesitaba confirmar su edad. Para ello, se consultaron las plataformas <https://famousbirthdays.com> y <https://www.mejorinfluencer.com/> que permiten segmentar e identificar a los *influencers* en base a su actividad digital por edad y lugar de nacimiento. En la tercera, se consultaron sus perfiles en Instagram en los que se confirmó su género (chico/chica) y que perteneciese al *influencer* y no fuese compartido con familiares, como en el caso de Pino, que en la misma red social comparte un perfil con su hermano.

El método de selección de la muestra final se basó en un enfoque estratificado que implica su elección en función de los atributos o características compartidos. De este modo, se obtiene una muestra representativa para estudiar las tendencias y comportamientos predominantes, así como el impacto

y las dinámicas de las interacciones. Se seleccionaron adolescentes de chicos y chicas de 13, 14 y 16 años al inicio del estudio, con perfil propio en esta red social y que contasen con más de 100 mil seguidores, lo que los convierte en *macro-influencers* (entre 100K y 500K seguidores) en esta red social (Christin & Lu, 2023). Los *instagrammers* adolescentes analizados mantienen una composición equilibrada por género y edad: Alexity (chica, 13 años. Usuario: @alextyword); MikelTube (chicos, 13 años. Usuario: @mikeltube); Clodett (chica, 14 años. Usuario: @elmundodeclodett); TeamNico (chico, 14. Usuario: @teamnico); Annie Vega (chica, 16 años. Usuario: @annemoda14); Pino (chico, 16 años. Usuario: @pinolink).

Se rastrearon *instagrammers* de 15 años, y aunque se encontraron varias *instagrammers* chicas con esta edad, en el caso de los chicos no fue posible confirmar sus edades, por lo que no se incluyen en la muestra estudiada para poder realizar el estudio comparado.

Mediante analítica de redes sociales, se detectaron y estudiaron las publicaciones de los *influencers* y la interactividad de la audiencia. El trabajo de campo se realizó en abril de 2023 y el tiempo de análisis en sus perfiles fue 18 meses –desde 15 de octubre de 2021 hasta el 15 de abril de 2023–, periodo que garantiza un análisis de su actividad en esta red social. Las cifras de seguidores de los *instagrammers* se registraron el último día de la investigación.

5.2. Análisis de datos

En el análisis de los resultados, se tuvo en cuenta la codificación de la variable de género para comprobar si los *instagrammers* adolescentes muestran comportamientos diferenciados en esta red social. Los datos del número de seguidores, publicaciones y la tasa de *engagement* se calcularon en función de las cifras registradas el último día del estudio (15/04/2023). El dato de las interacciones por perfil y por publicación se analizó hasta que la publicación cumplía 30 días de vida, y el cómputo de la media de interacciones por publicación se calculó en base al total de perfiles analizados.

El procesamiento de datos se realizó con el programa de análisis estadístico Real Statistics Resource Pack (Release 8.5), mediante el cálculo de la varianza entre las medias ANOVA de factor 1, la prueba no paramétrica de correlación de chi-cuadrado de Pearson¹. Las variables se estructuraron y correlacionaron por campos de análisis para convertir los datos en dimensiones heterogéneas de estudio (Keung, 2018).

6. Resultados

Los resultados indican que los *influencers* adolescentes analizados registran, en promedio, más de 260K seguidores. En relación con el volumen de *likes*, reciben una media de 7.619,83 con un máximo superior a 109K y un mínimo de 140 *likes*. Por comentarios, sus publicaciones obtienen en media de 75,39 comentarios, siendo 3 la cifra más baja que reciben en una publicación (Tabla 2).

1. Matriz de datos: <https://bit.ly/4cwxhvl>

Tabla 2.

Descriptivo de los resultados

	Media	Desviación Estándar	Máximo	Mínimo
Seguidores	265.535,67	217.109,90	660.002	102.043
Interacciones	7.407,68	8.880,01	110.117	9
Likes	7.619,83	8.870,60	109.606	140
Comentarios	75,39	179,89	3.064	3

Fuente. Elaboración propia.

6.1. Volumen, frecuencia y formato de las publicaciones

Durante los 18 meses estudiados, los *instagrammers* adolescentes viralizaron 583 publicaciones, siendo las chicas las que lideran la producción en esta red social (85,5 % chicas, 14,5 % chicos). En relación con el número de seguidores, los *instagrammers* estudiados cuentan con más de 1.5M seguidores (1.593.214). Se evidencia la disparidad entre ambos géneros, ya que las chicas acumulan más de 230K seguidores por perfil, mientras que los chicos no alcanzan los 130K cada uno. En total, ellas congregan el 79 % del total de seguidores con más de 1 millón de seguidores (1.257.867) frente a los chicos (335.347).

La frecuencia de publicación durante el periodo analizado confirma que las chicas, en su conjunto, publican una media de seis *post* por semana, frente a los chicos que publican de media uno por semana. Alexity, primera por número de seguidores, y Clodett, tercera, son las *influencers* más activas, con una media de tres publicaciones semanales cada una (Tabla 3).

Tabla 3

Seguidores, volumen y frecuencia media semanal de publicaciones

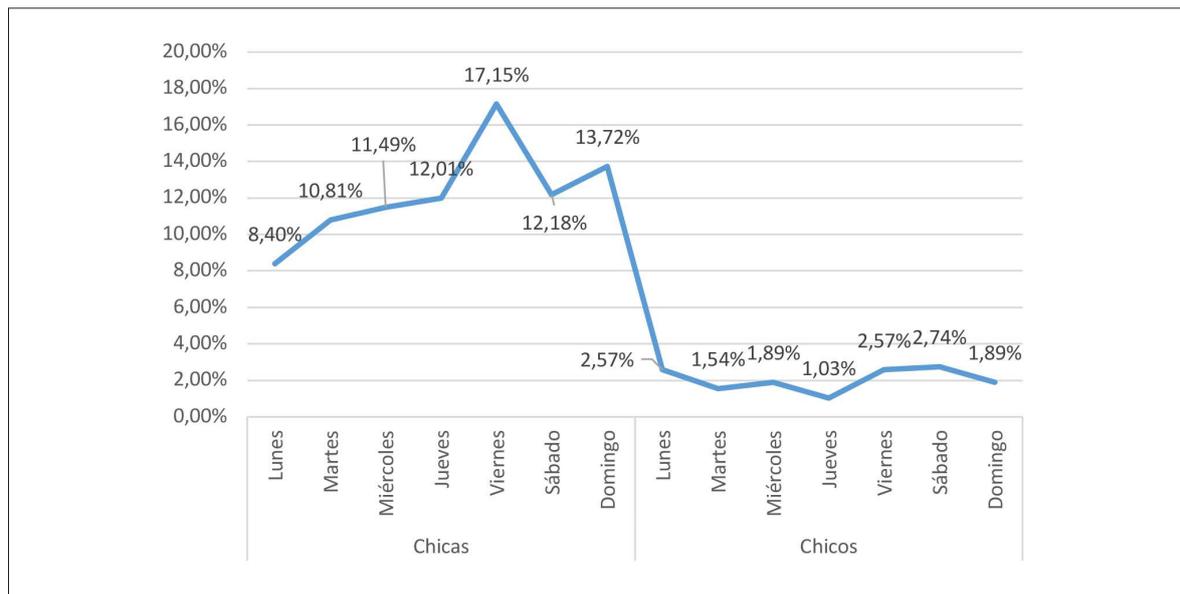
Influencer	Seguidores	Publicaciones	Media semanal
Alexity	660.002	226	2,90
Annie Vega	356.414	51	0,65
Clodett	241.451	223	2,86
Pino	126.096	8	0,10
MikelTube	107.208	55	0,71
TeamNico	102.043	20	0,26

Fuente. Elaboración propia.

En detalle por días de la semana, el trabajo que realizan los *influencers* en días laborales se segmenta entre semana (de lunes a viernes) y fines de semana (sábado y domingo S/D). El 69 % de los *post* se comparten de lunes a viernes, siendo los viernes el día en el que los adolescentes *influencers* incrementan su producción (19,7 %). Los días del fin de semana muestran similar patrón de producción entre sábados (49 %) y domingos (51 %) (Figura 1). Se detecta una fuerte correlación entre el día de la semana y el volumen de publicaciones con un coeficiente de Pearson $t(\text{Pearson})=0,900$ ($p<0,01$).

Figura 1

Publicaciones/días de la semana

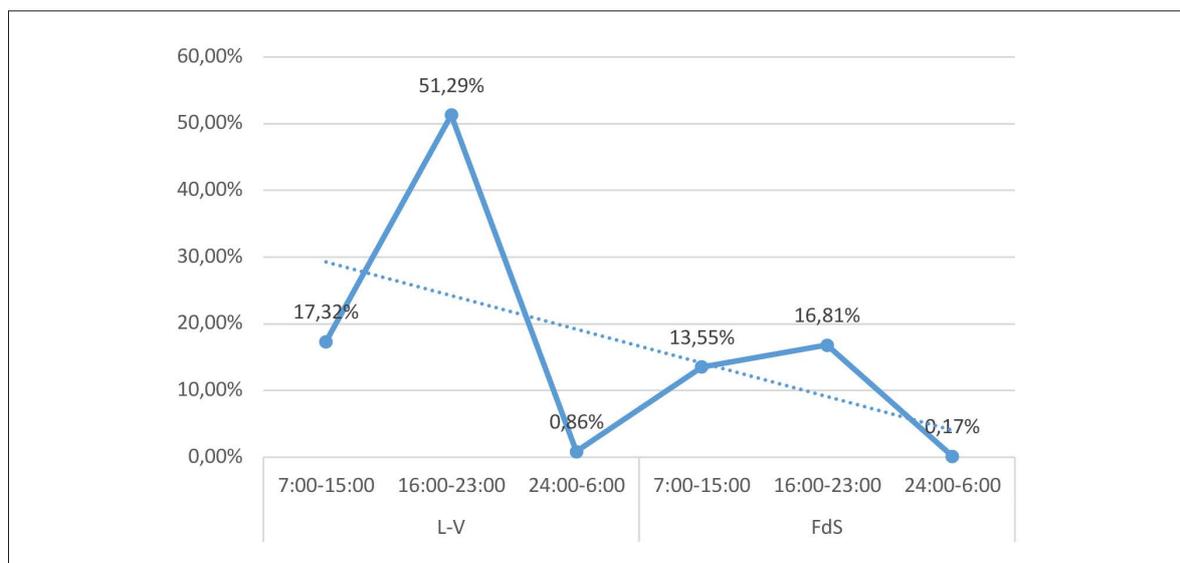


Fuente. Elaboración propia.

En función del horario, se comprueba que, entre semana, el 25 % de las publicaciones se suben por las mañanas entre las 7 y las 15 horas. La producción de lunes a viernes se incrementa por la tarde/noche, alcanzando el 74 % entre las 16 y las 23 horas. El resto de porcentaje se registra en *post* subidos de madrugada. Clodett (10 %) y MikelTube (4 %) son los que más producciones comparten en el horario de mañana de lunes a viernes, siendo Pino el único que no publica en horario de mañana (Figura 2).

Figura 2

Publicaciones/días de la semana y horas

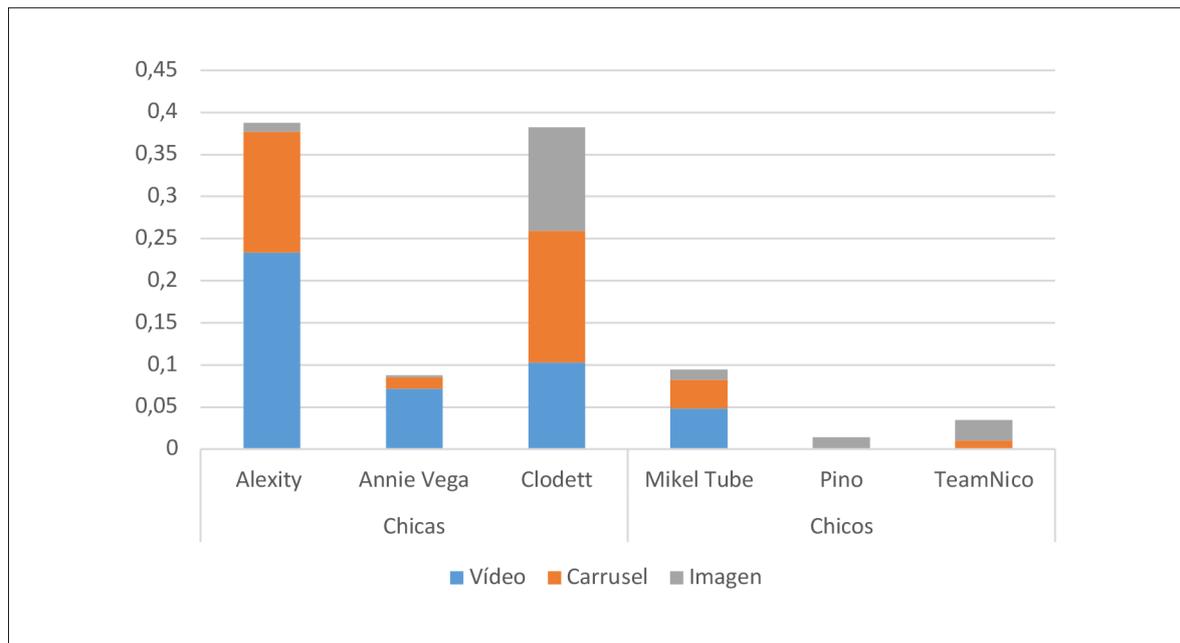


Fuente. Elaboración propia. L-V: lunes a viernes. FdS: Fines de semana.

Los formatos basados en imágenes estáticas (54,3 %) y los vídeos (45,7 %) presentan similar porcentaje de publicación. En el caso de las imágenes, el carrusel (35,8 %) es el más empleado frente a la compartición de imágenes únicas (18,5 %). En cuanto al género, ellas comparten preferencialmente vídeos (47,6 %) frente a los chicos, de los que sólo comparte vídeos MikelTube (33,7 %) (Figura 3).

Figura 3

Formato de las publicaciones



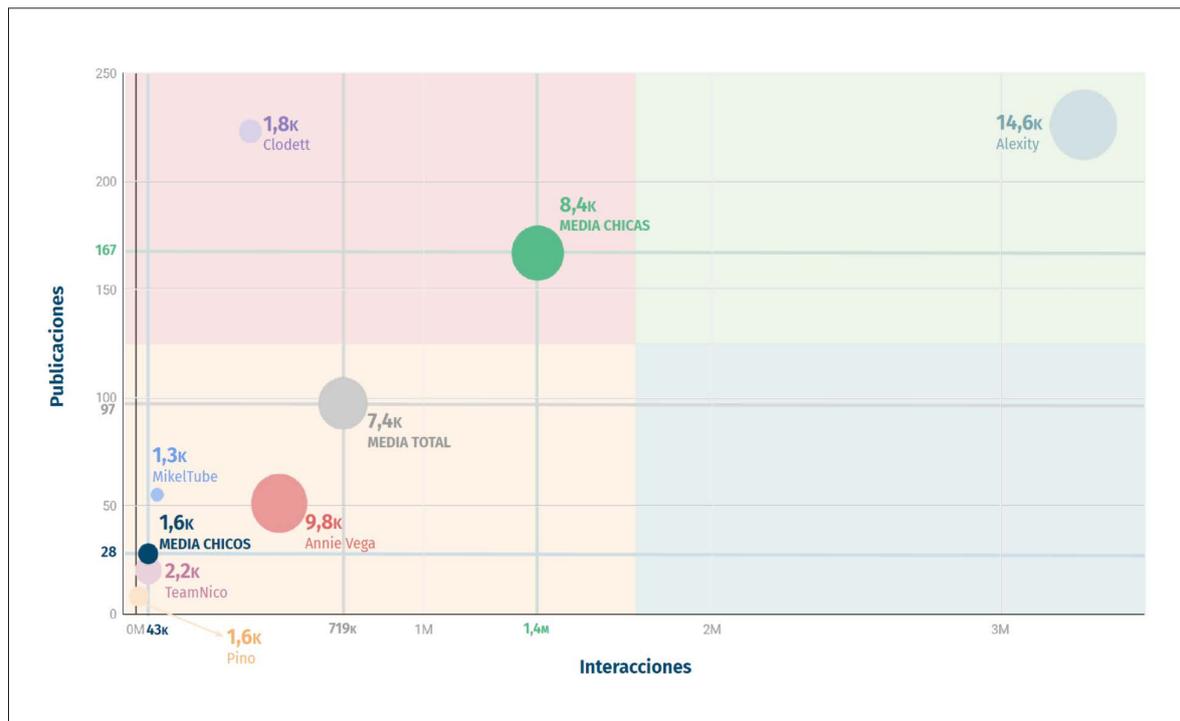
Fuente. Elaboración propia.

6.2. Interacciones de la audiencia

Del total de interacciones registradas (4.318.679), el 99 % de las acciones que efectúan los seguidores de todos los perfiles estudiados son *likes*, con más de 4.2M (4.274.727). Los comentarios alcanzan 43.952. El coeficiente de Pearson señala que existe una baja correlación entre la cifra de *likes* y de comentarios $t(\text{Pearson})=0,311$ ($p<0,01$), lo que refleja que son variables independientes estadísticamente y que una publicación por tener más *likes* no tiene por qué recibir más comentarios y viceversa. El cálculo de la varianza ANOVA de factor 1 confirma la influencia significativa entre el número de seguidores y las interacciones que generan los contenidos publicados por los *instagrammers* ($F(1,10)=0,739$, $p=0,40$).

Por género, la audiencia de las chicas se revela significativamente más activa en esta red social, dejando 33 veces más *likes* (4.1M vs. 126K) y 10 veces más comentarios (40K vs. 4K) que los que aportan los seguidores de los chicos. En media de interacciones, las chicas registran cinco veces más interacciones por publicación (8,4K vs. 1,6K) que los chicos. En *likes* y comentarios, ellas reciben 5,4 veces más *likes* y 1,7 veces más comentarios por publicación (Figura 4).

Figura 4
 Media de interacciones por influencer, género y publicaciones



Fuente. Elaboración propia.

Alexity y Annie Vega son las *instagrammers* con mayor volumen de interacciones de sus seguidores, con una media de interacciones superior por publicación (14,6K y 9,8K respectivamente, siendo el resto de los datos inferiores a 2,5K), y mayor compromiso de su audiencia (tasa de *engagement*, 0,004 % y 0,005 %), superando la media de 0,0031 % por perfil (Tabla 4).

Tabla 4
 Instagrammers, likes, comentarios y tasa de *engagement*

Instagrammer	Likes	Comentarios	Tasa de <i>engagement</i>
Alexity	3.258.683	32.052	0,0040 %
Annie Vega	495.411	2.673	0,0050 %
Clodett	394.112	5.353	0,0013 %
MikelTube	71.344	2.654	0,0023 %
TeamNico	43.034	922	0,0039 %
Pino	12.143	298	0,0023 %
Chicas	4.148.206	40.078	0,0012 %
Chicos	126.436	3.874	0,0009 %
TOTAL	4.274.727	43.952	0,0008 %

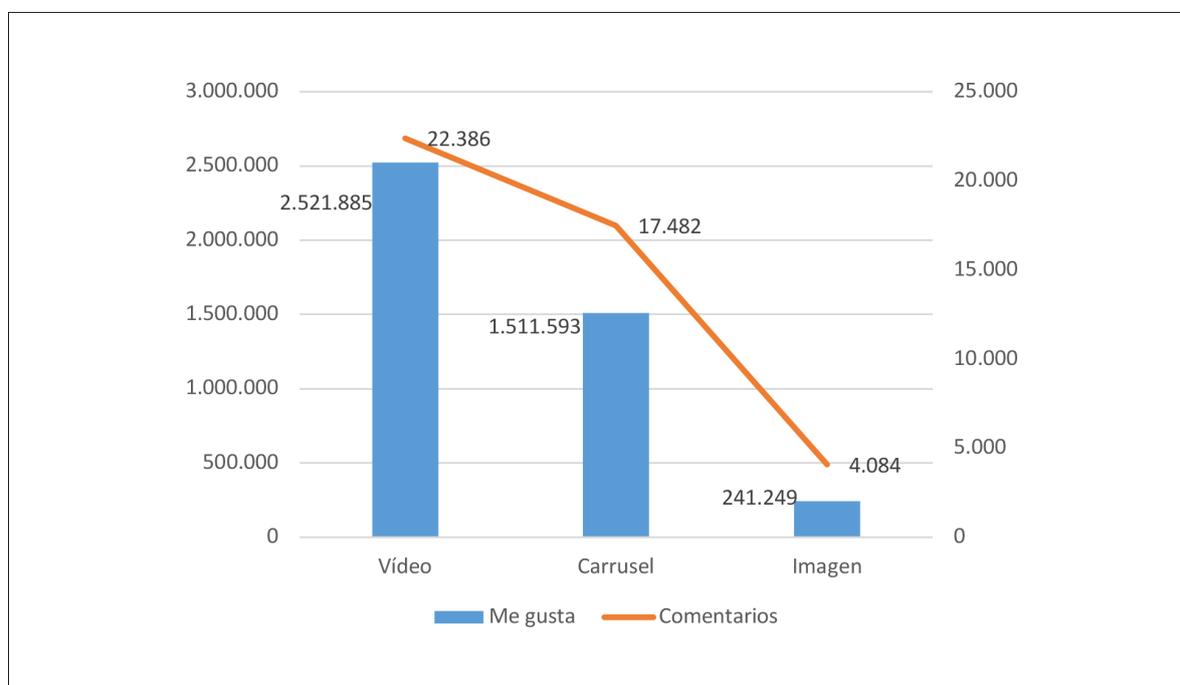
Fuente. Elaboración propia.

6.2.1. Interacciones por formato y frecuencia de publicación

Estudiando el formato de publicación y las interacciones recibidas, se observa que el vídeo es el formato que mayor volumen interacciones recibe (58,9 %), con más de 2.5M de *likes*, seguido del carrusel (35,4 %), con más de 1,5M de *likes*; mientras que la imagen independiente queda relegada (5,7 %). El cálculo de la varianza ANOVA ($F(3,1127)=16,86, p<0,05$) confirman la asociación entre ambas variables. Por tipo de interacción, el estudio ANOVA ($F(3,1083)=17,051, p<0,01$) muestra la relación entre el formato y los *likes* recibidos, pero no entre el formato y la cifra de comentarios que reciben los contenidos ($F(3,1127)=2,132, p=0,09$) (Figura 5).

Figura 5

Correlación combinada de interacciones por formato

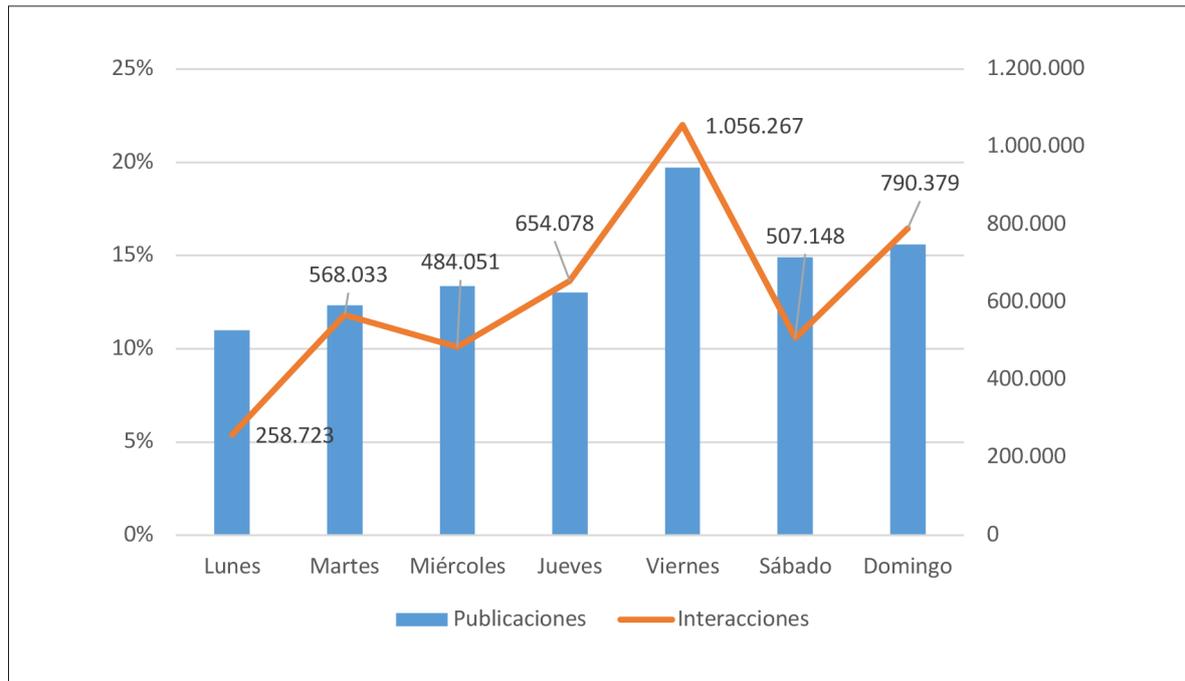


Fuente. Elaboración propia.

En relación a la frecuencia, se confirma que, a menor volumen de publicación, menor cifra de interacciones, lo que les conduce a una constante producción y actualización de contenidos. Trasladando esta dependencia entre *post* e interacciones a los días de la semana, se comprueba que siendo los viernes y los domingos los días en los que más contenidos publican (probablemente con vistas a un mayor consumo e interacción de dicho contenido en fin de semana), son también ambos días en los que más interacciones se generan (viernes 1.056.267; domingo 790.379). Como dato, se observa que el lunes, a pesar de estar cerca en la media de contenidos publicados, es el día que menos interacciones reciben los contenidos (258.723). Se comprueba que los contenidos reciben menos de la mitad de interacciones en lunes que en viernes (Figura 6).

Figura 6

Correlación combinada días de publicación, interacciones y volumen de publicación



Fuente. Elaboración propia.

7. Conclusiones y discusión

Estudiamos esta red social como un marco de comprensión de la actual cultura digital visual y del papel de los *influencers* y sus seguidores en ella. Los *influencers* adolescentes buscan llegar a esta audiencia, y se convierten en referentes estéticos, de consumo y estilo de vida. El elevado alcance de audiencia conseguido por los perfiles adolescentes analizados en esta red social, que actúa como un espacio de socialización significativo para los adolescentes, facilita sus relaciones sociales y los referentes que contribuyen a la creación de su identidad. Con solo los seis perfiles analizados, se han alcanzado 1,4 millones de seguidores lo que indica la capacidad de estos *influencers* adolescentes para actuar como líderes de opinión.

En respuesta a la primera pregunta, la aportación de este estudio reside en el análisis detallado de los marcos de producción de los y las *influencers*, atendiendo al volumen, frecuencia (días y horas de publicación) y formatos. Se observa la elevada producción de estos menores con una media de siete publicaciones semanales. Los días que más publican son los viernes, seguidos de domingos y sábados. Entre semana, el grueso de *post* se comparte en horario de tarde y hasta las 23:00 horas; es decir, cuando los menores están disponibles, fuera del horario escolar, para conectarse a las redes sociales. Sin embargo, un no desdeñable 25% se publican en horario de 7 a 15 horas, que coincide en gran medida con el horario de clases y el desplazamiento hacia los centros educativos. Las publicaciones realizadas de madrugada, sin embargo, resultan casi insignificantes. La distribución horaria de los *post* durante los fines de semana resulta más equitativa entre la mañana y la tarde. Estos resultados sugieren que los *instagrammers* adolescentes estudiados centran sus esfuerzos de publicación en los horarios en los que sus audiencias están conectadas, con el objetivo de hacer visibles sus contenidos

y viralizarlos. No obstante, se puede sospechar que los *instagrammers* estudiados están utilizando las posibilidades de programación que permite la plataforma para estar presentes en otros horarios menos concurridos o el apoyo de sus progenitores en sus estrategias de difusión. Por formatos utilizados, dominan los vídeos y el carrusel, desplazando a la fotografía individual, que constituyó el formato original que caracterizaba a esta plataforma (Serafinelli, 2018).

Con la segunda pregunta de la investigación se pretende indagar en las interacciones logradas por las publicaciones y se correlacionan con el formato y la frecuencia de publicación de los *posts*. Es precisamente el formato video el que alcanza niveles más elevados; en particular, influye en el volumen de *likes*, que son las interacciones que dominan (90 %), pero no en el de comentarios, que apenas alcanzan un 10 % de los primeros. Estos datos corroboran la observación de Gil-Quintana y Amoros (2020) y de González-Carrión y Aguaded (2020) que afirman que los adolescentes, aunque consumen contenido multimedia en Instagram, no suelen crear contenidos. Además, nuestros resultados no muestran una asociación entre el nivel de *likes* y comentarios.

Por otra parte, los días que más interacciones se generan coinciden con los que alcanzan un nivel más elevado de publicaciones: los viernes y domingos. Estos resultados profundizan y matizan los obtenidos por Coelho *et al.* (2016), quienes, en su análisis de perfiles comerciales en Facebook e Instagram de cinco segmentos diferentes, no encontraron diferencias significativas en el nivel de interacción de los seguidores en las publicaciones realizadas de lunes a jueves y de viernes a domingo. En relación con el número de publicaciones por día de la semana, el viernes obtiene una tasa de interacción más elevada (más de 9.000 interacciones por *post*), en tanto que los lunes, que son los días en los que menos se publican, son también los días menos productivos, con una relación de 4.000 interacciones por *post*. Esta coincidencia nos hace sospechar del alto grado de involucración de los *influencers* en el conocimiento de sus audiencias en su búsqueda de mayores tasas de *engagement*.

Por género, se observa que la muestra de perfiles femeninos en Instagram analizada acumula más seguidores, con los chicos que obtienen casi un 45 % menos que las primeras. Además, estas son mucho más activas en sus publicaciones, con una relación de seis a uno con respecto a los chicos en conjunto, y utilizan en mayor medida el vídeo en sus *posts*, que resulta más complejo de elaborar.

En la medida que mantienen un mayor número de seguidores y publicaciones, los perfiles femeninos consiguen un volumen de interacciones superior a los que obtienen los masculinos. No obstante, resulta significativo que la relación entre el volumen de interacciones con el número de seguidores y de publicaciones es muy superior en los perfiles de las adolescentes. Es decir, sus publicaciones son más fructíferas en este sentido. Aunque cabe matizar que esta superioridad de la actividad de los seguidores en los perfiles femeninos es muy superior en lo que respecta a los *likes* que en relación con los comentarios. Todo esto conlleva que las *instagrammers* obtengan una tasa de *engagement* superior a la alcanzada por sus homónimos varones.

Los resultados anteriores parecen contradecir los encontrados por Latefe y Wood (2021), quienes encontraron que el número de seguidores y el volumen de contenido se asocian negativamente con el *engagement* de los seguidores. Apoyados en la literatura, estos autores interpretan que un mayor número de seguidores disminuye la identificación con los *influencers* y que compartir un gran volumen de publicaciones de Instagram puede interferir en la creatividad y la originalidad de los *influencers*, lo que obstaculizaría la atención y motivación para interactuar de los seguidores. Una

posible explicación a esta discordancia de resultados podría ser que nuestra muestra está integrada por adolescentes que se dirigen a un público con edades similares, lo que facilita la identidad entre *instagrammers* y seguidores. Por otro parte, cabe destacar que el número de publicaciones de estos *influencers* no resulta muy elevado en ninguno de los casos, lo que desactivaría la explicación relativa a la posible creatividad de las publicaciones. Finalmente, estos resultados podrían también responder a las estrategias de publicación seguidas por chicos y chicas, en el sentido, por ejemplo, de que estas comparten en mayor medida videos, que es el formato que obtiene más interacciones. A esto tendríamos que añadir que los términos, *hashtags* y emoticonos que emplean las chicas reciben más interacciones.

Aunque trabajos recientes muestran una tendencia convergente entre chicos y chicas en la creación de contenidos de interés para ambos sexos (Thelwall & Foster, 2021; Suárez-Álvarez & García-Jiménez, 2021), nuestro estudio arroja diferencias entre los contenidos que comparten los y las *instagrammers* adolescentes: las chicas destacan en contenidos de actualidad social, de sus vidas y de moda, y los chicos muestran en mayor medida sus actividades cotidianas y de ocio vinculadas a viajes y videojuegos. De este modo, refuerzan la idea de la consolidación de los roles de género tradicionales en redes sociales, como han mostrado estudios previos (Lokithasan *et al.*, 2019; Suárez-Álvarez *et al.*, 2021).

Los y las *instagrammers* potencian la empatía y las relaciones parasociales de sus seguidores, lo que también favorece sus niveles de *engagement* y de intención de compra (Kim, 2022). Además, aunque Instagram no muestra de forma transparente el algoritmo sobre el que se construye la visibilidad de los contenidos de las publicaciones (Cotter, 2019), los adolescentes *instagrammers*, especialmente las chicas, interpretan estas reglas participativas que pueden favorecer la viralidad de sus publicaciones o condenarlos a la invisibilidad.

Este estudio pretende hacer hincapié en la relevancia de prestar una mayor atención y vigilancia a la viralización de contenidos que realizan los menores *influencers*. Al mismo tiempo, se puede emplear como un diagrama explicativo de los patrones de comportamiento de los *instagrammers* adolescentes y de la respuesta de sus seguidores. En este sentido, se conecta también con las potenciales vulnerabilidades a las que se enfrentan estos menores en las redes sociales y trata de poner en valor la protección con la que deberían salvaguardarse.

Las limitaciones de este estudio son las siguientes. La primera se centra en la muestra: se han seleccionado 6 *influencers*, lo que determina el estudio de su representación y participación en esta red social. La segunda se vincula con el criterio de selección de la edad y del número de seguidores de los *influencers*. Ambos parámetros pueden afectar en futuros estudios si se desea estudiar *influencers* en los mismos rangos etarios o en base a la cifra de seguidores que registra continuas fluctuaciones debido su actividad digital. La tercera guarda relación con la horquilla temporal estudiada. Nuestro trabajo de campo es amplio (18 meses) pero el continuo desarrollo de la plataforma, así como de la evolución de los marcos de producción de los menores *influencers*, invita a continuar estudiándolos en contextos temporales más amplios o a raíz de algún evento o circunstancia que afecte a la infancia y adolescencia.

Las limitaciones identificadas en el presente estudio se constituyen como catalizadores para futuras líneas de investigación. Proporcionan un marco para la exploración para otros estudios en este campo. Será interesante estudiar de manera comparada los comportamientos de los *influencers*

adolescentes en varias redes sociales, así como indagar en el contenido de los comentarios de la audiencia para confirmar las relaciones parasociales que se generan en torno a ellos, cuál es el tono de las mismas, y comprobar si dichas diferencias de género continúan observándose en el análisis de las conversaciones.

Financiación

Proyecto de I+D+i “Repertorios y prácticas mediáticas en la adolescencia y la juventud: usos, ciberbienestar y vulnerabilidades digitales en redes sociales” (PID2022-138281NB-C21), financiado por MCIN/ AEI/10.13039/501100011033/ y por “FEDER Una manera de hacer Europa”.

Declaración sobre la contribución específica de cada una de las autorías, según la taxonomía CrediT

- Conceptualización: Autora 1, Autor 2, Autora 3.
- Curación de datos: Autora 1.
- Análisis formal: Autora 1, Autor 2 y Autora 3.
- Adquisición de fondos: No corresponde.
- Investigación: Autora 1, Autor 2 y Autora 3.
- Metodología: Autora 1, Autor 2 y Autora 3.
- Administración del proyecto: Autora 1, Autor 2 y Autora 3.
- Recursos: Autora 1, Autor 2 y Autora 3.
- Software: No corresponde.
- Supervisión: Autora 1, Autor 2 y Autora 3.
- Validación: Autora 1, Autor 2 y Autora 3.
- Visualización: Autora 1.
- Redacción – borrador original: Autora 1, Autor 2 y Autora 3.
- Redacción – revisión y edición: Autora 1, Autor 2 y Autora 3.

Semblanza de los autores

Rebeca Suárez-Álvarez, Doctora en Comunicación Social y ayudante doctor en la Universidad Rey Juan Carlos (Departamento de Periodismo y Comunicación Corporativa). Miembro del grupo de investigación sobre comunicación, sociedad y cultura (GICOMSOC) y del proyecto Red-adjoven. Sus principales líneas de investigación son los públicos vulnerables (menores), consumo, audiencias y medios digitales. Madrid (España).

Antonio García-Jiménez, Catedrático de Periodismo en la Universidad Rey Juan Carlos (Departamento de Periodismo y Comunicación Corporativa). Investigador principal del proyecto Red-adjoven y del grupo de investigación sobre comunicación, sociedad y cultura (GICOMSOC). Sus principales líneas de investigación son el consumo digital de menores y el acceso a las noticias por parte de los jóvenes en el contexto de los medios sociales. Madrid (España).

María Cruz López de Ayala, Profesor Titular de Universidad en Publicidad y Relaciones Públicas (Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad). Co-investigador principal del proyecto Red-juven y miembro del grupo de investigación sobre comunicación, sociedad y cultura (GICOMSOC). Sus principales líneas de investigación son: consumo digital de menores y jóvenes, mediación familiar y comunicación estratégica. Madrid (España).

Referencias

- Balaban, D. C., & Szabolcs, J. (2022). A proposed model of self-perceived authenticity of social media influencers. *Media and Communication*, 10(1), 235-246. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4765>
- Balsa-Barreiro, J., Vié, A., Morales, A.J., & Cebrián, M. (2020). Deglobalization in a hyper-connected world. *Palgrave Commun*, 28(6), 1-4. <https://doi.org/10.1057/s41599-020-0403-xç>
- Bastero (2023). *Top 10: niños youtubers que triunfan en España (2023)*. <https://marketing4ecommerce.net/ninos-youtubers-mas-seguidos-espana/>
- Belanche, D., Flavián, M., & Ibáñez-Sánchez, S. (2020). Followers' reactions to influencers' Instagram posts. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 24(1), 37-54. <https://doi.org/10.1108/SJME-11-2019-0100>
- Bishop, S. (2019). Managing visibility on YouTube through algorithmic gossip. *New Media & Society*, 21(11-12), 2589-2606. <https://doi.org/10.1177/1461444819854731>
- Bonilla del Río, M., Castillo Abdul, B., García Ruiz, R., & Rodríguez Martín, A. (2022). 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>
- Caliandro, A., & Graham, J. (2020). Studying Instagram Beyond Selfies. *Social Media + Society*, 6(2), 1-7. <https://doi.org/10.1177/2056305120924779>
- Christin, A., & Lu, Y. (2023). The influencer pay gap: Platform labor meets racial capitalism. *New Media & Society*, 1-24. <https://doi.org/10.1177/14614448231164995>
- Coelho, R. L. F., Oliveira, D. S. D., & Almeida, M. I. S. D. (2016). Does social media matter for post typology? Impact of post content on Facebook and Instagram metrics. *Online Information Review*, 40(4), 458-471. <https://doi.org/10.1108/OIR-06-2015-0176>
- Conti, M., Gathani, J., & Tricomi, P. P. (2022). Virtual Influencers in Online Social Media. *IEEE Communications Magazine*, 60(8), 86-91. <https://doi.org/10.1109/MCOM.001.2100786>
- Cotter, K. (2019). Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram. *New media & society*, 21(4), 895-913. <https://doi.org/10.1177/1461444818815684>
- data.ai (2022). *State of Mobile 2023*. <https://www.data.ai/en/go/state-of-mobile-2023>
- De Brito Silva, M.J., de Oliveira Ramos Delfino, L., Alves Cerqueira, K., & de Oliveira Campos, P. (2022). Avatar marketing: A study on the engagement and authenticity of virtual influencers on Instagram. *Social Network Analysis and Mining*, (12). <https://doi.org/10.1007/s13278-022-00966-w>
- Devos, S., Eggermont, S., & Vandenbosch, L. (2022). Instagram influencers as superwomen: Influencers' lifestyle presentations observed through framing analysis. *Media and Communication*, 10(1), 173-184. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4717>
- Farivar, S., Wang, F., & Turel, O. (2022). Followers' problematic engagement with influencers on social media: An attachment theory perspective. *Computers in Human Behavior*, (133). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107288>

- Feijoo Fernández, B., & Fernández Gómez, E. (2021). Niños y niñas influyentes en YouTube e Instagram: contenidos y presencia de marcas durante el confinamiento. *Cuadernos.info*, (49), 300-328. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.49.27309>
- Gamir-Ríos, J., Cano-Orón, L., & Lava-Santos, D. (2022). De la localización a la movilización. Evolución del uso electoral de Instagram en España de 2015 a 2019. *Revista de Comunicación*, 21(1), 159-179. <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A8>
- García-Marín, D., & Salvat-Martinrey, G. (2022). Viralizar la verdad. Factores predictivos del engagement en el contenido verificado en TikTok. *Profesional de la información*, 31(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.10>
- Gibbs, M., Meese, J., Arnold, M., Nansen, B., & Carter, M. (2015). # Funeral and Instagram: Death, social media, and platform vernacular. *Information, communication & society*, 18(3), 255-268. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.987152>
- Gil-Quintana, J., & Amoros, M. F. G. (2020). Publicaciones, interacciones, verdades y mentiras de adolescentes españoles en Instagram. *Texto Livre*, 13(1), 20-44. <https://doi.org/10.17851/1983-3652.13.1.20-44>
- González Oñate, C., & Martínez Sánchez, A. (2020). Estrategia y comunicación en redes sociales: Un estudio sobre la influencia del movimiento RealFooding. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* (48), 79-101. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i48.05>
- Gonzalez-Carrion, E. L., & Aguaded, I. (2020). Procesos de interacción en Instagramers latinoamericanas. El caso de Perú y Colombia durante el 2019. *Revista de Comunicación*, 19(2), 161-174. <http://dx.doi.org/10.26441/rc19.2-2020-a9>
- Hendricks, A., & Bright, L. (2023). Influencer trends shift: The psychological predictors of influencer engagement on Instagram. *The Journal of Social Media in Society*, 12(1), 155-180. <https://thejsms.org/index.php/JSMS/article/view/1143/625>
- Keung, J. (2018). Using the Excel pivot table (EPT) function as a research decision support system (DSS): a research note. *European Academic Research* 6(2), 637-655. <https://www.euacademic.org/UploadArticle/3551.pdf>
- Hyperauditor (2023). <https://hypeauditor.com>
- Interactive Advertising Bureau Spain (IAB, 2022). *El Estudio de Redes Sociales 2022*. <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2022/>
- Jiménez-Iglesias, E., Elorriaga-Illera, A., Monge-Benito, S., & Olabarri-Fernández, E. (2022). Exposición de menores en Instagram: instamadres, presencia de marcas y vacío legal. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 13(1), 51-63. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.20767>
- Kim, H. (2022). Keeping up with influencers: exploring the impact of social presence and parasocial interactions on Instagram. *International Journal of Advertising*, 41(3), 414-434. <https://doi.org/10.1080/02650487.2021.1886477>
- Laor, T. (2022). My social network: Group differences in frequency of use, active use, and interactive use on Facebook, Instagram and Twitter. *Technology in Society*, (68). <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101922>
- Leaver, T., Highfield, T., & Abidin, C. (2020). *Instagram: Visual social media cultures*. John Wiley & Sons.
- Lennox, T. (2020). Social Media Influencers. *Research Papers by Undergraduate Students*. Paper 2. <https://digitalcommons.uri.edu/tmd-research-undergrad/2>
- Levin, I., & Mamlok, D. (2021). Culture and society in the digital age. *Information*, 12(68), 1-13. <https://doi.org/10.3390/info12020068>

- Lokithasan, K., Simon, S., Jasmin, N. Z. B., & Othman, N. A. B. (2019). Male and female social media influencers: The impact of gender on emerging adults. *International Journal of Modern Trends in Social Sciences*, 2(9), 21-30. <https://doi.org/10.35631/IJMTSS.29003>
- Manovich, L. (2017). *Instagram and contemporary image*. Manovich's Cultural Analytics Lab in the Qualcomm Institute (UCSD Division of the California Institute for Telecommunications and Information Technology). <https://acortar.link/DQmDIh>
- Martín, T., & Chaves Vázquez, B. (2022). La influencia de Instagram en la creación y reproducción del ideal de belleza femenino. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 15(1), 1-17. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.11148>
- Masterson, M. A. (2020). When play becomes work: Child labor laws in the era of "kidfluencers". *University of Pennsylvania Law Review*, 169(2), 577-608. <https://acortar.link/2hleQC>
- Meta (2019). *How to Take Your Instagram Content to the Next Level*. <https://www.facebook.com/business/news/insights/how-to-take-your-instagram-content-to-the-next-level>
- Niederer, S., & Colombo, G. (2019). Visual Methodologies for Networked Images: Designing Visualizations for Collaborative Research, Cross-platform Analysis, and Public Participation. *Diseña*, (14), 40-67. <https://doi.org/10.7764/disena.14.40-67>
- O'Meara, V. (2019). Weapons of the chic: Instagram influencer engagement pods as practices of resistance to Instagram platform labor. *Social Media + Society*, 5(4), 1-11. <https://doi.org/10.1177/2056305119879671>
- Oneto González, G., Pérez Curiel, C., & Riscart López, J. (2020). Efecto del influencer sobre el nivel de engagement en publicaciones de Instagram. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 24(2), 76-94. <https://doi.org/10.17979/redma.2020.24.2.7069>
- Qustodio (2022). *The Qustodio Annual Data Report 2021. Living and learning in a digital world*. <https://www.qustodio.com/es/research/tiempo-que-pasan-los-menores-conectados-a-las-pantallas/>
- Rahmayanti, L. C., & Fauzi, L. Z. (2021). The Use of Instagram Social Media as an Interaction Media in Shaping Adolescent Lifestyles. *Journal Basic Science and Technology*, 10(1), 1-8. <https://doi.org/10.35335/jbst.v10i1.2110>
- Rogers, R. (2021). Visual media analysis for Instagram and other online platforms. *Big Data & Society*, 8(1), 1-23. <https://doi.org/10.1177/20539517211022370>
- Romney, M., & Johnson, R. G. (2020). Show me a story: narrative, image, and audience engagement on sports network Instagram accounts. *Information, communication & society*, 23(1), 94-109. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1486868>
- Schmuck, D. (2021). Social media influencers and environmental communication. En B. Takahashi, J. Metag, J. Thaker & S. Evans (Eds), *The handbook of international trends in environmental communication* (pp. 373-387). Routledge.
- Segarra-Saavedra, J., & Hidalgo Marí, T. (2020). Futbolistas en Instagram: análisis del marketing de influencia realizado por los capitanes de Primera División en España. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* (48), 34-55. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i48.03>
- Serafinelli, E. (2018). *Digital life on Instagram: New social communication of photography*. Emerald Group Publishing.
- Statista (2023). *Most popular social networks worldwide as of January 2023, ranked by number of monthly active users*. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Suárez-Álvarez, R., & García-Jiménez, A. (2021). Centennials on TikTok: type of video. Analysis and comparative Spain-Great Britain by gender, age and nationality. *Revista Latina de Comunicación Social*, (79), 1-22. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1503>

- Suárez-Álvarez, R., García-Jiménez, A., & Montes-Vozmediano, M. (2021). Adolescents on YouTube: gender differences regarding the videos they upload and watch. *Central European Journal of Communication*, 14(29), 321-342. [https://doi.org/10.51480/1899-5101.14.2\(29\).7](https://doi.org/10.51480/1899-5101.14.2(29).7)
- Tafesse, W., & Wood, B. P. (2021). Followers' engagement with instagram influencers: The role of influencers' content and engagement strategy. *Journal of retailing and consumer services*, (58). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102303>
- Thelwall, M., & Foster, D. (2021). Male or female gender-polarized YouTube videos are less viewed. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 72(12), 1545-1557. <https://doi.org/10.1002/asi.24529>
- Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2020). Social media is not real: The effect of 'Instagram vs reality' images on women's social comparison and body image. *New Media & Society*, 22(12), 2183-2199. <https://doi.org/10.1177/1461444819888720>
- Trevisan, M., Vassio, L., Drago, I., Mellia, M., Murai, F., Figueiredo, F., Couto da Silva, A.P. & Almeida, J. M. (2019). Towards understanding political interactions on Instagram. In *Proceedings of the 30th ACM conference on hypertext and social media* (pp. 247-251). <https://doi.org/10.1145/3342220.3343657>
- Tur-Viñes, V., Núñez-Gómez, P., & González-Río, M.J. (2018). Kid influencers on YouTube. A space for responsibility". *Revista Latina de Comunicación Social*, (73), 1211-1230. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2018-1303en>
- Van Driel, L., & Dumitrica, D. (2021). Selling brands while staying "Authentic": The professionalization of Instagram influencers. *Convergence*, 27(1), 66-84. <https://doi.org/10.1177/1354856520902136>
- Wachler, B. B. (2022). *Influenced: The Impact of Social Media on Our Perception*. Rowman & Littlefield.
- We are social (2023a). *Digital 2023 - We Are Social*. <https://wearesocial.com/es/blog/2023/01/digital-2023/>
- We are social (2023b). *Informe Redes Sociales España 2023*. <https://wearesocial.com/es/blog/2023/02/reporte-digital-espana-2023/>
- Yang, C. C. (2016). Instagram use, loneliness, and social comparison orientation: Interact and browse on social media, but don't compare. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 19(12), 703-708. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0201>
- Yau, J. C., & Reich, S. M. (2019). "It's just a lot of work": Adolescents' self-presentation norms and practices on Facebook and Instagram. *Journal of research on adolescence*, 29(1), 196-209. <https://doi.org/10.1111/jora.12376>

El periodismo como medio de fijación término-conceptual: el caso de *El País* durante la cobertura de las revueltas árabes de 2011

Journalism as a means of term-conceptual fixation: the case of El País during the coverage of the Arab revolts of 2011

Mohamed Assif

Universidad de Sevilla | C/Américo Vespucio s/n, 41092 Isla de la Cartuja, Sevilla, España.

 0000-0002-0210-6453 · mohamedassif1985@gmail.com

Fechas: Recepción: 25/01/2024 · Aceptación: 30/05/2024 · Publicación: 15/07/2024

Resumen

Ante un acontecimiento de resonancia internacional, el periodismo se erige en catalizador e, incluso, acuñador de conceptos y percepciones. Las revueltas árabes de 2011 presentan el paradigma de fijaciones término-conceptuales en la prensa. La expresión Primavera Árabe es, por antonomasia, el ejemplo más evidente de tal acuñación conceptual, amén de otras cuestiones de mayor sensibilidad para los lectores como la subida al poder del «islam político» o la ensalzada figura de Mohamed Bouazizi, el vendedor ambulante quemado a lo bonzo el 17 de diciembre de 2010 por su situación socioeconómica. Sin embargo, investigadores varios desmitifican la imagen de Bouazizi y rebautizan las revueltas como otoño o invierno árabe. Esta investigación indaga las terminologías y las locuciones prevalecientes en los géneros informativos de la sección internacional de *El País* durante el tratamiento de las revueltas árabes de 2011 para lo que se realiza un análisis sobre 1200 textos. De la mano de un método mixto –cuantitativo y cualitativo– se examinan los conceptos que este diario utiliza con frecuencia para condicionar la agenda pública sobre este acontecimiento internacional. Los resultados indican que *El País* se ha hecho eco, aunque tardíamente, del neologismo: Primavera Árabe. Esta demora en incluirlo dentro de la nomenclatura definitoria de tales sucesos se atribuye a que la cabecera madrileña opte por aguardar un atisbo de la consolidación de los logros obtenidos en Túnez y Egipto, así como su contagio a otras naciones para poder catalogar estos hechos como una Primavera Árabe.

Palabras clave: revueltas árabes, periodismo, *El País*, Primavera Árabe.

Abstract

Faced with an event of international resonance, journalism stands as a catalyst and even a coiner of concepts and perceptions. The Arab revolts of 2011 present the paradigm of term-conceptual fixations in the press. The expression Arab Spring is, by excellence, the most obvious example of such conceptual coinage, in addition to other terminologies and issues of greater sensitivity to readers such as the rise to power of «political Islam» or the praised figure of Mohamed Bouazizi, the street vendor burned to death on December 17, 2010 for his socioeconomic situation. However, various researchers demystify the image of Bouazizi and rename the revolts as Arab autumn or winter. This research investigates the prevailing terminologies and locutions in the informative genres of the international section of El País

during the treatment of the Arab revolts of 2011 for which we will carry out an analysis of 1200 texts. Hand in hand with a mixed method –quantitative and qualitative– we will examine the concepts that this newspaper frequently uses to condition the public agenda on this international event. The results indicate that *El País* has echoed, albeit belatedly, the neologism: *Arab Spring*. This delay in including it within the defining nomenclature of such events is attributed to the fact that the Madrid newspaper chose to wait for a glimpse of the consolidation of the achievements obtained in Tunisia and Egypt, as well as its contagion to other nations in order to classify these events as a *Arab Spring*.

Keywords: Arab revolts, journalism, *El País*, *Arab Spring*.

1. Introducción

La historia humana está jalonada por hitos de variada índole. Guerras, revoluciones, inventos, todos conllevan sus propias señas de identidad, si bien algunos se desvanecen con el paso del tiempo, otros pasan a la posteridad. Es el caso de las revueltas árabes de 2011, cuyo devenir geoestratégico ha dejado una impronta indeleble en esta parte del mundo, pero, sobre todo, el florecimiento de conceptos, expresiones y percepciones, ha eternizado su recuerdo. Prueba de ello es el neologismo Primavera Árabe. Su notoriedad ha alcanzado cotas internacionales gracias a su meteórica difusión por los medios de comunicación (López García, 2013). Se ha convertido, pues, en la locución en boga de estas movilizaciones árabes.

Otros términos nada baladíes han hecho, asimismo, acto de presencia en los medios informativos. Se trata de vocablos como revolución, revuelta y rebelión. El propósito de emplearlos es aclarar este acontecimiento inédito en el mundo árabe, puesto que cada término guarda similitudes, pero, sobre todo, matices diferenciales de otro. Sin embargo, el uso indistinto y, a veces, arbitrario de las tres terminologías condiciona el entendimiento de la esencia de las sublevaciones en cuestión. Además, aparte de reiterar conceptos con el fin de que el receptor los haga suyos, los profesionales de la información buscan historias conmovedoras. La quema a lo bonzo el 17 de diciembre de 2010 del vendedor ambulante Mohamed Bouazizi, por su situación socioeconómica cumple con creces las expectativas mediáticas y ha sido tratado sobremanera por distintos medios audiovisuales, digitales y escritos.

Ahora bien, la cobertura periodística ha sobredimensionado la figura del joven tunecino confiriéndole un halo de martirio por los derechos de la población árabe, por lo que, a fin de impactar en la opinión pública, se ha deslizado en los medios de comunicación alguna que otra falacia sobre su carrera y, máxime, sobre lo que le había inducido a suicidarse (Bensaada, 2015). Es más, incluso la emblemática expresión Primavera Árabe se encuentra en entredicho para quienes desmienten la espontaneidad de las revueltas que han sacudido el Magreb y algunos países del Oriente Medio. El descubrimiento de la intromisión extranjera desde antes del estallido de los levantamientos a finales de 2010 (Haddad, 2012; Denécé, 2012; Brahim El Mili, 2012; Collon, 2014; Bensaada, 2015) ha propiciado la circulación de locuciones como otoño o invierno árabe. Eso sí, nada tienen que ver con la subida al poder de partidos de corte islamista a lo que más tarde intelectuales varios les atribuyen la metamorfosis de la primavera árabe en otoño o invierno árabe (Goytisoló, 2012; Álvarez-Ossorio, 2012).

En este marco, los medios *mainstream* sí que han hecho un seguimiento de la irrupción de estos partidos en la escena revolucionaria, otrora relegados a un segundo plano o laminados por los gobiernos en el

poder. De hecho, abundan expresiones como «el islam político» o «el islamismo» para expresar su orientación ideológica, pero ahí reside el *quid* de la cuestión: pese a los nutridos estudios realizados ¿Occidente entiende, acaso, la esencia de la religión que profesan millones de musulmanes? El islam engloba acervo espiritual, político, económico, social y científico. Es, en suma, todo un *modus vivendi*. El establecimiento, pues, de divisiones resulta erróneo desde una perspectiva musulmana, ya que el islam regula el comportamiento del individuo y, por extensión, de la sociedad en todas sus facetas (Alamouh, 2021). De ahí el eterno choque entre un Occidente laico y un Oriente confesional. Una incompreensión que se traslada al campo mediático donde periodistas, con escaso o nulo conocimiento islámico, lo reducen todo a una simplista y maniquea división: islam político vs islam espiritual. Se trata, por tanto, de una ignorancia que podría degenerar en discursos incitadores a la islamofobia.

Así pues, en vista del caudal conceptual y terminológico que a diario los *mass media* vehiculan a la opinión pública de acuerdo con fines predeterminados, esta investigación contribuirá a matizar el concepto que se ha establecido en la agenda pública a base de repetir las mismas expresiones y percepciones. De igual manera, visibilizará el impacto de utilizar determinadas palabras e ideas en detrimento de otras. Por otro lado, los resultados de la misma podrían ser extrapolables a otros acontecimientos y fenómenos donde los medios de comunicación utilizasen una terminología específica para influir en su público.

2. Hipótesis y objetivos

El presente trabajo descansa en la hipótesis de que *El País* fija determinados términos, conceptos y percepciones a fuerza de reiterarlos durante su cobertura de las movilizaciones árabes de 2011. Tomando en cuenta esta premisa, el objetivo principal de esta investigación es determinar las expresiones y las percepciones predominantes en *El País* que, con más intensidad, repercuten en la agenda pública. Además, con el fin de esclarecer esta cuestión se desgranarán otros objetivos específicos, a saber:

- Comparar si los periodistas utilizan arbitrariamente los términos revolución, revuelta y rebelión, o al revés, conforme al contexto apropiado.
- Valorar la incidencia que la historia del vendedor ambulante, Mohamed Bouazizi, ha generado en virtud de las veces que ha sido evocada.
- Determinar el grado de islamofobia que *El País* instila entre sus lectores.

3. Marco teórico

Desde su desencadenamiento a finales de 2010, las revueltas árabes han sido difundidas por diferentes plataformas (Facebook, Twitter, blogs, etc.) (Soengas, 2013) y tratadas hasta la saciedad por distintos medios (López García, 2013). No obstante, éstos se han mostrado limitados a la hora de analizar la génesis de estos levantamientos multitudinarios. Se han conformado, al menos en el ámbito español, con la versión que propugna la espontaneidad de las manifestaciones árabes. Por consiguiente, al cabo de más de una década de su arranque, siguen tajantemente refutando toda tesis impugnativa de la versión oficial. Los factores endógenos y, en menor medida, los factores exógenos son las únicas causas esgrimidas de la desafección del pueblo árabe para con sus déspotas (Majdoubi, 2012).

Otras voces, inconformes con la espontaneidad de las sublevaciones, aducen una manipulación foránea, en particular occidental encabezada por Estados Unidos, antes y durante el desarrollo de las mismas (Brahimi El Mili, 2012; Collon, 2014). Según estas voces, el propósito es sembrar la división en la zona MENA para apoderarse aún más de sus riquezas naturales mediante la implementación de métodos *soft power* (Darius Nazemroaya, 2013; Guilmain, 2012). Consisten, gracias a la involucración de la sociedad civil –ONG americanas y centros de asesoramiento–, en la formación y la financiación de los ciberactivistas árabes a la lucha no violenta; el manejo de las plataformas de Google, Facebook y Twitter con el fin de burlar la censura impuesta por los gobiernos árabes a la Red y a los medios afines; así como la permisividad de la institución militar en algunos estados árabes al derecho de manifestarse (Owen, 2012; Denécé, 2012). Faltaba, pues, el detonante. Mohamed Bouazizi, entre otros suicidas por el hambre y la humillación, fue el elegido.

3.1. Mohamed Bouazizi, de mártir por el pan a mártir mediático

La quema a lo bonzo de Mohamed Bouazizi resulta, como es notorio, el detonador de las revueltas árabes de 2011 (Shawki, 2013). Su martirio levanta, más tarde, un revuelo mediático sin parangón (Saadi Haddach & Zurbano Berenguer, 2012). En consecuencia, se ha escrito mucho sobre su gesto suicida, así como acerca de su figura. Sin embargo, pese a todo lo publicado, ¿acaso sabemos quién es, en realidad, Mohamed Bouazizi? ¿Su suicidio merece todo el bombo informativo que recibió en su momento?

Por cuestiones religiosas, para los ciudadanos árabes de confesión musulmana la tasa de suicidio no es tan alta como en otras partes del mundo (Banco Mundial, 2023). No obstante, esto no es óbice para que no se registren en la zona MENA acciones suicidas por diferentes razones, en especial socioeconómicas como las que desencadenaron los levantamientos multitudinarios de 2011 (Bassets, 2012). Por eso, el fenómeno del suicidio en el orbe árabe no nace con la llamada Primavera Árabe, sino que ésta sólo visibilizó el ambiente que se palpaba por entonces (Hadjar Kherfane, 2015). En el año 2000, por ejemplo, Túnez registró una tasa de mortandad por suicidio, por cada 100 000 habitantes, de 3.7 más alta que los 3.5 registrados en 2010, el año del estallido de las revueltas (Banco Mundial, 2023). Curiosamente, se trata, excepto en el caso de Libia cuya curva zigzaguea a lo largo de la década de 2000, de la misma tónica tendente a la bajada en los demás países árabes.

Por lógica, la sublevación árabe debiera darse en aquellos años de alta tasa de suicidio. No fue el caso, sin embargo. Un eclecticismo entre ambas versiones, tanto de defensores como de detractores de la espontaneidad de las revueltas, podría facilitarnos una respuesta. Por una parte, el miedo a la represión gubernamental, el escaso manejo de los TIC, la inexistencia de los cables de WikiLeaks y, por otra parte, una juventud sin formación alguna en la lucha no violenta son, entre otros, los factores inhibidores del estallido de la rebelión en los 2000. Además, no sin olvidar que a la sazón iniciaba, en vista de los atentados del 11-S de 2001 en Estados Unidos, una cruzada política, militar y, máxime, mediática sobre todo lo que es musulmán (El-Madkouri Maataoui, 2006). Por consiguiente, una coyuntura así de convulsiva no propiciaba un levantamiento popular.

Ahora bien, mientras la tasa de mortandad por suicidio en la región MENA en la década de los 2000 seguía cayendo en picado, la autoinmolación a lo bonzo de Mohamed Bouazizi coge, a diferencia de otros casos muy similares, por sorpresa a los medios de comunicación. Noticias, crónicas y reportajes dedicaron a su figura, así como a su acción suicida. El diario *El País*, el 13 de enero de 2011, perfilaba a

este joven como «...un licenciado que vendía verduras fuera abofeteado por un policía, se le retirara el permiso para vender su mercancía y decidiera quemarse vivo frente a un edificio oficial de Sidi Bouzid, en el centro del país».

A pesar de lo común que llega a ser esta versión en los círculos mediáticos, hay quienes no la comparten del todo por lo que insisten en su falsedad:

... la historia del vendedor ambulante, Mohamed Buazizi, ha sido un puro espurio. Todo ha sido inventado en menos de una hora después de su muerte. El difunto no era licenciado desempleado, solo tenía el nivel secundario y encima inventamos la bofetada de la mujer policía. Aquí es una región rural y tradicional, eso impacta a la gente. En realidad, él se quemó a lo bonzo porque no querían recibirlo en el ayuntamiento. Así pues, gracias a nuestra arma, «el móvil», el rumor ha surtido efecto con alguna que otra llamada telefónica, en palabras de Lamine Al-Buazizi, un responsable sindical de Sidi Buzid (sin lazo parental con Mohamed Buazizi). (Bensaada, 2015, p. 119)

Esta última versión evidencia la capciosidad en la que incurren los medios informativos. De la mano, pues, de dichos medios el caso de Mohamed Bouazizi experimenta un salto exponencial para la opinión pública: de mártir por el pan a mártir mediático.

3.2. Primavera vs otoño o invierno árabe

El académico y politólogo Marc Lynch acuña el neologismo Primavera Árabe en un artículo titulado «Obama's 'arab spring'» publicado el 6 de enero de 2011 en la revista estadounidense *Foreign Policy* (Massad, 2012). Su utilización se ha intensificado, aunque bajo diferentes perspectivas, gracias a los medios de comunicación (Hroub, 2015). El carácter positivo de esta expresión está asociado, en apariencia, con la liberación y el desarrollo político y socioeconómico del pueblo árabe (López García, 2013); mientras que está subrepticamente relacionado con favorecer la manipulación de los intereses geopolíticos de Estados Unidos (Rguig, 2019).

En el ámbito mediático, los periódicos de referencia en España se caracterizan por mantener posturas antagónicas entre sí respecto al uso que de este concepto se hace, unos le brindan, como consecuencia, una visión positiva de cambio político, económico y social; otros, negativa, teñida de oscurantismo islamista (López García, 2013). Fuera del mundo europeo las cabeceras estadounidenses capitalizan la connotación positiva de dicha expresión para incidir en las ideologías orientalistas de la islamofobia, la convulsión de los países árabes y la hegemonía occidental en detrimento de la oriental (Rguig, 2019).

Otros investigadores discrepan de esta denominación por carecer de sustrato histórico en la región, pues ha sido extrapolada inadecuadamente de otros contextos políticos que nada tienen que ver con el mundo arábigo-musulmán (Bourgou, 2011). En esta tesitura, se trata de un concepto capcioso dado que el optimismo que refleja no revierte en beneficios políticos ni socioeconómicos de los países que sufren las consecuencias de las manifestaciones (Pipes, 2011). Además, la intromisión foránea antes y durante los levantamientos árabes para llevar a cabo sus designios geoestratégicos (Haddad, 2012) tumba la percepción positiva que infunde la denominada Primavera Árabe para dejar paso a otros calificativos como otoño o invierno árabe.

Ambos conceptos, otoño o invierno árabe, alcanzan estimable predicamento con la toma del timón de naciones árabes por partidos de inspiración islamista. Si la expresión Primavera Árabe inspira alegría, renovación y emancipación, otoño o invierno árabe instilan decadencia e involución (López García, 2013). Tanto las expectativas incumplidas como el temor por el ascenso al poder de grupos y partidos islamistas que, a la larga, puedan afectar a la seguridad de Occidente, mantienen viva esta tesis de invierno árabe (Ruíz González, 2012). Así pues, la toma de la jefatura del gobierno por parte de partidos islámicos en países como Túnez, Marruecos y Egipto llevó a estas movilizaciones del florecimiento primaveral al ocaso otoñal (Goytisolo, 2012).

3.3. Revolución, revuelta o rebelión

Antes de acuñar la expresión Primavera Árabe las palabras revolución, revuelta y rebelión ya circulaban en los medios de información para determinar el carácter de las protestas populares de 2011. No son, sin embargo, sinónimos por más que se utilicen como tales. La revolución es violenta en su proceder de cambio social y, máxime, político para acabar con todo un sistema gubernamental (Reinares, 2011). La revuelta, en cambio, es un alboroto o una sedición contra el orden público sin generar cambios positivos de tipo alguno (Bassets, 2012). La rebelión, por su parte, es una sublevación popular sin propósito viable, por lo que es rechazada y atacada sin miramientos por considerarse un delito contra las instituciones gubernamentales (Paz, 1968).

Ahora bien, más allá de la diferencia existente entre los tres vocablos, matizar con propiedad la naturaleza de estos levantamientos encierra otra dificultad a la hora de optar por el término adecuado. Es una revolución democrática contra gobiernos autócratas con el fin de realizar cambios políticos, económicos y sociales (Reinaldo, 2014). Se trata, además, de una revolución ética, puesto que carece de pretensiones ideológicas ante la ausencia de un espectro político-partidista (Ben Jelloun, 2011). Es más, en razón de la internacionalización de las asonadas, se pueden catalogar como «revoluciones *offshores* en cuyas fases preparatorias han actuado agencias ocultas, ONG e individuos trabajando en el anonimato desde millones de kilómetros de la región MENA» (Haddad, 2011, p. 45). Para ellos, no son más que revueltas y rebeliones, belicosas en algunos casos, instigadas por Estados Unidos con ánimo de desestabilizar el mundo árabe (Meyssan, 2014).

En definitiva, ante la concurrencia de una amalgama de factores endógenos, exógenos e, incluso, encubiertos resulta complicado aventurar un término que exprese fidedignamente lo sucedido en estos acontecimientos. Cada movilización en cada nación árabe es susceptible de recibir su propia terminología. En el caso de Libia, por un lado, es apropiado designar las protestas como una revolución porque ha sido extirpado de raíz todo un régimen; por otro, en vista de la ausencia de líderes partidistas en dichas sublevaciones, resulta válido el uso de voces como revuelta o rebelión (Tahar Chaouch, 2012).

3.4. Islam político vs islam religioso

Ante esta cuestión tan espinosa es importante dejar claro, como apuntamos líneas arriba, que el musulmán no establece división alguna entre el islam y la política, pues el primero aglutina al segundo y a todas las disciplinas que atañen la vida humana. Para ello, el islam es un sistema holístico que comprende todos los ámbitos de la vida, por lo que la política forma parte indivisible de él (Alamoush, 2021). Por consiguiente, para entenderlo racional y lógicamente hace falta

estudiarlo desde una perspectiva musulmana. Hacerlo, no obstante, desde una mirada occidental, regida por el laicismo, es imponer, por una parte, la visión del fuerte (Occidente) sobre el débil (Oriente) (Huntintong, 2002); desvirtuar, por otra, la esencia sobre la que se asienta el islam: una religión integral y completa para el ser humano en todos los tiempos y lugares (Ben Mohammad Safar, 2012).

La política en el islam difiere de la política occidental en no pocos aspectos, a título de ejemplo:

1. Se trata de una política general y holística no perteneciente a la autoridad del Estado
2. El islam estipula a la política que sea reformadora como principio moral y ético
3. El objetivo de la política en el islam es la reforma en todos los ámbitos y no la toma del poder en sí como ocurre en Occidente (Al-Ghuraifi, 2023, p. 105).

Para que esta política tenga efectividad sobre el terreno debe ser regulada por el Sagrado Corán, considerado como la constitución de los musulmanes; debe obtener un impacto público y no privado; debe ser vinculante tanto para el gobernador como para el pueblo (Ben Mohammad Safar, 2012). Así pues, existe una interdependencia entre ambos, cosa que prohíbe separar la una de la otra (Atwan & Hatim Oulwan, 2010).

En cambio, el Occidente laico no concibe la integralidad del islam más allá de su dimensión religiosa y espiritual porque en tiempos pasados padeció la prepotencia de la Iglesia en diferentes ámbitos de la vida (Abdel Sattar, 2015). La solución era desligar la religión de la política y, de paso, de todos los aspectos mundanales con el fin de despojarlos del yugo clerical. Una tesitura que Europa aplicó al mundo musulmán en los años cuarenta del siglo XX con la acuñación de la expresión «islam político» cuyo propósito, bajo los valores del islam, era combatir el colonialismo, y que hoy día se le denomina también «islamismo» (Bramon, 2017). A ojos occidentales se le conoce a este nuevo islam como un:

conjunto de proyectos ideológicos de carácter político cuyo paradigma de legitimación es islámico. El término sirve para caracterizar una panoplia de discursos y tipos de activismo que tienen en común la reivindicación de la charia como eje jurídico del sistema estatal y la independencia del discurso religioso de sus detentadores tradicionales (ulemas, alfaquíes, imames). El islamismo, los islamismos, recorren el arco que va de las propuestas políticamente pluralistas y teológicamente inclusivas a los modelos autocráticos y excluyentes. (Gómez García, 2009, p. 165)

En los años ochenta y principios de los noventa del siglo pasado, el islam político se ha erigido como unificador de las sociedades musulmanas con el propósito de hacer frente a la hegemonía occidental (Étienne, 1996). Pero tales pretensiones se han ido desvaneciendo con el paso del tiempo por la represión de los gobernantes en el poder apoyados por los gobiernos occidentales; la guerra civil argelina fue contraproducente para continuar con un ideario islámico; el alejamiento de segmentos populares de los partidos islamistas gracias a la mejora en las condiciones socioeconómicas y la irrupción de una nueva élite burguesa que sí secundó los movimientos islamistas a cambio de un acercamiento a los regímenes en el poder (Izquierdo Brichs, 2013).

Estos factores, como consecuencia, han alienado los objetivos políticos de los partidos islamistas de unificadores a meros reformistas para poder acceder a la jefatura del gobierno, eso sí siempre a remolque del potente poder fáctico –militar, policial o real según cada régimen árabe– apuntalado por Occidente. Este Occidente, tanto los círculos políticos como mediáticos, siente, en palabras de Izquierdo Brichs, una enorme preocupación del islamismo. Una preocupación, infundada o no, cala desde hace décadas en el ámbito académico. ¿Acaso por ello, más allá de la laicidad arraigada en estas sociedades, escasean en la bibliografía especializada estudios que analicen el islam y la política desde un prisma musulmán, o sea, como un conjunto indivisible?

4. Metodología

Para la consecución de estos objetivos se recurre, mediante la utilización del estudio de caso como estrategia, al análisis de contenido cuantitativo y cualitativo (Krippendorff, 1990) aplicado sobre la unidad de análisis: textos periodísticos de *El País* en formato papel. Es una técnica de investigación que permite alcanzar inferencias interpretables, sólidas y objetivas (Krippendorff, 2004). En una primera fase se ha realizado un vaciado de la información de todos los textos informativos durante el período acotado. En una segunda fase se ha procedido al análisis de contenido.

4.1. La muestra

El corpus está formado por 1200 textos publicados en *El País* en el transcurso de las revueltas árabes desde su estallido el 17 de diciembre de 2010 hasta el 31 de diciembre de 2011. Dichas piezas periodísticas o unidades de análisis pertenecen al género informativo, por lo que se componen de textos informativos y complementarios que aparecen publicados en la sección internacional. En este contexto, el diseño muestral que se ha realizado sobre las piezas periodísticas ha sido el *diseño no experimental*, puesto que no se pretende manejar las variantes de los contenidos que aparecen en los textos de *El País* (Cea D’Ancona, 1996), sino analizar el tratamiento del contenido de las revueltas árabes de 2011. La muestra, por consiguiente, de esta investigación se compone de 8 variables. Las tres primeras están relacionadas entre sí, pues tratan la misma temática. Después cada dos variables están aunadas por un ítem, a fin de averiguar, por una parte, las terminologías y las locuciones que aparecen con más frecuencia en las páginas de *El País*, y por otra, indagar la autoría de la propagación de un término o concepto dados. Es decir, atribuir el uso de estas expresiones a la propia plantilla de la cabecera en cuestión, a colaboradores e investigadores o a otras personas cuyo papel en dichos levantamientos cobró especial relevancia. Al final, la última variable está dedicada a la islamofobia, tema al que *El País* dedicó buena parte de sus informaciones, puesto que es consustancial al desencadenamiento de estas revueltas árabes. Para ello, se ha elaborado una *ficha de investigación* (Tabla 1) formada por preguntas (valores asociados) cerradas categóricas y dicotómicas (Igartua Personaz, 2006). Estas últimas se han contestado mediante dos alternativas: sí y no. En caso de respuesta afirmativa, se ha procedido a elegir al o a los valores asociados adecuados. *Google Forms* ha sido la herramienta de procesamiento de los datos.

Tabla 1

Ficha de investigación

Variables	Valores asociados
Las sublevaciones árabes están calificadas bajo la expresión	<ul style="list-style-type: none"> • Primavera Árabe • Invierno Árabe • Otoño Árabe • No aparece
El uso de las tres expresiones por meses	<ul style="list-style-type: none"> • Diciembre de 2010 • Enero de 2011 • Febrero de 2011 • Marzo de 2011 • Abril de 2011 • Mayo de 2011 • Junio de 2011 • Julio de 2011 • Agosto de 2011 • Septiembre de 2011 • Octubre de 2011 • Noviembre de 2011 • Diciembre de 2011
La expresión utilizada por	<ul style="list-style-type: none"> • Un redactor • Un historiador • Un politólogo • Un académico • Un líder político • Un ciberactivista • Un internauta • Un manifestante • Un insurrecto • Otros
La Primavera Árabe está calificada como	<ul style="list-style-type: none"> • Una revolución • Una rebelión • Una revuelta • Otras
Calificada bajo esta denominación por	<ul style="list-style-type: none"> • Un redactor • Un historiador • Un politólogo • Un académico • Un líder político • Un ciberactivista • Un internauta • Un manifestante • Un insurrecto • Otros
El discurso pone el acento en la figura de Mohamed Buazizi, el tunecino que se quemó a lo bonzo en señal de protesta por su situación socioeconómica	<ul style="list-style-type: none"> • No • Sí • Como vendedor ambulante sin estudios universitarios • Como licenciado desempleado dedicado a la venta ambulante • Como un joven que se gana la vida gracias a la venta ambulante • Como un mártir
Calificado así por	<ul style="list-style-type: none"> • El redactor • Líderes políticos • Académicos, politólogos e historiadores • Ciberactivistas, internautas, manifestantes e insurrectos • Otros
Se destacan noticias islamófobas	<ul style="list-style-type: none"> • No • Sí

Fuente. Elaboración propia.

5. Resultados

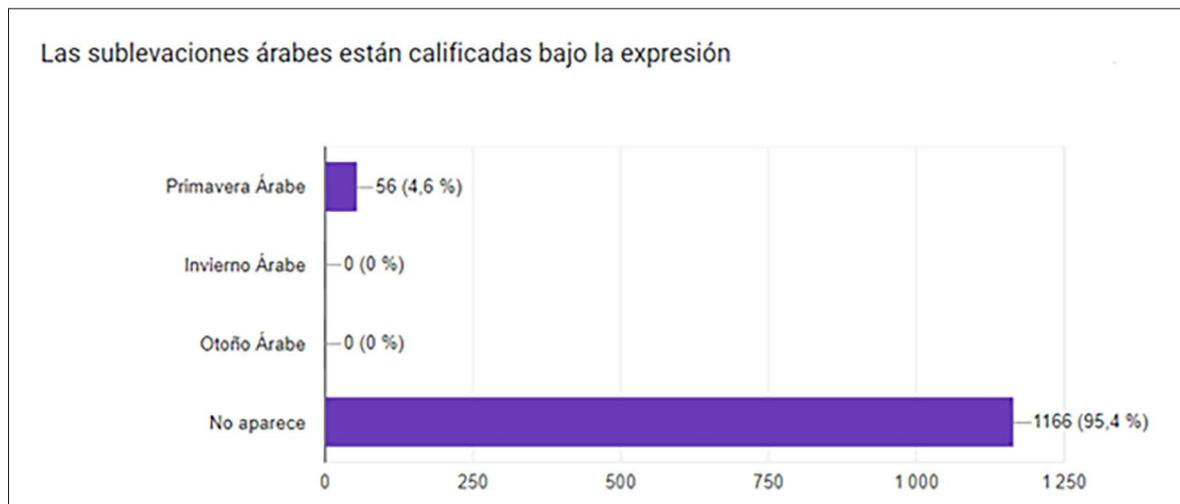
El análisis de las piezas periodísticas de *El País* compuestas por 1200 textos informativos y complementarios de la sección internacional ha arrojado los siguientes datos:

5.1. Las sublevaciones árabes calificadas bajo la siguiente expresión

Los datos de la figura 1 apuntan que de las 1200 piezas periodísticas en 56 ocasiones *El País* ha utilizado uno de los tres neologismos, en el resto, un 95.3 %, no aparecen. La Primavera Árabe es la única locución utilizada y reiterada por este diario en un porcentaje de 4.7 %. En cambio, las expresiones otoño e invierno árabe no tienen cabida en ningún texto periodístico (0 %), ni lo referentes a la manipulación foránea de las revueltas ni a la subida al poder de partidos de inspiración islamista. Ello indica que, en el primer caso, *El País* está a favor de la versión que preconiza la espontaneidad de los levantamientos; mientras que, en el segundo supuesto, los partidos islamistas estaban en ciernes, por lo que era inoportuno aún calificar las revueltas como tal.

Figura 1

La denominación más utilizada para designar las revueltas árabes



Fuente. Elaboración propia.

Conviene hacer una puntualización terminológica: la cristalización de la locución Primavera Árabe ha dado lugar, en cinco ocasiones, a un leve cambio en su estructura nominal. Cuatro veces sustituyendo el sustantivo «árabe» por otro, sea adjetivo sea nombre, más específico al acontecimiento y una vez prescindiendo diametralmente de él. Por tanto, no forman parte de nuestro estudio, pero merece la pena citar estos ejemplos, a saber:

- El 30/04/2011 el enviado especial Andrea Rizzi utiliza la expresión «primavera reformista» en una crónica titulada «Marraquech teme que la primavera reformista acabe».
- El 29/05/2011 la colaboradora Nuria Tesón denomina las revueltas árabes por «la primavera democrática».

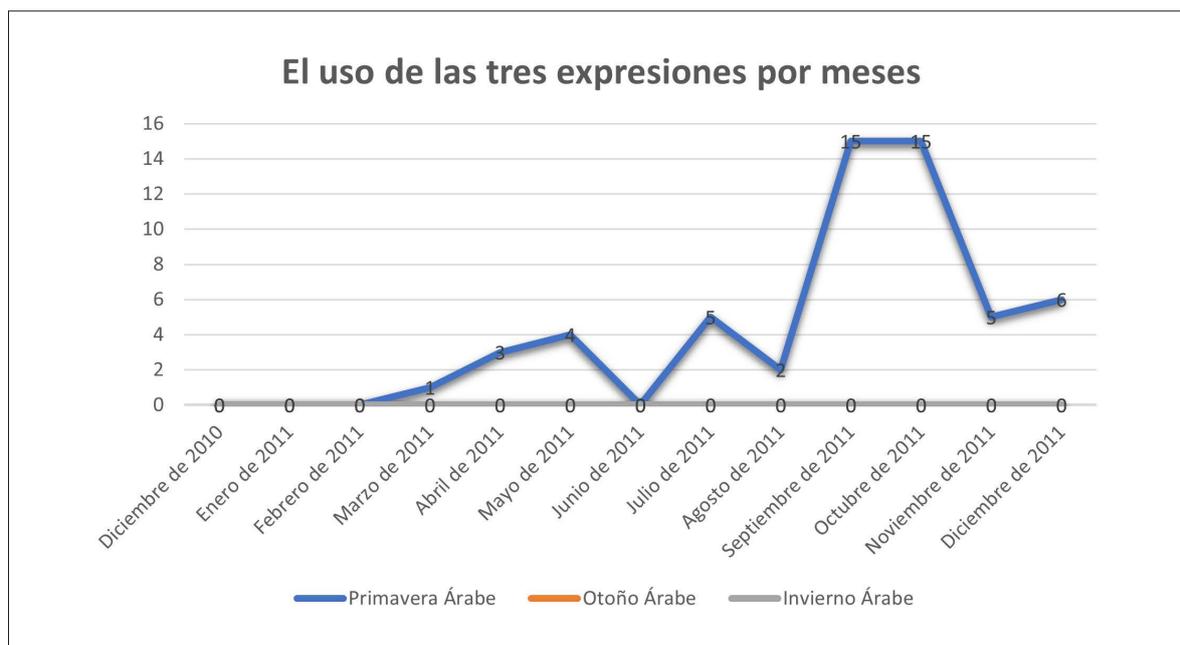
- El 08/06/2011 la periodista Ana Carbajosa califica las sublevaciones como «la primavera de revueltas» en una entrevista con el investigador libanes de Chatham House, titulada “El Asad sabe que la idea de una guerra civil asusta a occidente».
- El 21/10/2011 el informe titulado «La revuelta continúa» trata los levantamientos que sacudieron diferentes países árabes, entre ellos Marruecos y Arabia Saudí. En el primer caso, se catalogan los sucesos como: «Marruecos. La primavera marroquí se agota». En el segundo, se omite «árabe»: «Arabia Saudí. En el reino del desierto no ha habido primavera».

5.2. El uso de las tres expresiones por meses

La figura 2 trata la evolución a lo largo de 2011 de la expresión: Primavera Árabe. Las otras dos no aparecen porque nunca han sido utilizadas en *El País*. En este marco, el 27 de marzo de 2011 fue la primera vez que *El País* utiliza la expresión Primavera Árabe en el género informativo de la sección internacional de la mano de su corresponsal Ignacio Cembrero en una entrevista titulada: «Muchos factores apuntan a que el régimen caerá». Tomando en cuenta que el 17 de diciembre de 2010 fue la fecha de arranque de las manifestaciones, advertimos que este rotativo ha tardado en la inclusión de dicho concepto dentro de la nomenclatura definitoria de estas movilizaciones. A lo mejor la cabecera madrileña optó por aguardar un atisbo de la consolidación de los logros obtenidos en Túnez y Egipto, así como su contagio a otras naciones para poder catalogar estos sucesos como una Primavera Árabe. Es de subrayar, además, que desde su introducción a finales de marzo hasta abril esta expresión registra un uso progresivo para que en junio caiga en picado sin sacarla a colación ni una vez. Después de un zigzag entre julio y agosto, alcanza el pico de utilización más alto en los meses de septiembre y octubre, con una presencia de 15 veces conjuntamente. Para finales del año 2011, vuelve a tener, durante noviembre y diciembre, un uso moderado.

Figura 2

El uso de las tres expresiones por meses



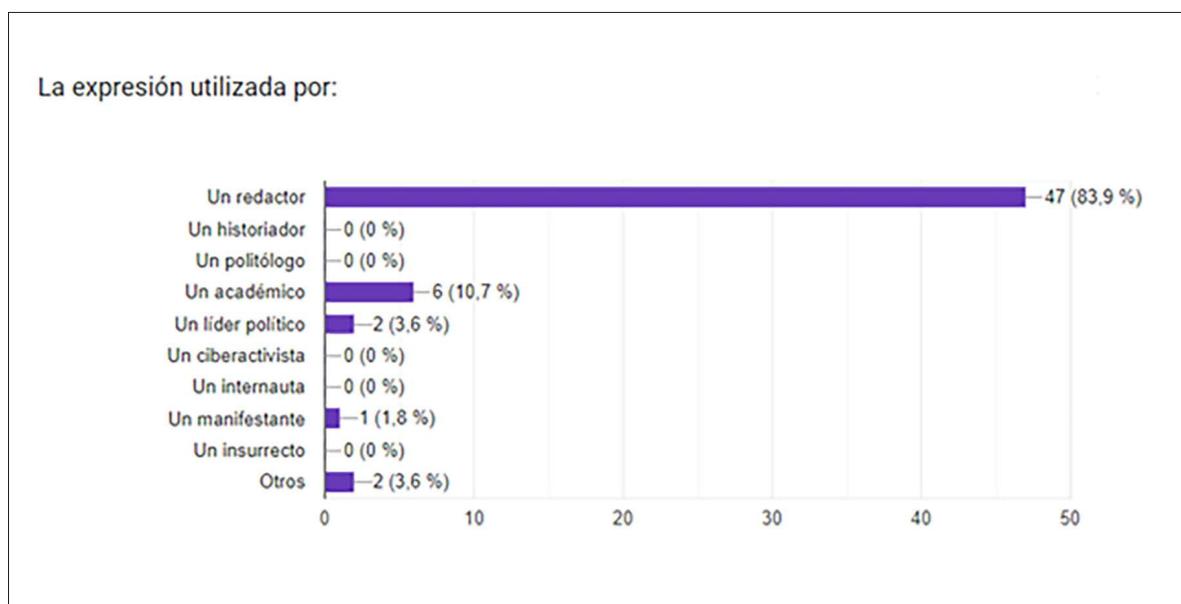
Fuente. Elaboración propia.

5.3. El uso de la expresión Primavera Árabe

Los resultados reflejados en la figura 3 ostentan que los redactores son los que suelen hacer uso de la expresión Primavera Árabe en un 83.9 %, es decir, 47 veces. Después, los académicos la utilizan en seis ocasiones, lo cual equivale a un 10.7 %. Luego, los líderes políticos y otros en dos oportunidades han verbalizado respectivamente esta locución, equivalentes a 3.6 %. Por último, se posicionan los manifestantes en un 1.8 %, o sea, han hecho una vez uso de esta expresión. Los demás, historiadores, politólogos, ciberactivistas, internautas e insurrectos no la han utilizado ni una vez, esto es un 0 %.

Figura 3

Los artífices de esta denominación



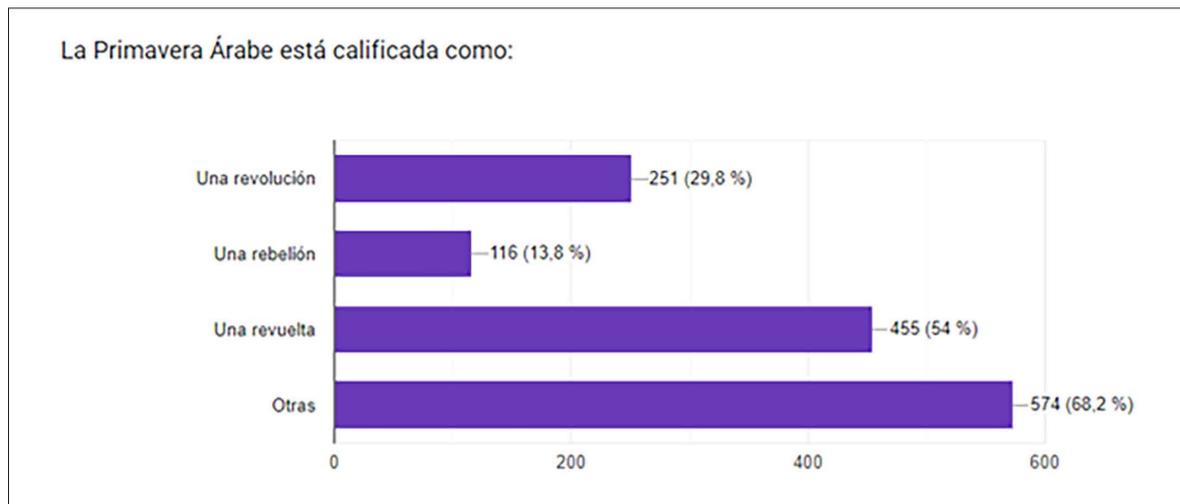
Fuente. Elaboración propia.

5.4. La Primavera Árabe calificada bajo el siguiente vocablo

Entre los tres vocablos, revolución, rebelión y revuelta, este último mantiene la primacía sobre los otros dos en un 54,4 %, o sea, está repetido 455 veces a lo largo de un año de cobertura a los levantamientos árabes. En segundo lugar, la Primavera Árabe es concebida como una revolución en un 30 %, equivalente a 251 veces reiteradas bajo esta denominación. En tercer lugar, la palabra rebelión es la menos usada por los redactores de *El País*, de modo que aparece en un 13.9 %, es decir, la emplean 116 veces en sus textos. Asimismo, otras voces –protesta, levantamiento, sublevación, manifestación, insurrección, asonada, etc.– hacen acto de presencia en unas 574 ocasiones, lo que equivale a un 68.7 %. La figura 4 ilustra con nitidez el uso de cada vocablo por separado.

Figura 4

Los vocablos más utilizados para referirse a la Primavera Árabe



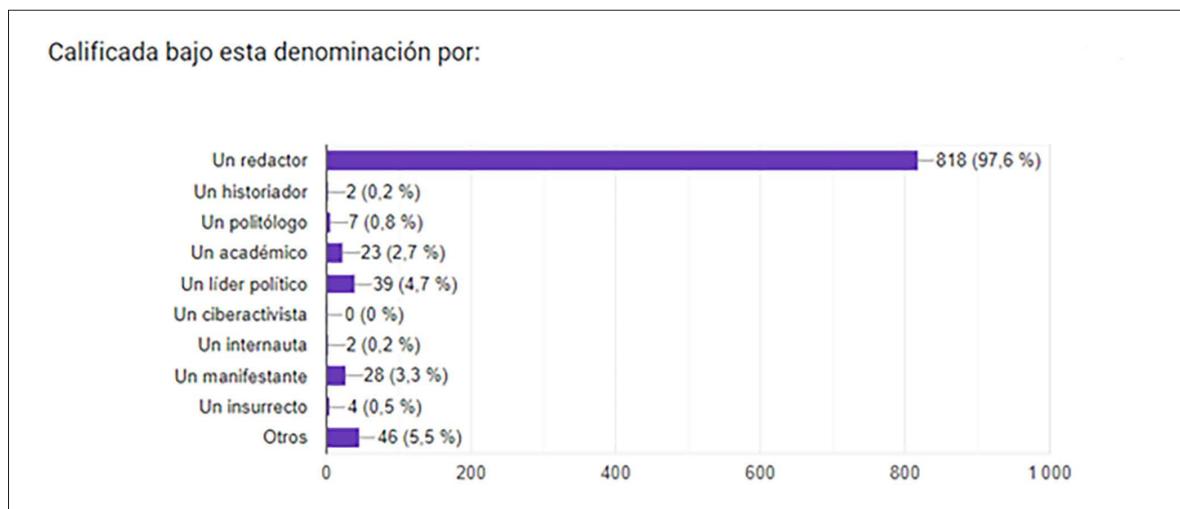
Fuente. Elaboración propia.

5.5. Artífices de esta denominación

Los resultados plasmados en la figura 5 evidencian que los redactores, ya que son los responsables de la redacción, son los primeros interesados en utilizar estos términos, con independencia de su óptimo uso, en un 97.6 %, esto es un total de 812 veces. El resto está repartido decrecientemente entre «otros» en un 5.5 %, o sea, 46 veces; «líderes políticos» en un 4.7 %, equivalente a 39 veces; «manifestantes» en un 3.4 %, lo que significa que han sido utilizadas en 28 ocasiones; «académicos» en un 2.8 %, es decir, 23 veces; «politólogos» en un 0.8 %, equivalente a 7 veces; «insurrecto» en un 0.5 %, esto es 4 veces; «historiadores» e «internautas» en un 0.2 % respectivamente, igual a 2 veces y, por último, 0 % «ciberactivistas».

Figura 5

Los artífices de esta denominación



Fuente. Elaboración propia.

5.6. La figura de Mohamed Buazizi en el discurso periodístico

Conforme a los datos de la figura 6 el discurso periodístico no pone más que el acento en el 2.6 % en la figura de Mohamed Buazizi, es decir, ha sido tratado en 30 oportunidades. Una cobertura que se antoja escasa, sin embargo, su mayor concentración en el mes de enero –17 veces, mientras que el resto está repartido a lo largo del año– le ha conferido un gran protagonismo al joven tunecino. De modo que cobra una omnipresencia durante el mes enero de 2011. Del mismo modo, como se aprecia en la figura 6, el 1.6 % de los discursos pone el foco tanto en su carrera como en su profesión. De hecho, en 19 veces ha sido tratado como un licenciado desempleado que se dedicaba a la venta ambulante. En cambio, sólo el 0.6 % destaca nada más su profesión como vendedor ambulante, o sea, en 7 ocasiones. Por otro lado, el 0.5 % de los textos versa sobre su martirio, por lo que 6 veces lo han tratado como un mártir. Y dos veces combinan entre el martirio, su carrera y su dedicación. Por el contrario, el caso de que el suicida no ha cursado estudios universitarios no tiene cabida ninguna en los textos de *El País*. Esto significa el interés en publicar la versión oficial: «un licenciado desempleado».

5.7. Los autores de esta denominación

Como podemos observar en la figura 7, los artífices de que el suicida a lo bonzo, Mohamed Bouzizi, salga a la palestra son, por excelencia, los redactores en un 93.3 %, es decir, en 28 ocasiones. Ello indica que son los responsables de crear la imagen de un mártir por el pan y la dignidad entre el público lector. Luego, los académicos, politólogos e historiadores en un 6.7 %, equivalente a 2 veces. El resto ni una vez (0 %).

Figura 6

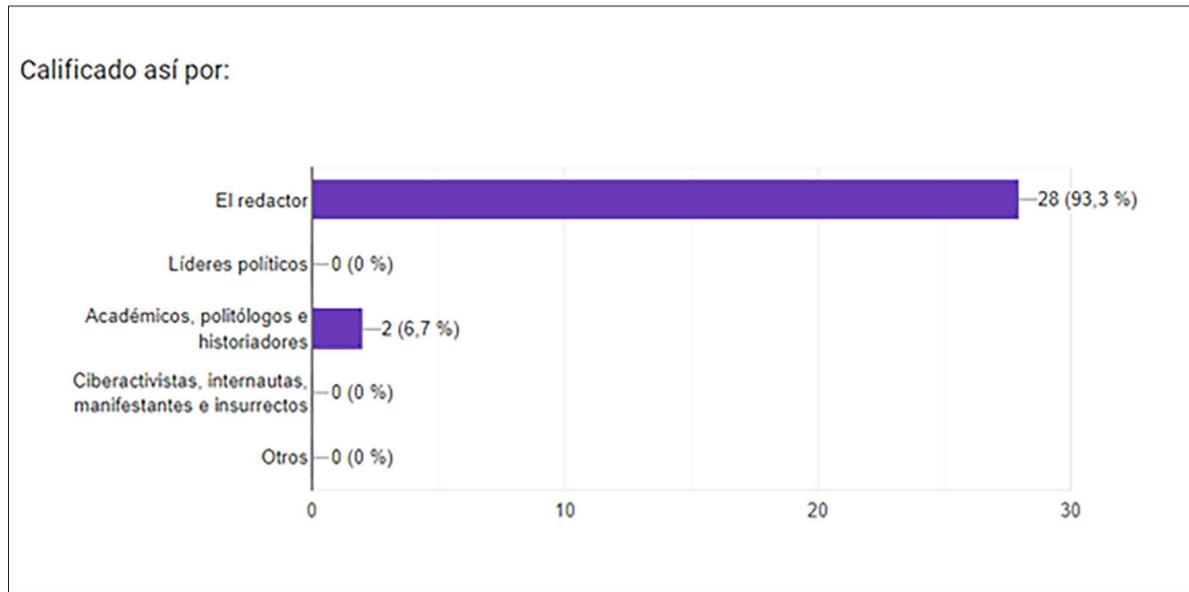
Mohamed Buazizi según El País



Fuente. Elaboración propia.

Figura 7

Los artífices de proporcionar una identidad de Mohamed Buazizi



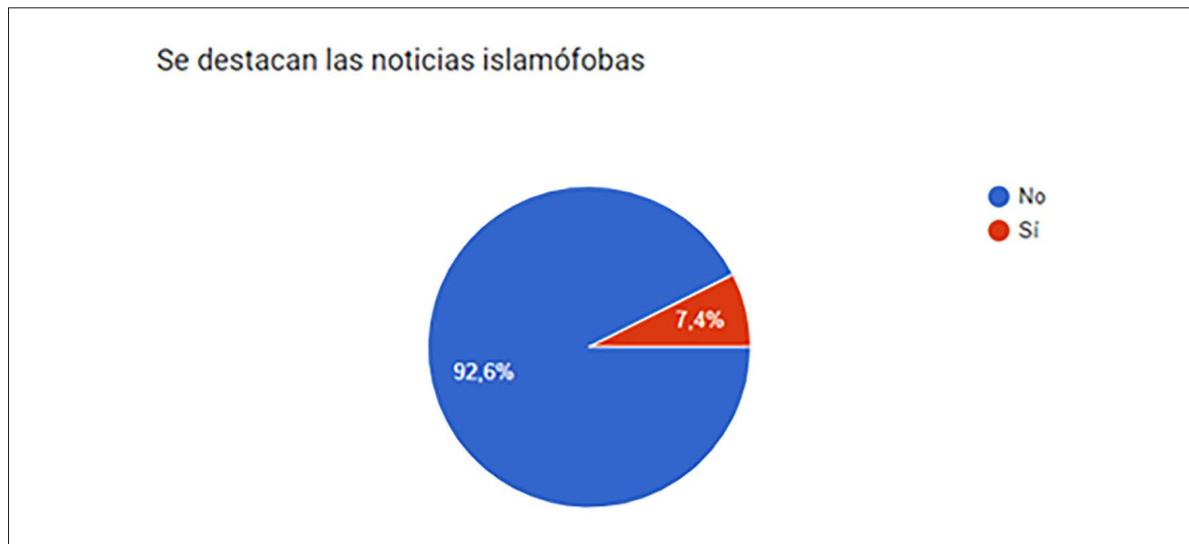
Fuente. Elaboración propia.

5.8. Las noticias islamófobas

Los datos de la figura 8 arrojan un saldo positivo porque los 92.6 % son libres de información islamófoba, mientras que el 7.4 % sí que plasma datos islamófobos directa o indirectamente. Ello significa que, por lo general, *El País* no es una publicación que suele infundir pavor u odio a sus lectores del islam.

Figura 8

El grado de la islamofobia en *El País*



Fuente. Elaboración propia.

De los 7.4 % de las informaciones islamóforas extraemos, a continuación, de *El País* algunas citas que las ejemplifican:

- 29/01/2011: «desde entonces el grupo ha insistido en la creación de un Estado gobernado por la aplicación estricta de la ley islámica, o sharía, y los castigos de Dios».
- 30/01/2011: «Bares y clubes nocturnos quedaron arrasados, acaso por grupos de orientación islamista».
- 14/02/2011: «los laicos desconfían de los “barbudos”».
- 05/02/2011: «el secretario general eludió mencionar explícitamente el fantasma que agita las pesadillas de muchas cancillerías: la posibilidad del ascenso al poder del islamismo en el arco sur del Mediterráneo».

6. Conclusión

Las revueltas de 2011 fueron un acontecimiento bisagra para el mundo árabe. Su trascendencia polarizó la atención de unos medios de comunicación acostumbrados a la apatía y a la sumisión del ciudadano árabe para con sus mandatarios. De hecho, su cobertura se caracterizó por traducir esta vorágine de sucesos en la creación de neologismos y la consolidación de conceptos y percepciones. *El País* no fue ajeno a esta dinámica. A base de reiterar terminologías y concepciones viabilizó su fijación a través de su *agenda-setting*. Es lo que se puede inferir de los datos de esta investigación.

En primer lugar, Primavera Árabe, pese a su tardía utilización, es la única expresión que cuenta con la aquiescencia de la plantilla de *El País*. El corresponsal Ignacio Cembrero es el primer autor de su inclusión e, incluso, el responsable de su uso durante todo el mes de abril de 2011. A partir de mayo otros redactores empiezan a seguir sus pasos haciéndose eco de esta locución. Por consiguiente, la firma de los periodistas de *El País* resulta el aval de primer orden del uso de este neologismo para los lectores, en comparación con su escaso empleo por boca, verbigracia, de académicos o políticos.

En segundo lugar, el seguimiento de los acontecimientos en Túnez se ha caracterizado en los primeros días por el empleo de palabras como protesta, manifestación o movilización ciudadana o popular. Con el contagio de la sublevación a lo largo y ancho del país «revuelta» iba ganando cada vez más terreno en los textos periodísticos. Una vez defenestrado a Ben Ali del poder, «revolución» o «revolución tunecina» y «revolución de los jazmines» han sido los términos predilectos de los periodistas para coronar el desenlace de este suceso. De ahí que «revolución» esté asociada a la expulsión de la cabeza visible del poder. En cambio, «rebelión» ha sido utilizada para casos –Argelia, a título de ejemplo– donde las protestas no han prosperado en nada.

En tercer lugar, el discurso de *El País* acerca de la figura de Mohamed Bouazizi induce a la fijación de una percepción: el martirio de un licenciado vendedor ambulante por su situación socioeconómica. Se trata de una versión repetida sobremanera. Los redactores son, como consecuencia, los responsables de fomentar esta imagen hasta convertir a Bouazizi en fenómeno mediático, a diferencia de otras acciones suicidas que fueron tratadas superficialmente, unas; o pasaron desapercibidas de las páginas del diario, otras.

Por último, a pesar de la división que este rotativo suele establecer entre el islam y la política, *El País* no infunde la islamofobia entre sus lectores. Se trata, como se puede verificar de los datos de esta investigación, de un punto positivo, puesto que vivimos en una época donde los medios de comunicación son muy dados a instilar la islamofobia en la opinión pública.

En definitiva, acuñar, catalizar y reiterar locuciones, conceptos y percepciones a través de las páginas de *El País* hace que calen en el lector. No obstante, esta fijación término-conceptual encierra dos dimensiones comunicacionales antagónicas entre sí: denotativas y connotativas. En el lenguaje periodístico confluyen ambos aspectos. De ahí que su peligrosidad se vuelva impalpable, y, por tanto, imperceptible al público. Se trata, pues, de una cuestión que se presta a otras investigaciones futuras, en el marco de un modelo lingüístico, comunicativo y cognitivo, a fin de determinar la intencionalidad en el uso repetitivo de un término o concepto en detrimento de otros.

Semblanza del autor

Mohamed Assif cursa estudios en el Programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación en la Universidad de Sevilla donde elabora la tesis doctoral titulada *El tratamiento de las revueltas árabes de 2011 en El País y L'Opinion: análisis de los factores larvados, endógenos y exógenos*.

7. Bibliografía

- Abdel Sattar, K.A.I. (2015). *La Problemática relación entre religión y política en el pensamiento político occidental*. *Iraqi Academic Scientific Journals*, (42), 315-338. Autor y título en su idioma original
خالد عبدالاله عبدالستار، إشكالية العلاقة بين الدين و السياسة في الفكر السياسي الغربي
<https://www.iasj.net/iasj/article/117618>
- Alamouh, B. (2021). *La relación entre religión y política en el islam*. *Revista jordana en los estudios islámicos*, 17(3), pp. 75-90. <https://search.emarefa.net/detail/BIM-1371256> Autor y título en su idioma original
بسام العموش، علاقة السياسة بالدين في الإسلام
- Al Ghuraifi, S. M. (2023). *The relationship between monotheism and politics in the Holy Quran*. *Journal of Contemporary Quranic Studies*, (2), 87-110. <https://doi.org/10.22034/DQM.2023.7602>
- Álvarez-Ossorio Alvariano, I. (2012). *Primavera democrática árabe: ¿otoño islamista?* En M. Mesa (coord.), *Cambio de ciclo: crisis, resistencias y respuestas globales*. Anuario 2012-2013, N° 6 (pp. 107-122). CEIPAZ-Fundación Cultura de Paz.
- Atwan, J. A., & Hatim Oulwan, I. (2010). Los límites de la democracia (una mirada a la relación entre religión y poder político). *La revista política e internacional*, (16), 35-61. Autor y título en su idioma original
خضر عباس عطوان و ابتسام حاتم علوان، حدود الديمقراطية (نظرة في علاقة الدين والسلطة السياسية)
- Banco Mundial. (2019). *Tasa de mortalidad por suicidio*. <https://acortar.link/JFDeS4>.
- Bassets, L. (2012). *El año de la revolución: cómo los árabes están derrocando a sus tiranos*. Santillana Ediciones Generales, S.L.
- Ben Jelloun, T. (2011). *La primavera árabe: el despertar de la dignidad*. Alianza Editorial, S.A.
- Ben Mohammad Safar, H. (2012). La política jurídica en la reserva de los tratados en el derecho internacional y las leyes del derecho islámico: el Reino de Arabia Saudita como modelo. *Revista de investigaciones jurídicas y económicas*, 50(1), 273-351. Autor y título en su idioma original

حسن بن محمد سفر، السياسة الشرعية في التحفظ على المعاهدات في القانون الدولي و أحكام الشريعة الإسلامية المملكة العربية السعودية نموذجاً
<https://doi.org/10.21608/mjle.2011.158006>

- Bensaada, A. (2015). *Arabesque: enquête sur le rôle des États-Unis dans les révoltes arabes*. Investig'Action.
- Bourgou, T. (2012). *Les États-Unis, les pétromonarchies et les révoltes arabes*. En E. Denécé (dir.), *La face cachée des révolutions arabes* (pp. 343-358). Ellipses Édition Marketing S. A.
- Brahimi El Mili, N. (2012). *Le printemps arabe: une manipulation?* Max Milo.
- Bramon, D. (2017). *El islam político*. España. Los Libros de La Catarata. <https://acortar.link/tQQIML>
- Cea D'ancona, Á. (1996). *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*. Síntesis.
- Collon, M. (2014). *Serons-nous toujours «une guerre en retard»?* Prólogo en A. Bensaada, *Arabesque: enquête sur le rôle des États-Unis dans les révoltes arabes* (pp. 17-24). Investig'Action.
- Darius Nazemroaya, M. (2013). *Un panorama de caos en el mundo árabe*. Rebelión.
- Denécé, E. (2012). *La grande illusion des "révolutions" arabes*. En E. Denécé (dir.), *La face cachée des révolutions arabes* (pp. 9-36). Ellipses Édition Marketing S. A.
- El Madkouri Maataoui, M. (2006). *El otro entre nosotros: el musulmán en la prensa*. En M. Lario Bastida (coord.). *Medios de comunicación e inmigración* (1ª ed.) (pp. 97-124). Convivir sin racismo.
- Étienne, B. (1996). *El islamismo radical*. Siglo XXI de España.
- Gómez García, L. (2009). *Diccionario de islam e islamismo*. Espasa Calpe.
- Goytisoló, J. (2012, 22 de enero). *De la primavera al otoño árabe*. El País Semanal. https://elpais.com/diario/2012/01/22/eps/1327217214_850215.html
- Guilmain, O. (2012). *L'influence des ONG américaines sur le printemps arabe: l'exemple de la National Endowment for Democracy*. En E. Denécé (dir.), *La face cachée des révolutions arabes* (pp. 385-414). Ellipses Édition Marketing S. A.
- Haddad, M. (2012). *Genèse et finalité de la «révolution du jasmin»* En E. Denécé (dir.), *La face cachée des révolutions arabes* (pp. 39-98) Ellipses Édition Marketing S. A.
- Hadjar Kherfane, A. (2015). *La primavera árabe: el caso de Túnez a través de la prensa*. Tesis doctoral. Universidad de Sevilla. <http://hdl.handle.net/11441/26833>
- Hroub, K. (2015). Los medios de comunicación (sociales), la política y el momento de la Primavera Árabe. *Quaderns de la Mediterrània*, (22), 314-319.
- Huntinton Samuel, P. (2002). *¿Choque de civilizaciones?* Tecnos.
- Igartua Personaz, J. J. (2006). *Métodos científicos de investigación en comunicación*. Bosch.
- Izquierdo Brichs, F. (2011). Islam político en el siglo XXI. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, (93-94), 11-32. <https://www.jstor.org/stable/25822775>
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis. An introduction to its methodology*. SAGE Publications
- López García, B. (2013). Paradojas y desafíos de las primaveras árabes. *Res pública: Revista de Filosofía Política*, (30), 147-162.
- Majdoubi, H. (2012). *Revolución por la dignidad en el mundo árabe*. Icaria editorial, s. a.
- Massad, J. (2012, 29 de agosto). *The 'Arab Spring' and other American seasons*. Aljazeera. <https://www.aljazeera.com/opinions/2012/8/29/the-arab-spring-and-other-american-seasons>.

- Meysan, T. (2014). *John McCain, el organizador de la "primavera árabe" y el Califa*. Red Voltaire.
- Owen, B. (2012). *Introduction*. En B. Owen (dir.), *La société civil: un cheval de Troie?* (pp. 13-15). Studyrama.
- Paz, O. (1968). *Corriente alterna*. Siglo XXI Editores, S. A.
- Pipes, D. (2011). "arab spring": misnomer. National Review. <https://www.nationalreview.com/corner/arab-spring-misnomer-daniel-pipes/>.
- Reinaldo, M. (2014). *Túnez: logros y obstáculos en la senda de la transición*. En P. González Del Miño (ed.), *Tres años de revoluciones árabes* (pp. 98-115). Los libros de la Catarata.
- Reinares, F. (2011). *¿Se convertirá Libia en una nueva Somalia? La hipótesis de un escenario yihadista tras el enfrentamiento civil*. Real Instituto Elcano, (50), 1-5.
- Rguig, S. (2019). La representación de la Primavera Árabe en los medios de comunicación estadounidenses. *Relaciones Internacionales*, (42), 77-94. <https://doi.org/10.15366/relacionesinternacionales2019.42.005>
- Ruiz González, F. J. (2012). *De la primavera árabe al Invierno Islamista. ¿Está actuando Occidente conforme a sus intereses?* Fundación Ciudadanía y Valores.
- Saadi Haddach, O., & Zurbano Berenguer, B. (2012). *La representación de la mujer egipcia en los medios de comunicación durante la primavera árabe. Un acercamiento a la (ir)realidad construida*. En B. Zurbano-Berenguer (coord.), *Mujeres en Oriente Medio: agentes de desarrollo en un contexto de conflicto* (pp. 160-188). Asociación Universitaria Comunicación y Cultura. <http://hdl.handle.net/11441/24753>
- Shawki, Y. (2014). *El despertar árabe, ¿sueño o pesadilla?* Universidad de Santiago.
- Soengas, X. (2013). El papel de Internet y de las redes sociales en las revueltas árabes: una alternativa a la censura de la prensa oficial. *Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*, (41), 147-155. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-14>
- Tahar Chaouch, M. (2012). A propósito de Libia, la primavera árabe y otras rebeliones del mundo. *La Palabra y el Hombre, Tercera época*, (19), pp. 39-42. <http://cdigital.uv.mx/handle/123456789/33468>

Imagen y presencia de la mujer política en medios digitales regionales

Image and presence of women politicians in regional digital media

Cristina Álvarez García

Universidad de Valladolid | Plaza de Santa Cruz, 8, 47002 Valladolid | España

 0009-0005-6314-0769 | cristina.algase@gmail.com

Resumen

Este artículo estudia el grado de representación que alcanza la mujer política de Castilla y León en tres diarios regionales digitales: *diariodeleon.es*, *eladelantado.com* y *elnortedecastilla.es* durante las campañas electorales de 2011 y 2015. El objeto de estudio es identificar tres puntos importantes: detectar la presencia de la mujer política en las instituciones de la comunidad de Castilla y León, estudiar la representación de mujeres y hombres políticos en los diarios regionales y, por último, comprobar el tratamiento y selección de la información que los periodistas redactan en sus diferentes textos e imágenes. Como metodología se han empleado dos técnicas de análisis –cualitativa y cuantitativa– que conforman la creación de una base de datos a modo de muestra para su posterior análisis. Se ha delimitado la investigación a las campañas electorales que tienen lugar del 6 al 21 de mayo de 2011 y del 8 al 23 de mayo 2015. Se han observado dos campañas electorales para comprobar si existe una evolución positiva en la representación política de la mujer de la campaña electoral más antigua a la más reciente en los diarios digitales de Castilla y León. Se concluye que los medios digitales analizados otorgan el mismo tratamiento informativo a las personalidades políticas independientemente de que pertenezcan al sexo masculino o femenino. Como conclusión general se demuestra que entre 2011 y 2015 existe una evolución positiva tanto en la participación de la mujer en las instituciones políticas como en la representación de la mujer política en los medios regionales digitales.

Palabras clave: mujer política, diarios digitales, instituciones regionales, campaña electoral, selección de la información.

Abstract

*This article studies the degree of representation achieved by women politicians of Castilla y León in three regional digital newspapers: *diariodeleon.es*, *eladelantado.com* and *elnortedecastilla.es* during the electoral campaigns of 2011 and 2015. The object of the study is to identify three important points: to detect the presence of women politicians in the institutions of the community of Castilla y León, to study the representation of women and men politicians in regional newspapers and, finally, to check the treatment and selection of the information that journalists write in their different texts and images. As a methodology, two analysis techniques –qualitative and quantitative– have been used to create a database as a sample for further analysis. The research was limited to the electoral campaigns that took place from May 6 to 21, 2011 and from May 8 to 23, 2015. Two electoral campaigns have been observed to check if there is a positive evolution in the political representation of women from the oldest to the most recent electoral campaign in the digital newspapers of Castilla y León. It is concluded that the digital media analyzed give the same informative treatment to political personalities regardless of whether they belong to the male or female sex. As a general conclusion, it is shown*

that between 2011 and 2015 there is a positive evolution both in the participation of women in political institutions and in the representation of female politicians in the regional digital media.

Keywords: *political women, digital newspapers, regional institutions, electoral campaign, information selection.*

1. Introducción: presencia de la mujer política y su representación en los medios de comunicación

En España, la variable de género continúa teniendo gran importancia para comprender el comportamiento diferencial de los ciudadanos respecto a la política, en aspectos como la cultura política, la participación electoral o la participación en organizaciones políticas. España se sitúa entre los países de Europa donde la diferencia entre mujeres y hombres es más importante. Sin embargo, en otros aspectos, como el de la participación en el poder político, España se sitúa en posiciones intermedias, por delante de países con democracias más antiguas y con mayor tradición de luchas feministas. (Escribano y Balibrea, 1999).

La participación femenina en política se ha incrementado pero continúa siendo desproporcionadamente baja (Astelarra, 1990).

Para acceder a los altos cargos políticos, las mujeres encuentran las mismas dificultades que en cualquier otra empresa para acceder a puestos directivos. A medida que se asciende en el escalafón jerárquico de las organizaciones, se encuentra menor número de mujeres. El techo de cristal aparece, como un obstáculo invisible, en la carrera profesional de las mujeres, que las impide avanzar. Se entiende por techo de cristal aquel conjunto de normas no escritas o cultura empresarial que dificulta a las mujeres acceder a los puestos de alta dirección. Su carácter de invisibilidad viene dado por el hecho de que no existen leyes, ni dispositivos sociales establecidos, ni códigos visibles que impongan a las mujeres semejante limitación, sino que está construido sobre la base de otros rasgos que son difíciles de detectar. Son muchos los obstáculos que se presentan en las carreras profesionales de las mujeres. Las estructuras jerárquicas de las empresas se rigen por reglas masculinas y el prototipo de empleado ideal sigue siendo un varón. La designación para ocupar puestos de alta dirección no se hace por méritos sino por elección, y tienen mucha influencia las redes sociales que los hombres tienen dentro de las empresas. Sigue siendo predominante el estereotipo que relaciona al hombre como directivo considerando que la mujer no puede serlo porque no tiene capacidad de mando y autoridad. Estos estereotipos proceden no sólo del ámbito empresarial, sino del entorno familiar y educativo (Cruzado, A., & Ortiz de Zarate, A. 2008).

Los medios de comunicación de masas (MCS) constituyen una premisa de análisis donde habitualmente se recurre para conocer los imaginarios colectivos que las audiencias pueden solicitar como respuesta a aquellos temas más recurrentes de la actualidad informativa del momento. Entre estos temas llama la atención el escogido en esta investigación donde su análisis pretende mostrar la escasa presencia que a lo largo de la historia ha ocupado la imagen y presencia de la mujer parlamentaria regional en los MC. Sin duda, esto se ha producido por el cambio experimentado por la sociedad de Castilla y León en la vida política desde la entrada de la democracia. La práctica comunicativa de los MCS ha alertado de este mayor protagonismo y presencia de la mujer castellanoleonés en la actividad política y por ello presta más atención a su presencia, su retórica

o su imagen. Es el discurso, el debate, la propia comunicación la que se torna en acontecimiento, y se convierte en tema de actualidad. Contrastar este discurso mediático que hacen referencia a esta figura constituye entonces un objetivo primordial y estratégico para que los MCS lleven a sus páginas principales noticias, entrevistas, editoriales, reportajes, columnas de opinión o fotografías referenciando el trabajo y presencia de la mujer en la política. Hoy más que nunca los espectadores conocen una multitud de hechos, acontecimientos y experiencias, participan en ellos y se sienten implicados, pero el hecho fundamental es que lo que han captado a través de los medios de comunicación de masas. ¿Pero cuál es el papel de los periodistas y los redactores en la representación que se torna en función de las políticas? Se ha demostrado repetidamente que el modo selectivo, en función de los esquemas de géneros, en que los periodistas y los redactores tratan a las mujeres políticas configura y refuerza los esquemas percibidos por los ciudadanos. Aparecen estudios que así lo reflejan. La realidad expuesta muestra una evidencia ya existente que, a tenor de los estudios realizados al respecto, en donde la igualdad, incluso en un ámbito donde se ha procurado que esto se produzca con la mayor agilidad posible, es una meta que todavía no se ha conseguido, lo que viene demostrado por la representación mediática de la mujer y por la propia percepción de la ciudadanía (Sánchez *et al*, 2013).

La comunicación política es un proceso interactivo que involucra la transmisión de información entre políticos, medios de comunicación y votantes (Norris, 2002). Por lo tanto, es importante analizar la relación que manifiestan los medios de comunicación con la mujer política y con los votantes en las campañas electorales de 2011 y 2015.

2. Hipótesis, objetivos y metodología

Nuestra hipótesis de partida tienen su origen en los estudios de Lemish y Drob (2002), para los cuales las mujeres parlamentarias son tratadas de diferente modo en relación a los hombres políticos, lo que se hace trivializando su figura mediante aspectos como su vida privada o su imagen; y en los de Palmer y Simon (2005), al resaltar la menor atención que se produce por parte de los medios de comunicación a las mujeres y advertir que los votantes perciben de modo diferenciado a los candidatos de uno y otro sexo, de lo que se deriva la aplicación de distintas estrategias a la luz de los estereotipos presentes en la cobertura de los medios y en la percepción de los votantes (Sánchez *et al.*, 2013).

En un proceso continuo de observación y análisis, se persiguen varios objetivos generales que marcan la centralidad del estudio. Este artículo tiene como objetivo prioritario analizar el grado de representación que alcanza la mujer en los tres diarios digitales seleccionados en la muestra: *diariodeleon.es*, *eladelantado.com* y *elnortedecastilla.es* durante las campañas electorales de 2011 y 2015 en la comunidad de Castilla y León. El objetivo de este estudio es, por tanto, doble: por un lado, determinar el grado de representación de las mujeres en las instituciones políticas de esta comunidad autónoma, y, por el otro, la representación que los medios analizados en la muestra de estudio –245 textos periodísticos– hacen de dichas mujeres políticas.

Se comparan las campañas electorales de 2011 y 2015 para ver la evolución que experimenta la representación de la mujer política en los tres medios digitales analizados y poner de manifiesto si esta evolución ha sido significativa.

La muestra seleccionada consta de 245 textos periodísticos que se han publicado en los tres diarios digitales *diariodeleon.es*, *eladelantado.com* y *elnortedecastilla.es* durante las campañas electorales de 2011 y 2015. Se ha realizado la búsqueda en la hemeroteca de cada diario digital filtrando por fechas: del 6 al 21 de mayo de 2011 y del 8 al 23 de mayo de 2015. Durante las fechas señaladas se han extraído las piezas que tenían como tema principal ambas campañas electorales en la región de Castilla y León. Se han observado dos campañas electorales para poner de manifiesto si existe una evolución positiva en la representación política de la mujer de la campaña electoral más antigua a la más reciente en los diarios digitales de Castilla y León.

Una vez definido el encuadre de la investigación se escoge el modelo o perspectiva, a través de la cual se pretende completar el camino de la verdad, entre las que destacan el método cualitativo y el cuantitativo. Dos métodos de análisis que tradicionalmente se define como dos “paradigmas” alejados que permiten acceder y realizar la investigación, así como interpretar sus resultados. Si el investigador cuantitativo puede asignar números a través de las técnicas de análisis de datos o de producción de información, el investigador cualitativo se mueve en el orden de los significados y sus reglas de significación: los códigos y los documentos (Canales Cerón, 2006, p.19).

Este trabajo elige en su técnica de análisis dos metodologías –cualitativa y cuantitativa– con el objeto de lograr los objetivos marcados y dar respuesta a las hipótesis planteadas. Con este enfoque, tanto cuantitativo como cualitativo, conforman la creación de una base de datos a modo de muestra para su posterior análisis. Este recurso consiste en una recogida de información, durante un periodo de tiempo limitado y con unos parámetros definidos.

3. Participación de la mujer en las instituciones políticas

Según Sodaro, la política es el proceso por el que las comunidades persiguen objetivos colectivos y abordan sus conflictos en el marco de una estructura de reglas, procedimientos e instituciones, con el objetivo de alcanzar soluciones y adoptar decisiones aplicables por la autoridad estatal al conjunto de la sociedad. Afirmar que la política es un proceso implica entenderla como una secuencia continua de acontecimientos interacciones entre varios actores, como los ciudadanos, las organizaciones y los gobiernos. Ante todo, la política se ocupa de cómo organizan las personas sus comunidades con el propósito de tratar colectivamente los problemas a los que se enfrentan. Una comunidad puede ser cualquier colectividad de individuos que interactúan, desde la aldea más pequeña hasta el mundo como un todo.

En general, los gobiernos democráticos logran reducir los antagonismos sociales ayudando a las partes enfrentadas a resolver sus diferencias y a cooperar sobre la base de la tolerancia y la no discriminación. Muchas democracias han tardado en realizar los ideales de la no discriminación democrática con respecto a varios grupos sociales, en especial las mujeres. En España, las mujeres obtuvieron el derecho al voto por primera vez, con el advenimiento de la segunda República en 1931, lo que suscitó una gran polémica incluso en el seno de la izquierda.

Como afirma, Sodaro (2006), la asignación a las personas de un determinado rol de género puede llevar a que las personas de algún sexo sufran discriminaciones. Este ha sido, y continúa siendo en

muchos países, el caso de las mujeres que, por su condición sexual, son apartadas de puestos de poder económico o político.

González Encinar (2002) asegura que hoy en día, los procesos de formación de la opinión pública, de los que los partidos son elementos indispensables, vienen terminados por el orden de la comunicación, y especialmente, por el régimen jurídico de los medios de comunicación social. Éstos son hoy el instrumento decisivo para la formación de la voluntad de la sociedad, de la opinión individual y pública. Los ciudadanos se informan y se forman a través de los medios de comunicación lo que ha supuesto una trascendencia revolucionaria del sistema de formación de la conciencia colectiva y, por ende, de la voluntad general o mayoritaria.

Las españolas con cartera ministerial no han superado la veintena en el siglo XX. No se ha producido un cambio palpable hasta el Gobierno paritario de José Luis Rodríguez Zapatero (De Diego, 2008). El 17 de abril de 2004 Rodríguez Zapatero hacía historia al presentar el primer Gobierno con un 50 % de mujeres de la historia de España, haciendo honor a una promesa electoral. Desde entonces, las siete remodelaciones de Gobierno no hicieron más que profundizar en esa misma paridad, con nueve hombres –incluido el presidente– y nueve mujeres, y además con una mujer como la número 2 de su ejecutivo, lo que le daba un carácter cualitativo al simple porcentaje cuantitativo del 50 %. (La Moncloa, s/f).

A partir del 20 de octubre de 2010, José Luis Rodríguez Zapatero emprenderá la recta final de su segundo mandato con la ruptura de ambas paridades: habrá más hombres que mujeres (nueve frente a siete) y colocará como portavoz a Alfredo Pérez Rubalcaba. Eso sí, el nuevo ejecutivo respetará la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, ya que tendrá un 60 % de hombres por un 40 % de mujeres, por lo que será técnicamente paritario.

En el 2024, como se refleja en la Tabla 1, el Gobierno de Pedro Sánchez se compone de diez mujeres y doce hombres. Este Gobierno está trabajando en lograr la igualdad efectiva y el porcentaje de mujeres, 45,45 % y el de hombres, 54,55 %, es similar.

Tabla 1

Gabinete de Gobierno desde del 29 de diciembre de 2023 hasta la actualidad

Cargo	Nombre y apellidos
Presidente del Gobierno	Pedro Sánchez Pérez-Castejón
Vicepresidenta primera y ministra de Hacienda	María Jesús Montero Cuadrado
Vicepresidenta segunda y ministra de Trabajo y Economía Social	Yolanda Díaz Pérez
Vicepresidenta tercera y ministra para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico	Teresa Ribera Rodríguez
Ministro de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	José Manuel Albares
Ministro de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	Félix Bolaños
Ministra de Defensa	Margarita Robles
Ministro del Interior	Fernando Grande-Marlaska
Ministro de Transportes y Movilidad Sostenible,	Óscar Puente

Cargo	Nombre y apellidos
Ministra de Educación, Formación Profesional y Deportes; y portavoz del Gobierno	Pilar Alegría
Ministro de Industria y Turismo	Jordi Hereu
Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación	Luis Planas
Ministro de Política Territorial y Memoria Democrática	Ángel Víctor Torres
Ministra de Vivienda y Agenda Urbana	Isabel Rodríguez
Ministro de Cultura	Ernest Urtasun
Ministro de Economía, Comercio y Empresa	Carlos Cuerpo Caballero
Ministra de Sanidad	Mónica García
Ministro de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Pablo Bustinduy
Ministra de Ciencia, Innovación y Universidades	Diana Morant
Ministra de Igualdad	Ana Redondo
Ministra de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	Elma Saiz
Ministro para la Transformación Digital y de la Función Pública	José Luis Escrivá
Ministra de Juventud e Infancia	Sira Rego

Fuente. *Elaboración propia a partir de datos de La Moncloa, 2024.*

Lo que pone de manifiesto que la situación para las mujeres políticas en España es muy diferente. En relativamente poco tiempo se ha pasado de una situación en la que pervivían importantes discriminaciones por razón de sexo a desarrollar una legislación que no sólo establece formalmente la igualdad, sino que sanciona la discriminación. A la vez se han creado instituciones públicas en todos los ámbitos de la administración, estatal, regional y local, encargadas de desarrollar políticas de igualdad de oportunidades para las mujeres (La Moncloa, s/f).

4. Presencia de la mujer política en Castilla y León

Las instituciones básicas de la Comunidad de Castilla y León son: Las Cortes de Castilla y León, el Presidente de la Junta de Castilla y León y la Junta de Castilla y León.

En un recorrido por la composición de las Cortes de Castilla y León desde la I hasta la XI Legislatura se observa la evolución que existe en lo que a la presencia de mujeres políticas respecta. El objetivo es comprobar que la presencia de las mujeres políticas aumenta progresivamente gracias a las medidas que se están adoptando a nivel internacional, nacional y regional.

Como reflejan los datos estadísticos recogidos en la Tabla 2, en las Cortes de Castilla y León las mujeres han participado desde la primera legislatura. Hay que destacar que el número de procuradoras de la primera legislatura es muy reducido. De 84 procuradores que formaban el gobierno regional de 1983 a 1987, sólo tres de ellos eran mujeres lo que pone de manifiesto que en ese periodo no era habitual que las mujeres participasen en este tipo de actividades quedando reservada la toma de decisiones para la representación masculina. Es importante señalar que aunque, en esta primera legislatura, el número de mujeres es muy reducido, supone un cambio importante en la sociedad que, aunque sólo sean tres, hay mujeres que se han introducido en el mundo de la política, algo que en épocas anteriores

resultaba impensable. Es necesario señalar que el número de procuradoras en el Gobierno de nuestra comunidad se ha ido incrementando paulatinamente y en las Legislaturas IX (2015-2019) y X (2019-2022) se alcanza la paridad entre hombres y mujeres. En ambas legislaturas ya podemos hablar de un 50 % de participación de procuradoras en el hemicycle de Castilla y León. En 2023, disminuye el número de ellas y son treinta mujeres de un total de ochenta y uno, lo que supone un retroceso de un 37,04 % de participación femenina.

Tabla 2

Procuradores de las Cortes de Castilla y León en todas las legislaturas

LEGISLATURAS CORTES DE CASTILLA Y LEÓN											
PROCURADORES	I (1983-1987)	II (1987-1991)	III (1991-1995)	IV (1995-1999)	V (1999-2003)	VI (2003-2007)	VII (2007-2011)	VIII (2011-2015)	IX (2015-2019)	X (2019-2022)	XI (2022-)
MUJERES	3	4	12	19	29	34	37	30	42	40	30
HOMBRES	81	80	72	54	54	48	46	54	42	40	51
TOTAL	84	84	84	83	83	82	83	84	84	80	81

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos de las Cortes de Castilla y León, 2024.

Si observamos la Figura 1, llegamos a la conclusión de que desde la primera legislatura hasta la actual, el número de procuradoras ha aumentado de forma considerable llegando casi a lograr la igualdad efectiva. Si en la primera legislatura (1983-1987) sólo el 3,7 % eran mujeres y hemos avanzado hasta conseguir que en 2022, ocupen el 37,04 % de los escaños, habiendo conseguido la igualdad real en la participación de las mujeres en las legislaturas IX y X.

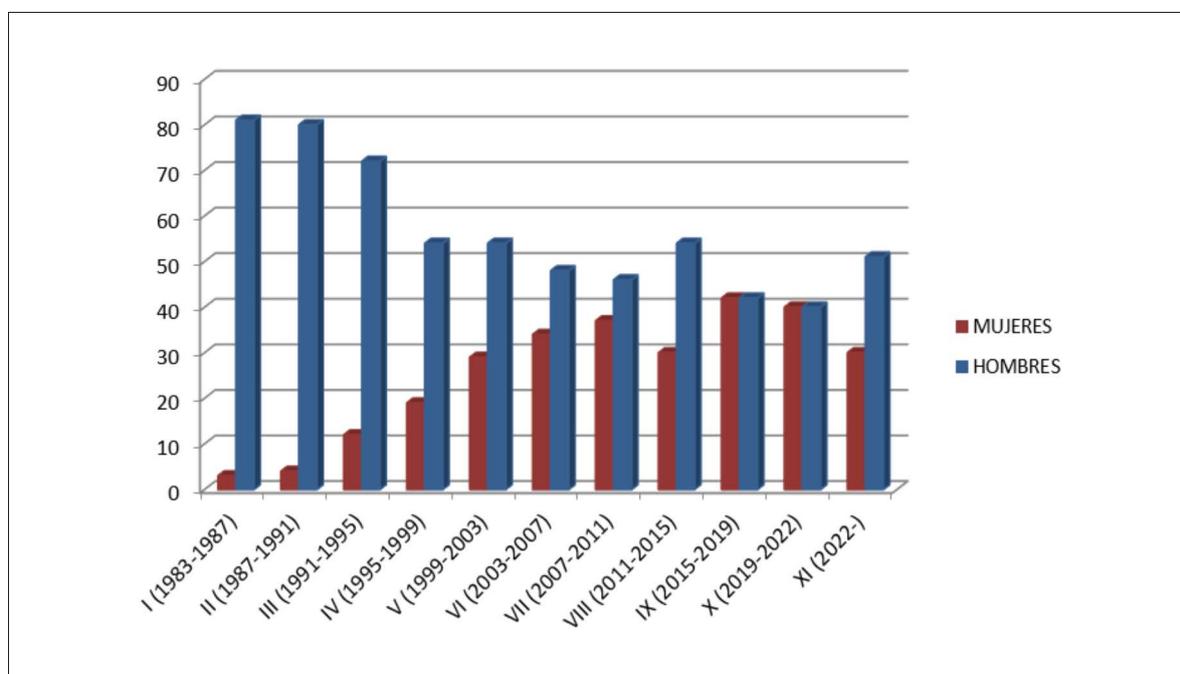
Este progreso ha tenido lugar de forma paulatina, ya que han hecho falta once legislaturas para conseguir que cada periodo fuese mayor el número de mujeres que se incorporasen a la toma de decisiones. Hay que ser conscientes de que esta evolución en parte se debe a la adopción de medidas para lograr esta igualdad efectiva que han ayudado a que se tenga en cuenta la importancia de que tanto hombres como mujeres puedan participar en igualdad de condiciones en la esfera pública en diferentes ámbitos de la sociedad. Una de las medidas que destaca es la Ley 1/2003, de 3 de marzo, de Igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en Castilla y León que tiene como objeto “regular en el ámbito de la Comunidad de Castilla y León, el marco de actuación en orden a fomentar la igualdad de la mujer de conformidad con lo previsto en el artículo 32.1.19 del Estatuto de Autonomía de Castilla y León, mediante la adopción de medidas de acción positiva para la corrección de desigualdades por razón de género”. Esta ley no ha sido la solución definitiva para lograr la igualdad en Castilla y León pero es un instrumento importante para regular situaciones que anteriormente no estaban normalizadas.

En la Tabla 3 aunque el número de procuradoras de las Cortes de Castilla y León ha aumentado en cada legislatura, es importante poner de manifiesto que no todos los partidos políticos que participan en el gobierno regional han incorporado mujeres en sus escaños. Por ejemplo, si nos fijamos en el Grupo Mixto, uno de los partidos minoritarios, la presencia de mujeres en el parlamento regional es muy escasa, y en la legislatura actual es inexistente. En el caso del Grupo Mixto, sólo ha habido mujeres en

tres legislaturas, de 1995-1999, 1999-2003, y de 2019-2022. Y en el caso de Izquierda Unida, también Partido minoritario y actualmente desaparecido en el hemicycle de Castilla y León, sólo han contado con la presencia de una mujer en la legislatura de 1995-1999. Al hacer esta valoración hay que tener en cuenta que son dos partidos minoritarios y que cuentan con menor número de procuradores, por lo tanto es más difícil que consigan la igualdad de representación al mismo nivel que los partidos mayoritarios. Entre los partidos políticos mayoritarios también existen diferencias. El Partido Popular ha introducido mayor número de mujeres, 136 procuradoras, en el parlamento excepto en la primera legislatura todos sus procuradores eran hombres mientras que el PSOE, aunque en su primera legislatura introdujo tres mujeres como procuradoras, después ha tenido siempre menos mujeres que el Partido Popular en sus escaños, 117 procuradoras.

Figura 1

Evolución del número de procuradoras en las Cortes de Castilla y León



Fuente. Elaboración propia a partir de los datos de las Cortes de Castilla y León, 2024.

Entre los partidos mayoritarios existe diferencia entre el número total de procuradores y es comprensible que tenga menor número de mujeres, teniendo en cuenta que entre ambos partidos no existen apenas diferencias significativas en cuanto a números, ya que los porcentajes relativos de mujeres atendiendo al número de procuradores totales es muy similar.

La Tabla 3 refleja el gobierno regional de la legislatura actual, XI Legislatura, está formado por 81 procuradores, de los cuales el 62.96 % son hombres y el 37.04 % mujeres. Estos porcentajes cada vez son más equitativos, lo que quiere decir que cada vez estamos más cerca de conseguir la igualdad efectiva que ya se consiguió en las dos legislaturas anteriores. De hecho, si analizamos el número de procuradores de ambos sexos de los partidos mayoritarios, observamos que tanto Partido Popular como PSOE tienen un porcentaje de procuradores de cada sexo buscando la igualdad real. El PSOE

cuenta con un 46.43 % de mujeres y un 53,57 % de hombres y el PP tiene el 35,48 % de mujeres y un 64.52 % de hombres. Por lo tanto, el PSOE cumple la ley de paridad, ya que tiene al menos un 40 % de los dos sexos entre sus procuradores y el PP está a falta de un 4.52 % para conseguir el mismo porcentaje de hombres y mujeres. Sin embargo, la representación del Grupo Mixto está formada íntegramente por hombres, de los dos procuradores que ocupan escaños en el parlamento regional, ninguno de ellos es mujer. Hay que tener en cuenta que al ser un partido minoritario es más difícil lograr la igualdad. Aun así hay que concluir que es el único partido del gobierno regional que no cumple la paridad electoral establecida por la Ley orgánica 3/2007 de 22 de marzo para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.

Tabla 3

Procuradoras de las Cortes de Castilla y León en cada legislatura según Partido Político

LEGISLATURAS	PSOE	PP	GRUPO DE CENTRO DEMOCRATICO SOCIAL	MIXTO	IU	PODEMOS	CIUDADANOS	VOX	UPL	NO ADSCRITO	TOTAL
1983-1987	3	0		0							3
1987-1991	1	3	0	0							4
1991-1995	6	6	0	0							12
1995-1999	8	8		2	1						19
1999-2003	13	15		1							29
2003-2007	14	20		0							34
2007-2011	16	21		0							37
2011-2015	12	18		0							30
2015-2019	14	21		0		6	1				42
2019-2022	17	13		2			7			1	40
2022-	13	11		0				4	2		30

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos de las Cortes de Castilla y León, 2024.

Tabla 4

Procuradores de las Cortes de Castilla y León por provincias en la XI Legislatura

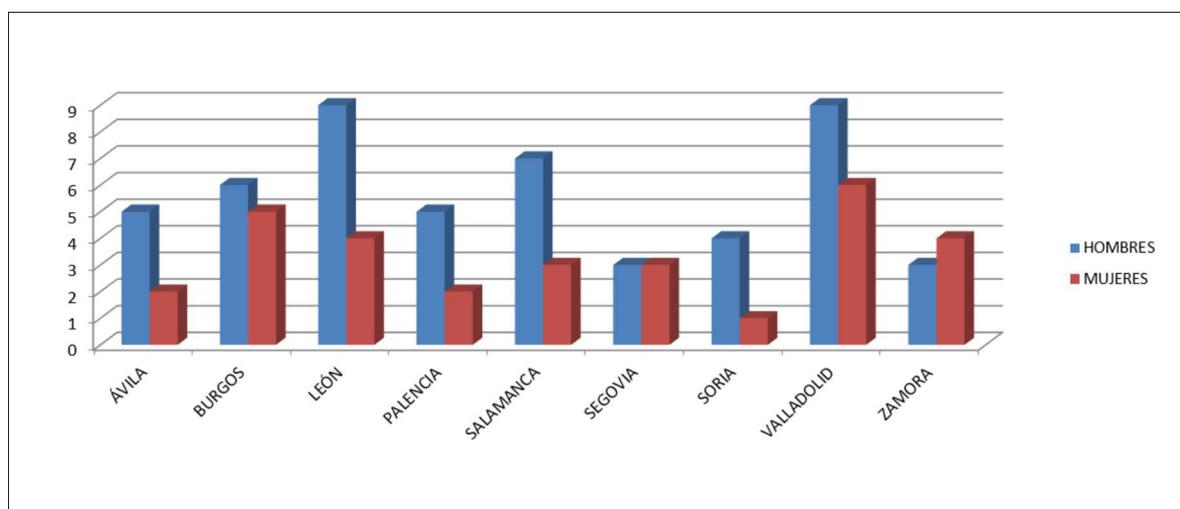
PROVINCIAS	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
ÁVILA	5	2	7
BURGOS	6	5	11
LEÓN	9	4	13
PALENCIA	5	2	7
SALAMANCA	7	3	10
SEGOVIA	3	3	6
SORIA	4	1	5
VALLADOLID	9	6	15
ZAMORA	3	4	7

Fuente. Elaboración propia, a partir de los datos de las Cortes de Castilla y León, 2024.

Una vez analizada la presencia de las mujeres en los diferentes partidos políticos de las Cortes, en la Tabla 4 se concluye realizando un seguimiento de la presencia de las mujeres en cada provincia de Castilla y León en las Cortes. Si se observa el gráfico, se observa que sólo Zamora tiene mayor número de mujeres que de hombres entre sus procuradores, alcanzando el 57 % de mujeres frente al 43 % de hombres. Entre las demás provincias, Segovia tiene el mismo número de hombres que de mujeres, y del resto de provincias todas están entre el 30 y 40 %. Por lo tanto, se concluye que en las provincias de Castilla y León se intenta que el número de mujeres que participan en el parlamento regional sea lo más equilibrado posible frente al de los hombres. Todavía no se ha logrado la igualdad efectiva a través de la cual se lograría alcanzar el 50 % de mujeres y el 50 % de hombres en las Cortes de todas las provincias españolas, existe un avance positivo ya que desde la primera legislatura hasta la actual se observa una notable evolución en ese sentido.

Figura 2

Evolución de los procuradores de las Cortes de Castilla y León en XI Legislatura



Fuente. Elaboración propia, a partir de los datos de las Cortes de Castilla y León, 2024.

Observando estas cifras se observa que en un futuro cercano, si la representación femenina sigue creciendo al mismo ritmo, en las próximas legislaturas se logrará que sea habitual la igualdad de representación de los dos sexos en las Cortes de Castilla y León.

Como se observa en la Tabla 5, las legislaturas anteriores muestran que ninguna mujer ha ocupado el puesto de presidenta, se sigue poniendo de manifiesto con esta realidad que los altos cargos siguen en manos de hombres y las mujeres no tienen acceso a ellos.

La Tabla 6 muestra la composición del gobierno autonómico en las diferentes legislaturas. Se comprueba la evolución que ha tenido la presencia de la mujer política con el paso de los años.

En la legislatura de 2007-2011, cuenta con cinco mujeres frente a diez hombres. Cabe destacar que en esta legislatura el cargo de vicepresidenta primera es una mujer, María Jesús Ruiz Ruiz. En la legislatura de 2011-2015, sigue siendo inferior el número de mujeres que el de hombres. En esta

ocasión, forman parte del Gobierno regional cuatro mujeres frente a seis hombres y este este caso se muestran los altos cargos ocupados por hombres. En la legislatura de 2015-2019, se reducen de forma significativa los puestos ocupados tanto por hombres como por mujeres. Cabe señalar que sólo aparece una mujer en los seis puestos que componen el gobierno.

Tabla 5

Presidentes de la Junta de Castilla y León

PRESIDENTES JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN		
	Nombre y apellidos	Año de investidura
1	Juan Manuel Reol Tejada	1978
2	José Manuel García-Verdugo Candón	1981
3	Demetrio Madrid López	1983
4	Jose Constantino Nalda García	1985
5	Jose María Aznar	1987
6	Jesúa María Posada Moreno	1989
7	Juan José Lucas Giménez	1991
8	Juan Vicente Herrera Campo	2001
9	Alfonso Fernández Mañueco	2019

Fuente. Elaboración propia, a partir de los datos de la Junta de Castilla y León, 2024.

En la legislatura actual, se observa que la totalidad de puestos visibles son doce entre Presidente, Vicepresidente y Consejeros, de los cuales 9 son hombres y 3 mujeres. Hay un 75 % de hombres frente a un 25 % de mujeres. Se sigue plasmando mayor el número de hombres que de mujeres que participan en la política de Castilla y León. Cabe destacar que en la Legislatura actual tanto el Presidente como el Vicepresidente son hombres.

Tabla 6

Composición de Gobierno de Legislaturas de la Junta de Castilla y León

LEGISLATURAS JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN					
CONSEJEROS/AS	2007-2011	2011-2015	2015-2019	2019-2022	2022-
MUJERES	5	4	1	4	3
HOMBRES	8	6	5	8	9
TOTAL	13	10	6	12	12
% MUJERES	38,46	40	16,67	33,33	25

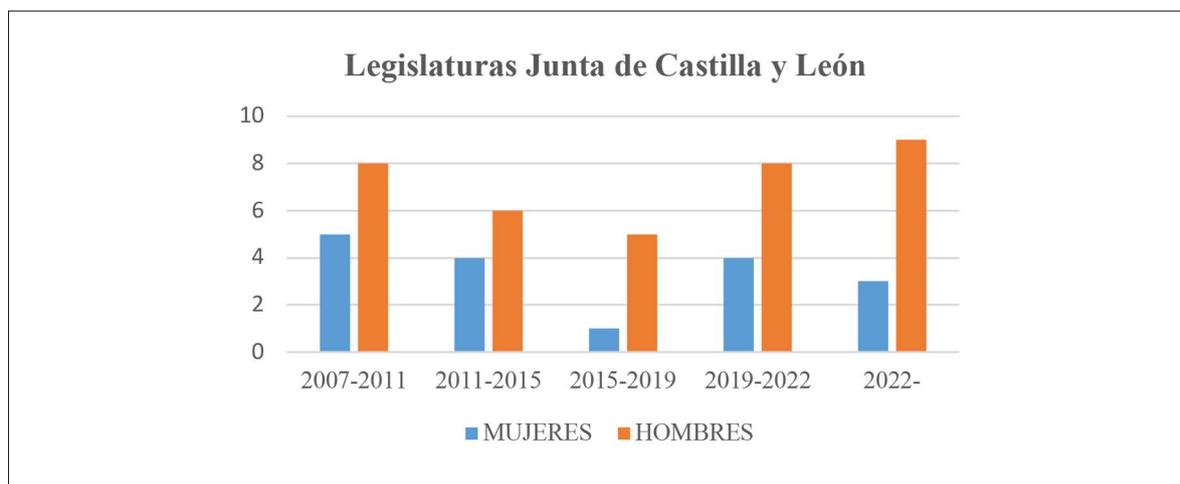
Fuente. Elaboración propia, a partir de los datos de la Junta de Castilla y León, 2024.

La Figura 3 recoge un gráfico que plasma de forma visual la evolución de la presencia de las mujeres en las legislaturas de la Junta de Castilla y León objeto de estudio. No se observa una evolución positiva con los años, ya que no es constante con el paso del tiempo. En las legislaturas de 2007-2011

y 2011-2015 el porcentaje de mujeres está próximo al 40 %. Sin embargo, en la Legislatura 2015-2019 este dato desciende a un 17 %. Por lo tanto, se refleja que las medidas para conseguir la igualdad efectiva en la Junta de Castilla y León no está obteniendo los resultados deseados.

Figura 3

Evolución de mujeres y hombres en las Legislaturas de la Junta de Castilla y León



Fuente. Elaboración propia, a partir de los datos de la Junta de Castilla y León, 2024.

Hoy en día resulta impensable que alguna institución pública no adopte líneas de argumentación que justifiquen la necesidad de trabajar desde la igualdad de oportunidades en los diferentes ámbitos. La igualdad de oportunidades se caracteriza por ser una cuestión de justicia social, pues las mujeres representan más de la mitad de la población mundial y son quienes, mayoritariamente, están siendo privadas de sus derechos. Es además, una contribución a la construcción de sociedades más justas y democráticas, que aún hoy, a pesar de los muchos avances que se han logrado, siguen manteniendo la infrarrepresentación de las mujeres en las estructuras sociales, económicas y políticas (Pérez *et al.*, 2017).

5. Representación de la mujer política en los medios regionales digitales de: diariodeleon.es, eladelantado.com y elnortedecastilla.es

Mediante las 245 piezas periodísticas que conforman la muestra se analiza el uso de diferentes aspectos estéticos, gráficos y de contenido que encontrarán la tendencia que han tenido los tres digitales en la representación de las políticas que han aparecido durante las dos campañas electorales estudiadas. Para ello se ha analizado la frecuencia de aparición de las publicaciones y días de la semana que más textos periodísticos muestran, la sección, el género periodístico, la autoría de la información publicada, los rasgos periodísticos que contenían la información, las imágenes o fotos utilizadas y su significado en cuanto a información contextual.

La Tabla 7 detalla la distribución de los 245 textos periodísticos recogidos y analizados. A la campaña electoral de 2011 pertenecen 115 piezas del total: 46 pertenecen al Diario de León, 28 a El Adelantado de

Segovia y 41 a El Norte de Castilla. A la campaña electoral de 2015 pertenecen 130 textos periodísticos del total: 33 pertenecen al Diario de León, 28 a El Adelantado de Segovia y 69 a El Norte de Castilla.

Tabla 7

Distribución de textos periodísticos de las campañas electorales de 2011 y 2015.

TEXTOS PERIODÍSTICOS OBJETO DE ANÁLISIS				
CAMPAÑAS ELECTORALES 2011 Y 2015	DIARIO DE LEÓN	EL ADELANTADO DE SEGOVIA	EL NORTE DE CASTILLA	TOTAL
CAMPAÑA ELECTORAL 2011	46	28	41	115
CAMPAÑA ELECTORAL 2015	33	28	69	130
TOTAL	79	56	110	245

Fuente. Elaboración propia.

En la campaña electoral de 2015 es mayor el número de textos periodísticos recogidos que en la campaña de 2011. El diario regional que más publicaciones realiza en el periodo analizado es El Norte de Castilla. Algo esperado al comienzo del análisis, ya que es un diario que publica información de las nueve provincias de Castilla y León mientras que Diario de León acota su información a la provincia de León y El Adelantado de Segovia a la provincia de Segovia.

En la Tabla 8 se observa que, dependiendo del diario digital, las publicaciones aumentan en unos días de la semana que son diferentes en las campañas electorales objeto de análisis. Si se presta atención al Diario de León, en 2011 publican más textos periodísticos los domingos y los lunes y en 2015 los martes y los viernes. En 2011, en El Adelantado de Segovia, destacan el martes y el miércoles, mientras que en 2015, el lunes y el domingo. En el caso de El Norte de Castilla, al igual que el Diario de León, en 2011, los días en los que más publicaciones aparecen son los domingos y los lunes y en 2015, los viernes y los martes.

Se confirma que en las campañas electorales del 2011 y 2015 el Diario de León publica de forma mayoritaria en la sección Nacional aunque sean informaciones locales y regionales. En el caso de El Adelantado de Segovia, la sección más utilizada es la denominada Local. Y El Norte de Castilla publica la mayor parte de sus informaciones en la sección denominada Especial Elecciones.

Se han clasificado en cuatro los 245 textos periodísticos que se han analizado diferenciando la tipología que predomina en la muestra recogida: noticias, entrevistas, artículos de opinión y se engloba en la categoría “otros” todos los textos que no corresponden a ninguna de las categoría anteriores: reportajes y crónicas. El género más utilizado en las informaciones vertidas en las campañas electorales analizadas corresponden a la noticia. Se observa, la diferencia en cuanto a la selección de los géneros es notable, ya que mayormente los medios han recogido las informaciones de las campañas electorales de 2011 y 2015 en noticias y seguidas de otros géneros como entrevistas y artículos de opinión. La entrevista es el género periodístico que más se utiliza en los textos analizados después de la noticia. En las dos campañas electorales se publica un número similar de entrevistas, 4.90 % y 5.31 %, respectivamente.

Tabla 8

Análisis de textos periodísticos de las campañas electorales de 2011 y 2015

CAMPAÑAS ELECTORALES 2011 Y 2015	CAMPAÑA ELECTORAL 2011	CAMPAÑA ELECTORAL 2015	TOTAL
DÍAS DE LA SEMANA			
LUNES	7,35%	7,35%	14,70%
MARTES	10,20%	10,20%	20,40%
MIÉRCOLES	6,94%	6,53%	13,47%
JUEVES	3,67%	5,31%	8,98%
VIERNES	7,35%	10,61%	17,96%
SÁBADO	5,31%	4,49%	9,80%
DOMINGO	6,12%	8,57%	14,69%
SECCIÓN			
PORTADA	0,00%	0,00%	0,00%
LOCAL	9,39%	9,80%	19,19%
REGIONAL	6,53%	3,67%	10,20%
NACIONAL	13,47%	11,84%	25,31%
ESPECIAL ELECCIONES	17,14%	27,34%	44,48%
OPINIÓN	0,41%	0,41%	0,82%
GÉNERO PERIODÍSTICO			
NOTICIA	33,47%	46,92%	80,39%
ENTREVISTA	4,90%	5,31%	10,21%
ARTÍCULO DE OPINIÓN	3,27%	0,41%	3,68%
OTROS	5,31%	0,41%	5,72%
AUTORÍA			
HOMBRE	15,51%	11,02%	26,53%
MUJER	11,84%	6,53%	18,37%
AGENCIA	14,29%	32,23%	46,52%
ANÓNIMO	5,31%	3,27%	8,58%
TITULAR			
OBJETIVO	12,65%	17,14%	29,79%
SUBJETIVO	34,29%	35,92%	70,21%
SUBTÍTULO			
OBJETIVO	8,16%	13,88%	22,04%
SUBJETIVO	19,59%	27,35%	46,94%
INEXISTENTE	19,18%	11,84%	31,02%
FUENTES			
PERSONAS	14,29%	12,65%	26,94%
INSTITUCIONES/AGENCIAS	13,88%	19,59%	33,47%
DOCUMENTOS	0,82%	1,63%	2,45%
INEXISTENTE	17,95%	19,19%	37,14%

TEMA			
POSITIVO	27,35%	38,37%	65,72%
NEGATIVO	12,65%	8,98%	21,63%
NEUTRO	6,94%	5,71%	12,65%
PROTAGONISTA			
HOMBRE	34,83%	41,20%	76,03%
MUJER	12,36%	11,61%	23,97%
INSTITUCIÓN	0,00%	0,00%	0,00%

Fuente. Elaboración propia.

En las dos campañas electorales la autoría femenina es menor que la masculina y de agencia, en un 18,37 % del total. En 2011 predominan los autores masculinos en un 15,51 % y en 2015 la información procedente de las agencias de información, en un 32,23 %, son las más habituales.

Tanto en la campaña electoral de 2011 como en la de 2015 prevalecen los titulares con enfoque subjetivo, en un 70,21 %, del total de textos periodísticos analizados.

El 46,94 % de los subtítulos que se publican en Diario de León, El Adelantado de Segovia y El Norte de Castilla en las campañas electorales de 2011 y 2015 muestran un enfoque subjetivo y un 31,02 % de los textos periodísticos examinados carecen de subtítulo.

En la campaña de 2011 predominan en un 14,29 % las fuentes de información que provienen de personas entrevistadas en las informaciones y en un 13,88 % la información proviene de instituciones o agencias. Mientras que en la campaña de 2015, un 19,59 % de las fuentes utilizadas proceden de instituciones y agencias de noticias mientras que un 19,19 % de los textos periodísticos publicados no muestran la fuente utilizada mientras que un 12,65 % de las informaciones son obtenidas a través de entrevistas. Sin embargo se aprecia que en las dos campañas electorales utilizan de forma minoritaria las fuentes documentales procedentes de documentos varios, un 0,82 % y un 1,63 %, respectivamente.

Tanto la campaña electoral de 2011 como la campaña de 2015 muestran mayoritariamente un enfoque positivo, un 27,35 % y un 38,37 %, respectivamente, en los textos periodísticos que publican. Los protagonistas de las informaciones tratan de ser protagonistas de informaciones positivas evitando las connotaciones negativas y neutras.

Los personajes masculinos son protagonistas de los partidos políticos en mayor proporción que los femeninos, un 76,03 % frente a un 23,97 % del total de textos periodísticos comparados. En las campañas electorales de 2011 y 2015 existe una diferencia palpable entre el sexo de personajes políticos protagonistas de las informaciones. En el 2011, el 34,83 % son hombres y el 12,36 % son mujeres. Y en el 2015, el 41,20 % son hombres y el 11,61 % son mujeres. El candidato político hombre que encabeza las listas electorales de la región de Castilla y León supera el número de candidatas políticas. Este es un motivo por el que aparecen en mayor medida los hombres que las mujeres en los medios de comunicación.

Tabla 9

Análisis de las imágenes publicadas en los textos periodísticos de las campañas electorales de 2011 y 2015

	Diario de León, El Adelantado de Segovia y El Norte de Castilla	CAMPAÑAS ELECTORALES 2011 Y 2015
AUTOR	Hombre	39,8%
	Mujer	9,3%
	Agencia	18,1%
	Diario Digital	14,9%
	Anónimo	16,1%
	Partido Político	1,2%
	Institución	0,6%
PROTAGONISTA	Hombre	53,7%
	Mujer	12,3%
	Institución	0%
	Inexistente	34%
PARTIDO POLÍTICO	Ninguno	35,8%
	PP	29%
	PSOE	17,9%
	Podemos	3,1%
	Ciudadanos	4,9%
	Izquierda Unida	4,9%
	UPL	3,8%
	UPyD	0,6%
CANDIDATURA DEL PROTAGONISTA	Junta de Castilla León	35,2%
	Cortes de Castilla y León	24,1%
	Gobierno de España	0,6%
	Ninguno	35,2%
	Otros	4,9%
ÁNGULO	Normal	89,4%
	Picado	3,1%
	Contrapicado	7,5%
	Cenital	0%
	Nadir	0%
ENCUADRE	Horizontal	47,2%
	Vertical	1,9%
	Entero	1,2%
	Americano tres cuartos	5%
	Plano medio	27,3%
	Plano medio corto	1,2%
	Primer plano	11,2%
	Primerísimo primer plano	5%
	Plano detalle	0%
CONNOTACIÓN	Positiva	44,8%
	Negativa	4,3%
	Neutra	50,9%

Fuente. Elaboración propia.

Respecto a las imágenes analizadas ocurre lo mismo que con los textos periodísticos publicados: tienen mayor protagonismo los hombres políticos.

En las campañas electorales de 2011 y 2015 predominan las fotografías en las que aparece el protagonista o protagonistas del texto informativo. Lo que pone de manifiesto la importancia de mostrar su imagen acompañando las informaciones. En este caso, el 53,7 % de los protagonistas son hombres y el 12,3 % son mujeres. Se vuelve a dar más importancia al sexo masculino frente al femenino. Este hecho corrobora que los autores de las fotografías otorgan mayor importancia a los personajes políticos masculinos frente a los femeninos. Esto sucede porque los altos cargos en la política de Castilla y León siguen ocupados en mayor número por hombres y los medios de comunicación muestran en sus informaciones a los personajes políticos candidatos a puestos políticos relevantes.

El mayor número de fotografías corresponden al tamaño mediano. Los diarios analizados sólo recurren a imágenes grandes cuando quieren resaltar la imagen por encima del texto que la acompaña y publican imágenes pequeñas cuando es necesario que la imagen acompañe a la pieza pero en este caso la mayor importancia la asume el texto periodístico.

El mayor número de los autores de las fotografías son hombres, igual que ocurre con los textos periodísticos. El 39,8 % son hombres y el 9,3 % son mujeres, una diferencia significativa que hace reflexionar si las mujeres encuentran más dificultades para acceder a la profesión de fotoperiodista.

El Partido Popular es el partido político más representado en las fotografías y la institución más representada es la Junta de Castilla y León.

Los fotógrafos utilizan mayoritariamente el ángulo normal, el encuadre horizontal y muestra una connotación positiva.

Los fotógrafos utilizan mayoritariamente el ángulo normal en un 89,4 %, el encuadre horizontal, en un 47,2 % y muestra una connotación neutra, en un 50,9 %. Lo que se pretende, en este caso, es utilizar las herramientas periodísticas y los enfoques más objetivos posibles.

6. Conclusiones

A modo de resumen es posible establecer unas conclusiones que señalan la representación, evolución y percepción de la mujer política en las instituciones y en los diarios regionales digitales.

La primera cuestión importante que se pone de manifiesto en los medios digitales analizados, Diario de León, El Adelantado de Segovia y El Norte de Castilla, es que otorgan el mismo tratamiento informativo a las personalidades políticas independientemente de que pertenezcan al sexo masculino o femenino.

En España, en 2004 el Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero se compone del 50 % hombres y el 50 % de mujeres políticas. Es el primer Gobierno español que consigue la igualdad real efectiva. Actualmente, el Gobierno de Pedro Sánchez goza de un 45,45 % de mujeres y un 54,55 % de hombres.

En las Cortes de Castilla y León, desde la primera legislatura (1983-1987) han participado las mujeres políticas, es decir, de 84 procuradores que componían el Gobierno, tres de ellos eran mujeres. En las legislaturas IX (2015-2019) y X (2019-2022) el Gobierno está compuesto por el mismo número de hombres que de mujeres.

En la historia de la Junta de Castilla y León, el cargo de presidente siempre ha estado ocupado por hombres políticos. Las mujeres no han ocupado el cargo más alto de esta Institución en ninguna Legislatura. Pese a esto, en las legislaturas de 2007-2011 y 2011-2015 el 40 % de los consejeros son mujeres políticas. El resto de legislaturas no siguen una evolución positiva.

Respecto a los medios de comunicación, se puede afirmar que los días de la semana que publican con más frecuencia textos periodísticos incluidos en la muestra analizada, son los martes, un 20,40 % y los viernes, un 17,96 %.

El género periodístico más utilizado en los 245 textos analizados es la noticia en un 80,39 % seguido por la entrevista en un 10,21 % en campañas electorales de 2011 y 2015.

Se sigue priorizando la presencia de hombres frente a mujeres ya que si observamos las 166 fotografías analizadas el número de autores masculinos es mayor que el femenino, 39,8 % y 9,3 % respectivamente y lo mismo ocurre si observamos el sexo de los protagonistas de las imágenes, prevalecen los hombres, un 53,7 % frente a un 12,3 % de mujeres.

Con todos estos datos, podemos afirmar que la presencia de las mujeres políticas en los medios de comunicación está relacionada con la mayoritaria presencia mediática de los dos principales partidos políticos a nivel nacional y regional, PSOE y PP, frente a los datos relacionados con los partidos minoritarios.

Con estos datos, se refleja que la mujer política apenas tiene representación mediática, en respuesta a su menor protagonismo político, y las mujeres que aparecen lo hacen en relación a su cargo, a los temas que las ocupan y al partido que representan.

Semblanza de la autora

Cristina Álvarez García es doctoranda por la Universidad de Valladolid. Actualmente está trabajando en la finalización de su tesis doctoral. Sus líneas de investigación se centran principalmente en el estudio de la representación de la mujer política y de la violencia de género en los medios de comunicación digitales en España.

Referencias

Astelarra, J. (1990). *Participación política de las mujeres*. CIS.

Cabrera, A., Sánchez Calero, M^a L., Vinuesa Tejero, M^a L., & Abejón Mendoza, P. (2013). De la representación residual de las mujeres en el parlamento portugués al debate parlamentario de la Ley de Paridad (2001): representación mediática de las diputadas en el debate parlamentario. *Revista CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, (18), 205-221. https://doi.org/10.5209/REV_CIYC.2013.V18.41818

- Cruzado, A., & Ortiz de Zarate, A. (2008). *Feminismos e interculturalidad*. ArCiBel Editores.
- De Diego González, Á. (2008). *Las mujeres de la Transición*. Cortes Generales.
- Escribano, J. J. G., & Balibrea, L. F. (1999). Mujeres, hombres y participación política. *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (86), 307–329. <https://doi.org/10.2307/40184154>
- García, A., Gómez– Escalonilla, G., Torregrosa, JF., Rodríguez, R., & Santín, M. (2006). *Una aproximación a la representación y percepción de la mujer política* [ponencia], IX Congreso Internacional Ibercom. Universidad de Sevilla.
- González Encinar, J.J. (2002). Derechos y medios de comunicación. Hacia un cambio de paradigma. En M. Aragón Reyes, J. Jiménez Campo, J. J. Solozábal Echavarría y F. Murillo Ferrol. *La democracia constitucional. Estudios en homenaje al profesor Francisco Rubio Llorente* (pp. 593–606). Congreso de los Diputados.
- La Moncloa, (s/f). <https://www.lamoncloa.gob.es>
- Lemish, D., & Drob, G. (2002). *All the time his wife: portrayals of first ladies in the Israeli press*. *Parliamentary Affairs*, (55), 129–142. <https://doi.org/10.1093/parlij/55.1.129>
- Norris, P. (2002). Campaign communications. En L. Lawrance, R. G. Niemi & P. Norris, eds. *Comparing Democracies 2. New Challenges in the Study of Elections and Voting* (pp. 127–147). Sage.
- Palmer, B., & Simon, D. M. (2005). When Women Run Against Women: The Hidden Influence of Female Incumbents in Elections to the U.S. House of Representatives, 1956–2002. *Politics & Gender*, 1(01). <https://doi.org/10.1017/S1743923X05050026>
- Venegas, M. (2017). Coeducar las Relaciones Afectivosexuales para Promover la Igualdad Sexual y de Género y la Justicia Social. *Revista Internacional de Educación para la Justicia Social (RIEJS)*, 6(2), 13–28. <https://doi.org/10.15366/riejs2017.6.2.001>
- Sánchez, ML, Vinuesa, ML, & Abejón, P. (2013). Las mujeres políticas en España y su proyección en los medios de comunicación. *Razón y Palabra*, (83). http://www.razonypalabra.org.mx/N/N82/V82/01_SanchezVinuesaAbejon_V82.pdf
- Sodaro, M. J. (2010). *Política y ciencia política. Una introducción*. McGraw-Hill Interamericana.
- Vinuesa, M^a. L., Abejón, P., & Sánchez, M^a L. (2011). Mujeres y política: un binomio con baja representación. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (20), 127–145. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2011.120.07>

Revisores

Personas a las que debemos su labor de revisión en este número

Valeriano Piñeiro-Naval

Universidad de Salamanca, España

Victoria García Prieto

Universidad de Sevilla, España

Janaíne Kronbauer

Universidad Federal de Sta. Catarina, Brasil

Gibsy Lisie Soares Caporal

Universidad Federal de Sta. María, Brasil

María Verónica de Haro de San Mateo

Universidad de Murcia, España

José Vázquez González

Universidad de Sevilla, España

Gian Medina Palpa

Universidad Nacional del Centro del Perú, Perú

Samara Letícia Wobeto

Universidad Federal de Sta. María, Brasil

Vanessa Matos dos Santos

Universidad Sagrado Corazón, Brasil

José Antonio Peña Ramos

Universidad de Granada, España

Terezinha Silva

Universidad Federal de Sta. Catarina, Brasil

Mónica Bonilla-Del-Río

Universidad de Huelva, España

Natalia Neira Carrión

Universidad Complutense de Madrid, España

Ana Visiers Elizaincin

Universidad Villanueva, España

Joao Massarolo

Universidad Federal de San Carlos, Brasil

Aida Martori Muntsant

Universidad Autónoma de Cataluña, España

Antonella di cintio

Universidad de Huelva, España

Estefania Cestino Gonzalez

Universidad de Málaga, España

Manuel Blanco Pérez

Universidad de Sevilla, España

Isaac López Redondo

Universidad de Sevilla, España

María del Mar Ramírez Alvarado

Universidad de Sevilla, España

Jair Esquiaqui Buelvas

Universidad de Sevilla, España

Gibsy Lisie Soares Caporal

Universidad Federal Santa María, Brasil

Francisco Cabezuelo -Lorenzo

Universidad Complutense de Madrid, España

Gema Alcolea Díaz

Universidad Rey Juan Carlos , España

ÁMBITOS

REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

