

Inclusión Digital: Diseño de Redes Sociales, Accesibilidad y Participación

Digital Inclusion: Design of Social Networks, Accessibility, and Participation

Silvia Andrea Cristian Ladaga
Universitat de Barcelona, Barcelona, España

Luz María Rangel Alanís
Universidad Internacional de La Rioja, Logroño, España

Resumen

Este estudio examina la influencia del diseño en las redes sociales en relación con la experiencia y la interacción de personas con discapacidad. Se enmarca en las regulaciones de la Unión Europea y las recomendaciones W3C-WCAG. El texto avanza sobre la fase 1 y anticipa la fase 3, relacionadas con la revisión del estado del arte, cuestionarios a personas con discapacidad, primera codificación abierta y categorías emergentes como parte de una investigación mayor que incluye análisis de usabilidad, revisión de diseños y entrevistas semiestructuradas. Los resultados confirman la importancia de un enfoque inclusivo en el diseño de contenidos de redes sociales, no solo para cumplir con estándares legales y metas de desarrollo sostenible, sino también para mejorar la experiencia y la participación, y beneficiar a todas las personas.

Palabras clave

Inclusión digital, redes sociales, accesibilidad digital, participación

1. Introducción

Tal como pensaba Tim Berners-Lee, padre de la World Wide Web, y como lo declara el World Wide Web Consortium en su web (<https://www.w3.org/>) el poder de la web está en su universalidad. Desde la primera comunicación que usó el protocolo HTTP, el avance de la tecnología continúa a ritmo acelerado. Por ello, una de las prioridades de este trabajo es conocer y analizar cómo se lleva a cabo la experiencia de usuario. Así, se propone comprender los modos de interacción entre ellos y las interfaces digitales en pos de mejorar la participación de todas las personas, en particular la de aquellas con discapacidad. Analizaremos estas interacciones en los casos de las redes sociales (RRSS).

Las redes sociales se han convertido en el foco de las audiencias activas en lo que ahora se conoce como la sociedad del entretenimiento. Para poder vivir esta experiencia mediática es necesario contar con competencias digitales, ya que esta forma de comunicación implica adquirir una alfabetización mediática —sea formal o informal— mediante el uso de herramientas que ayudan en la creación de contenidos posibles de ser compartidos en una plataforma mediante un dispositivo digital inteligente (Ferrés i Prats *et al*, 2015). Aunque existen diversos modelos de educación mediática, nos interesa el de Divina Frau-Meigs (2014), p. 67 ya que introduce el término *transalfabetización* para referirse a un conjunto de metacompetencias que, de acuerdo con la visión europea, se centra en los derechos humanos y la ciudadanía. Apunta a formar ciudadanos más responsables y con valores —más allá del enfoque tecnológico— pues la educación e información los hace más comprensivos, críticos y creativos, lo que les da poder para realizar cambios de bienestar profundo y social.

Por otro lado, es importante retomar una idea del trabajo de Javier Lozano (2017, p. 930) ya que señala que —a partir de los datos de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC, 2016)—, la búsqueda y exploración de información es tan importante como la interacción entre espectadores y la producción o edición de contenido. Esto es relevante porque, desde el punto de vista de la inclusión, el abanico de personas con discapacidad que participa en este estudio inicia en 18 años y llega a más de 65. Las competencias digitales de una persona se pueden medir en función de su rango de edad, de los dispositivos que utiliza y la edición o producción de contenidos (p. 936).

1.1 Comunicación accesible

Para que la comunicación sea considerada accesible deben relacionarse elementos como: la persona, los contenidos, los dispositivos, los reproductores, las plataformas y la interacción, sumando a su vez servicios y ámbitos de accesibilidad (Orero, 2022).

En el contexto académico, las redes sociales se estudian desde diversas disciplinas, como la sociología, la psicología, la comunicación, la informática o la antropología. Se exploran tanto las dinámicas sociales *online* y *offline*, y el modo en que estas relaciones influyen en la difusión de información, el desarrollo de comunidades, la toma de decisiones y otros aspectos relacionados con la interacción de las personas en el entorno digital. Como sabemos, las redes sociales están compuestas por nodos interconectados (individuos u organizaciones) que conforman una estructura social (relaciones) que facilitan la comunicación, la interacción y el intercambio de información, recursos o intereses comunes. Estas relaciones pueden ser de diversa naturaleza, como amistad, colaboración profesional, intereses compartidos, entre otras (Ladaga, 2023).

Las principales redes sociales a nivel global generalmente están disponibles en múltiples idiomas y facilitan la interconexión de usuarios, sin verse limitados por fronteras geográficas, políticas o económicas. En la actualidad, la cantidad de usuarios que usan con regularidad las redes sociales se acerca a 4.500 millones. Aquellas que cuentan con mayor número de usuarios activos son: Facebook (2958 millones), YouTube (2514 millones), WhatsApp e Instagram (con 2000 millones cada una), TikTok (1051 millones), Snapchat (635 millones), Twitter (556 millones), entre otras (We are Social *et al.*, 2023).

Las razones para utilizar RRSS son diversas: desde mantenerse informado en tiempo real, compartir fotografías de la vida personal, buscar oportunidades laborales, participar de comunidades temáticas, ideológicas, profesionales o académicas y suscribirse a juegos en plataformas en línea. Hoy en día, la variedad de redes sociales es tan extensa que se adapta a los intereses y necesidades de una amplia diversidad de perfiles de usuarios. A pesar de ello, no todas siguen las recomendaciones técnicas de accesibilidad digital y, las que lo hacen, no aplican al 100% sus posibilidades, lo que genera una barrera de acceso a los interesados o una pérdida de usuarios con ello.

En resumen, entendemos que las RRSS son un buen objeto de estudio para comprender cómo las relaciones humanas se manifiestan y evolucionan en el mundo digital y cómo influyen en la sociedad y la cultura contemporánea.

1.2 Redes sociales accesibles

Las redes sociales accesibles refieren a considerar de qué manera compartir los contenidos en estas plataformas para que también puedan ser percibidas y operadas por personas con discapacidades crónicas, temporarias o situacionales; para garantizarles que puedan acceder, interaccionar y participar en estas.

Actualmente, las interfaces de las redes sociales aspiran a ser diseñadas para ser percibidas por tecnologías de asistencia utilizadas por las personas con discapacidad (lectores de pantalla, licornios, mouses magnificados, ergonómicos o con pulsadores, etcétera). Esto debe incluir etiquetas adecuadas para imágenes, estructuras de contenido coherentes y navegación simplificada, entre otras características. Del mismo modo, permiten a los usuarios la adaptación del contenido multimedia (por ejemplo, ajustar la velocidad de reproducción de videos y audio). Algunas características que ofrecen la RRSS más conocidas son:

- X (Twitter): posibilidad de describir imágenes, soporte para lectores de pantalla y opciones de contraste.
- Facebook: implementa descripciones de imágenes y subtítulos automáticos en videos.
- LinkedIn: describir imágenes, contraste y compatibilidad con lectores de pantalla.
- Instagram: introduce etiquetas alternativas y descripciones de imágenes, opciones de contraste de pantalla.
- YouTube: permite la adición manual o automática de subtítulos y ofrece herramientas para descripciones de videos.

Por lo cual, tener presentes las recomendaciones de diseño accesible y poder operar en la digitalidad con autonomía, no solo implica a instituciones o empresas, sino a todos quienes intervenimos como productores en la Red.

A continuación, se presenta una clasificación básica de redes sociales (Ladaga, 2023):

- Redes sociales generales, de relaciones o horizontales: se dirigen a un público amplio y diverso. Su temática no es específica y permiten a los usuarios vincularse con amigos, familiares y profesionales. El objetivo es conectar con otras personas, es decir la interacción social, compartiendo actualizaciones de estado, fotos, videos y mensajes con una amplia gama de contactos. Por ejemplo, Facebook, Twitter.
- Redes sociales profesionales: orientadas a usuarios que buscan construir relaciones profesionales, conexiones laborales, enviar currículums, oportunidades de carrera. La temática principal gira en torno a las relaciones y actividades profesionales. Por ejemplo, LinkedIn, Xing.
- Redes sociales temáticas específicas o de nicho: están diseñadas en torno a intereses particulares o afines a temas concretos, como la lectura, el deporte, el diseño o los viajes. Por ejemplo, TripAdvisor, Behance o DeviantArt.
- Redes sociales de entretenimiento: en ellas el objetivo principal es consumir, pero también circular contenido. Las más conocidas son YouTube (plataforma de distribución de vídeos); Pinterest, imágenes de contenido muy variado; TikTok, red social asiática que se basa en compartir cortos clips musicales.
- Mensajería instantánea: estos casos no son específicamente RRSS ya que se enfocan en la comunicación directa, donde los contactos son personales y de individuo a individuo. Sin embargo, a la fecha se han introducido modalidades de grupos, en los que se da acceso previamente o se solicita acceso. Estos mensajes empiezan a circular como red social, generalmente agrupados por temática. La acción principal es la conversación y la interacción personal o en grupos a través de mensajes de texto, llamadas de voz o video, y compartir contenido multimedia. Ejemplos: WhatsApp, Telegram, Discord.

Cada tipo de red social tiene su propio propósito y enfoque, lo que permite a las personas conectarse, comunicarse y compartir contenido de una manera específica. La accesibilidad en RRSS no solo es una cuestión de cumplir con las regulaciones, sino que también es una práctica ética que mejora la experiencia de todas las personas en comunicación e interacción.

1.3 Seguridad y accesibilidad

No hay duda de que las RRSS son un motor de opinión, donde hay un efecto de inmediatez y creación de debate, en el que también encontramos un cambio de una audiencia tradicional a una social y creativa (Deltell, 2014). Por eso, es necesario un marco normativo de la accesibilidad digital que proteja a las personas y preserve su autonomía y sus derechos para una participación plena y efectiva. Todos tenemos derecho a participar con autonomía y seguridad en un ambiente de bienestar digital.

Los fundamentos para esos derechos se marcaron en la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad en la Asamblea General de las Naciones Unidas (2006). En España, actualmente hay al menos tres normativas necesarias para cumplir con los requisitos de sitios web y apps: Real Decreto 1112/2018, Accesibilidad de sitios web y aplicaciones móviles; Directiva (UE) 2019/882, Requisitos de accesibilidad de productos y servicios; y la Ley Orgánica 3/2018, Protección de datos personales y garantía de los derechos digitales (LOPDGPDD).

La importancia de esta investigación –una vez realizadas todas las fases– radica en que se trabaja teniendo en consideración el proceso de crecimiento y desarrollo económico-social considerado por Shepherd (2012). Como indica los avances de la innovación no se pueden controlar, por eso es necesaria una estrategia tecnológica que contemple la adecuada administración sobre cómo se adquiere, administra y explotan los nuevos recursos tecnológicos (Shepherd, 2012). Más allá de la comunicación, el diseño y la inclusión, existe un marco legal y de gobierno que debe contemplar las herramientas y técnicas analíticas para el desarrollo e implementación de la estrategia tecnológica a nivel estado, y propone desarrollar: portafolio de tecnología, pronóstico de tecnología, gestión predictiva, evaluación de la tecnología y protección de la tecnología (p. 143).

Los resultados obtenidos en la investigación aportarán a cumplir con el último punto «protección de la tecnología» — en especial a los proveedores de productos y servicios— con los requisitos estipulados para garantizar la accesibilidad e interoperabilidad de

plataformas, y a su vez conservar el derecho a la privacidad de las personas, incluida la protección de datos.

2. Objetivos y metodología

2.1 Objetivos

El objetivo general de este estudio es indagar y analizar la experiencia de usuario en las redes sociales para comprender las limitaciones actuales que —ya sea a través del diseño o las interacciones— merman, restringen o inhabilitan la participación de personas con y sin discapacidad.

Objetivos secundarios

- Registrar los impedimentos técnicos más comunes presentes en los sistemas de redes sociales.
- Determinar si los obstáculos para la interacción se deben al diseño de las interfaces de las aplicaciones o a las intervenciones que las personas activan sobre ellas.
- Entender las problemáticas asociadas a la interacción de las personas con discapacidad en los procesos de comunicación digital en las redes sociales.
- Explorar cómo las limitaciones técnicas y de diseño en RRSS afectan emocional y socialmente a los usuarios con o sin discapacidad; y cómo pueden influir en la participación, la autoestima y las interacciones sociales en el entorno digital.

2.2 Metodología

El hecho que se estudia —ya expresado— es la accesibilidad digital en las RRSS, es decir cómo el diseño de estas genera accesos o barreras para la participación en la Red. Se trata de entender qué tanto se implementan los criterios y las recomendaciones técnicas que habilitan su uso a todas las personas de manera autónoma y autogestionada.

En este texto se expondrán —únicamente— los resultados de la Fase 1 de la investigación exploratoria relacionados con el acercamiento y entrada al estudio de campo, orientado específicamente a contactar a personas con discapacidades de España y LATAM, a priori

sin determinar rango etario, de manera que el enfoque se ajuste directamente al objetivo. Como premisa se considera que, si la navegación y la experiencia es positiva en estos casos, es aplicable a un público extenso. Se utilizarán, entonces, los resultados de los datos obtenidos como base, partida y contrastación de las siguientes fases de investigación.

Nos basamos en la metodología de la Teoría Fundamentada (*Grounded Theory*), desarrollada por Barney G. Glaser y Anselm L. Strauss (1967). Esta es una metodología cualitativa de investigación que permite que la teoría emerja directamente de los datos recopilados de los estudios de campo, utilizando el «método comparativo constante» durante todo el proceso. Este método implica comparar continuamente datos nuevos con datos existentes para identificar similitudes, diferencias y patrones emergentes.

En tal sentido, la metodología del proyecto, además de referenciarse con fuentes secundarias de información como investigación bibliográfica, estudios sobre experiencia de usuarios, usabilidad, accesibilidad digital, RRSS, discapacidad; y las normativas y regulaciones vigentes relacionadas con los parámetros de producción de diseño digital, se basa en los siguientes procedimientos de recopilación de datos:

- Fase 1. Consulta abierta por medio de formulario a través de RRSS personales.
- Fase 2. Entrevistas en profundidad a usuarios con discapacidad a través de muestreo no probabilístico bola de nieve.
- Fase 3. Codificación abierta identificando los conceptos claves y emergentes de las fases 1 y 2 sin imponer categorías predefinidas.
- Fase 4. Metodología Delphi con expertos diseñadores en accesibilidad digital
- Fase 5. Codificación abierta identificando los conceptos claves y emergentes de la fase 4 sin imponer categorías predefinidas y contrastación con fase 3.
- Fase 6. Codificación axial para organizar los datos en categorías más amplias en donde establecer relaciones y conexiones entre los emergentes anteriormente identificados.
- Fase 7. Selección teórica de los conceptos centrales para desarrollar una teoría provisional.

Posteriormente se considerarán fases subsiguientes para presentar una propuesta teórica en la cual se estructuren las conceptualizaciones y relaciones a las que se ha arribado.

Fases 1 y 3. Entendiendo que este trabajo expone la fase inicial de la investigación, se analizarán las respuestas de la fase 1 para determinar una primera codificación abierta que identifique los conceptos clave de esta consulta y definir así los primeros emergentes del estudio (avance sobre fase 3).

3. Trabajo de campo y análisis de datos

Como se expuso en el apartado 2.2 de esta comunicación, la entrada al campo implicó avanzar sobre la fase 1 de investigación. La circulación del formulario de consulta denominado: «Redes sociales: puentes y barreras¹» fue especialmente distribuido en redes de comunidades de personas con discapacidad: WhatsApp, Facebook y LinkedIn; y se lograron sintagmas *in vivo* para interpretar los primeros emergentes y codificaciones.

3.1. Fase 1: Consulta abierta por medio de formulario a través de RRSS personales

En esta fase se generó un instrumento cuestionario, elaborado en Google Forms y revisado por dos personas con discapacidad visual y la Fundación Dalat², quienes propusieron ajustes y preguntas específicas al considerar el grupo de consulta al que se orientó. Una vez dispuesta y testeada la versión final, se compartió el enlace en las redes sociales de las autoras durante treinta días, entre enero y principios de febrero de 2024. Dejamos expresado que la muestra no responde a criterios significativos estadísticos, sino cualitativos. Interesados en el estudio y que no presentaban discapacidad también contestaron el formulario, esto nos permitió sondear y contrastar algunos usos.

El cuestionario que se difundió consta de 22 preguntas (9 cerradas y 13 abiertas), dividido en tres secciones:

La primera sección presenta las tres primeras preguntas de tipo cerrado que corresponden

¹ Ver formulario en <https://forms.gle/dXji4fNdWc9mSStg9>

² Fundación Dalat, organización argentina sin fines de lucro que buscan generar y divulgar conocimiento en materia de accesibilidad digital, <https://www.linkedin.com/company/fundaciondalat/>

a determinar los perfiles sociodemográficos de edad, género y nivel de estudios; también la discapacidad de la persona y el tipo de tecnologías asistivas que emplea si correspondiese.

La segunda sección —también de preguntas cerradas—, indaga sobre el uso de RRSS: determinar cada una, su frecuencia de empleo y los dispositivos utilizados.

La tercera sección —preguntas del tipo abiertas— refiere a las preferencias y experiencias personales en la interacción con las redes sociales.

Las respuestas recibidas fueron de veintiocho voluntarios; entre las cuales el 39,3% eran personas con ceguera, el 25% con baja visión; 7,1% con discapacidad mixta, 3,6% con sordoceguera y un 25% de personas sin discapacidad declarada.

4. Resultados

A continuación, recogemos en las siguientes tablas los datos a detalle de quienes contestaron el cuestionario. Entendemos que es necesario para establecer la propuesta final teniendo en cuenta a la persona: la edad, el género o qué nivel de estudios declararon tener.

4.1 Las preguntas cerradas

Presentamos las tablas correspondientes a los resultados de las preguntas cerradas del formulario. Para ello utilizaremos la siguiente nomenclatura:

BV: persona con baja visión

C: persona con ceguera

DM: persona con discapacidad mixta

CS: persona con sordoceguera

NU: persona que no usa tecnología asistiva o sin discapacidad

Tabla 1. Tipos de discapacidad y educación

			Secundaria	Bachillerato	Universidad	Posgrado
18 a 24 años	Femenino	3	BV		SC	BV
	Masculino	2			BV - C	
25 a 34 años	Femenino	3				BV - C - NU
	Masculino	6	C		BV - C - C	C - NU
35 a 44 años	Femenino	2	C		DM	
	Masculino	3			C - C - C	
45 a 54 años	Femenino	1				NU
	Masculino	0				
55 a 64 años	Femenino	5		BV	NU - NU	BV - DM
	Masculino	1			NU	
	No se identifica	1			NU	
65 años o más	Femenino	0				
	Masculino	1			C	
		28				

De las 28 personas (100%) que respondieron el cuestionario, 75% tienen algún tipo de discapacidad y el 25% indica que no tienen discapacidad.

El 50% de las personas que contestaron son hombres, el 43,4% mujeres y solo un usuario no se identifica con ningún género. Este parámetro permitiría realizar lecturas sobre brecha de género a posteriori.

En cuanto a la edad, el 32,1% está en el rango de 25 a 34 años, seguido con 25% el rango de 55 a 64 años, con 17,9% se igualan los rangos de 18 a 24 años y 35 a 44 años y finalmente con un 3,6% también se igualan los rangos de 45 a 54 años y 65 años o más.

Sobre los niveles de educación, se advierte que el 53,6% tiene estudios universitarios (39,30% con discapacidad y 14,29% sin discapacidad), 32,1% tiene un posgrado (21,4% con discapacidad y 10,7% sin discapacidad), 10,7% tiene bachillerato y 3,6% secundaria, en ambos casos son personas con discapacidad. Es interesante considerar el alto nivel educativo evidenciado, lo que ya implica un emergente sobre la importancia de la circulación de contenidos digitales accesibles.

Tabla 2. Tecnologías de uso según discapacidad

			BV	C	DM	SC	NU
18 a 24 años	Femenino	3	Ampliación de pantalla. Alto contraste. Tobac. Lector de pantalla: VoiceOver, Jaws con línea de braille			Lector de pantalla, línea braille	
	Masculino	2	Modo Oscuro, Ampliación de pantalla.	Lector de pantalla, Be My Eyes, Seeing AI			
25 a 34 años	Femenino	3	Lector de pantalla: VoiceOver, Jaws.	Lector de pantalla			No usa
	Masculino	6	Nvda	Lector de pantalla: Jieshuo			No usa
35 a 44 años	Femenino	2		Lector de pantalla	No existen aún		
	Masculino	3		Nvda, Lector de pantalla			
45 a 54 años	Femenino	1					No usa
	Masculino	0					
55 a 64 años	Femenino	5	Google		Macrotipo. Lector de pantalla.		No usa
	Masculino	1					No usa
	No se identifica	1					Ampliación de pantalla
65 años o más	Femenino	0					
	Masculino	1		Lectores de pantalla (ordenador). Teléfono: Jaws, Nvda, VoiceOver			
		28					

En la tabla 2, se puede observar que las personas con discapacidad usan lector de pantalla, ampliación de pantalla o alto contraste. Aunque no se preguntó sobre el sistema operativo empleado, este dato seguramente sea de interés para programadores.

Una persona sin discapacidad comenta que usa «ampliación de pantalla», es decir, no es consciente que utiliza herramientas de apoyo. Pero esto nos indica que, a mayor edad, todos necesitamos usar ayudas para mejorar la interacción con los dispositivos.

Tabla 3. Comparativo uso de dispositivos para interacción en redes sociales

O – Ordenador . T – Tablet. TM – Teléfono móvil. W - Watch

			Uso general					Redes sociales				
			BV	C	DM	SC	NU	BV	C	DM	SC	NU
18 a 24 años	Femenino	3	O - TM				O - TM	TM			TM	
	Masculino	2	O - TM - T	O - TM				TM	O			
25 a 34 años	Femenino	3	TM	TM			O - TM	TM	TM			TM
	Masculino	6	O - TM - T	O - TM - T			O - TM	TM	O - TM			TM
35 a 44 años	Femenino	2		O - TM	O - TM - T				O	TM		
	Masculino	3		O - TM - T - W					O - TM			
45 a 54 años	Femenino	1					O - TM					TM
	Masculino	0										
55 a 64 años	Femenino	5	O - TM		T		O - TM	TM		T		TM
	Masculino	1					O - TM					TM
	No se identifica	1					TM - T					TM
65 años o más	Femenino	0										
	Masculino	1	O - TM						TM			
		28										

En esta muestra podemos inferir que, si la persona presenta una discapacidad mixta, usa la *tablet*, tanto para RRSS como para uso general.

El empleo del teléfono móvil para RRSS es generalizado. Se debe notar que, si la persona presenta ceguera, también se halla presente el uso del ordenador. Incluso en el rango de 35 a 44 años, *tablet* y *watch*.

Para uso general se utilizan diferentes dispositivos: ordenador a cualquier edad, *tablet* o incluso *watch* en los menores de 44 años y teléfono móvil para el resto de los segmentos etarios. Ver Consulta 1. En general se pueden obtener más información en las consultas detalladas más abajo.

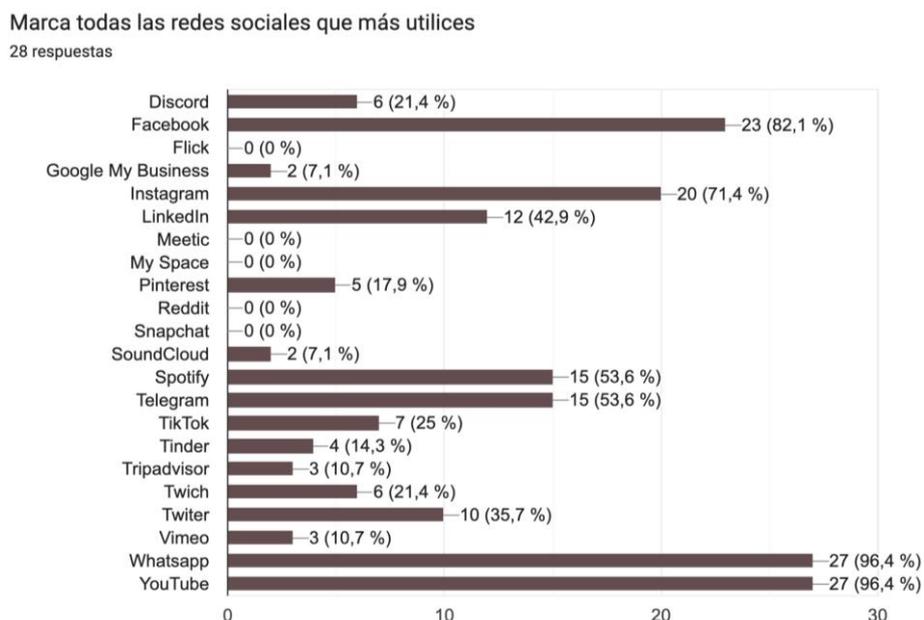


Figura 1. Redes sociales que utilizan la muestra. Fuente: Google Forms. Producción propia.

En la Figura 1, se muestran los datos extraídos directamente del formulario, en el cual vemos que las RRSS más usadas son: WhatsApp y YouTube (96,4%), seguida de Facebook (82,1%), Instagram (71,4%), Spotify y Telegram (53,6%).

Tabla 4. Uso de redes sociales según la discapacidad.

			WhatsApp	YouTube	Facebook	Instagram	Telegram	Spotify	LinkedIn	X	TikTok
18 a 24 años	F	3	BV - SC	BV - SC	BV	BV	BV	BV - SC		BV - SC	
	M	2	BV - C	BV - C	C	BV - C	C	C		C	C
25 a 34 años	F	3	BV - C - NU	BV - C - NU	BV - C - NU	BV - C - NU	BV - C - NU	BV - C	BV - C - NU	BV	NU
	M	6	BV - C - NU	BV - C - NU	BV - C - NU	BV - C - NU	C - NU	C - NU	NU	C - NU	C
35 a 44 años	F	2	C - DM - NU	C - DM - NU	C - DM - NU	C - DM - NU	C - DM	C - DM	C - DM - NU	C - DM	C - DM - NU
	M	3	C - NU	C - NU	C - NU	C - NU	C	C - NU	C - NU	C - NU	C
45 a 54 años	F	1	NU	NU	NU	NU		NU			
	M	0									
55 a 64 años	F	5	BV - DM - NU	BV - DM - NU	DM - NU	BV - DM	DM - NU	DM - NU	BV - DM		NU
	M	1		NU	NU			NU			
65 años o más	No	1	NU	NU	NU						
	F	0									
	M	1	C	C	C		C	C	C		
		28									

			Discord	Twitch	Tinder	Vimeo	Pinterest	SoundCloud	Tripadvisor	Google My Business
18 a 24 años	F	3		BV - SC					BV	
	M	2	BV - C	BV						
25 a 34 años	F	3				BV		NU		
	M	6	C	C	C - NU		NU	C		
35 a 44 años	F	2	DM		C - DM		DM - NU	NU	C - DM	
	M	3	C	C	C - NU	C	NU		C	
45 a 54 años	F	1								
	M	0								
55 a 64 años	F	5					BV - NU			BV
	M	1								NU
65 años o más	No	1								
	F	0								
	M	1								
		28								

Se presenta las redes sociales con las que interaccionan las personas con y sin discapacidad, así como la distribución en los rangos de etarios.

Todos los grupos (BV - C - DM - SC - NU), sin importar la edad, usan WhatsApp, YouTube y Spotify. En cambio, en X (antes Twitter) depende de la edad, los menores de 44 años la usan y los de más de 45 años no tienen interacción. Otro grupo, por ejemplo, en el caso de personas con sordoceguera, que tienen más dificultad de interacción; Facebook, Instagram y Telegram, no se mencionan.

Es relevante que, en el grupo Discapacidad Mixta, las mujeres en un rango de 35 a 44 años, interaccionan hasta con trece redes sociales; solo igualado por hombres con Ceguera dentro del mismo rango etario. Si cambia el rango de edad a uno mayor en DM, 55 a 64 años, entonces disminuye a la mitad el uso de RRSS.

Aunque la mayor actividad se da en hombre y mujeres de 25 a 44 años con y sin discapacidad. Se evidencia la importancia de segmentar y tener en cuenta la discapacidad que presentan las personas en el rango seleccionado.

Tabla 5. Frecuencia de uso de las redes sociales

			Más 6 veces por día	Más 4 veces por día	Hasta 4 veces por día	Hasta 2 veces por día	Hasta 3 veces a la semana	1 vez a la semana
18 a 24 años	Femenino	3	BV - SC	BV				
	Masculino	2			BV			C
25 a 34 años	Femenino	3	NU	C			BV	
	Masculino	6	BV - C - C - C	C - NU			C	
35 a 44 años	Femenino	2			DM	C		
	Masculino	3	C	C - C				
45 a 54 años	Femenino	1		NU				
	Masculino	0						
55 a 64 años	Femenino	5	DM	NU	BV - BV - NU			
	Masculino	1			NU			
	No se identifica	1				NU		
65 años o más	Femenino	0						
	Masculino	1			C			
		28						

La Tabla 5 muestra que la frecuencia de consulta, en la mayoría de las personas socialmente activas, es de al menos 4 veces al día para todas las edades.

En los casos que hay una menor consulta se debe considerar datos cruzados como la edad, el género, tipo de discapacidad, incluso el nivel de estudios.

4.2. Las preguntas abiertas

A continuación, aportamos los resultados de siete de las preguntas abiertas que hemos considerado con mayor riqueza de datos para este trabajo, al tener en cuenta la extensión estipulada. Para ello se ha realizado un análisis de contenido para detectar los sintagmas emergentes y posteriormente codificar en términos de la teoría fundamentada; la que aporta a la perspectiva analítica de este trabajo en el que «El valor de la metodología [...] radica en su capacidad, no solo de generar teoría, sino también de fundamentarla en los datos. Tanto la teoría como el análisis de los datos exigen interpretación, pero al menos se trata de una interpretación basada en una indagación que se realiza de manera sistemática» (Strauss & Corbin, 2002).

La identificación de las secuencias de mayor a menor motivo se basa en una interpretación cualitativa de los comentarios proporcionados, donde se observan las categorías temáticas recurrentes y su énfasis en el texto. El análisis se centró en la frecuencia y la relevancia aparente de las palabras clave relacionadas.

Para ejemplificar, una aproximación más cuantitativa, en la pregunta sobre el «principal motivo por el cuál utilizas RRSS», se generó una lista de las palabras clave, luego se realizó un recuento sobre el número de veces que aparecen en el texto:

Trabajo: 14 repeticiones;

Ocio: 12 repeticiones;

Educación: 7 repeticiones;

Socialización: 7 repeticiones;

Información: 5 repeticiones.

Estos números se obtienen contando las ocurrencias directas o relacionadas de las palabras clave asociadas con cada motivo de uso en el texto. Esta cuantificación es una aproximación basada en la frecuencia de palabras clave y no necesariamente refleja una medición exacta de la importancia relativa de cada motivo.

Consulta 1: ¿Cuál es el principal motivo por el que usas redes sociales?

De las respuestas recibidas generamos un orden secuencial de mayor a menor motivo de uso y fueron las siguientes:

Trabajo: mencionado como motivo principal de uso, ya sea para cuestiones laborales directas o para compartir actividades relacionadas con el trabajo y hobbies.

Ocio: utilización con fines de entretenimiento (ver videos, películas y escuchar música).

Educación: aparece como motivo de uso relevante, ya sea para aprendizaje personal, actividades educativas o la recopilación de información educativa.

Socialización: la conexión con familiares, amigos y personas con intereses similares para la comunicación y el intercambio.

Información: la búsqueda y obtención de información, tanto personal como profesional, se menciona como un motivo de uso, aunque aparece con menor frecuencia en comparación con los anteriores.

Consulta 2: De las redes sociales que utilizas ¿cuáles encuentras más accesibles y por qué?

Las redes más mencionadas fueron:

WhatsApp: señalada como una de las RRSS más accesibles, se distingue por su facilidad de acceso y compatibilidad con lectores de pantalla.

YouTube: especialmente por la facilidad de acceso a vídeos.

Facebook: mencionada como accesible por permitir subir fotos en historias y publicaciones con autonomía. Destacada por ser amigable y cómoda para usuarios de lectores de pantalla.

Twitter: considerada accesible, en especial con el fin de para conocer gente nueva y buscar publicaciones debido a su contenido textual; interfaz amigable con lectores de pantalla.

Instagram: nombrada con menor frecuencia que Facebook y YouTube, algunos usuarios lo encuentran fácil de usar y entender.

Para proporcionar un indicador común a partir de las respuestas, podemos generalizar y enunciar que la mayoría de las personas valoran la compatibilidad con lectores de pantalla como el motivo principal para considerar una red social más accesible; esto se refleja en las menciones específicas de WhatsApp, YouTube, Facebook, Twitter, y Discord. En consecuencia, la facilidad de uso para personas con discapacidades visuales parece ser un indicador global de accesibilidad en estas redes sociales.

La facilidad de uso y el etiquetado de botones se valora como un factor importante, aunque no se limita a un indicador específico. La idea general es que las personas encuentran más accesibles las redes sociales que tienen una interfaz simple de entender.

La valoración de contenido y funcionalidades específicas también es señalada. Por ejemplo, se menciona la molestia en el uso de *stickers* en WhatsApp, la falta de descripciones

automáticas precisas y la preocupación por no disfrutar completamente de ciertos contenidos multimedia debido a la falta de parámetros de accesibilidad.

Consulta 3: ¿Qué características de accesibilidad valoras más y son de tu mayor preferencia al utilizar redes sociales?

Las características de accesibilidad más valoradas en el uso de RRSS, en orden de mayor a menor recurrencia de mención, fueron las siguientes:

- Texto alternativo: característica esencial ya que los usuarios aprecian la capacidad de tener descripciones alternativas para imágenes y contenido visual;
- Audiodescripción: alta relevancia ya que proporciona información auditiva sobre lo que está sucediendo en la pantalla;
- Subtitulado: nombrado como útil, especialmente para videos en otros idiomas o para aquellos que prefieren consumir contenido con subtítulos o en situaciones de imposibilidad ambiental;
- Organización de la información: presentación organizada y clara de la información;
- Buscar por voz: característica destacada para la interacción, permite a los usuarios buscar y acceder a contenido mediante comandos de voz;
- Ampliación de texto y fotos: esta posibilidad se considera un factor valioso siempre que no afecte la funcionalidad de la aplicación o del sitio web;
- Corrección de texto: se comenta la importancia de contar con herramientas de corrección de texto para mejorar la precisión al escribir;
- Interfaces sencillas y teclas rápidas: la preferencia por interfaces simples y teclas rápidas sobresale como un elemento importante para facilitar la navegación;
- Encabezados, descripciones en los hipervínculos y títulos breves en los campos de formulario: características específicas de diseño y presentación de contenido mencionadas como útiles.

Consulta 4: ¿Cómo afecta tu discapacidad al modo en que interactúas en las redes sociales?

Hemos seleccionado algunas de las respuestas directas de las personas consultadas. Compartimos las siguientes por el efecto concreto de las mismas. En ellas se puede observar cómo las experiencias pueden cancelarse ante la falta de accesibilidad digital:

«Muchas veces quedo fuera de las conversaciones o pierdo información importante porque se comparte contenido digital sin accesibilización».

«La imposibilidad de ver fotos y de interactuar con funciones como los *stories* limita mi participación en ciertas plataformas».

«En redes donde predomina la imagen, como Instagram, la dificultad se intensifica, dificultando la búsqueda de información».

«[No accesibilidad] Restringe mi libertad y derecho a la información, limitando el acceso a nuevas herramientas de desarrollo profesional y personal».

«Tengo que esperar a que alguien me ayude para subir algo».

«No saber que pulso sobre los botones sin etiquetas y las fotos y el texto dentro de los videos».

«Es frustrante, a veces quieres enviar información o necesitas bajar información y no se puede. O se quiere saber de esa información ya sea para distraerte o para tener conocimientos generales de materias, libros, incluso la letra de una música en otro idioma, pero no se puede».

«No está diseñado para personas que necesitan bajo contraste, menos brillo, o no pueden procesar el ruido visual».

Los descriptores de frustración, imposibilidad, dificultad surgen como códigos «in vivo» de esta pregunta.

Consulta 5: ¿Qué tipo de contenido es al que más accedes o consumes en las redes sociales?

La prevalencia de ciertos contenidos en las redes sociales refleja una diversidad de intereses y consumos de los usuarios. Las noticias predominan ocupando el lugar de mayores menciones. Este dato sugiere que las personas buscan mantenerse informadas y actualizadas sobre los eventos de actualidad y muestran un interés constante por el flujo de información.

En segundo lugar, el ámbito educativo e informativo revela una inclinación hacia el aprendizaje y la adquisición de conocimientos. Las personas valoran los textos y la información educativa, y buscan enriquecerse intelectualmente a través de las redes sociales.

Los videos informativos y de entretenimiento ocupan el tercer lugar, lo que subraya la importancia del contenido visual en la experiencia de usuario. Esta preferencia por el formato de video indica una tendencia hacia el consumo de información multimedia.

El contenido variado y de índole personal refleja la naturaleza multifacética de las redes sociales. Los usuarios buscan compartir y consumir contenido que incluya experiencias, reflexiones y momentos de la vida cotidiana (rectas, salud, deportes, música, etcétera). Aparecen los contenidos relacionados con la profesión, que podrían interpretarse como contenidos personalizados.

Estos datos sugieren que las redes sociales sirven como un espacio donde la información, la educación, el entretenimiento y lo personal convergen, al ofrecer una experiencia completa y enriquecedora. La diversidad de preferencias subraya la importancia de un enfoque inclusivo para satisfacer las necesidades de los usuarios.

Consulta 6: ¿Crees que las redes sociales han tenido un impacto positivo en tu vida social y emocional? ¿De qué manera?

Al explorar las respuestas compartidas por diversos usuarios, emerge una gama de percepciones que dan forma a la influencia de estas plataformas en las interacciones humanas.

En primer lugar, se destaca la cercanía familiar como uno de los impactos más positivos de las redes sociales. La capacidad de mantenerse en contacto con familiares, incluso aquellos que no se ven a diario, ha fortalecido los lazos y trasciende distancias físicas.

Otro aspecto fundamental es la facilitación en el trabajo y la educación, la capacidad de conectar rápidamente con colegas y coordinar acciones ha llevado a una integración más fluida en entornos laborales y educativos. En el ámbito de las conexiones y relaciones personales, las redes sociales han servido como facilitadoras. Las personas han encontrado en estas plataformas la oportunidad de establecer nuevas relaciones y mantenerse conectados con amistades, lo que contribuye de manera positiva a su vida social: «si, aprendí

mucho con ellas. Y conocí a muchas personas que me ayudan y son mis amigos, socios, compañeros de trabajo».

La integración social, durante situaciones específicas como la pandemia, resalta otro aspecto positivo. Las redes sociales han sido un medio para contrarrestar el aislamiento, al permitir que las personas logren seguir conectadas con la sociedad y explorar nuevas formas de relación.

Los avances en accesibilidad se presentan como un impacto eficiente, en especial para las personas con discapacidad. Las RRSS han permitido acceder a libros, audiolibros y diversos contenidos que proporcionan recursos valiosos: «Si, gracias a redes como el WhatsApp y el Instagram conocí muchas personas en situación de discapacidad como yo, y organizaciones abocadas a la temática.»

Finalmente, se distingue la contribución de las RRSS a la generación de temas afines:

«Facilitan en buena parte mi trabajo, permitiéndome conectar rápidamente con muchas personas y coordinar acciones. También en lo personal, acercarme a quienes están más lejos. Sin embargo, el impacto no es totalmente positivo, ya que cuando estas plataformas cambian su configuración y no consideran a las personas con discapacidad sensorial, por ejemplo, la situación es frustrante.»

Si bien estas percepciones resaltan los aspectos positivos, también es crucial reconocer que algunas personas experimentan desafíos y limitaciones, como la ansiedad derivada de la falta de accesibilidad: «impacto positivo en cuanto al contenido al que puedo acceder. Negativo en cuanto a la ansiedad que produce no tener acceso a determinadas cosas por falta de accesibilidad».

Consulta 7: ¿Tienes alguna sugerencia para mejorar la accesibilidad de las redes sociales?

Las respuestas recolectadas para mejorar la accesibilidad en RRSS se desprenden de diversas propuestas que reflejan la diversidad de necesidades y expectativas.

En términos de presentación visual, se menciona la importancia del tamaño de letra y la posibilidad de ampliar el texto, como lo expresado: «tamaño de letra» y «que se pudiera ampliar el texto».

Además, la integración de la Inteligencia Artificial (IA) surge como una solución potencial para abordar los desafíos identificados como etiquetado adecuado o agregado de textos alternativos. Se releva entre las respuestas: «aprovechar el potencial de la IA para solventar los problemas identificados» o «que implementen la descripción de imágenes de manera automática». Asimismo, se destacó la importancia de alertas y recordatorios para describir imágenes, y la necesidad de evitar que las actualizaciones impacten negativamente en la accesibilidad: «Implementar alertas o recordatorios para describir imágenes». Se refiere la posibilidad de obligatoriedad de proporcionar descripciones al publicar contenido.

En el ámbito de la usabilidad, se valoran las interfaces sencillas y la posibilidad de diversificar los medios alternativos de uso: «hacer interfaces más sencillas y dar medios alternativos para usarlas». Además, se sugirió reemplazar ciertos elementos, como diálogos, botones contraíbles y expandibles.

La divulgación sobre la importancia del texto alternativo, subtítulos y descripciones en videos también fueron señaladas: «concientizar sobre el uso del texto alternativo, los subtítulos y la descripción en videos». Inclusión y aislamiento surgen como recurrentes *in vivo*: «pensar en nosotros y en cómo nos están aislando».

Investigar e identificar necesidades individuales y personalizar la experiencia de navegación quedó como destaque: «Levantar encuestas de uso para identificar las necesidades de cada usuario. Que es posible, claramente sí, ya que todas estas redes manejan a su real gusto una enorme base de datos y algoritmos».

Estas referencias evidencian la importancia de considerar la diversidad de necesidades para la interacción entre las personas al diseñar y mejorar las plataformas de RRSS.

5. Discusión y conclusiones

5.1 Discusión

En esta fase 1 de la investigación sobre la experiencia en redes sociales se exploraron diversas perspectivas y necesidades, haciendo foco en usuarios con diferentes discapacidades que utilizan o no tecnologías asistivas. En el análisis de respuestas surgieron hallazgos significativos sobre la complejidad de la interacción en entornos digitales.

La accesibilidad digital emerge como un tema crucial y se destaca la importancia de implementar mejoras que permitan una participación equitativa para todos. Personas con discapacidades visuales, auditivas y mixtas subrayan la necesidad de descripciones detalladas, subtítulos y una interfaz amigable operativa también con tecnologías asistivas.

En cuanto a preferencias de contenido, se identificaron áreas comunes de interés, como noticias, textos educativos, videos informativos y experiencias personales. La diversidad de preferencias enfatiza la necesidad de plataformas inclusivas que abarquen una amplia gama de contenidos.

La influencia positiva de las RRSS se manifestó a partir de beneficios como la cercanía familiar, el fortalecimiento de relaciones, la facilitación del trabajo y la educación. Sin embargo, también se señalaron desafíos, como la ansiedad relacionada con la falta de accesibilidad.

Los datos demográficos revelaron variaciones en la frecuencia de consulta según la edad, el género y la discapacidad. Los usuarios más jóvenes tienden a interactuar más durante el día, lo que subraya la importancia de estrategias diferenciadas para personalizar la experiencia.

Los datos resaltan que plataformas populares como WhatsApp, YouTube y Spotify son ampliamente utilizadas por todos los grupos; mientras que Facebook, Instagram y Telegram han experimentado pérdida de usuarios en ciertos segmentos. Se evidencia que la frecuencia de consulta varía según la edad y el género, aspecto que señala la necesidad de atender estos factores al diseñar estrategias universales.

Al sumergirnos en las respuestas proporcionadas por los usuarios, se descubre un panorama complejo y diverso en cuanto a cómo las RRSS impactan en la vida de las personas, especialmente de aquellas con discapacidades. A través de estas experiencias compartidas se da cuenta de la dualidad de estos espacios digitales, al ser tanto facilitadores como generadores de desafíos.

Acercar a las familias emerge como un aspecto positivo que permite conexiones más allá de las barreras físicas y fortalece vínculos. En el ámbito laboral y educativo, las redes sociales han demostrado ser herramientas valiosas, que agilizan la comunicación y amplían las posibilidades de aprendizaje.

Las preferencias de contenido revelan la diversidad de intereses, desde noticias y educación hasta contenido personal. Este mosaico refleja la multiplicidad de propósitos que las RRSS pueden cumplir, al abordar no solo necesidades informativas, sino también aspectos personales y sociales.

Sin embargo, estas plataformas no están exentas de impedimentos y la falta de accesibilidad se manifiesta como un desafío significativo que va desde la ansiedad generada por la inaccesibilidad hasta la exclusión de ciertas funciones que afectan la experiencia de los usuarios. Se pone de manifiesto cómo estas plataformas, aunque conectan a las personas, también imponen barreras que limitan su participación plena. La falta de descripciones en imágenes y la inaccesibilidad visual son obstáculos recurrentes y restringen el acceso a la información.

Las sugerencias y recomendaciones expresadas por los usuarios señalan la necesidad de un enfoque integral. Desde la implementación de descripciones automáticas en imágenes hasta la concientización sobre el uso del texto alternativo y los subtítulos, cada sugerencia apunta a una mayor inclusión. Los emergentes temáticos relacionados con esas recomendaciones podríamos listarlos de la siguiente manera: concientización, cumplimiento de estándares, promoción de la inclusión en el diseño, obligatoriedad de implementar la accesibilidad en las producciones, exploración de alternativas, informar sobre tecnologías para la inclusión (herramientas, aplicaciones o dispositivos).

La voz colectiva destaca la importancia de que estas plataformas se adapten y evolucionen junto con las necesidades cambiantes de sus usuarios. La participación de las personas con discapacidad se plantea como un elemento clave para superar barreras y garantizar un diseño inclusivo desde su concepción.

En resumen, las RRSS se presentan como herramientas de dos caras: fuente de conexión, información y enriquecimiento, pero también generadoras de desafíos para aquellos que enfrentan limitaciones de accesibilidad. La reflexión conjunta de estos dos parámetros evidencia la necesidad apremiante de mejorar la accesibilidad y la inclusión en las plataformas digitales.

5.2 Conclusiones

Las recomendaciones finales, extraídas de las respuestas, se centran en la concientización, el cumplimiento de estándares de accesibilidad, la colaboración activa con personas con discapacidad, la promoción de límites en el uso y la exploración de alternativas accesibles. Estas sugerencias apuntan a construir un entorno en línea que no solo conecte a las personas, sino que lo haga de manera accesible, inclusiva y enriquecedora para todos.

El análisis demográfico resalta que la mayoría tiene estudios universitarios, incluso de posgrado. La mayoría de los participantes con estos estudios y con discapacidad eran menores de 44 años, mientras que quienes no tenían discapacidad se distribuyen en rangos de 25 a 34 y de 55 a 64 años. Las personas con discapacidad usan lectores de pantalla, ampliación de pantalla y alto contraste, entre otros. Se destaca la importancia de considerar la diversidad demográfica y las distintas discapacidades al dirigirse a un público específico.

Si contrastamos con los datos de las respuestas cerradas, se revela una dinámica interesante en la interacción con las redes sociales. En su mayoría se prefiere el uso del teléfono móvil. Se resalta que las personas con ceguera o discapacidad mixta pueden preferir el uso de ordenador o *tablet* sobre el teléfono. En menores de 44 años se adiciona la *tablet* o *watch* para uso general.

En general, WhatsApp, YouTube y Facebook emergen como plataformas populares, utilizadas por todos los grupos, independientemente de la edad o discapacidad. Sin embargo, la complejidad de la interacción varía:

- Mujeres con sordoceguera, de 18 a 24 años, aunque enfrentan más dificultades, interaccionan hasta con cinco redes sociales y pueden consultarlas más de seis veces por día.
- Mujeres con discapacidad mixta, de 35 a 44 años, interaccionan hasta con trece redes sociales y las consultan hasta cuatro veces por día.
- Hombres con ceguera, de 35 a 44 años, interaccionan hasta con catorce redes sociales y consultan más de seis veces por día.
- Hombres sin discapacidad, de 25 a 34 años, interaccionan hasta con diez redes sociales y consultan más de cuatro veces por día.

Esta variabilidad subraya la necesidad de comprender los hábitos y preferencias específicas de cada segmento demográfico, lo que se traduce en la posibilidad de personalización tanto de contenido como de accesibilidad. En un diseño inclusivo, se busca crear experiencias que eficientes para los usuarios, independientemente de su edad, género o condición de discapacidad; para esto los criterios de las WCAG³-W3C y del Diseño Universal (DU) aportan a las condiciones de producción accesible.

En resumen, considerar la diversidad y posibilitar la personalización permitirá no solo ampliar el alcance, sino también mejorar la experiencia para todos los usuarios.

A partir de estos resultados, se implementó un sistema de codificación abierta párrafo a párrafo –nombres, verbos o adjetivos– para localizar núcleos de sentido. El analista puede nombrarlos a partir de su imagen o significado evocativo. También pueden considerarse directamente las palabras utilizadas en el formulario, en ese caso se denominan “códigos in vivo” (Strauss & Corbin, 2002). De este análisis preliminar surgen las siguientes categorías emergentes:

³ Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) <https://www.w3.org/TR/WCAG21/>

Bienestar digital: relacionado con la tempodependencia, ansiedad y estresores, distractores.

Accesibilidad: relacionado con la aplicación, cumplimiento de normativas y participación de todas las personas.

Preferencias de contenido: relacionado con intereses de consumo e intervención particulares.

Preferencias de uso: relacionado con las frecuencias, comportamientos y estrategias por grupos etarios.

Hasta ahora, hemos avanzado significativamente en la fase 1 y avanzado en una primera codificación abierta (fase 3 de la investigación), centradas en comprender la experiencia del usuario en las RRSS, especialmente en relación con la accesibilidad y la participación de personas con discapacidad.

En tal sentido, reconocemos limitaciones técnicas comunes en las RRSS centradas en la accesibilidad y el diseño de interfaces. Diferenciamos entre obstáculos de diseño y adaptaciones o ajustes personales para entender mejor las fuentes de dificultades. Comprendimos problemáticas asociadas a la interacción, explorando aspectos vinculados con la accesibilidad y la participación. Asimismo, iniciamos la exploración del impacto emocional y social de las limitaciones técnicas y de diseño en usuarios con discapacidad. Categorizamos respuestas de usuarios determinando patrones en preferencias de contenido, limitaciones y sugerencias de mejora. Por último, avanzamos en la identificación de códigos *in vivo* y palabras clave, lo que sienta las bases para el análisis, generación de categorías emergentes y la continuidad de las siguientes fases de investigación.

6. Referencias

AIMC. [Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación](#). (2016). *18º Navegantes en la Red*.

Ferrés i Prats J. y Masanet, M. J. (2015). A vueltas con la educación mediática. En J. Ferrés i Prats y J. M. Masanets (eds.), *La educación mediática en la universidad española* (pp. 13-29). Gedisa.

Frau-Meigs, D. (2014a). [Derechos humanos y educación mediática en la era ciberista](#). UNED.

Frau-Meigs, D. (2014b). [Transletramento: operar a transição digital e o domínio das culturas da informação](#). *Comunicação & Educação*, 19(2), 61-73.

Glaser, B.G. y Strauss, A.L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: strategies for qualitative research*. Aldine.

Ladaga, S. A. C. (2023). *Contenidos para Redes Sociales (RRSS) Asignatura Principios de Diseño Universal y Accesibilidad. Apuntes de clase. Máster Universitario en Educación, Comunicación y diseño*. Universidad de Barcelona.

Lozano Delmar, J., Herrero-Diz, P., Del toro, A. & Sánchez-Martín, M. (2017). Estudio de las competencias digitales en el espectador fan español. *Palabra Clave*, 20(4), 917-947. DOI: 10.5294/pacla.2017.20.4.4

Naciones Unidas. (s/f). [Orientaciones para el empleo de un lenguaje inclusivo en cuanto al género en español](#).

Orero, P. (2022). *La accesibilidad a los medios. Una oportunidad para la diversidad, la inclusión y la educación*. En Ladaga, S.A.C. y Rangel Alanís, L. (eds.), [Accesibilidad: comunicación y educación para todas las personas](#). LMI. (Colección Transmedia XXI).

Shepherd, C. et al. (2012). *Administración de la innovación*. Pearson Educación.

Strauss, A. L. & J. M. Corbin (2002). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Colección Contus. Editorial Universidad de Antioquía y SAGE Publications, Colombia.

We Are Social & DataReportal & Meltwater (2023). [Redes sociales con mayor número de usuarios activos a nivel mundial en enero de 2023](#) (en millones) [Gráfica]. In Statista.