

La percepción social de la discapacidad en Instagram.

Selediana De Souza Godinho y Adilton Cícero Nogueira da Silva.

Cita:

Selediana De Souza Godinho y Adilton Cícero Nogueira da Silva (Agosto, 2019). *La percepción social de la discapacidad en Instagram*. XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/nogueiradasilva/2>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/ph7n/qnv>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

LA PERCEPCIÓN SOCIAL DE LA DISCAPACIDAD EN INSTAGRAM

Selediana de Souza Godinho

Adilton Cícero Nogueira da Silva

Eje 6: Cultura, Significación, Comunicación, Identidades

Mesa 102: Tecnologías digitales, Comunicación y Sociedad.

UCA - Pontificia Universidad Católica Argentina "Santa María de los Buenos Aires"

E-mail: selegodinho@gmail.com; contato@ciceronogueira.com.br

Resumen

Esta ponencia analiza la visibilidad y receptividad de las personas con discapacidad en su rutina digital. Se utiliza el análisis de contenido visual y entrevistas en profundidad a 4 (cuatro) personas con discapacidad (Brasil y Argentina) en Instagram. La investigación toma como campo de observación al periodo de enero de 2018 a enero de 2019, con base a las variables de análisis: la imagen corporal de la persona con discapacidad retratada en fotografías, el comportamiento en las redes sociales, los mensajes sobre la discapacidad y la receptividad de sus seguidores. Se observa que los medios digitales visuales pueden ayudar en la percepción social de la discapacidad.

Palabras claves: Discapacidad; Instagram; Visibilidad Social

Introducción

En la actualidad se observa que la tecnología digital actúa en la percepción social de las personas, desde la comunicación hasta la construcción de la identidad. En este caso se considera al menos dos tipos de interlocutores. El primero es la persona, que crea las informaciones, a partir de sus historias de vida. El segundo, es el observador que percibe el comportamiento del otro y provee un significado.

Este proceso se evidencia en interacciones en redes sociales digitales que engendran nuevas formas de sociabilización (Castells, 1999). Además, la interacción entre los usuarios refleja sus conexiones con el mundo real. Estas tecnologías parecen ampliar las capacidades humanas de lidiar con varios contextos informacionales a la vez, como bien diría McLuhan (1971).

Se agrega que las redes virtuales evolucionan a un sistema abierto a todos y para todos (Castells, 1999). En esta pluralidad de voces, la discapacidad es percibida por un grupo de personas que también busca estos espacios para diseminar diferentes informaciones y hacerse visibles.

En este sentido, Instagram surge como uno de los más importantes servicios de redes sociales del mundo, con más de 800 millones de personas que comparten informaciones al mes. Por ejemplo, Argentina tiene una audiencia del 45% en la población mayor de 13 años y en Brasil del 40% (Global Digital Report 2019).

Mientras tanto, se observa que son pocos los estudios del campo de la Sociología de la Discapacidad direccionados a entender el uso de las redes sociales digitales para visibilidad y participación social. Esta sociabilidad mediada por Instagram es que llama la atención de nuestras investigaciones¹, específicamente cuando el que lo usa es una persona con discapacidad (Bottentuit Junior y Coutinho, 2009; Serrano, 2014).

En este caso, el objetivo es analizar cómo las personas con discapacidad se hacen visibles a través de la comunicación virtual, como se constituyen e interactúan con sus seguidores.

Este documento está organizado de la siguiente manera. La primera parte relata algunos conceptos relacionados a la sociedad en red (tecnología, Instagram), discapacidad e identidad en la posmodernidad. En la segunda parte, se presenta la metodología de pesquisa y posteriormente los resultados. Por último, están las conclusiones y las referencias que posibilitan el aporte teórico a esta investigación.

1 Entre las redes sociales digitales y la discapacidad

Las redes sociales digitales son un espacio virtual donde las personas crean y mantienen sus relaciones, por medio de chat, fotografías, textos, audios y videos, crean y comparten historias. Son diferentes las informaciones divulgadas y asimiladas por grupos que pueden tener los mismos intereses y problemáticas (Palomino y Ruiz, 2014).

De esta manera, una red social digital es una plataforma que permite que los usuarios construyan un perfil para compartir diferentes informaciones, así como establecer conexiones o participar de diferentes comunidades virtuales. Lo relevante es la diseminación de contenidos y la interacción social (Palomino y Ruiz, 2014; Levokovits, 2018).

1.1 El Mundo Instagram

Instagram es una red social que permite compartir fotos y videos, así como posibilita que el usuario integre sus informaciones con otras aplicaciones, como Facebook, Twitter y otros. Al

¹ Referimos a los estudios del Doctorado en Sociología (Selediana De Souza Godinho) sobre la “Moda e inclusión de las personas con discapacidad” y de la Maestría en Sociología (Adilton Cícero Nogueira da Silva) sobre la “Comunicación digital y opinión pública” en la UCA (Buenos Aires).

principio fue creada para ser un servicio para teléfonos móviles. Actualmente se puede utilizar en diferentes aparatos electrónicos (Hochman y Schwartz, 2012; Sheldon y Bryant, 2016).

Entre sus funcionalidades están la aplicación de filtros² y la utilización de recursos como el *Boomerang*³ y la creación de los *Stories*⁴. Además, el usuario tiene la posibilidad de hacer grabaciones y transmisiones de videos en tiempo real (Hochman y Schwartz, 2012).

Se observa que este es un tipo de aplicación de red social que no solo ofrece a sus usuarios una nueva forma de sacar fotos. Es también un medio de manipular, recursos digitales, la apariencia del usuario (ejemplo, difuminar ciertas áreas del cuerpo, ajustar imperfecciones, insertar infografías, entre otros). Todo eso en un instante, que pueden compartir con diferentes personas (Hochman y Schwartz, 2012; Sheldon y Bryant, 2016).

El Instagram también es considerado como la principal red social digital para la exposición personal. Es un medio de narración visual que también permite la inserción de etiquetas (*hashtags* - #) que pueden ser localizadas por cualquier usuario independientemente de estar o no vinculado a su red de contactos⁵ (Sheldon y Bryant, 2016).

Explican Sheldon y Bryant (2016) que las personas cada vez más utilizan los medios virtuales de comunicación para atender a sus necesidades y expectativas. Si bien el uso de las redes puede no tener un fin específico, es innegable que hay una utilidad social.

Para Bakhshi, Shamma y Gilbert (2014), Instagram cambia también el rol de la fotografía que deja de ser una forma de grabar y almacenar el pasado, para ser el medio social en sí mismo. Los usuarios además de compartir momentos utilizan las imágenes para establecer significados de lo que son y cómo quieren ser percibidos; al mismo tiempo convierten todo eso en contenido textual.

Luego, el hábito de compartir fotos y videos es percibido como nueva perspectiva de saber y entender diferentes situaciones de la vida cotidiana.

1.2 La Discapacidad

Según la Organización Mundial de la Salud, 1 billón de personas en el mundo presenta alguna discapacidad. En Argentina, según el Censo Nacional de Población, Hogares y Vivienda del año de 2010, 5.114.190 personas declararon tener alguna dificultad o limitación permanente (12, 09% de la

² Recursos gráficos rápidos para alterar las imágenes; dan al usuario el poder de editor.

³ Aplicación con la cual se puede hacer fotos con movimientos rápidos (avanza y retrocede).

⁴ Publicaciones rápidas (texto, video y fotografía) que se borran automáticamente pasadas 24 horas.

⁵ La utilización de Instagram se realiza básicamente en tres acciones/etapas: la elección de la imagen a ser publicada, la edición de esa imagen y la interacción con los seguidores/demás usuarios. Esta última etapa se puede dividir en otras dos subetapas: la simple recepción de un "me gusta" o de un comentario, y, posteriormente, un "me gusta" en el comentario y/o una respuesta a él. La utilización de las etiquetas (*hashtags*) determinará el alcance de la imagen y su inserción dentro de un conjunto específico de imágenes (al insertar #discapacidad, el usuario está señalando que la fotografía pertenece a una categoría específica denominada discapacidad). Por lo tanto, las publicaciones con etiquetas muy buscadas tienden a obtener más audiencia, lo que significa una mayor exposición y, por consiguiente, más interacción con la red de usuarios de la red social.

población). En Brasil, son 45,6 millones de personas las que describen tener algún tipo de discapacidad. Estos datos sirven para fundamentar a un grupo de personas que requieren determinados tipos de apoyos y soportes para estar en el medio social (OMS, 2011; INDEC, 2014; IBGE, 2017).

Si bien la inclusión ya es un tema cada vez más presente en los estudios sociológicos y a pesar de los avances, todavía es un desafío investigar sobre la discapacidad en diferentes campos académicos y científicos, como pasa en el tecnológico y en el uso de las redes sociales.

Eso ocurre por las diferentes barreras existentes en Educación, Trabajo, Arquitectura y otros campos, que por cierto inciden en la cotidianidad. Por ejemplo, no es fácil para una persona con discapacidad entrar en un negocio y realizar de forma cómoda una compra. Tampoco, puede realizar diferentes trámites o al menos encontrar sola una prenda que le de funcionalidad. Hay muchas dificultades que le impiden la participación social (Serrano, 2014, De Souza Godinho, 2016).

Mientras tanto, la tecnología y el uso de las redes sociales, parecen abrir un nuevo camino, más flexible para que las personas con discapacidad tengan autonomía en el trabajo, en la educación, en el consumo y principalmente en las relaciones interpersonales. Las diferentes herramientas tecnológicas son descritas como nuevas oportunidades en la discapacidad, dado que cambian las rutinas y los medios de alcanzar y disseminar informaciones. Softwares que realizan lectura de caracteres ayudan, por ejemplo, que muchas personas con discapacidad física, visual, o mental puedan utilizar computadoras y dispositivos móviles con más autonomía (Bottentuit Junior y Coutinho, 2009; Serrano, 2014).

Describe Serrano (2014) que las redes sociales generan una sensación de ser uno más; de ser igual en frente a la computadora, teléfono celular, o Tablet. Esta ampliación del espacio físico al virtual crea un nuevo valor en la vida de las personas con discapacidad.

Independientemente de la condición física, mental o intelectual, la tecnología virtual facilita el acceso a la información y multiplica los recursos para la comunicación interpersonal, así como medio para encontrar personas afines, lo que es mucho más difícil cuando se piensa en los medios convencionales que impiden, por ejemplo, que una persona sorda se comunique por un teléfono convencional (Serrano, 2014; Morcelli, y Seabra, 2014).

Mas concretamente, las redes virtuales, como Instagram, Facebook, Twitter, entre otras, juegan un rol relevante en la inclusión y en las relaciones sociales. Son muchas las posibilidades de comunicación con otras personas del entorno, distantes o desconocidas. Además del aprendizaje, inserción en el campo laboral y el conocimiento de nuevos lugares o sitios de interés (Palomino y Ruiz, 2014).

De esta manera, los estudios sobre la discapacidad y su inserción en la sociedad de la información presentan conceptos específicos, como la tecnología asistiva⁶ (Melo, 2010), que retrata los medios para que una persona con discapacidad pueda explorar adecuadamente los recursos del mundo virtual. De allí, se escuchan más términos como accesibilidad, dispositivos y otros (Conforto y Santa Rosa, 2002; Morcelli, y Seabra, 2014).

Palomino y Ruiz (2014) destacan un factor común en la discapacidad: el aislamiento social, tema constante en la vida de estas personas que, por diferentes motivos, no pueden acceder como quieren en la sociedad. Con eso, se observa una mayor participación y también dependencia de las redes sociales virtuales para describir sus percepciones, compartir contenidos o simplemente para hablar sobre cosas que les pasa (Serrano, 2014).

Dentro de este espacio, este estudio destaca a los marcadores sociales de la diferencia⁷ (Brah, 2006), donde la tecnología, como una práctica social incorpora y sostiene determinados valores y normas y, por a la vez, puede ser utilizada para cambiar la mirada de lo estético, por ejemplo, cuando se retrata la discapacidad.

1.3 Los marcadores sociales del “diferente”

Se asume que existen normas y convenciones (estéticas, comportamentales, sexuales y otras) consideradas válidas en el entorno social, con las cuales se alejan a los “diferentes”. Todo eso, pues prevalece un estigma que separa a las personas; y la imagen corporal tiene un rol relevante en esa realidad (Goffman, 1993; De Souza Godinho, 2016).

Para que un grupo se configure en determinada sociedad, necesita tener algunas condiciones, que van más allá de las afinidades y de los intereses comunes. Por lo tanto, los individuos son guiados por patrones preestablecidos, y muchas veces, no dejan un espacio para aquellos que no se encuadran en una estética determinada. En este contexto, la apariencia es descripta y refleja una historia de vida, la trayectoria de un cuerpo y cómo las percepciones marcan determinados contextos (Tavares, 2003).

Es interesante cómo la cuestión de la imagen corporal “diferente” es presentada en un espacio pensado para enaltecer una estética normalizada como “perfecta”. Mientras tanto, los estudios de la discapacidad buscan posicionarla más allá de una enfermedad, o de una condición física o intelectual. Como, un cuerpo dependiente o ejemplo de superación. La persona, no es solo el cuerpo que presenta socialmente (Barton, 2009; Santos, 2010)

En otras palabras, se busca a partir del modelo social de la discapacidad destacar nuevos marcadores, tales como, visibilidad, participación en los medios, emancipación, entre otros. Lo que

⁶ Técnicas, procesos y dispositivos, tales como prótesis craneal, Smartphone, caña etc.

⁷ Desigualdades y jerarquías constituidas socialmente.

se busca es retratar la discapacidad como una categoría interdisciplinar, que debe ser analizada en las prácticas cotidianas, más allá del campo estrictamente biomédico y de rehabilitación. Esta es una realidad descrita también en la comunicación, la moda, en el marketing digital y en la tecnología (Barton, 2009; Santos, 2010; De Souza Godinho, 2016).

Por eso la imagen corporal de la persona con discapacidad en una red social virtual remite a la construcción mental de cuerpo que es percibido individual y socialmente, y que por supuesto puede ser aceptado o excluido (Schilder, 1999; De Souza Godinho, 2017).

Específicamente en Instagram, lo que se observa es que independientemente de la imagen corporal existente, lo que presente el individuo es una versión idealizada. Las imágenes compartidas, en general, son más atractivas (editadas y mejoradas) según el perfil con que lo quiera exponer (Fardoul y Vartanian, 2016).

Este estudio analiza, desde una mirada sociológica, cómo las personas con discapacidad forman parte de ese nuevo contexto. Permite ver cómo se expresan y se presentan a través de Instagram, buscando emitir sus opiniones y al mismo tiempo recibir la retroalimentación; y de esta manera, obtener una mirada externa sobre su actuación como sujeto digital.

1.4 El "yo particular" en Instagram

Otro punto importante es la construcción de la identidad en la "posmodernidad"⁸. Ella, según Hall (2006), es modificada con el exceso de información e intercambio cultural posibilitados por los medios digitales de comunicación.

(...) la identidad está formada y en la "interacción" entre el yo y la sociedad. El sujeto todavía tiene un núcleo o esencia interior que es el "yo real", pero éste es formado y modificado en un diálogo continuo con los mundos culturales "exteriores" y las identidades que estos mundos ofrecen (Hall, 2006, p. 11).

La complejidad a la cual los "sujetos sociales" están insertados en la actualidad hace que los individuos pierdan su "esencia inmutable", una vez que la mirada del otro pasa a ser una constante en el ambiente digital. Si hasta hace poco la mirada externa estaba limitada a la comunidad en la que el sujeto estaba inserto, ahora no hay más fronteras, lo que hace que el "yo particular" sea constantemente atravesado por esa mirada global (Hall, 2006; Castells, 2003).

Cómo Hall describe, la "modernidad tardía" (los profundos cambios en el post 1960), llega a un punto de inflexión bastante importante. Las identidades son constantemente permeadas por la internacionalización, donde las relaciones económicas, sociales, culturales y políticas entre prácticamente todos los países del globo y pavimentan el nacimiento del llamado "sujeto

⁸ *en la concepción de Lipovetski (1994). Lipovetski, G. (1994). *El crepúsculo del deber*. Barcelona: Anagrama.

posmoderno". En este contexto, la "identidad unificada" pasa a ser una mera fantasía (Hall, 2006, p.13).

La contribución de las redes sociales *online* en este proceso es visible. Si los medios de comunicación tradicionales (televisión, radio, impresos en general) tienen un ritmo más lento de producir y transmitir información, las redes sociales digitales no sólo son más aceleradas como traen para el sujeto posmoderno el poder de emitir mensajes e interactuar con sus interlocutores también rápidamente. La Internet y sus innumerables posibilidades de interacción representan una revolución cultural, no meramente mercadológica como suele pensar el sentido común (Castells, 2003; Jenkins, 2008).

La convergencia no ocurre por medio de aparatos, por sofisticados que sean. La convergencia ocurre dentro de los cerebros de consumidores individuales y en sus interacciones sociales con otros. Cada uno de nosotros construye la propia mitología personal, a partir de pedazos y fragmentos de informaciones extraídos del flujo mediático y transformados en recursos a través de los cuales comprendemos nuestra vida cotidiana. "(Jenkins, 2008, p.30)

Además de los recursos de edición gráfica y de la facilidad de emisión de mensajes audiovisuales traídos por el Instagram, también es importante analizar y buscar entenderlos de cómo esa red social digital influye en la sociabilización de las personas con discapacidad. Es fundamental estudiar cómo la convergencia, en los términos de Jenkins, y la posmodernidad identitaria, como puntúa Hall, están presentes en el cotidiano de este grupo específico de la sociedad.

2 Metodología

El análisis consistió en investigación exploratoria y descriptiva, ampliando el campo de conocimiento sobre el asunto en cuestión para posteriormente describirlo; analítica, realizando observaciones interpretativas de las publicaciones e interacciones, y extrayendo conclusiones amparadas por la bibliografía; cualitativa, resaltando los significados contenidos en la elección de las imágenes, en el apuro estético, en los textos y en el *feedback* de los seguidores; y, finalmente, entrevistas en profundidad que nos permitieron evaluar individuos en situaciones particulares, realizando una indagación en profundidad por medio de la descripción de esas personas como ejemplos (Santaella, 2001).

Nuestro análisis se delimitó a perfiles en el Instagram de personas con discapacidad, en Brasil y Argentina. Hemos obtenido estos perfiles buscando, dentro de la aplicación, por los *hashtags*⁹ *#discapacidad* y *#deficiencia* (discapacidad en portugués), que nos llevó a otras variables de la misma temática, tales como *#discapacidadvisual* *#discapacidadauditiva* y así sucesivamente — en ambos idiomas — ampliando la cantidad de usuarios analizados.

⁹ Palabras claves antecedidas por el símbolo “#” que designan un tema específico.

Se analizaron los contenidos de 50 perfiles de usuarios: 30 brasileños y 20 argentinos (hombres y mujeres). El período de las publicaciones analizadas fue entre enero de 2018 y abril de 2019.

La elección de los usuarios a ser entrevistados se dio aleatoriamente, a partir de indicaciones y del análisis general inicial. La observación primaria nos permitió trazar inicialmente el perfil de los 4 (cuatro) usuarios seleccionados para la entrevista en profundidad y posteriormente confirmar o no la prevalencia de las características predefinidas, además de descubrir otros matices no considerados hasta entonces. Las entrevistas también nos sirvieron para profundizar las autopercepciones de las personas con discapacidad en Instagram.

Los datos iniciales analizados en el perfil de los usuarios fueron: Cantidad de Seguidores, Comentarios y Me Gusta (Like). Todos estos datos guiaron nuestro análisis primario, no necesariamente sirviendo como puntaje para nuestras conclusiones — toda vez que nuestra investigación no es cuantitativa. Por otro lado, nos mostraron la prevalencia o la no prevalencia del tema de la Discapacidad en las publicaciones, lo que nos ayudó como partida para las variables de análisis.

En cuanto a las variables de análisis adoptadas, ellas son: la imagen corporal de la persona con discapacidad retratada en fotografías; el comportamiento en las redes sociales; los mensajes sobre la discapacidad; y la receptividad de sus seguidores.

2.3 Resultados

2.3.1 Los tipos de usuarios con discapacidad en Instagram

En base a las entrevistas en profundidad y en el análisis de perfiles, llegamos a cuatro tipos de usuarios.

1. Protagonista — Entrevistado 1: deportista argentino con discapacidad motriz. El uso del Instagram se basa principalmente en la promoción de sus actividades, como fotos de los campeonatos que participa y de las publicidades que realiza a sus auspiciantes.

Lo más importante que soy una persona pública. Yo puedo pasar mi mensaje para tantas personas a través de este vehículo. No puedo dejar de nombrar que la discapacidad que es algo aparentemente negativa, se tornó la gran oportunidad de mi vida.

En este sentido, la imagen de la persona es delineada en términos de atributos sociales aprobados, donde intenta hacer una buena demostración. De esta manera, el individuo solo muestra lo que desea que sea público. Para fundamentar el concepto de protagonista, se utiliza a Goffman (2007) que habla del *performance*, o sea, aquel individuo que quiere hacerse personaje, que busca un protagonismo, por medio de una fachada. Es una actuación para influir de algún modo, en la vida de los otros

participantes (seguidores). En este caso, hay una intencionalidad de expresarse de determinada manera. De crear una clase de impresión para obtener determinado tipo de respuestas que le interesan.

2. Emprendedor – Entrevistado 2: Comunicadora brasilera con discapacidad visual. Instagram es una de sus herramientas para crear productos direccionados al público con discapacidad, relacionados a la moda, accesibilidad digital y economía creativa.

Yo trabajo en una empresa de marketing digital. (...) utilizo técnicas de contenido que mejoran el posicionamiento de las páginas en mecanismos de búsqueda online, como accesibilidad digital de contenidos.

El concepto de emprendedor adviene de Schumpeter (Economía), y retrata las características habilidades y competencias. El propósito en este caso es agregar valor a productos y servicios. Este tipo de usuario está permanentemente preocupado con la gestión de los recursos y para eso explora diferentes oportunidades, como la tecnología y comportamiento del consumidor. La capacidad del emprendedor es de identificar posibilidades con otros nichos y alcanzar a otros mercados (Baggio y Baggio, 2014).

3. Militante – Entrevistado 3: periodista brasilera con parálisis cerebral y dificultad motriz. Está muy involucrada con las cuestiones feministas y de las personas con discapacidad. Tiene fuerte envergadura política por temas progresistas.

Considero que el Instagram es un medio para romper con el estigma. Defiendo que las personas deben tener más coraje de exponerse en las redes sociales y en el mundo. Yo valoro la interacción y el intercambio de las vivencias en Instagram. Solo con la visibilidad y el compartir el conocimiento es que podemos ayudar a romper con las tradicionales barreras de esta comunidad.

Segundo Vinadé y Guareschi (2007) la militancia urge en la vida de las personas como un medio para posicionarse, como sujeto que tiene los mismos derechos y deberes. Como una cuestión de igualdad. En general, el motor de alguna lucha social es la percepción de que existe un grupo que este impedido de participar en entorno social, por prejuicios y estigmas. O sea, son excluidos, marginalizados. Esto lleva a una búsqueda de transformación, de visibilizar una causa.

4. Usuario Común – Entrevistado 4: estudiante argentino con discapacidad intelectual y motriz. Instagram es para comunicarse con familia, amigos y grupos de interés.

Para mí es un medio de entretenimiento, de vincularme con otras cosas, de seguir a cantantes y grupos que tratan sobre discapacidad y comunicarme con la familia y amigos.

En este caso, el uso del Instagram remite a un tipo de forma de participación en un ambiente que permite una integración con personas con gustos y valores similares. Para Coelho (2016) “estar” en

Instagram sería existir en un mundo virtual donde se construye una identidad por medio de fotos, vídeos, donde se incorporan y descartan elementos según el mensaje que desean pasar. Se observa un anonimato en el usuario común, toda vez que Instagram le proporciona un escenario en el cual es posible elegir cuanto uno quiere exponerse.

2.3.2 Las variables de análisis

2.3.2.1 La imagen corporal de la persona con discapacidad retratada en fotografías

Entre los usuarios que encajan en el perfil de Protagonista, se percibe una prevalencia de las publicaciones de imágenes que demuestran la deficiencia en situaciones de superación. La mayoría de estos usuarios publican fotografías de deporte y turismo, en un claro intento de demostrar que la deficiencia no le impide seguir una “vida normal”.

Entre los Emprendedores el envío de imágenes de superación se añade a mensajes de llamadas a la acción: acceder a contenidos en blogs, comprar productos y servicios (cursos y conferencias, especialmente). Estos usuarios tienen fuerte apelación estética en sus publicaciones y dirigen sus mensajes a un nicho específico de seguidores: otras personas con discapacidad que los ven como ejemplos a seguir. En la mayoría de las imágenes en que los Emprendedores están retratados, la positividad es el concepto más explotado.

Los usuarios que categorizamos como Militantes explotan su imagen de una manera bastante contestataria. Se percibe un fuerte llamamiento a la reflexión en los posteos, en los que hay una fuerte prevalencia de publicación de memorias y textos de más de dos párrafos con carácter político/politizado. Con frecuencia, estos usuarios ponen sus propios retratos en situaciones en las que hay dificultades para las personas con discapacidad — por ejemplo, una vereda que no está adaptada para las sillas de ruedas.

Ya entre los Usuarios Comunes, se percibe una menor cantidad de imágenes y videos que resaltan la discapacidad. Si bien el tema aparece, él no es el “espíritu” con que expresan los usuarios en Instagram. También es bastante notable la utilización de recursos gráficos como filtros y la elección de posiciones fotográficas pensadas para no resaltar las características visibles de la discapacidad; para mejorar la autoimagen de esos usuarios.

2.3.2.2 El comportamiento en Instagram

Entre los Protagonistas, la utilización de Instagram tiene una fuerte búsqueda por la propia reputación. Ellos se colocan como centro de sus perfiles, lo que los lleva a ser los que más publican *selfies*¹⁰ e imágenes captadas por fotógrafos profesionales. Normalmente, son usuarios que tienen una

¹⁰ Fotos que los usuarios hacen de sí mismos, ya sea con la cámara dirigida a sus rostros o sea ante un espejo.

gran frecuencia de publicaciones y utilizan las más variadas maneras de publicar en Instagram: fotografías y vídeos en el *feed*, *Stories* y vídeos en el IGTV (área en la que se pueden publicar vídeos más largos). Por recibir un *feedback* más frecuente y en mayor número, normalmente responden con menos frecuencia a sus seguidores, optando por interactuar con los comentarios que son elogiosos.

Los Emprendedores claramente utilizan el Instagram con motivos de negocios, lo que hace que ellos tengan un comportamiento más calculado en el momento de hacer publicaciones e interactuar con sus seguidores. También en estos casos, la frecuencia de *posteos* es diaria, pero se percibe una atención mayor para responder comentarios y a ampliar el diálogo con seguidores.

Los Militantes tienen un comportamiento bastante diferente de los otros dos perfiles ya mencionados. Ellos tienden a involucrarse en diálogos con personas que proponen reflexiones más políticas y contestatarias. Lo que se percibe es que la frecuencia de publicaciones, en estos casos, es menor, así como la recepción de *feedbacks* por parte de los seguidores. Los Militantes utilizan pocos recursos de mejoras en las imágenes (filtros, por ejemplo) y también tienden a publicar más memorias e imágenes con textos rápidos (textos dentro del imagen). Se percibe una fuerte atención a los textos que, como ya mencionamos, son mayores y más combativos que los otros perfiles. Ellos también utilizan prácticas para facilitar la accesibilidad de personas con discapacidad en sus *posteos*. Por ejemplo, describir la imagen para que sea captada por aplicaciones de audio descripción, destinadas a las personas con discapacidad visual, y subtítulos en los videos para facilitar la comprensión de las personas con discapacidad auditiva.

Los usuarios comunes claramente tienen a Instagram como una red de socialización con familiares, amigos y conocidos. Entre ellos no hay un uso estratégico de *hashtags* o preocupación con una constancia de temas e imágenes en sus *feeds*. Estos usuarios tienden a mostrar fotografías en las que están con grupos de personas en reuniones, fiestas y paseos con más frecuencia que los demás analizados, lo que nos lleva a percibir que son más preocupados por su red de contactos.

2.3.2.3 Los mensajes sobre la discapacidad

En lo que se refiere a los mensajes específicos sobre la Discapacidad, percibimos que los Protagonistas hacen mención del tema de una manera bastante individualizada. Sus imágenes y textos (que suelen ser frases rápidas) normalmente no hacen menciones a la colectividad y tienden a ilustrar su propia jornada de superación.

Los Emprendedores, a su vez, equilibran la publicación de imágenes y textos entre lo particular y el colectivo. Incluso cuando hablan de experiencias individuales tienden a poner en las entrelíneas que sus vivencias sirven a sus seguidores, en un claro intento de involucrar y cultivar la admiración de sus públicos de interés. En lo que se refiere a los textos, estos usuarios suelen publicar

mensajes de hasta dos párrafos (promedio), y con frecuencia invitan a sus seguidores a verificar el desdoblamiento de las ideas en sus canales de YouTube o blogs, además de llamarlos para conocer productos y servicios dirigidos a las personas con discapacidad.

Los Militantes son los que más se mantienen fieles a la "misión" de concientizar a las personas que no conviven con discapacidad. Ellos publican imágenes y textos en los que apelan a la reflexión o contestan actitudes de los usuarios que aún no son conscientes de los desafíos enfrentados por las personas con discapacidad. Sus textos son a menudo bastante largos. Se percibe un cierto apuro con la redacción (contextualización del tema, citación de fuentes, empleo de palabras y frases con fundamento académico). También se percibe una mayor contestación de comentarios que, a veces, pueden transformarse en largas discusiones o conversaciones de interés común (entre el emisor y sus seguidores más comprometidos).

Entre los Usuarios Comunes, los mensajes sobre la discapacidad son menos frecuentes. Ellos tienden a posicionarse realmente como usuarios comunes, mostrando el tema como "ordinario", o que no merezca tanto destaque. Estos usuarios, cuando tratan la discapacidad, hablan poco de sí mismos o de la colectividad; hacen más posteos motivacionales o con frases de personas influyentes en el tema. Sin embargo, realmente estos usuarios no pesan en la tinta con el tema de la discapacidad.

2.3.2.4 La receptividad de los seguidores

Los seguidores de los Protagonistas se comprometen bastante con sus mensajes, siendo el acto de hacer clic en "Me Gusta", bastante utilizado. En las publicaciones en que estos usuarios hacen llamados a la superación, los comentarios son bastante elogiosos, sobre todo refiriéndose a la belleza y a la "guerra/esfuerzo" de los emisores. Estos usuarios también suelen recibir una cantidad considerable de comentarios en cada posteo.

Los Emprendedores, a su vez, reciben menos comentarios y bastante "Me Gusta". Se percibe una mayor incidencia de *feedbacks* (comentarios) cuando ellos hacen autorreferencia en sus imágenes y textos. A diferencia de los Protagonistas, los Emprendedores reciben pocos comentarios en las publicaciones en que sus deficiencias son explícitamente citadas.

Los Militantes obtienen *feedbacks* más constantes del mismo grupo de seguidores. Se percibe en sus publicaciones que ellos tienen un público más "fiel", con lo cual interactúan más y, tal vez por eso, siempre hace comentarios. Los posteos más contestatarios y politizados tienden a recibir más *feedbacks*, especialmente de apoyo. Y, aunque en menor cantidad, estos usuarios también reciben cuestionamientos a sus posiciones.

Los Usuarios Comunes, por todas las características ya mencionadas, tienen más influencia entre conocidos que, claramente, demuestran intimidad y son bastante elogiosos. Se percibe que en

las publicaciones en que hablan explícitamente la discapacidad, estos usuarios suelen recibir mensajes de apoyo y solidaridad.

5. Discusión y consideraciones finales

Se considera que Instagram proporciona innumerables ejemplos de cómo la comunicación visual genera conectividad entre individuos de lugares distantes, siendo que los mismos pueden hasta convertirse en encuentros físicos. Además, la curiosidad de los usuarios lleva a exploración de nuevos escenarios. Es eso lo que también pasa en la discapacidad, donde esta red social virtual rompe con las barreras estigmatizantes y pone en manifiesto la presentación de una imagen corporal que por mucho tiempo estuvo aislada en la sociedad.

Al hacer visible y exponer según lo que quiere mostrar el individuo con discapacidad, Instagram genera una posibilidad de que se vean sus ideas, sus acciones y no su condición física, visual, auditiva, intelectual y/o mental. Sin duda, es un medio de “desmitificar” la discapacidad e Instagram es una gran vitrina para eso.

Entre los usuarios analizados se percibe que todos, a su manera, tienen en cuenta la importancia de hacerse visible y, unos más que los otros, visibilizar su condición física. Los Protagonistas, por una cuestión personal; los Emprendedores para mostrar mucho más que condición y generar “productos”; los Militantes usan Instagram como un escenario para su lucha política; y, por fin, los Usuarios Comunes agregan amigos y familiares para socializar sin grandes intensiones.

Se resalta que este estudio dejó de lado el fenómeno *influencer* y su intencionalidad de formar determinadas opiniones puramente por cuestiones de Marketing — esa tarea nos llevaría para otro campo del conocimiento o, a la vez, merecería un estudio particular. Sin embargo, se percibe que algunos de los perfiles se identifican con usuarios que utilizan Instagram con esta finalidad de influir en sus seguidores. Obvio, el medio virtual es una tecnología perfecta para eso, una vez que visibiliza y pone como relevancia a un mundo estigmatizado como ocurre en la vida cotidiana. Consideramos como un gran avance en la construcción social de la discapacidad el rol que desempeña el Protagonista, como el que tiene una necesidad de reconocimiento y como eso implica en el aumento de la autoestima a partir de la interacción de sus seguidores.

Además, si bien, los entrevistados están dispuestos en estos perfiles, observamos que de los usuarios analizados algunos de ellos se encuadran en dos o más perfiles.

Por último, este trabajo abre camino a otros estudios sobre la inclusión de las personas con discapacidad en la tecnología digital.

6. Referencias

- Baggio, A. F., & Baggio, D. K. (2014). Empreendedorismo: conceitos e definições. *Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, 1(1), 25-38.
- Bakhshi, S., Shamma, D., & Gilbert, E. (2014). Faces Engage Us: Photos with Faces Attract More Likes and Comments on Instagram Saeideh. *One of a CHInd*, 965-974.
- Barton, L. (2009). La posición de las personas con discapacidad. ¿Qué celebrar y por qué celebrarlo? ¿Cuáles son las consecuencias para los participantes? . En P. Brogna, *Visiones e revisiones de la discapacidad* (págs. 123-136). México : FCE.
- Bottentuit Junior, J. B., & Coutinho, C. P. (2009). Podcast uma Ferramenta Tecnológica para auxílio ao Ensino de Deficientes Visuais. *VIII LUSOCOM: Comunicação, Espaço Global e Lusofonia* (pág. 2114). Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.
- Brah, A. (2006). Diferença, diversidade, diferenciação. *Cadernos Pagu*(26), 329-376.
- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.
- Castells, M. (2003). *A Galáxia Internet: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Coelho, P. G. (2016). Compartilho, logo sou: A construção de identidades no uso do aplicativo Instagram. *Congresso Internacional de Comunicação e Consumo*, (págs. 1-12). São Paulo.
- Conforto, D., & Santarosa, L. M. (2002). Acessibilidade a Web: Internet para todos. *Informatica na Educacao: Teoria e Pratica*, 87-102.
- De Souza Godinho, S. (2016). la vestimenta como instrumento de reconstrucción de la imagen corporal en las personas con discapacidad . En L. Pantano, *Hacia nuevos perfiles profesionales en discapacidad: de los dichos a los hechos*. . Buenos Aires: EDUCA.
- De Souza Godinho, S. (jan-jun de 2017). Além das aparências . *Moda Palavra E-periódico*.
- Diniz, D. (2007). *O que é deficiência*. São Paulo: Brasiliense.
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social Media and Body Image Concerns: Current Research and Future Directions . *Current Opinion in Psychology* , 1-5.
- Goffman, E. (1993). *Estigma, la identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Goffman, E. (2007). *A representação do Eu na vida Cotidiana*. Vozes,. Petrópolis:: Vozes.
- Hall, S. (1987). *A identidade cultural na pós modernidade* (10 ed.). Rio de Janeiro: DP&A.
- Hochman, N., & Schwartz, R. (2012). Visualizing Instagram: Tracing Cultural Visual Rhythms. *AAAI Technical Report WS-12-03* , 6-9.
- IBGE, A. I. (2017). *Pessoas com deficiência: adaptando espaços e atitudes*. Recuperado el 20 de junio de 2019, de <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/16794-pessoas-com-deficiencia-adaptando-espacos-e-atitudes>
- INDEC, I. N. (2014). *Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010. Censo del Bicentenario. Población con dificultad o limitación permanente*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: INDEC.
- Jenkins, H. (2008). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph.

- Levokovits, M. A. (2017). *A construção da Carreira do Influenciador Digital*. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.
- Lipovetski, G. (1994). *El crepúsculo del deber*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2005). *A Era do Vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo*. São Paulo : Manole.
- McLuhan, H. M. (1971). *Os meios de comunicação como extensões do homem* . Sao Paulo: Cultrix.
- Melo, A. (2010). Informática Acessível nas Atividades Escolares. En A. Melo, & D. Pupo, *A Educação Especial na Perspectiva da Inclusão Escolar: livro acessível em informática acessível* (págs. 18-41). Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Especial.
- Morcelli, R. D., & Seabra, R. D. (2014). Inclusão Digital e Deficiência Visual: Análise do Uso de Ferramentas de Comunicação pela Internet. Rodrigo Dias Morcelli Centro Universitário Filadélfia. *Centro Universitario Filadelfia* , 202-219.
- OMS, O. M. (2011). *Informe mundial sobre la discapacidad*. Ginebra. Obtenido de https://www.who.int/disabilities/world_report/2011/summary_es.pdf
- Palomino, M. d., & Ruiz, M. J. (2014). Estudio piloto sobre el uso de las redes sociales en jóvenes con discapacidad intelectual . *EDUTEC. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*(48), 1-14.
- Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina.
- Santaella, L. (2001). *Comunicação e Pesquisa - Projetos para Mestrado e Doutorado*. São Paulo: Hacker Editores.
- Santos, W. (2010). eficiência, desigualdade e assistência social: o Brasil e o debate internacional. En D. Diniz, *Deficiência e discriminação* (págs. 117-141). Brasília: Letras Livres: EdUnB.
- Schilder, P. (1999). *A imagem do corpo: as energias construtivas da psique* . São Paulo: Martins Fontes.
- Serrano, L. M. (2014). "Compartir la vida". Entorno a la adopción de las redes sociales en Internet entre las personas con discapacidad y mayores. *Revista Española de Discapacidad*,, 175-191.
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*(58), 89-97.
- Social, W. A. (2019). *Digital in 2019*. Recuperado el mayo de 30 de 2019, de <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>.
- Vinadé, T. F., & Guareschi, P. A. (2007). inventando a contra-mola que resiste: um estudo sobre a militância na contemporaneidade. *Psicologia & Sociedade*, 19(3), 68-75.