

# CAPÍTULO 1

## REDES SOCIALES Y DISCAPACIDAD

Aránzazu Román San Miguel<sup>1</sup>

*Universidad de Sevilla*

### 1.- INTRODUCCIÓN

Las redes sociales se convierten hoy en un arma poderosa al servicio de todos, independientemente de las limitaciones físicas de cada uno. Por fortuna, la red no puede detectar nuestras debilidades, ni nuestra personali-

---

<sup>1</sup> Doctora en Periodismo por la Universidad de Sevilla, con la tesis doctoral: Estrategias de Comunicación para ONGD. Modelos de Gestión Basados en la Creación y Desarrollo de Procesos Comunicativos. Además es experta en Comunicación Institucional y Marketing Político por la Universidad Hispalense. Imparte clases en la Facultad de Comunicación de esta Universidad desde 2005, siendo responsable de la docencia de asignaturas ligadas al Periodismo Especializado y la Producción Periodística. Ha publicado comunicaciones en numerosos congresos de ámbito nacional e internacional y ha participado en importantes investigaciones sobre la comunicación en el ámbito de las organizaciones sociales y las entidades locales. Actualmente coordina el Master en Periodismo Deportivo y el Máster Comunicación Institucional y Política de la Universidad de Sevilla, donde también es profesora, al tiempo que sigue impartiendo docencia en esta Universidad y preparando proyectos de investigación en el ámbito de la comunicación así como cursos de extensión Universitaria.

dad, ni nuestras limitaciones; todos tenemos alguna de estas. Por tanto, se convierten en grandes aliadas de personas con ciertas discapacidades que quieren integrarse en el ámbito laboral. Es por este motivo que las organizaciones que trabajan con este colectivo deberían integrar dentro de sus planes de comunicación el desarrollo de páginas webs y redes sociales en pro, por un lado de una mejor relación con sus usuarios y, por otro, para que los usuarios se familiaricen con estos entornos que tanto bien les pueden hacer para integrarse en el ámbito social y laboral.

Como expone Maribel Moya en un artículo de opinión publicado en la web [compromisorse.com](http://compromisorse.com), “La gran mayoría de asociaciones, por ejemplo, todavía carecen de página web o un sistema informático eficiente, motivo por el cual se coarta la forma en la que los usuarios podemos disponer de la información de ésta; o de lo que quieren transmitir a las personas o empresas a las que reclaman su apoyo, con la consecuencia de que merman sus posibilidades de éxito y de abrirse al mercado para ésta y sus asociados”. (Moya, Maribel)

## **2.- LAS REDES SOCIALES HOY**

Según el IV Estudio Anual Redes Sociales realizado por IAB y Elogia, la penetración en redes sociales está alcanzando su madurez. Casi 8 de cada 10 internautas de entre 18 y 55 años utilizan redes sociales. Según este mismo estudio el “79% de los internautas utilizan las redes sociales y esta evolución sigue creciendo respecto años anteriores (+5% vs 2011), pero ya en menor medida,

por tanto estamos entrando en fase de madurez” (Estudio IAB, 2013). En cuanto al uso que los usuarios hacen de las redes sociales, este estudio afirma que la mayoría tiene una actitud de espectador o para intercambiar mensajes privados o públicos/ chatear. El generar contenidos está aún en segundo nivel. De hecho, para fines laborales o estudio solo el 10% dice usarlas muy frecuentemente y el 17% con bastante frecuencia. Por otro lado destaca que la omnipresencia de Facebook sigue siendo una constante. Twitter y LinkedIn sigue con altos crecimientos. “Además **Facebook** es **conocida** por casi la totalidad de los usuarios de redes. **Twitter, LinkedIn y Google+** han **aumentado** progresivamente su conocimiento a través de los años”. En este mismo sentido se asegura en el estudio que “**Facebook** es la red social que tiene mayor dedicación de tiempo tanto en visitas al mes como horas dedicadas, seguida por **Twitter y Youtube**”. Facebook es usada por el 20% de los encuestados, quizá un porcentaje algo bajo, para las posibilidades que ofrece la plataforma.

En cuanto al uso de las redes sociales por los adolescentes, entre 14 y 17 años, los universitarios del futuro, este estudio afirma que la penetración de redes sociales aumenta en este tramo de edad y sólo un 7% afirma no ser usuario de alguna red. De hecho el 97% de los encuestados conoce Facebook y en el mismo porcentaje de conocimiento se sitúa Twitter, aunque Facebook es usada por el 85% de los encuestados mientras que Twitter sólo la usa el 55%. De hecho, Facebook se sitúa como la segunda red favorita de los jóvenes y Twitter como la tercera, por

delante está Tuenti, una red claramente de uso adolescente para las relaciones sociales.

### **3.- EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN ANDALUCÍA**

El 22 de marzo de 2010, la edición digital del Diario de Córdoba se hacía eco de una encuesta realizada por el portal Yahoo en la que se aseguraba que “el uso de las redes sociales en internet ha aumentado sensiblemente entre los andaluces al haber pasado de utilizarlas a diario un 7,9 por ciento hace cinco años a un 30,9 por ciento de los internautas actualmente (...) (EFE, 2010).

Según este mismo estudio, el 35'3% de los usuarios andaluces afirma llevar más de diez años usando Internet, siendo el correo electrónico y los buscadores los servicios más demandados por los andaluces, utilizados a diario por el 71'2% y el 70'5% de la población, respectivamente.

Con respecto al lugar de acceso a estas nuevas tecnologías, el 76'3% de los andaluces prefiere conectarse a Internet en el hogar. No obstante, el 15'1% prefiere hacerlo desde su puesto de trabajo, y solo el 5% de la población andaluza utiliza los denominados cibercafés. Sin embargo, los datos apuntan que los centros académicos son irrelevantes en la actualidad, ya que ninguno de los usuarios andaluces se conecta desde el colegio y/o la universidad.

Según la encuesta del portal Yahoo, Andalucía es la comunidad autónoma donde menos usuarios leen a diario las noticias “on-line” (un 64,7%), frente a los canarios, que son quienes más las leen (un 71,7%).

Con respecto al uso del messenger, los datos apuntan que el 50'4% de la población andaluza usa esta herramienta todos los días, ocupando la segunda posición en este ranking, adelantada únicamente por los usuarios de Canarias, donde tres de cada cinco usan este servicio con una periodicidad diaria. Los resultados de esta encuesta también señalan que un 10,8% de los encuestados usan internet en el móvil a diario.

Por otro lado, de una encuesta publicada en el portal [www.slideshare.net](http://www.slideshare.net), se deduce que el 45% de los andaluces percibe a las redes sociales como el medio más divertido y el 35% como el medio más actual. El 27% de los andaluces participan en juegos on-line y el 20% participa en concursos y sorteos.

Con respecto a las relaciones en las redes sociales, el 68% de los andaluces las mantiene con antiguos amigos, el 34% con compañeros de trabajo y el 20% con desconocidos, ocupando en este último caso la primera posición en relación al resto de comunidades autónomas (Elogia Ipsofacto, 2009).

Según otra encuesta publicada en este mismo portal, el 73'4% de los andaluces ha utilizado en alguna ocasión una red social. Andalucía, Aragón y Navarra son las Comunidades Autónomas donde los internautas afirman haber reducido más el consumo de televisión con el uso de Internet con porcentajes superiores al 70%, concretamente en Andalucía el 79'3% lidera el ranking. El 57'4% de los andaluces internautas señala que ha reducido el consumo de prensa en papel.

La penetración de Facebook es superior a Tuenti en todas las Comunidades Autónomas entre los internautas encuestados residentes en España. Concretamente en Andalucía, Facebook (58'6%), Tuenti (30%), Twitter (13'9%) (Red de Blogs, Ocio, Network, S.L., 2009).

Por su parte, el Estudios de Hábitos de Internet elaborado por segundo año consecutivo por la red de blogs Ocio Network y que ha recogido datos de 1.875 internautas ha aportado importantes conclusiones en cuanto al uso de las redes sociales en Andalucía. Si en 2009, era el 73% de los andaluces los que afirmaban usar alguna red social, en 2010, el porcentaje asciende al 84% de los encuestados andaluces. En cuanto a las redes sociales, Facebook y Tuenti son utilizadas por el 73% y el 51% de los andaluces encuestados, respectivamente. Finalmente, el 25% de los andaluces encuestados han afirmado tener una cuenta abierta en Twitter (Cibersur.com, 2011).

Por último, según el Instituto Nacional de Estadística, los adolescentes andaluces con acceso a Internet con edades comprendidas entre los 10 y los 15 años, que en Andalucía suman 512.000, no conocen a las personas con las que contactan a través de las redes sociales. (Alhama Comunicación, 2012).

Según Danba, "en Andalucía, el 68,4% de los internautas adolescentes accede a diario a las redes sociales, un porcentaje dos veces mayor que hace tres años (28,6%). Los usuarios de Tuenti suponen, en esa franja de edad, un total del 44 %, YouTube el 19% y Facebook el

8%”, siendo éstas tres las redes sociales más usadas en Andalucía. (Alhama Comunicación, 2012).

Con respecto a las páginas visitadas por los jóvenes andaluces, estos no suelen visitar páginas relacionadas con contenidos infantiles. Solamente son consumidas por algo más del 1%. Por el contrario, la mayor parte del tiempo de navegación lo destinan a participar en las redes sociales o a ver vídeos en la red, con una participación que asciende al 65 y al 15%, respectivamente. Un 10% del tiempo de navegación es destinado a buscar en Google, por lo que solamente queda un 10% para otros temas. (Alhama Comunicación, 2012).

#### **4.- REDES SOCIALES Y DISCAPACIDAD**

En este tipo de estudios, evidentemente, no se distingue entre personas con o sin discapacidad, pues como dijimos al principio en la red esto carece de importancia.

Ya en 2005 Benavides apuntaba en este sentido de la importancia de Internet para la integración cuando concluía, en un estudio realizado sobre la presencia de la discapacidad en los medios de comunicación, lo siguiente “El discurso emergente, por el contrario, viene apoyado por los nuevos medios (como, por ejemplo, Internet), donde la comunicación y la información se circunscriben y definen en torno a los espacios interactivos, donde el emisor y el receptor confluyen en una casi absoluta igualdad de condiciones”. (Benavides, 2005).

En la Jornada del Comité de Medios y Discapacidad organizada por Fundación ONCE con el objetivo de abor-

dar la mejora de la imagen pública de las personas con discapacidad en los medios de comunicación, celebrada el mes de junio de 2013, Fernando González Urbaneja, apuntaba que, en el contexto económico actual, “los medios tienen la responsabilidad de advertir de las zonas de opacidad y desinterés social”, puesto que, en época de crisis “los colectivos más desfavorecidos son los que peor lo pasan”. (Redacción, 2013)

Ante esta realidad, las redes sociales se convierten en un sector con un gran potencial para todos los ciudadanos para acceder a la información, como pilar básico para la inserción en el ámbito laboral. Ya existen proyectos muy alentadores en este sentido, por ejemplo el llevado a cabo por varios investigadores del Centro de Investigación y Atención Lingüística de la Universidad de Los Andes en Colombia, cuyo objetivo es “buscar las herramientas tecnológicas necesarias para ponerlas al servicio de los sujetos con discapacidad para facilitar su comunicación con el entorno”. (Mora, E., Rojas, N., Martínez, H. y Pietrose-moli, L.: 2008) En este proyecto están trabajando con ingenieros que están elaborando un software evaluativo con la finalidad de permitir a una persona con grandes discapacidades motores poder ser evaluado a partir de un test que responde preguntas de selección múltiple con un solo click. Así mismo, se está llevando a cabo la creación de un guante con sensor de movimiento que facilitaría el uso del ratón del ordenador a personas con dificultades motoras importantes.



## 5.- CONCLUSIONES

Si tenemos en cuenta el impacto de las redes sociales en la sociedad actual, tanto a nivel global como local, la discapacidad no puede quedar al margen de esta realidad. La integración se logra gracias a la igualdad de oportunidades y, si la ciencia hace posible esta igualdad de posibilidades, la sociedad debe asumirlo y hacerlo posible. Por tanto, debemos hacer un llamamiento a las organizaciones que trabajan en pro de la igualdad de oportunidades para que se unan a las redes sociales, las usen, incluso las exploten, en pro de la igualdad de oportunidades para quienes tienen cualquier tipo de limitación sea esta física o psíquica. Porque, como dijimos al principio la red no es capaz de juzgar al otro por su aspecto sino por su capacidad de adaptación y ésta, gracias a las redes sociales e internet, puede ser plena para todos.

## 6.- BIBLIOGRAFÍA

ALHAMA COMUNICACIÓN (2012): "Redes sociales en Andalucía. Alhama Comunicación". Disponible en: <http://alhama.com/digital/medios/noticias-medios/-5998-redes-sociales-en-andalucia>. Consultado el día 10 de mayo de 2012.

Benavides Delgado, Juan (2005): "Medios y Discapacidad. La presencia de la discapacidad en los medios de comunicación". Telos. Enero-Marzo 2005. N° 62. Segunda Época. Disponible en <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/experienciasimpri-mible.asp?idarticulo=1&rev=62.htm>

CIBERSUR.COM (21/02/2011): "Aumenta el uso de las redes sociales en Andalucía". Disponible en: <http://www.cibersur.com/idi/007323/aumenta/redes-sociales/andalucia>. Consultado el 11 de mayo de 2012.

DIARIO DE CÓRDOBA (22/03/2010): "El uso de las redes sociales aumenta del 8% al 31% entre los andaluces usuarios de Internet. EFE". Disponible en: <http://www.diariocordoba.com/noticias/noticia.asp?pkid=548231> Consultado el día 11 de abril de 2010.

IV Estudio Anual Redes Sociales, en [http://www.iab-spain.net/wp-content/uploads/downloads/2013/01/IV-estudio-anual-RRSS\\_reducida.pdf](http://www.iab-spain.net/wp-content/uploads/downloads/2013/01/IV-estudio-anual-RRSS_reducida.pdf) Consultado el 15 de septiembre de 2013.

Mora, Elsa; Rojas, Nelson; Martínez Matos, Hernán y G. de Pietrosevoli, Lourdes (2008): "Discapacidad y comunicación: una propuesta de desarrollo", Lengua y Habla. Revista del Centro de Investigación y Atención Lingüística C.I.A.L.

Moya, Maribel: "Empleo y discapacidad en tiempos de crisis". Compromiso RSE. Disponible en <http://www.compromisorse.com/opinion/sales-manager/disjobcom/maribel-moya/empleo-y-discapacidad-en-epoca-de-crisis/>

Redacción: "La discapacidad está infrarrepresentada en los medios". Compromiso RSE. Disponible en: <http://www.compromisorse.com/rse/2013/06/03/la-discapacidad-esta-infrarrepresentada-en-los-medios/>

SLIDESHARE.NET (2009): "Estudio de Hábitos en Internet. Información". Consumo de Medios y Redes Socia-

les. Encuesta realizada por Red de Blogs, Ocio, Network, S.L. Disponible en: <http://www.slideshare.net/alejandro-suarez.es/redes-sociales-en-espaa>. Consultado el día 10 de abril de 2010.

SLIDESHARE.NET' (2009): Estudio sobre redes sociales en Internet. Elogia Ipsofacto. Disponible en: [http://www.slideshare.net/IAB\\_Spain/informe-sobre-redes-sociales-en-espaa](http://www.slideshare.net/IAB_Spain/informe-sobre-redes-sociales-en-espaa) Consultado el día 10 de abril de 2010.

