

# MÁSTER EN MARKETING DIGITAL, COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES

---

La difusión digital como herramienta de visibilización de la discapacidad auditiva.

Autora: Alicia García Vázquez

Tutora: Eva García Montero

Septiembre 2022

## **RESUMEN**

Actualmente existe una carencia de información por parte de la sociedad acerca de la discapacidad auditiva, lo que lleva implícito ideas preconcebidas sobre la comunicación de las personas sordas entre ellos y con el resto de sociedad. En el presente trabajo se llevará a cabo una revisión desde 2014 hasta el 2020 de todas las campañas digitales realizadas por diferentes asociaciones y fundaciones para visibilizar esta discapacidad. Se analizará tanto si las Redes Sociales son una herramienta integradora e inclusiva para el colectivo sordo como la existencia de aplicaciones digitales que favorezcan su accesibilidad para eliminar barreras y promover su autonomía. Como parte de la investigación, se han realizado una serie de entrevistas y encuestas a una muestra objetiva con el fin de determinar la adaptabilidad de los contenidos que publican los Influencers y marcas en las Redes Sociales.

## **PALABRAS CLAVES**

Discapacidad auditiva, visibilidad, comunicación, Redes Sociales, inclusión.

## **ABSTRACT**

Currently, there is a lack of information in our society about hearing impairment, which implies biases and preconceived ideas about how deaf people are able to communicate among themselves and with the rest of society. This study will review all the digital campaigns from 2014 to 2020 carried out by different associations and foundations to raise awareness of this disability. In addition, the aim of this paper is analysing whether social networks are an integrating and inclusive tool for deaf people. Furthermore, it will be examined the existence of digital apps that develop accessibility, avoid communication barriers, and promote their autonomy. As part of the research, a series of interviews and surveys have been accomplished by an objective sample to determine the adaptability of the content published by influencers and brands on their social networks.

## **KEYWORDS**

Hearing impairment, visibility, communication, social networks, inclusion.

## ÍNDICE

---

RESUMEN .....	1
PALABRAS CLAVES .....	1
ABSTRACT .....	1
KEYWORDS .....	1
ÍNDICE .....	2
1 INTRODUCCIÓN.....	6
1.1 Justificación del tema .....	6
1.2 Objetivos .....	7
1.3 Hipótesis .....	7
1.4 Estructura.....	8
2 MARCO TEÓRICO .....	9
2.1 Discapacidad .....	9
2.1.1 Concepto de la “discapacidad” .....	9
2.1.2 Evolución del concepto de “discapacidad” .....	10
2.1.3 Tipos de discapacidad .....	11
2.2 Discapacidad auditiva .....	11
2.2.1 Sordoceguera .....	13
2.2.2 Prótesis auditivas e implantes cocleares .....	14
2.2.3 Lengua de signos .....	16
2.3 Principales asociaciones de la discapacidad auditiva en España.....	17
2.4 Discapacidad invisible.....	20
2.5 Implicación de las asociaciones en las tecnologías digitales.....	21
2.6 Aplicaciones digitales.....	23
2.7. Difusión digital de las empresas de prótesis auditivas e implantes cocleares .....	33

2.8. Difusión digital de las confederaciones y fundaciones.....	34
2.8.1 Confederación Española de Familias de Personas Sordas (FIAPAS) .	35
2.8.2 Confederación Estatal de Personas Sordas (CNSE) .....	36
2.8.3 Fundación ONCE .....	38
2.9. Las Redes Sociales como fuente de comunicación.....	40
2.10. Inclusión publicitaria de la discapacidad auditiva.....	45
3. METODOLOGÍA .....	47
3.1 Metodología cualitativa .....	47
3.2 Metodología cuantitativa .....	48
4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	49
4.1 Resultados de la entrevista.....	49
4.2 Resultados de la encuesta.....	51
5. CONCLUSIONES .....	60
6. LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	62
7. BIBLIOGRAFÍA.....	64
8. ANEXOS.....	68

## ÍNDICE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Prótesis auditivas .....	14
Ilustración 2: Implante Coclear (Externo). .....	15
Ilustración 3: Implante Coclear (Interno). .....	15
Ilustración 4: Cartel "Que lo escuche todo el mundo" .....	16
Ilustración 5: Conversación en lengua de signos. ....	17
Ilustración 6: Tecnología SHOWLEAP .....	22
Ilustración 7: Tecnología MotionSavvy.....	22
Ilustración 8: Aplicación oficial del Servicio "SVIsual" .....	23
Ilustración 9: Plataforma "Tex2Sing" .....	24
Ilustración 10: Aplicación oficial "SignARTE".....	24
Ilustración 11: Aplicación Visualfy .....	25

Ilustración 12: Herramienta Krisp .....	26
Ilustración 13: Aplicación Slack .....	26
Ilustración 14: Aplicación “Transcriber” para WhatsApp.....	27
Ilustración 15: Aplicación “Audio To Text” para WhatsApp, Line, Telegram y grabadora de sonidos en el iPhone.....	27
Ilustración 16: App “Audio to text” .....	28
Ilustración 17: Funcionamiento de subtitulación en Google Meet .....	28
Ilustración 18: Opción de compartir documentos con otros usuarios en Google Drive.....	29
Ilustración 19: App Trello.....	29
Ilustración 20: Aplicación "Capcut" para instalar en Android y en iOS .....	30
Ilustración 21: Herramienta Kapwing.....	31
Ilustración 22: Servicio de transcripción "Happyscribe".....	31
Ilustración 23: Twitter oficial de CNSE .....	37
Ilustración 24: Perfil de Instagram de CNSE .....	37
Ilustración 25: Cuenta Facebook de CNSE.....	37
Ilustración 26: Canal YouTube de CNSE .....	38
Ilustración 27: Perfil de Instagram de la familia "The Piñeiro's".....	41
Ilustración 28: Perfil de Instagram de Gina Marie.....	42
Ilustración 29: Perfil de Instagram de Freeda.....	43
Ilustración 30: Perfil de Estela Lorenzo en TikTok .....	44
Ilustración 31: Modelo de pendientes con implante coclear .....	45
Ilustración 32: Modelo sordociega en la pasarela madrileña.....	46
Ilustración 33: Bebé Miniland 38cm Caucásica con Implante Coclear .....	47

## ÍNDICE TABLAS

Tabla 1: Asociaciones en España. ....	19
Tabla 2: Aplicaciones Digitales.....	32
Tabla 3: Ficha técnica de la participación de la entrevista .....	48

## ÍNDICE GRÁFICOS

Gráfico 1: Sexo de las personas encuestadas .....	52
Gráfico 2: Edad de los encuestados.....	52
Gráfico 3: Discapacidad más visibilizada .....	53
Gráfico 4: Conocimiento de personas con problemas auditivos.....	53
Gráfico 5: Opinión acerca de la forma de comunicación con el colectivo sordo .....	54
Gráfico 6: Valoración de si las redes sociales visibilizan la discapacidad auditiva .....	55
Gráfico 7: Uso de las redes sociales para la integración e inclusión social de las personas sordas.....	55
Gráfico 8: Nivel de subtítulos en los contenidos de vídeos.....	56
Gráfico 9: Seguimiento a Influencer sordos.....	56
Gráfico 10: Consideración por parte de los Influencers hacia el colectivo sordo .....	57
Gráfico 11: Adaptabilidad de los Influencers hacia las personas con discapacidad auditiva.....	57
Gráfico 12: Formas de adaptación .....	58
Gráfico 13: Observación de si las marcas tienen cuenta al colectivo sordo en sus estrategias de comunicación .....	59

# 1 INTRODUCCIÓN

## 1.1 Justificación del tema

El presente trabajo de final de máster está enfocado en la visibilidad de la difusión digital de la discapacidad auditiva.

Se entiende discapacidad auditiva como la pérdida de audición parcial o total de este sentido que afecta a alguna parte del sistema auditivo (medio, interno o nervio auditivo) y, como consecuencia de ello, supone un obstáculo para el lenguaje oral. Es una discapacidad “invisible” ya que no se aprecia de forma física.

Actualmente, nos encontramos en un momento socio-cultural centrado en la búsqueda de la igualdad de oportunidades para distintos colectivos, enfocándonos cada vez más en la importancia de orientarnos hacia la diversidad como sociedad global. En el día a día estamos acostumbrados a escuchar hablar sobre distintas causas sociales tales como igualdad de género, colectivo LGTBIQ+, inclusión de ciudadanos de diferentes nacionalidades, etc. No obstante, no encontramos tantas noticias de impacto que hablen sobre la diversidad funcional, más allá de campañas de fundaciones reconocidas o de compañías que apuestan por sus iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa. Estas propuestas son importantes de cara a favorecer la visibilización de este grupo de personas. Sin embargo, es posible ir más allá participando activamente en la educación social sobre lo que implica tener una discapacidad auditiva en el día a día, promoviendo comportamientos adaptativos e inclusivos. En este sentido, el mundo digital y las Redes Sociales ofrecen una gran oportunidad para llevar a cabo iniciativas de interés, en las que las marcas pueden tener gran implicación.

## 1.2 Objetivos

La finalidad del presente TFM se fundamenta en analizar la información que tiene la sociedad sobre la visibilidad de la discapacidad auditiva y si las Redes Sociales son una herramienta útil para la visibilización del colectivo sordo.

Para alcanzar el objetivo general se han determinado una serie de objetivos específicos que pasamos a enumerarlos:

- **Objetivo 1:** Observar la percepción de la sociedad acerca de la discapacidad auditiva y de la comunicación signada y oralista utilizada por el colectivo sordo.
- **Objetivo 2:** Analizar si las diferentes asociaciones emplean las Redes Sociales como vía fundamental de información de las necesidades de las personas con dificultades auditivas, dirigidas no solamente a este colectivo, sino también al resto de la sociedad con el fin de dar mayor difusión a esta realidad.
- **Objetivo 3:** Analizar las ventajas de utilización de las RRSS por este colectivo como plataforma comunicativa que promueve su integración a través de las cada vez más crecientes aplicaciones digitales.
- **Objetivo 4:** Descubrir los diferentes perfiles de Influencers en las Redes Sociales para visibilizar a la comunidad sorda.

## 1.3 Hipótesis

Con esta investigación comprobaremos si hay que afirmar o negar las siguientes hipótesis:

- **Hipótesis 1:** Falta de información de la discapacidad auditiva por parte de la sociedad.

- Hipótesis 2: El uso de las Redes Sociales puede mostrar la realidad de las vivencias de la comunidad sorda, pero actualmente no hay un volumen alto de estos perfiles.
- Hipótesis 3: La incorporación de subtítulos en las RRSS podría favorecer la integración de la comunidad sorda, fomentando el derecho a la información y a la cultura de este colectivo.
- Hipótesis 4: Los usuarios de las Redes Sociales no siguen a Influencers con discapacidad auditiva por desinterés o falta de conocimiento.

#### **1.4 Estructura**

El trabajo constará de la siguiente estructura:

En primer lugar, se llevará a cabo un abordaje teórico sobre el concepto y la evolución de la discapacidad centrándonos en la sordera para dar a conocer la falta de información que existe a nivel social y que ven representados sus derechos y necesidades a través de las diferentes asociaciones.

Posteriormente, se tratará sobre la visibilización de la inclusión de la discapacidad auditiva a través de diferentes portales web y/o RRSS, buscando el apoyo de las marcas, así como la presencia de Influencers con esta diversidad funcional.

También se procederá a exponer los resultados de una encuesta y las respuestas de varias entrevistas realizadas acerca del conocimiento que tiene el resto de la sociedad sobre la discapacidad auditiva y si el mensaje de las diferentes campañas digitales realizadas a este respecto les llega para empatizar y comprender sus situaciones.

Finalmente, se encontrarán las conclusiones del estudio y de la difusión digital con el fin de enumerar una lista de buenas prácticas dirigidas a la visibilización del colectivo sordo.

## **2 MARCO TEÓRICO**

En el presente apartado se abordarán conceptos teóricos relacionados con la discapacidad auditiva, su evolución, el uso de las prótesis y lengua de signos, así como las principales asociaciones para este colectivo más relevantes de España.

### **2.1 Discapacidad**

#### **2.1.1 Concepto de la “discapacidad”**

Según La Organización de Naciones Unidas, “las personas con discapacidad incluyen a aquellas que tengan deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo que, al interactuar con diversas barreras, puedan impedir su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás”. (Asamblea General de las Naciones Unidas 2006)

Para la Organización Mundial de la Salud (OMS) “la discapacidad es una condición del ser humano que, de forma general, abarca las deficiencias, limitaciones de actividad y restricciones de participación de una persona. También concluye alegando que “la discapacidad es un fenómeno complejo que no contempla al individuo de forma aislada, sino en su interacción con la sociedad en la que vive”. (Fundación Adecco 2018)

Por lo tanto, podemos considerar que el ser humano posee diferentes habilidades y características que son semejantes en la mayoría de las personas, pero también existen circunstancias que hacen que algunas personas no las desarrollen, lo que implica una limitación para la participación del individuo en la sociedad.

Es importante destacar que la discapacidad no significa enfermedad, puede tener su origen en la concepción del ser humano, siendo congénita o perinatal; o adquirida por enfermedad o accidente. Estas personas pueden realizar

diferentes actividades siempre que existan ayudas adaptadas a sus necesidades, lo que les facilitará la integración y la inclusión en la vida cotidiana.

### **2.1.2 Evolución del concepto de “discapacidad”**

Antes de centrarnos en la difusión digital de la discapacidad auditiva, es imprescindible conocer cómo ha sido la evolución del concepto y la percepción de la misma.

Las personas con discapacidad han pasado de ser rechazadas, aisladas y estigmatizadas, ya que les consideraban seres sobrenaturales o castigos divinos, a ser integradas en la sociedad. Se le empieza a dar un enfoque más asistencial a partir de la Segunda Guerra Mundial, debido a que en este momento se produjeron muchas discapacidades sobrevenidas y a cuyas personas se les consideraban héroes. (Fundación Adecco 2018)

Es entonces cuando se empiezan a crear asociaciones con el fin de visibilizar y luchar por sus derechos, al mismo tiempo comienza a haber más presencia reivindicativa en las agendas políticas.

En 1982 se aprueba en España La Ley de Integración Social del Minusválido (LISMI), que actualmente es la Ley General de Discapacidad (LGD), cuyo objetivo “establece un sistema de prevención de las discapacidades, de atención e integración de las personas con discapacidades, que les permita equiparar las oportunidades para desempeñar en la comunidad un rol equivalente al que ejercen las demás personas”. (Fundación Adecco 2021)

Esta ley también recoge la obligación de contratar a un 2% de trabajadores con discapacidad en aquellas empresas que estén formadas por más de 50 empleados, el derecho a la igualdad, a tomar sus propias decisiones, el derecho a la educación, a la vida independiente, entre otros.

El reconocimiento y amparo legal de las legislaciones, tanto nacionales como internacionales, acerca de los derechos de las personas con discapacidad, unido a la digitalización global de las nuevas tecnologías, han favorecido su

visibilización, lo que ha supuesto su integración e inclusión en la sociedad, así como las relaciones interpersonales.

### **2.1.3 Tipos de discapacidad**

Debido a las diferentes dificultades que pueden tener o desarrollar algunas personas, la discapacidad se puede clasificar de la siguiente manera (Divulgación Dinámica 2021):

1. Física o motora: afecta a las funciones del músculo o esqueleto.
2. Sensorial: dificultades en las funciones visuales y auditivas.
3. Intelectual: deficiencias en las capacidades mentales generales.
4. Psíquica: alteraciones en las conductas debidas a trastornos mentales.
5. Discapacidad visceral: problemas del funcionamiento en órganos vitales.
6. Múltiple: cuando existen dos o más deficiencias.

Todas estas discapacidades deben ser visibles en el entorno digital para concienciar a la sociedad acerca de las necesidades de cada una de ellas con la finalidad de poder conocerlas y así adaptarse a las mismas.

## **2.2 Discapacidad auditiva**

La sordera es la pérdida de audición que puede ser total, denominada cofosis, o parcial llamada hipoacusia. Esta falta de audición produce una deficiencia, y por lo tanto, una discapacidad que incide en el lenguaje oral, por ser la vía principal para su desarrollo.

Dependiendo del momento de su adquisición la sordera puede ser prelocutiva, es decir, antes del desarrollo del lenguaje, o postlocutiva, es cuando, por diferentes motivos, se produce después de la aparición del mismo, como por ejemplo la falta de oxígeno. (FIAPAS 2021)

Según la Encuesta de Discapacidad, Autonomía personal y situaciones de Dependencia, realizada en 2008, indica que en España existen 1.064.000 personas, mayores de 6 años, afectadas por una discapacidad auditiva de distinto tipo y grado. La mayoría de estas personas utilizan audífonos o implantes cocleares.

Según datos de la misma encuesta, la población con discapacidad auditiva que utiliza la lengua de signos sería de 133.000 personas. Además, según datos de la comisión para detección precoz de la hipoacusia, cinco de cada mil recién nacidos son diagnosticados de una sordera de distinto grado, lo que supone que en cada año hay alrededor 2.500 nuevas familias con un hijo/a con deficiencia auditiva.

Existe un día internacional y nacional para reivindicar los derechos de la comunidad sorda y su visibilización de esta discapacidad. En España se celebra el 29 septiembre, movilizándolo a este colectivo, familiares y amigos. También los medios de comunicación y Redes Sociales se hacen eco de este día promoviendo su difusión.

Tanto la Confederación Estatal de Personas Sordas como sus federaciones y asociaciones constatan su apoyo sobre las siguientes reivindicaciones:

- Alcanzar que la sociedad no discrimine a este colectivo para que prevalezca la igualdad de condiciones, visibilizando a las personas sordas evitando de esta manera prejuicios hacia ellos.
- El derecho al trabajo y a un empleo digno en igualdad de condiciones.
- Facilitar las ayudas sociales y recursos para la adquisición de prótesis auditivas.
- Reconocer y respetar la lengua de signos española y catalana como derecho para aquellas personas que lo utilizan.

### 2.2.1 Sordoceguera

Como ya hemos comentado anteriormente, dentro de las discapacidades sensoriales está la visual y la auditiva, pero existen también personas sordociegas cuyas limitaciones afectan considerablemente a la comunicación, autonomía física, al aprendizaje y a su relación e integración en la sociedad.

Emplean el alfabeto dactilológico como forma de comunicación que consiste en la utilización de los dedos de las manos, que al igual que la lengua de signos, no es internacional. Se utiliza el dorso de las manos entre dos personas para deletrear y establecer la comunicación del mensaje. A su vez también utilizan el sistema braille que está basado en la distribución de seis puntos cuya combinación constituye este alfabeto.

Las Redes Sociales permiten un gran avance para la comunicación y el acceso a la misma de las personas sordociegas. Diferentes asociaciones de este colectivo como FESOC (Federación Española de la Sordoceguera) o APASCIDE (Asociación Española de Familias de Personas con Sordoceguera) tienen sus propios espacios en Facebook. Esta plataforma permite no solamente difundir información de actividades y trabajo que se realizan, sino también sirve como herramienta que pone en contacto a diferentes grupos profesionales relacionados con la sordoceguera.

Además, estas asociaciones cuentan también con sus propios canales en Instagram, YouTube y Twitter.

En lo que se refiere a los avances tecnológicos, estos suponen una herramienta fundamental para los sordociegos permitiéndoles el acceso a la información gracias a programas informáticos como la utilización de la aplicación GoAll a través de teléfonos móviles y tablets, que, mediante una conexión a una línea braille, permiten traducir los subtítulos de los programas de televisión. Del mismo modo, las prótesis auditivas e implantes cocleares suponen una solución para su deficiencia auditiva, favoreciendo una mayor accesibilidad con su entorno al potenciar la comunicación.

Esta combinación de tecnología, ciencia y Redes Sociales es también fundamental para proyectar mayor visibilidad de esta discapacidad.

### 2.2.2 Prótesis auditivas e implantes cocleares

Los avances de la medicina y la tecnología han permitido que las personas sordas puedan beneficiarse de la adaptación de diferentes dispositivos auditivos que les ayuda a normalizar su vida cotidiana. Dependiendo del grado de pérdida se utilizarán prótesis auditivas (audífonos) para sorderas leves y moderadas, e implantes cocleares para sorderas severas y profundas.



Ilustración 1: Prótesis auditivas

Fuente: [centroauditivonavasquillo.es](http://centroauditivonavasquillo.es)

Existen diferencias entre estos dos tipos de dispositivos. Las prótesis auditivas (audífonos) actúan como amplificadores de sonido, mientras que el implante coclear es más complejo, es un dispositivo electrónico que consta de una parte externa y otra interna que necesita de una cirugía para implantar unos electrodos en el oído interno (cóclea) produciendo unos estímulos eléctricos que es capaz de transmitirlos al nervio auditivo llegando al cerebro la información auditiva. (Clínica Universidad de Navarra 2020).



Ilustración 2: Implante Coclear (Externo).

*Fuente: cincodias.elpais.com*



Ilustración 3: Implante Coclear (Interno).

*Fuente: medicalexpo.es*

Una gran parte del colectivo sordo prelocutivo utiliza el lenguaje oral como forma de comunicación debido al trabajo logopédico y adaptación de prótesis auditivas e implantes cocleares. Es importante reconocer su derecho a esta opción de comunicación.

En la campaña de 2017 “Que lo escuche todo el mundo” promovida por la Confederación Española de Familias de Personas Sordas (FIAPAS), elaboró el lema “¡Oye! Llenemos de vida el silencio”, cuya finalidad estaba destinada a dar conocer la importancia tanto de las prótesis auditivas como de los implantes cocleares para distinguir lo que supone a una persona con deficiencia auditiva poder oír o no, y de esta manera, poder utilizar el lenguaje oral y todas aquellas capacidades que derivan de él.



Ilustración 4: Cartel "Que lo escuche todo el mundo"

Fuente: FIAPAS

### 2.2.3 Lengua de signos

La lengua de signos es considerada la comunicación más antigua de la humanidad, aunque sus orígenes son desconocidos se sabe que es anterior a la lengua oral. Tras diferentes investigaciones realizadas en primates se ha comprobado que estos pueden comunicarse gesticulando, de ahí la posibilidad de que nuestros antepasados utilizaran los gestos como forma de expresión hasta que su aparato fonador estuvo preparado para articular sonido. Por tanto, la lengua de signos nace de la necesidad de comunicarse entre dos personas sordas.

A lo largo de la historia las personas sordas estaban marginadas no pudiendo optar a ningún tipo de educación. Los primeros datos históricos acerca de la educación de personas sordas surgen en España en siglo XVI con Fray Ponce de León quien enseñó a hablar y a escribir a los niños utilizando gestos, siendo esta labor reconocida y extendida por todo el mundo.

No existe una lengua de signos universal, cada país tiene la suya ya que está ligada a su propia cultura y a su evolución. Según la Federación Mundial de

Personas Sordas existen más de 300 lenguas de signos diferentes. En nuestro país están reconocidas la española y la catalana.

La lengua de signos es un lenguaje propio, natural, visual y gestual que tiene un código gramatical propio cumpliendo las mismas funciones de otras lenguas.



Ilustración 5: Conversación en lengua de signos.

*Fuente: CNSE*

Es un lenguaje utilizado por un gran colectivo dentro de la población sorda española que incluso cuenta con sus propias asociaciones e intérpretes para facilitarles la comunicación e integración con el resto de la sociedad.

Actualmente encontraremos vídeos de diferentes contenidos en la plataforma de YouTube con intérpretes de lengua de signos. También existen aplicaciones digitales para facilitar la comunicación signada como más adelante concretaremos.

### **2.3 Principales asociaciones de la discapacidad auditiva en España**

La Comunidad Sorda Española cuenta con una amplia red de federaciones y asociaciones. La Confederación Estatal de Personas Sordas (CNSE) es la organización más grande bajo el cual está formada por las 17 federaciones con representación en cada autonomía del estado y la Asociación de Personas Sordas en Melilla. Además de esta asociación, nos encontramos con más de 115 asociaciones que trabajan con y para este colectivo a nivel más local. La CNSE

se define como “una Organización No Gubernamental de acción social, sin ánimo de lucro y de ámbito estatal que fue fundada en 1936” con el objetivo de acabar con las barreras que impiden a las personas del colectivo ejercer sus derechos y luchar por la igualdad, además de dar apoyo a las familias, la educación y personas de este colectivo.

Otra de las asociaciones más importante es la Confederación Española de Familias de Personas Sordas (FIAPAS) que fue fundada en 1978 con la finalidad de ayudar a las familias de las personas con discapacidad auditiva dando respuesta a sus necesidades e informándose de todas las ayudas estatales y de Comunidades Autónomas. Además, es considerada como la mayor confederación que representa a las familias de este colectivo en España y que está formada por 47 asociaciones con el propósito de construir una sociedad inclusiva para que puedan ejercer sus derechos y que haya una igualdad de condiciones. De estas 47, 39 son asociaciones provinciales/locales y 8 son federaciones autonómicas (Tabla 1).

ASOCIACIONES		
Comunidad Autónoma	PROVINCIA	NOMBRE
<b>Andalucía</b>	Jaén	<b>AFAIS</b> - Asociación de Familias y Amigos de la Infancia Sorda
	Málaga	<b>ASPANSOR</b> - Asociación de Padres de Niños Sordos de Málaga
	Córdoba	<b>ASPAS</b> - Asociación de Padres y Amigos de los Sordos
	Sevilla	<b>ASPAS</b> - Asociación de Padres y Amigos de los Sordos
	Almería	<b>ASPASA</b> - Asociación de Padres y Amigos de Sordos de Almería
	Granada	<b>ASPRODES</b> - Asociación Proderechos del Sordo
	Huelva	<b>ASPRODESORDOS</b> - Asociación de Familias de Personas Sordas de Huelva
	Sevilla	<b>FAPAS</b> - Federación Andaluza de familias de Personas Sordas
<b>Aragón</b>	Huesca	Asociación San Fco de Sales de Hipoacúsicos de Huesca
	Zaragoza	<b>ASPANSOR</b> - Asociación de Padres de Niños Sordos de Zaragoza
	Teruel	<b>ATPANSOR</b> - Asociación Turolense de Padres de Niños Sordos
	Huesca	<b>FAAPAS</b> - Federación Aragonesa de Asociaciones de Padres afectados y Amigos de los Sordos
<b>Castilla y León</b>	Burgos	<b>ARANS</b> - Asociación para la Reeducción Auditiva de Niños Sordos de Burgos
	León	<b>ASFAS León</b> - Asociación de Familiares y Amigos del Sordo de León
	Salamanca	<b>ASPAS</b> - Asociación de Padres y Amigos de los Sordos
	Valladolid	<b>ASPAS</b> - Asociación de Padres y Amigos de los Sordos
	Burgos	<b>FAPAS CyL</b> -Federación de Asociaciones de Padres y Amigos del Sordo de Castilla y León

<b>Castilla - La Mancha</b>	Guadalajara	<b>APANDAGU</b> - Asociación de Padres y Amigos de Niños con Discapacidad Auditiva de Guadalajara
	Toledo	<b>APANDAPT</b> - Asociación de Padres y Amigos de Niños Deficientes Auditivos de Toledo
	Albacete	<b>ASPAS</b> - Asociación de Padres y Amigos de los Sordos
	Ciudad Real	<b>ASPAS</b> - Asociación de Padres y Amigos de los Sordos
	Cuenca	<b>ASPAS</b> - Asociación de Padres y Amigos de los Sordos
	Toledo	<b>FASPAS</b> - Federación de Asociaciones de Padres y Amigos de Sordos de Castilla la Mancha
<b>Cataluña</b>	Barcelona	<b>ACAPPS</b> - Associació Catalana de famílies i persones amb sordesa
	Lérida	<b>ACAPPS</b> - Associació Catalana de famílies i persones amb sordesa
	Barcelona	<b>Federación ACAPPS</b> - Federación de Asociaciones Catalanas de Padres y Personas Sordas
<b>Ceuta</b>	Ceuta	<b>ACEPAS</b> - Asociación Ceutí de Familias de Personas sordas
<b>Comunidad de Madrid</b>	Madrid	Asociación entender y hablar - Madrid
	Madrid	<b>ASPAS</b> - Asociación de Padres y Amigos de los Sordos
<b>Comunidad Valencia</b>	Alicante	<b>APANAH - Elda</b> , Asociación de Padres de personas con Discapacidad Auditiva
	Alicante	<b>APANAS - ASPE</b> , Asociación de Padres y Amigos de Niños y Adolescentes Sordos de Aspe
	Castellón	<b>ASPAS</b> - Asociación de Padres y Amigos de los Sordos
	Valencia	<b>ASPAS</b> - Asociación de Padres y Amigos de los Sordos
	Valencia	<b>HELIX-C.V.</b> - Federación de asociaciones por la integración del sordo en la comunidad valenciana
<b>Extremadura</b>	Badajoz	<b>ADABA</b> - Asociación de Discapacitados Auditivos de Badajoz y Provincia
	Cáceres	<b>ASCAPAS</b> - Asociación Cacereña de Padres y Amigos de los Sordos
	Badajoz	<b>FEDAPAS</b> - Federación extremeña de deficientes auditivos, padres y amigos del sordo
<b>Galicia</b>	La Coruña	<b>ACOPROS</b> - Asociación de Colaboración y Promoción del Sordo
<b>Baleares</b>	Islas Baleares	<b>ASPAS</b> - Asociación de Padres y Amigos de los Sordos
<b>Islas Canarias</b>	La Palma	<b>FUNCASOR</b> - Fundación Canaria para las Personas con Sordera y sus familias
	Las Palmas de Gran Canaria	<b>FUNCASOR</b> - Fundación Canaria para las Personas con Sordera y sus familias
	Santa Cruz de Tenerife	<b>FUNCASOR</b> - Fundación Canaria para las Personas con Sordera y sus familias
<b>La Rioja</b>	La Rioja	Asociación de Familias y Discapacitados Auditivos de la Rioja ( <b>ADARI</b> )
<b>Navarra</b>	Navarra	<b>EUNATE</b> - Asociación de familias de personas con discapacidad auditiva de Navarra
<b>País Vasco</b>	Álava	<b>ASPASOR</b> - Asociación de Padres y Amigos de las Personas Sordas de Álava
<b>Asturias</b>	Asturias	<b>APADA</b> - Asociación de Padres y Amigos de Personas con Discapacidad Auditiva de Asturias
<b>Murcia</b>	Murcia	<b>APANDA</b> - Cartagena, Asociación de Padres de Niños con Deficiencias Auditivas
	Murcia	<b>ASPANPAL</b> - Asociación de Padres de Niños Con Problemas de Audición y Lenguaje
	Murcia	<b>FASEN</b> - Federación de Asociaciones de Familias de Personas Sordas de la Región de Murcia

Tabla 1: Asociaciones en España.

Fuente: Elaboración propia a partir de la página web de FIAPAS

La creación de las citadas asociaciones, así como la labor que realizan suponen una labor de asesoramiento, ayuda y apoyo, tanto para las personas con problemas auditivos y sus familias.

## **2.4 Discapacidad invisible**

La sociedad asocia la discapacidad a personas con dificultades muy evidentes, pero también existen otras que no se aprecian, son las denominadas “discapacidades invisibles” entre las que se encuentra la sordera.

Dentro del colectivo de las personas sordas encontramos aquellos que utilizan la lengua de signos para comunicarse, pero también hay quienes han optado por el oralismo gracias a las ayudas técnicas audiológicas como son los audífonos e implantes cocleares y a una reeducación logopédica del lenguaje oral desde la infancia.

Las barreras comunicativas, informativas, laborales, culturales y de accesibilidad a espacios públicos, son obstáculos con los que convive a diario este colectivo debido a dicha falta de visibilización.

En muchas ocasiones las personas sordas se tienen que enfrentar a la nula o escasa subtítulos en spot publicitarios, en programas audiovisuales, en salas cinematográficas, etc. Además, la carencia de intérpretes de lengua de signos en diferentes tipos de servicios, como en centros hospitalarios, juzgados, etc., les imposibilita la realización de muchas de estas gestiones. Suprimir estas barreras mediante adaptaciones técnicas y la presencia de más intérpretes de lengua de signos permitiría una mayor integración, autonomía y menor aislamiento de dicho colectivo. Por este motivo, la Confederación Estatal de Personas Sordas (CNSE) ha elaborado una campaña de visibilización “Queremos la Anexión”, cuyo objetivo es mostrar las diferentes situaciones a las que se tienen que enfrentar a diario y así sensibilizar a la sociedad de cuáles son sus necesidades.

## **2.5 Implicación de las asociaciones en las tecnologías digitales**

Anteriormente hemos tratado acerca de la necesidad de los avances técnicos como ayuda a la audición de este colectivo, pero también existen otras ayudas tecnológicas y servicios que facilitan la comunicación con otras personas sordas y con oyentes.

Las diferentes asociaciones han sido clave para la implantación y uso de estas tecnologías. En la actualidad existen aplicaciones y sitios web que permiten la accesibilidad y comunicación tal y como requiere nuestro marco legal. Dichas aplicaciones deben cumplir unas condiciones que permitan la accesibilidad a tiempo real de la comunicación, notificaciones y alertas, las cuales tendrán que ser por vibración, visuales y sonoras. Estas App pueden utilizar el lenguaje escrito que debe ser claro y comprensible, mientras que las aplicaciones audiovisuales deben incluir subtítulos y lengua de signos.

En la actualidad existen varios proyectos tecnológicos destinados a potenciar la calidad de vidas de las personas con discapacidad auditiva que les proporcionará mayor autonomía e integración en una sociedad donde las tecnologías priman.

SHOWLEAP. Es un traductor a tiempo real de lengua de signos a lenguaje oral y viceversa. Utiliza dos brazaletes conectados por bluetooth a un dispositivo y colocados en el antebrazo de la persona. Esta tecnología es capaz de reconocer mediante unos sensores los signos y convertirlos a lengua oral, y, al contrario, recoge los sonidos de las personas oyentes transformándolos en texto y lengua de signos. Es un proyecto español promovido por Telefónica.



Ilustración 6: Tecnología SHOWLEAP

*Fuente: guiadeprensa.com*

MOTIONSAVVY. Esta tecnología fue creada en Nueva York, se trata de un programa que a través de una Tablet transforma los signos, visualizados en ella, en sonidos y viceversa, es decir, un oyente habla a la Tablet y se convierte en mensaje de texto.

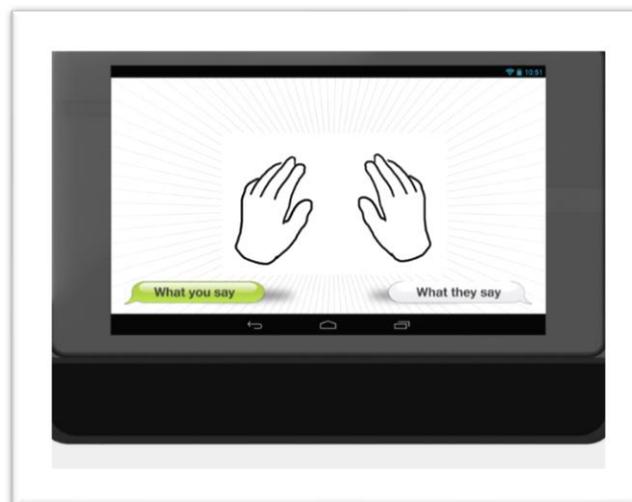


Ilustración 7: Tecnología MotionSavvy

*Fuente: xataka.com*

## 2.6 Aplicaciones digitales

Entre las diferentes plataformas y aplicaciones existentes para la comunicación en dicha lengua está “SVisual” que lleva funcionando desde 2016, creado por la Confederación Estatal de Personas Sordas (CENSE) para la Supresión de las Barreras de Comunicación. Es un servicio de video-interpretación que permite la comunicación entre personas sordas signantes en lengua española y también con oyentes, permitiéndoles el acceso a la información al igual que el resto de la sociedad.

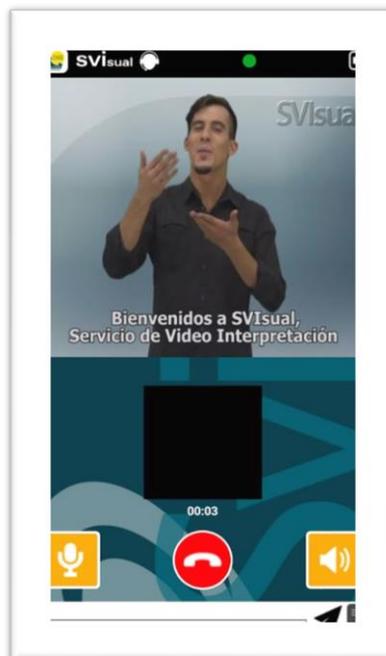


Ilustración 8: Aplicación oficial del Servicio “SVisual”

*Fuente: play.google.com*

Otra aplicación es “Tex2Sing” mediante la cual las personas sordas pueden escribir y dicha aplicación lo traduce en lengua de signos enviando un vídeo, facilitando de esta manera la comprensión ante las dudas que puedan existir de un texto escrito.

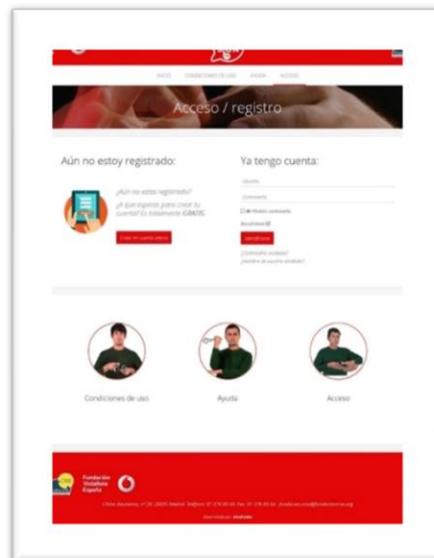


Ilustración 9: Plataforma "Tex2Sing"

Fuente: 3androides.com

SignARTE es una aplicación creada por la Fundación CENSE y financiada por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, destinada a administrar información sobre los diferentes espacios culturales. Tiene una doble función: geolocaliza al usuario ofreciendo una información en un radio de 100 kilómetros sobre diferentes espacios culturales y a la vez transmite dicha información con vídeos en lengua de signos española y en castellano.

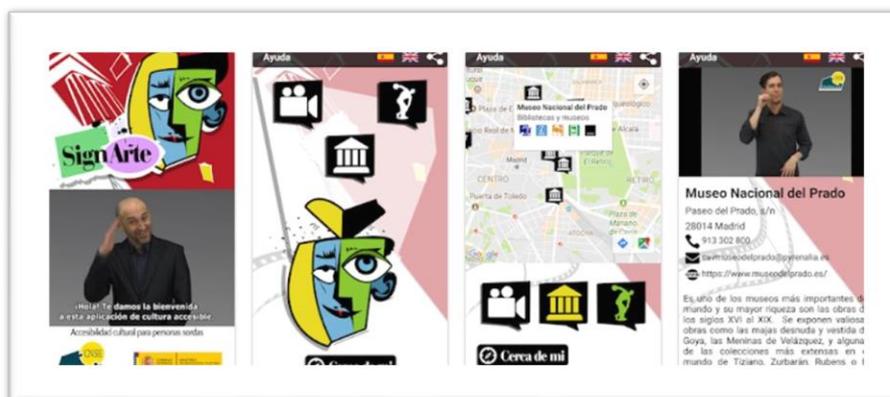


Ilustración 10: Aplicación oficial "SignARTE"

Fuente: play.google.com

La APP Visualfy Home alerta a las personas con discapacidad auditiva de los diferentes sonidos detectados en el hogar a través de diferentes dispositivos electrónicos, utilizando diferentes tonalidades de luces y vibraciones.



Ilustración 11: Aplicación Visualfy

Fuente: [visualfy.com](http://visualfy.com)

El contacto personal se vio afectado con el confinamiento debido a la COVID-19. Las redes sociales supusieron un salvavidas para seguir manteniendo las relaciones sociales con el entorno, permitiendo seguir desarrollando todo tipo de actividades, entre ellas el teletrabajo. Esta necesidad ha promovido la creación de nuevas aplicaciones para facilitar también el teletrabajo de las personas sordas.

Entre estas nuevas aplicaciones podemos encontrar la App Krisp utilizada en videollamadas. Actúa como un filtro que mejora el audio de las mismas, impidiendo interferencias que perjudiquen a la comprensión de las personas con problemas auditivos.

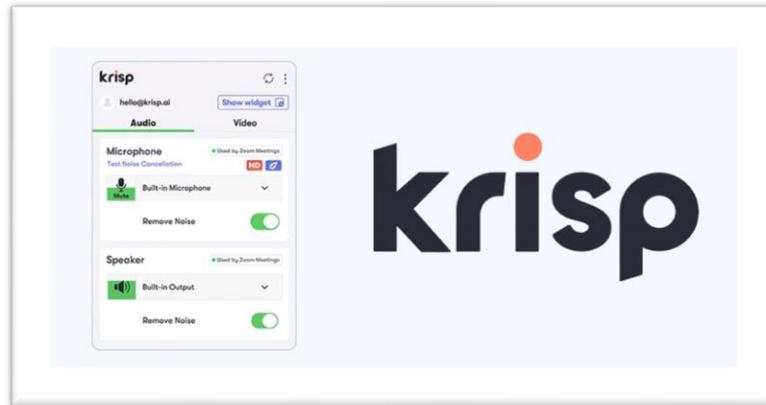


Ilustración 12: Herramienta Krisp

Fuente: [cxtoday.com](http://cxtoday.com)

Slack es una aplicación de mensajería que utilizan las empresas para organizar y administrar el trabajo en un mismo espacio con el fin de favorecer una forma de trabajo más conectada, flexible e inclusiva con sus empleados. Es una herramienta que permite estar abierta sin necesidad de realizar una videollamada.

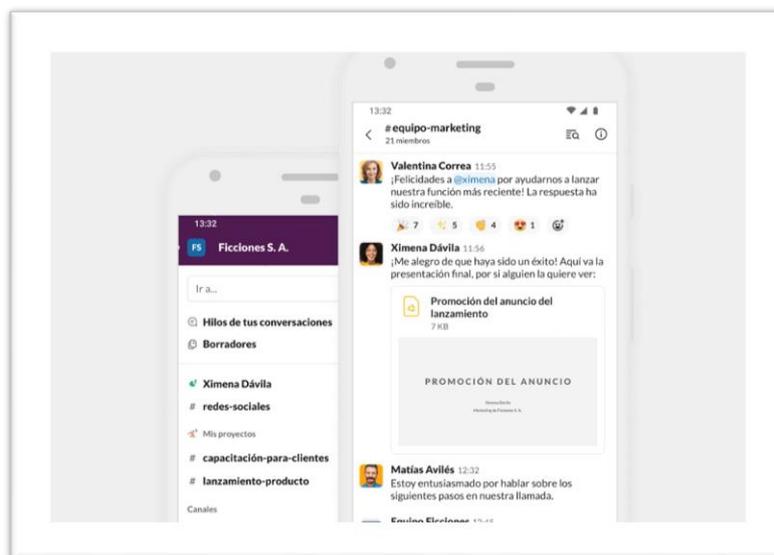


Ilustración 13: Aplicación Slack

Fuente: [slack.com](http://slack.com)

Existen aplicaciones gratuitas que permiten convertir un audio de voz de WhatsApp en un mensaje de texto. En Android se llama “Transcriber” mientras que en el sistema iOS se denomina “Audio to text”, esta herramienta también puede ser utilizada en Telegram, Line, e incluso con la grabadora propia del Iphone. En ambas Apps hay que configurar el idioma con el que se quiere transcribir el audio. Hay que tener en cuenta que la precisión del reconocimiento de voz no es al cien por cien fiable, ya que puede haber distorsiones debido al ruido ambiental, o una posible mala pronunciación de la persona que lo envía.

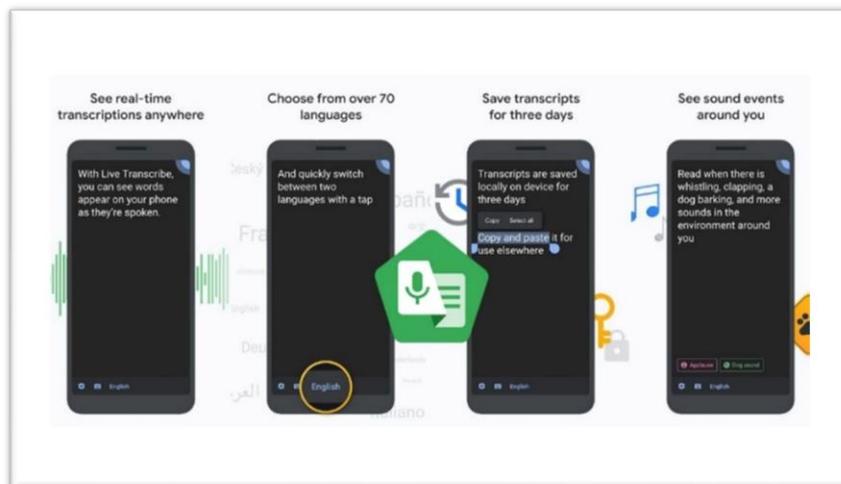


Ilustración 14: Aplicación “Transcriber” para WhatsApp

Fuente: [ovrik.com](http://ovrik.com)

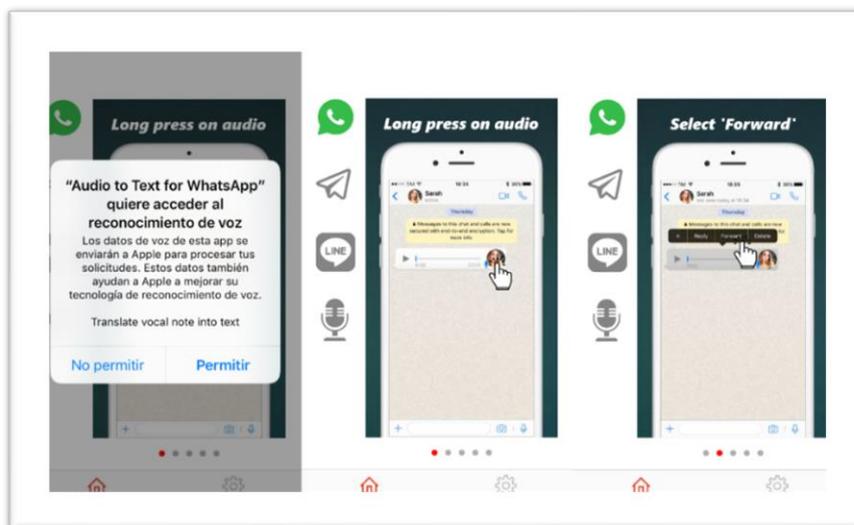


Ilustración 15: Aplicación “Audio To Text” para WhatsApp, Line, Telegram y grabadora de sonidos en el iPhone

Fuente: [christiandve.com](http://christiandve.com)

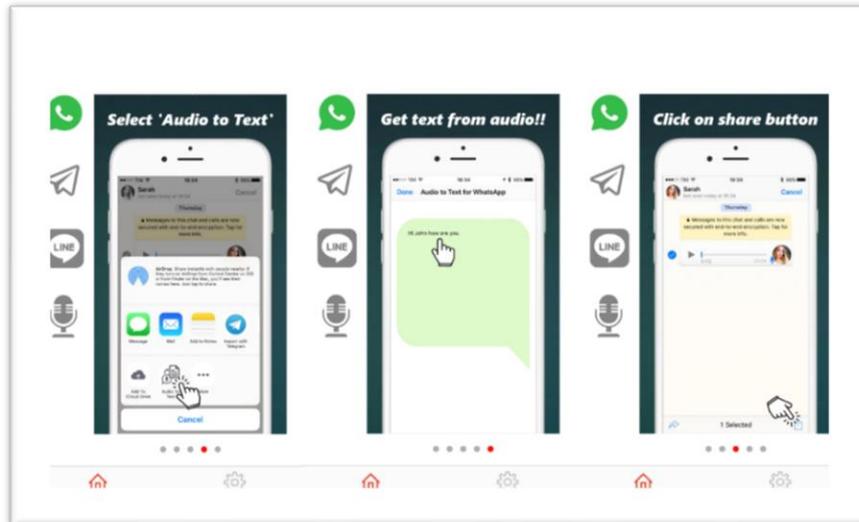


Ilustración 16: App "Audio to text"

Fuente: *christiandve.com*

Google también dispone de diferentes plataformas para la accesibilidad. Entre ellas se encuentra Google Meet, que permite la subtitulación de las videollamadas a tiempo real, facilitando de esta manera la comunicación y comprensión de los mensajes en las personas con problemas auditivos.

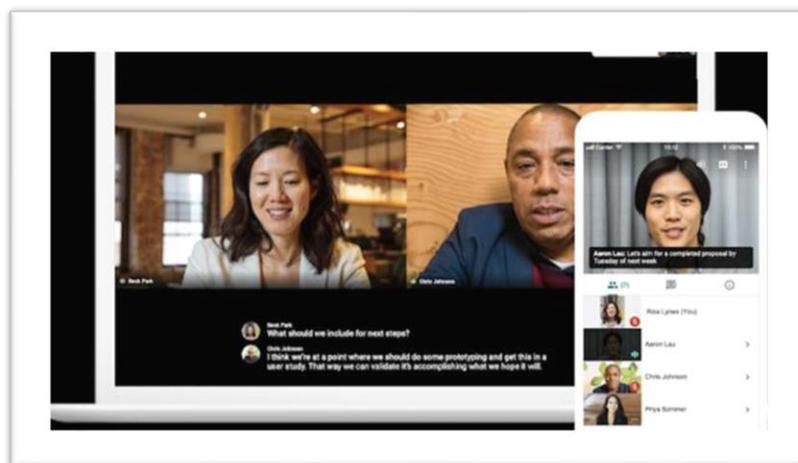


Ilustración 17: Funcionamiento de subtitulación en Google Meet

Fuente: *Visualfy*

Google Drive es otra herramienta que posibilita compartir, editar documentos y realizar cambios en los mismos, facilitando a sus usuarios trabajar a la vez y de forma paralela.

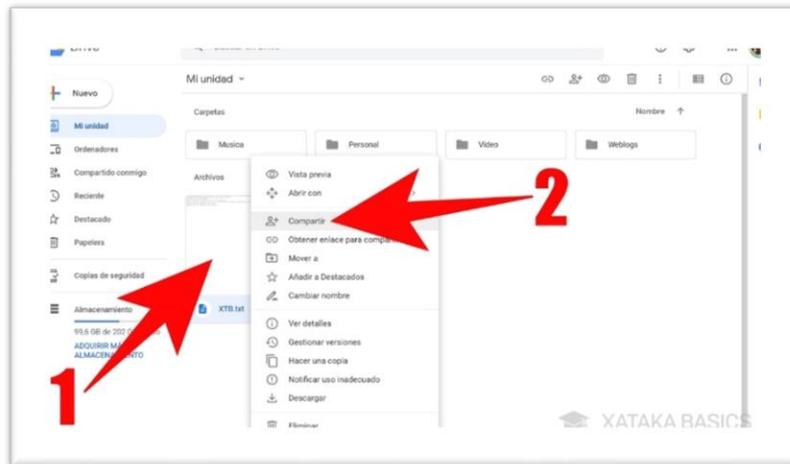


Ilustración 18: Opción de compartir documentos con otros usuarios en Google Drive

Fuente: [xataka.com](http://xataka.com)

Trello es una de las varias plataformas existentes para organizar el teletrabajo. Su característica principal sirve para organizar el trabajo en equipo. Es una herramienta mediante la cual se puede acceder a través del ordenador y también las versiones para móvil y iPad.

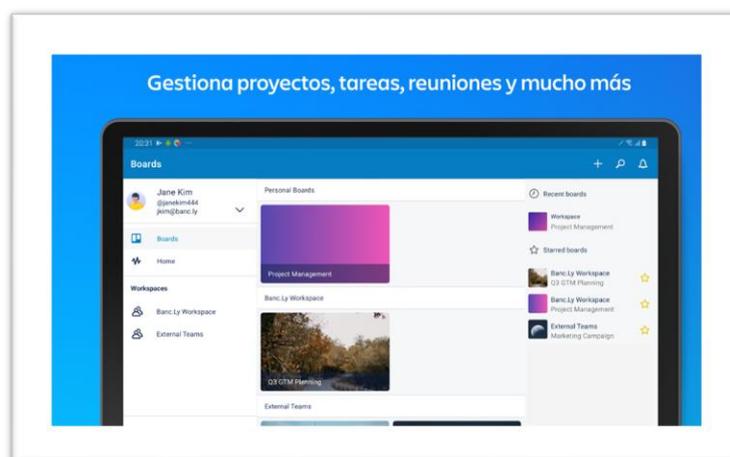


Ilustración 19: App Trello

Fuente: [play.google.com](http://play.google.com)

La mayoría de estas plataformas son gratuitas, lo que permite que la accesibilidad sea una ventaja determinante en el trabajo o cualquier ámbito de la vida de las personas sordas, favoreciendo una vez más su integración mediante la comunicación visual, oral y también escrita.

Existen algunas aplicaciones que permiten añadir subtítulos a las Redes Sociales como TikTok e Instagram. Las más conocidas son las siguientes:

- CapCut. Con esta APP se pueden realizar varias funciones como recortar, editar, añadir texto para el subtitulado y música. Se puede instalar gratuitamente tanto en Android como en iOS.

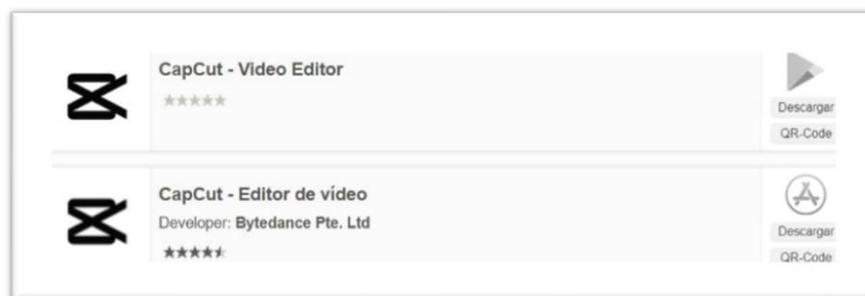


Ilustración 20: Aplicación "Capcut" para instalar en Android y en iOS

Fuente: [adslzone.net](http://adslzone.net)

- Kapwing. Es una herramienta gratuita que de forma automática subtitula los vídeos y permite editarlo antes subirlos a las Redes Sociales con el fin de comprobar si se ha transcrito correctamente. También se puede utilizar en You Tube.

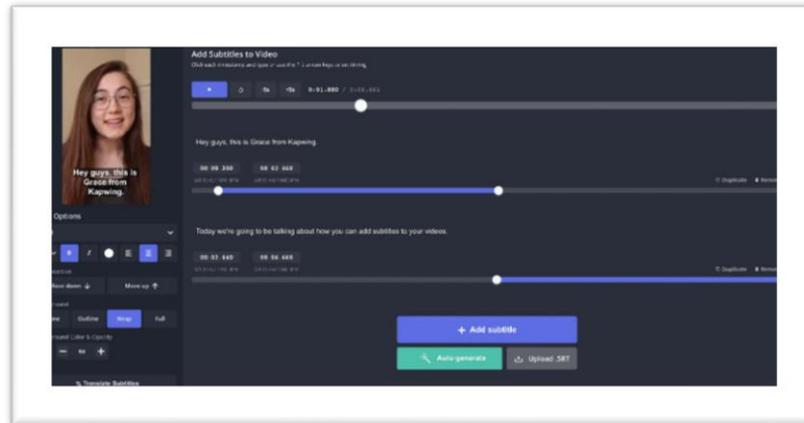


Ilustración 21: Herramienta Kapwing

Fuente: [kapwing.com](https://www.kapwing.com)

- Happyscribe. Se considera una de las aplicaciones más populares ya que permite la transcripción en los diferentes idiomas, es decir, se puede traducir en español, inglés, francés, alemán, italiano, portugués, etc. Aunque la descarga es gratuita, pero cuenta con el inconveniente de pago a la hora de añadir subtítulos en Instagram.

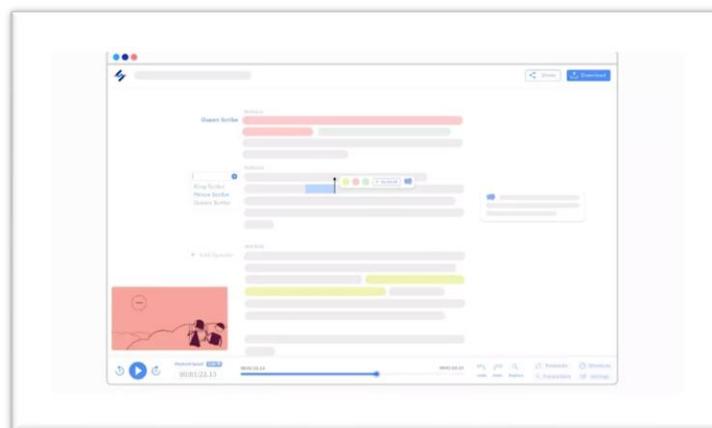


Ilustración 22: Servicio de transcripción "Happyscribe"

Fuente: [adslzone.net](https://www.adslzone.net)

Por otro lado, se mostrará resumidamente en una tabla las diferentes aplicaciones digitales investigadas en este trabajo que favorecen la accesibilidad a la comunicación de las personas con discapacidad auditiva:

<b>Aplicación Digital</b>	<b>Descripción</b>
Showleap	Traductor a tiempo de lengua de signos a lenguaje oral y viceversa.
Motionsavvy	Transforma signos en sonidos.
SVisual	Servicio de video-interpretación entre personas sordas y oyentes.
Tex2Sing	Traducción de lengua escrita a vídeos en lengua de signos.
SignArte	Geolocaliza información de espacios culturales en lengua de signos.
Visualfy Home	Alerta a diferentes dispositivos de sonidos domésticos utilizando luces y vibraciones.
Krisp	Videollamadas con filtro sonoro para mejorar el audio.
Slack	Mensajería empresarial para favorecer un espacio laboral más conectado e inclusivo.
Transcriber	Convierte el audio de voz de WhatsApp en texto en el sistema Android.
Audio To Text	Transcribe el audio de voz de WhatsApp en texto en el sistema iOS.
Google Meet	Subtitula videollamadas a tiempo real.
Google Drive	Comparte y edita documentos permitiendo cambios.
Trello	Organiza el trabajo en equipo.
CapCut	Añade subtítulos a las Redes Sociales
Kapwing	Permite subtitular vídeos para incorporarlos en las RRSS.
Happyscribe	Posibilita la transcripción en diferentes idiomas y subtitularlos.

Tabla 2: Aplicaciones Digitales

Fuente: Elaboración propia

## **2.7. Difusión digital de las empresas de prótesis auditivas e implantes cocleares**

En la actualidad se pueden encontrar multitud de empresas y marcas dedicadas a la comercialización de prótesis auditivas e Implantes Cocleares, encargadas de la salud auditiva de usuarios sordos. Dichos centros cuentan con audiólogos encargados de realizar diferentes pruebas para la adaptación de audífonos y también se ocupan del mantenimiento y reparación de los mismos. Entre las mejores marcas de audífonos que existen en el mercado se encuentran Starkey, Siemens, Resound, Widex, Phonak, Beltone, Interton, etc.

Estas marcas se comercializan en centros auditivos conocidos en mayor o menor medida por campañas de publicidad y marketing, lanzadas en medios de comunicación y en plataformas online.

En lo que respecta a implantes cocleares existen en el mercado varias marcas con excelentes resultados, son el caso de Cochlear (Australia), Medel (Austria), Advanced Bionics-Clarion (USA) y Digisonic (Francia).

Entre las empresas más conocidas se encuentra GAES. Este centro auditivo comercializa audífonos e implantes cocleares, aunque estos últimos tienen la particularidad de la intervención quirúrgica de una de las partes de sus componentes, de ahí que su comercialización sea más compleja.

GAES cuenta con un blog en el que aconseja de los cuidados y soluciones sobre la salud auditiva como, por ejemplo, los acúfenos durante el embarazo o bien el dolor de oídos causados por la Ómicron (COVID-19), consejos ante una pérdida auditiva, etc. También está presente en Redes Sociales como Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y LinkedIn.

En el caso de YouTube existen una gran variedad de vídeos publicitarios acerca de sus productos en usuarios con problemas auditivos.

GAES publicó recientemente por el día Internacional del Implante Coclear el spot publicitario: “GAES y Mara Martínez”. Este spot se da a conocer el buen funcionamiento de este dispositivo, en el que se ve a la joven patinadora de élite utilizarlos, siendo imprescindibles para su vida diaria y deportiva, ya que le permite, entre otras cosas, poder oír la música, algo fundamental para la realización de su deporte, con la finalidad de demostrar que no existen barreras para poder hacer una vida completamente normalizada e inclusiva.

Entre las campañas publicitarias realizadas por GAES las hay enfocadas a la utilización de audífonos como en el spot titulado: “¿Qué es lo que más te sorprendió de los audífonos de GAES?”, en el que diferentes usuarios de prótesis auditivas cuentan su buena experiencia y beneficio con su utilización.

Otra de las empresas dedicadas a la comercialización de audífonos es Aural Centros Auditivos. Esta entidad cuenta con Redes Sociales como Facebook, Instagram, YouTube y LinkedIn, donde da a conocer la variedad de sus productos dependiendo de la pérdida auditiva. En sus RRSS podemos encontrar vídeos donde personas sordas y sus familiares cuentan sus propias experiencias con el objetivo de informar sobre los beneficios de utilizar prótesis auditivas que les ofrece una gran calidad de vida.

Por lo tanto, las empresas de prótesis auditivas utilizan las Redes Sociales como plataforma comercial, dando a conocer los beneficios de las mismas a través de las experiencias personales de aquellos usuarios que las utilizan.

## **2.8. Difusión digital de las confederaciones y fundaciones**

Diferentes confederaciones y fundaciones españolas han realizado varias campañas digitales para mostrar la realidad de la discapacidad auditiva. En ellas se dan a conocer tanto las necesidades y las barreras a las que se enfrentan día a día este colectivo, como sus capacidades para realizar una vida normalizada.

### **2.8.1 Confederación Española de Familias de Personas Sordas (FIAPAS)**

En el año 2014 la Confederación Española de Familias de Personas Sordas y la plataforma Comprometidos lanzó una campaña de comunicación denominada “Que lo escuche todo el mundo” con la finalidad de mostrar los obstáculos a los que se enfrentan las personas con deficiencia auditiva para que así la sociedad pueda empatizar con este colectivo.

Se trata de un spot en el que participaron Angy Fernández, Ana Morgade, Llum Barrera, Fernando Romay, Juan Luis Cano, Luis Larrodera y Ramón para mostrar la realidad de las barreras a las que tienen que hacer frente las personas con discapacidad auditiva y, a su vez, fomentar la inclusión de este colectivo en la sociedad.

En el 2015 se emitió una campaña con el lema “Tu forma de hablar es nuestra forma de entender. Lo que quizá te sorprenda es que nuestra forma de hablar es como la tuya”. En el spot se puede observar cómo Angy Fernández ensaya de forma reiterada distintas maneras de vocalizar para que las personas sordas puedan entenderla e incluso eleva su tono de voz. Los niños que participan en la campaña demuestran que pueden mantener una conversación oral normativa gracias a las prótesis auditivas que utilizan.

Al año siguiente, concretamente en 2016, se publicó la campaña “La primera reacción” donde varios padres de niños con deficiencia auditiva explican cuáles fueron sus sensaciones y reacciones de la detección de la sordera de sus hijos. Mientras que en 2017 se difundió la campaña llamada “¡Oye! Llenemos de vida el silencio” con la finalidad de que las personas sordas puedan ser usuarias de los audífonos e implantes para poder oír.

En el 2018 la campaña “La emoción que nos une” estuvo enfocada para dar a conocer la importancia del movimiento asociativo y así poder realizar todas aquellas reivindicaciones que necesitan el colectivo con discapacidad auditiva para darle los recursos necesarios y al mismo tiempo visibilizar sus necesidades, además de empatizar con ellos.

El lema de la campaña de 2019 denominada “La vida con sentido” hace referencia a la inclusión del colectivo de personas sordas y todo lo que conlleva a nivel social, laboral, cultural, etc.

La Confederación Española de Familias de Personas Sordas (FIAPAS) ha lanzado una campaña llamada “Redes Más Sociales” para concienciar de que los entornos digitales son fundamentales para permitir el acceso a la información y a la comunicación de las personas con deficiencia auditiva.

La pandemia del COVID-19 ha supuesto una dependencia hacia las tecnologías mediante videollamadas, clases online y Redes Sociales, pero no son cien por cien accesibles para toda la sociedad, ya que si se activase el subtítulo o se hiciese uso del chat facilitaría a este colectivo la accesibilidad a la información y a la comunicación.

De ahí la necesidad de realizar en 2020 la campaña “Nuestro talento suma” para sensibilizar la inclusión en el entorno laboral y que apuesten por el potencial que tienen.

### **2.8.2 Confederación Estatal de Personas Sordas (CNSE)**

La Confederación Estatal De Personas Sordas está presente en las diferentes Redes Sociales como Twitter, Instagram, Facebook y Youtube ofreciendo una variedad donde da a conocer su actividad con el objetivo de promover la comunicación con las personas con deficiencia auditiva. No solamente se ocupa de desarrollar diferentes proyectos, sino que también es una plataforma informativa de la actualidad nacional e internacional.



Ilustración 23: Twitter oficial de CNSE

Fuente: CNSE

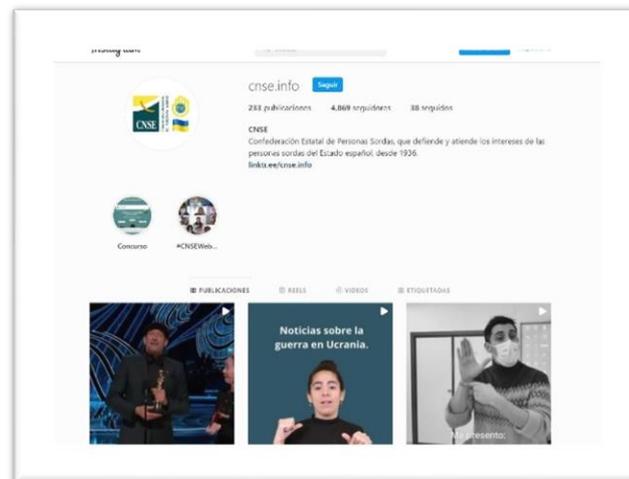


Ilustración 24: Perfil de Instagram de CNSE

Fuente: CNSE



Ilustración 25: Cuenta Facebook de CNSE

Fuente: CNSE

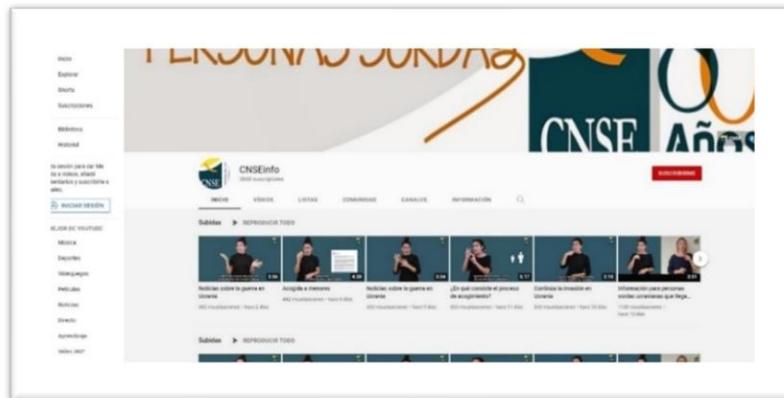


Ilustración 26: Canal YouTube de CNSE

*Fuente: CNSE*

Además, CNSE ha realizado varias campañas reivindicativas de los derechos de las personas sordas, entre las que se encuentra por ejemplo la publicada en 2019, denominada “Campaña por los derechos educativos de las personas sordas”, acerca del cumplimiento de los derechos educativos de todos los niños sordos para que se sientan integrados en las aulas con el objetivo de no encontrar obstáculos que dificulten su aprendizaje.

### 2.8.3 Fundación ONCE

La fundación ONCE (Organización Nacional de Ciegos Españoles) nace en febrero de 1988 con la intención solidaria de cooperación de las personas ciegas hacia otros colectivos con discapacidad para mejorar la calidad de vida y su integración e inclusión social.

Esta fundación realiza diferentes programas de inserción laboral, formación e integración en el trabajo y además promueve la accesibilidad creando entornos, productos y servicios que favorezcan a todas aquellas personas que tienen algún tipo de discapacidad.

Por este motivo, ha realizado diversas campañas para dar visibilidad a los diferentes colectivos y sus necesidades utilizando campañas publicitarias en los medios de comunicación audiovisuales y en Redes Sociales como Twitter,

Instagram, Facebook y LinkedIn. Además, hace uso de YouTube como un canal informativo sobre los aspectos más relevantes de la actualidad que afectan a las personas con discapacidad.

Fundación ONCE ha lanzado durante su existencia diferentes campañas publicitarias con diversas temáticas acerca de la discapacidad y la realidad a la que se enfrentan estas personas.

El spot “Por mil razones” de 2014 se centra en dar a conocer el talento promoviendo el empleo para las personas con diferencias discapacidades que no suponen una barrera para enfrentarse al mundo laboral.

La campaña “Por el buen camino” de 2015 muestra el compromiso de las personas discapacitadas con la sociedad.

En 2016 se lanzó el anuncio llamado “No seas mi límite” donde refleja los obstáculos que puedan encontrar estas personas a la hora de conseguir un empleo enfrentándose a barreras físicas y sociológicas que provocan situaciones de discriminación.

Con motivo del 80 aniversario de la ONCE, su fundación realizó, en 2017, una campaña llamada “Contigo, hacemos de la Evolución una revolución”, centrada en los avances tecnológicos que benefician el día a día y la integración a las personas con discapacidad pudiendo romper barreras.

En 2018 se publicó el spot “Mujeres en modo ON”, trata sobre la doble discriminación que sufren las mujeres con discapacidad. La finalidad de dicho spot es conseguir que sigan formándose e insertase en el mundo laboral sin ningún tipo de obstáculo.

Mientras que en 2019 se realizaron diferentes campañas de cada discapacidad para dar a conocer por separado los beneficios tecnológicos de cada una de ellas. En el caso de la auditiva se centró en las ventajas que tiene el bucle magnético instalado en espacios de ocio como el cine, donde las prótesis auditivas e implantes cocleares pueden conectarse generando una audición de mayor calidad y una mejor comprensión.

En 2020 se hizo una campaña denominada “Bonita la gente” inspirada en la letra de la canción “Bonito” del cantante Paul Dones. Fue un año difícil marcado por

la pandemia de la Covid 19 y por ello se quiso resaltar los valores y los principios por los que luchan tanto movimientos asociativos como colectivos de personas con discapacidad.

La campaña de 2021 titulada “La actitud nos hace capaces”, se centra en el esfuerzo que realizan las personas con discapacidad para conseguir sus metas, sensibilizando de esta manera a la sociedad de su inclusión.

A lo largo de todos estos años, la Fundación ONCE ha hecho visible diversas campañas mostrando realidades y necesidades de estas personas como el deporte, el ocio, la cultura, la educación y la tecnología para fomentar la integración y construir una sociedad más inclusiva.

## **2.9. Las Redes Sociales como fuente de comunicación**

La accesibilidad de las personas con discapacidad auditiva a las Redes Sociales tiene como principal objetivo la eliminación de barreras y potenciar su autonomía. Las Redes Sociales suponen una nueva forma de relación y comunicación entre personas y grupos de personas con o sin discapacidad. Para ello es imprescindible adaptaciones que permitan que las Redes Sociales sea una herramienta útil para las personas sordas.

Entre las técnicas utilizadas está el subtítulo audiovisual, transcritores a tiempo real de audios a textos, en la actualidad existen transcritores como es el caso de Speech-to-Text o Google Transcribe. La lectura fácil es una técnica necesaria para el acceso a la información, entidades como Discapnet de Fundación ONCE se encargan de crear textos utilizando frases más concisas e incluso utilizando imágenes y pictogramas.

El uso de las RRSS permite a todas aquellas personas sordas y sus familias que puedan compartir y transmitir experiencias con el fin de ayudar a este colectivo para que superen los obstáculos que puedan presentarse en el día a día y, a su vez, visibilizar la sordera.

Instagram es una red social utilizada por más de 100 millones de usuarios, a través de la cual se divulgan fotos y vídeos. Supone una gran difusión de información utilizada también por Influencers donde muestran tanto sus vivencias como experiencias.

Existen también Influencers con discapacidad, entre ellos la auditiva y dando a conocer sus propias capacidades y habilidades de cómo se enfrentan al mundo y la sociedad a pesar de los obstáculos y barreras que se puedan encontrar en

su vida diaria y así poder compartir conocimientos acerca de sus necesidades, creando de esta manera una comunidad sobre este tema.

La discapacidad auditiva de la familia “The Piñeiro’s”, donde el padre, la madre y sus tres hijos sordos, decidieron utilizar esta red para mostrar al mundo sus vivencias diarias tanto personales como educativas. Utilizan la lengua de signos como medio de comunicación. Gracias a esta red pudieron recaudar dinero para comprar un nuevo procesador de implante coclear tras haber perdido una de sus hijas. Esta familia supone un referente para otras tantas que se puedan encontrar en su misma situación. También cuentan con su propio canal en YouTube.

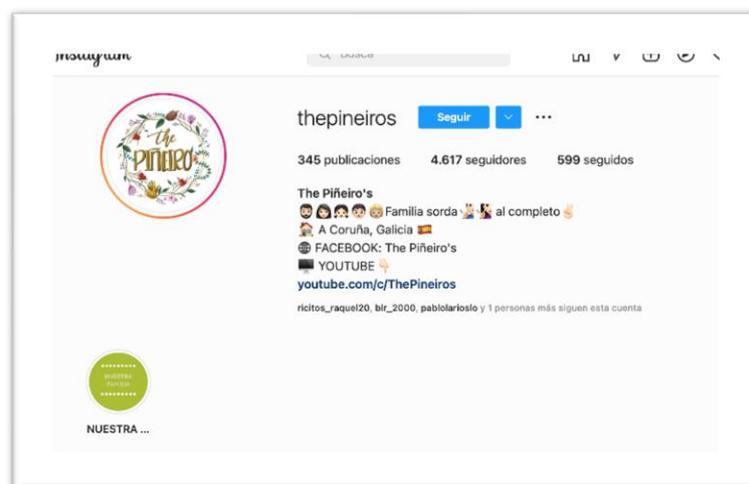


Ilustración 27: Perfil de Instagram de la familia "The Piñeiro's"

Fuente: Instagram

Otro de los perfiles de Influencers en Instagram lo protagoniza la cuenta @Cochlear\_girl. Marie es una joven adolescente sorda con implante coclear que decidió abrirse una cuenta en esta red tras haber sufrido bullying en su etapa escolar. Instagram le ha dado la oportunidad de dar a conocer su situación y al mismo tiempo ha podido contactar con otros jóvenes implantados y compartiendo con ellos sus propias experiencias.

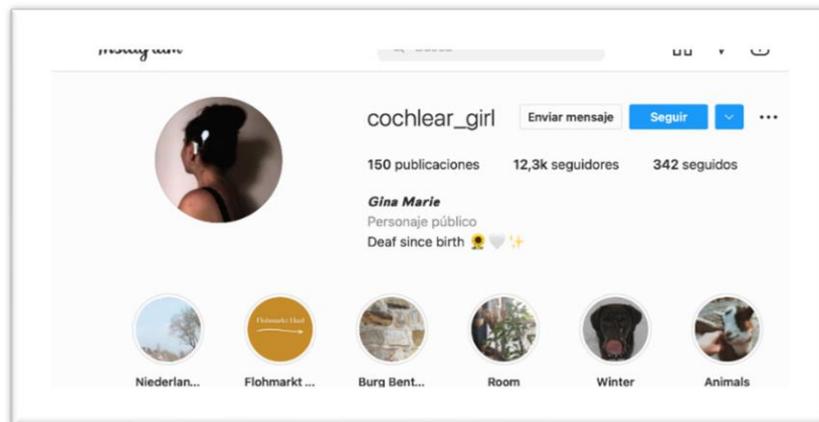


Ilustración 28: Perfil de Instagram de Gina Marie

*Fuente: Instagram*

También podemos encontrar otros perfiles que utilizan esta red para recomendar viajes como es el caso de Jaime del Pizzo (@jaimedelpizzo), el Sordo Fisgón (@elsordofisgon), Calvin Young (@seektheworld\_), María León (@marialeonstyle) y Stacey (@deafinitelywanderlust). Todos ellos personas sordas viajeras que muestran sus experiencias sin complejos. Las barreras comunicativas que hayan podido encontrar no les ha supuesto ningún obstáculo para hacer lo que más les gusta, viajar. Publican sus viajes como vivencias de vida, visibilizando, en muchos casos, los retos a los que se tienen que enfrentar como en el caso de la comunicación oral y la lengua de signos.

La cuenta Freeda (@Freeda\_es) publicó un vídeo acerca de la cantante Samanta, una joven con discapacidad auditiva que logró entrar en el programa musical Operación Triunfo. En dicho vídeo ella da a conocer su experiencia personal de su deficiencia y que no ha supuesto ningún obstáculo para cumplir

su sueño de ser cantante. Además, también pone de manifiesto la ignorancia de muchas personas acerca de esta discapacidad y de su reto de poder cantar.

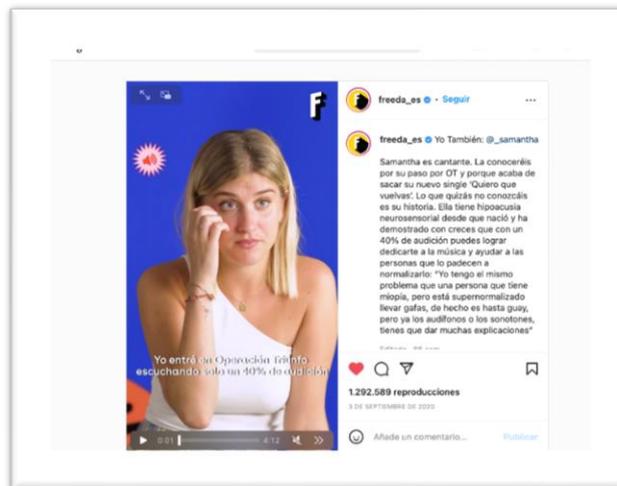


Ilustración 29: Perfil de Instagram de Freeda

*Fuente: Instagram*

Como ya comentamos en apartados anteriores, la discapacidad es una circunstancia con la que se puede nacer o puede ser adquirida a lo largo de la vida. La sociedad en la que vivimos no repara en ello, de ahí que exista una falta de sensibilización por parte de muchos Influencers al no considerar en sus perfiles esta realidad. Los Influencers podrían utilizar la herramienta Zubtitle que permite convertir el audio de los vídeos en texto. Esta opción permitiría llegar a más personas y una mayor inclusión del colectivo sordo.

TikTok es una red social que fue creada con la intención de mostrar y compartir vídeos de poca duración, de un minuto máximo, que permite la grabación de los mismos en varias tomas.

Estela Lorenzo es una de las habituales usuarias de TikTok. A través de esta red intenta ayudar, desde su experiencia, a personas y sus familias con pérdidas auditivas. Estela lleva dos implantes cocleares y utiliza la lengua oral para comunicarse. Además, responde a preguntas que realizan sus seguidores acerca de su sordera ante la falta de información que todavía existe al respecto.

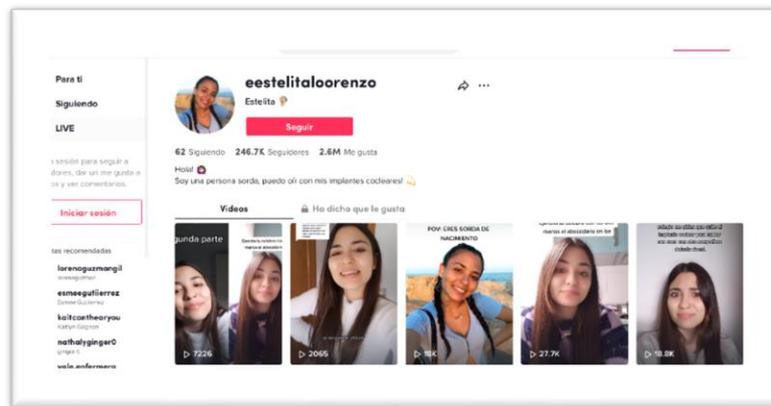


Ilustración 30: Perfil de Estela Lorenzo en TikTok

Fuente: TikTok

La lengua de signos también está presente en TikTok por personas que quieren visibilizarla a través de sus publicaciones, como es el caso de la cuenta “lenguasignos”, cuyo objetivo no es solamente darla a conocer, sino que sus seguidores puedan familiarizarse con ella aprendiendo determinados signos.

YouTube es una plataforma creada para subir vídeos de diferentes temáticas. Actúa como una televisión mediante Internet. Este canal permite a la comunidad sorda estar informados sobre cualquier tema ya que, además, posibilita la subtítulos acerca de los diversos contenidos e incluso existen intérpretes que facilitan la comprensión del asunto que se está tratando en los vídeos.

Otra red social que permite la comunicación entre millones de personas es Twitter, en este caso la comunicación se realiza de manera escrita, lo que supone una gran accesibilidad para las personas con discapacidad auditiva, que incluso pueden dar sus propias opiniones y responder a las de otros. También hace publicaciones sobre cualquier tema de la actualidad lo que la convierte en una importante fuente informativa.

LinkedIn ha sido creada como una red social y profesional con el objetivo de conseguir empleo reflejando la experiencia laboral, además promueve la búsqueda activa de trabajo pudiendo establecer una marca personal. Como

cualquier red social facilita la comunicación entre los contactos agregados, pero a diferencia de otras es aconsejable no indicar información acerca de la vida privada.

Es una plataforma útil para la comunidad sorda porque se emplea la escritura como forma de comunicación y sirve a las empresas para aquellas búsquedas de personas con discapacidad.

## 2.10. Inclusión publicitaria de la discapacidad auditiva

En la actualidad las empresas de modas están centradas en la diversidad del tallaje obviando a modelos que podrían visibilizar la discapacidad auditiva.

La firma de moda “ASOS” seleccionó a una modelo con implante coclear para mostrar la colección de pendientes de otoño 2021. Este hecho fue aplaudido por muchos usuarios a través de la plataforma de Twitter en la que se puede ver mensajes de agradecimiento a esta marca por esta iniciativa.



Ilustración 31: Modelo de pendientes con implante coclear

*Fuente: ASOS*

En la actualidad las grandes de empresas de moda como Zara o Mango no apuestan por modelos con discapacidad auditiva para promocionar sus productos tanto de moda como de accesorios, lo que supone un gran inconveniente para la visibilización de este colectivo.

“Oímos” es una revista informativa de implantes cocleares editada por la empresa GAES. En su número 25/15 incluye un artículo centrado en Mireia Mendoza para darla a conocer como la primera modelo sordociega y a la vez usuaria de implante coclear. Esto ha sido posible gracias al proyecto “MM DEAFBLIND MODEL”, cuyo objetivo es visibilizar la sordoceguera a través de la moda.

En la entrevista realizada a Mireia considera que las empresas de moda deben contratar como imagen publicitaria a modelos sordos y sordociegos para mostrar los implantes auditivos en campañas publicitarias, eventos de moda, etc. (Oímos, 2021).



Ilustración 32: Modelo sordociega en la pasarela madrileña

*Fuente: Harper's Bazaar España*

Como hemos podido comprobar en la sociedad actual las marcas de moda no apuestan por la discapacidad, lo que supone un gran inconveniente para la visibilización de las personas usuarias de prótesis auditivas e implantes cocleares. En el caso de que esto si fuera posible, las Redes Sociales supondrían un canal fundamental para mostrar esta realidad, pudiendo no solamente despertar el interés de los usuarios por la moda, sino también un mayor conocimiento de este colectivo y sus necesidades. A su vez, alcanzarían un gran reconocimiento por esta labor social.

Un aspecto positivo a destacar en lo que se refiere a la publicidad inclusiva de esta discapacidad lo encontramos en la empresa juguetera española Miniland

(Alicante), dedicada a juguetes educativos, didácticos y pedagógicos que ha apostado por la fabricación de muñecos con implantes auditivos.



Ilustración 33: Bebé Miniland 38cm Caucásica con Implante Coclear

*Fuente: Miniland*

De este modo, muchos niños se sienten identificados y a su vez con esta iniciativa proyecta una sensibilización social. Miniland cuenta con varias plataformas digitales, como Twitter e Instagram, para mostrar sus productos a la sociedad. Ha tenido una buena acogida y crítica como gesto de avanzar “hacia la normalización”.

### **3. METODOLOGÍA**

En base a las hipótesis planteadas se ha llevado a cabo una metodología mixta con el fin de obtener unos resultados más objetivos y fidedignos. Por tanto, se ha realizado tanto un estudio cualitativo como cuantitativo de la información y visibilidad que tiene la sociedad acerca de la discapacidad auditiva mediante el uso de plataformas digitales y Redes Sociales.

#### **3.1 Metodología cualitativa**

El enfoque cualitativo hace referencia a ser un método más subjetivo, flexible y abierto, cuya finalidad es comprender la realidad social de los diferentes patrones

de una forma exploratoria (Ugalde & Balbastre, 2013). Se llevará a cabo a partir de la realización de entrevistas consideradas como una técnica de recogida de información basándose en la opinión de la muestra escogida.

Se efectuará una entrevista semiestructurada a seis personas de forma individual agrupadas con o sin discapacidad auditiva acerca de sus propias vivencias, utilizando el WhatsApp como herramienta comunicativa para contestar abiertamente a las preguntas formuladas para dicha entrevista que se pueden verificar junto con las respuestas en los anexos 2, 3, 4, 5, 6 y 7.

En la siguiente tabla se podrá observar un desglose de la ficha técnica sobre las personas participantes en la entrevista que aportarán su visión en lo referente a la realidad del colectivo sordo.

<b>Nombre del entrevistado</b>	<b>Con discapacidad auditiva</b>	<b>Observaciones</b>
Carlota A.D.	Sí	Audífonos
Paula G.R.	Sí	Implante Coclear
Juan F.J.	Sí	Lengua de Signos
María L.S.	Sí	Lengua de signos
Paula B.T.	No	Oyente
Laura G.G.	No	Oyente

Tabla 3: Ficha técnica de la participación de la entrevista

*Fuente: Elaboración propia*

### **3.2 Metodología cuantitativa**

En la metodología cuantitativa se utilizan herramientas informáticas, matemáticas y estadísticas para la obtención de resultados en un proceso de investigación. Su finalidad es cuantificar el problema y comprobar si está generalizado en la sociedad (SIS International Research, s.f.).

Para llevar a cabo este tipo de metodología se realizará una encuesta por ser considerada una de las técnicas del enfoque cuantitativo al permitir la recogida de una cantidad considerable de datos objetivos.

El cuestionario consta de 14 preguntas y está dirigido a una muestra de 412 personas con el objetivo de analizar la información que tiene la sociedad sobre la visibilidad de la discapacidad auditiva, y si el uso de las Redes Sociales es una herramienta informativa útil para la visibilización del colectivo sordo. Dicha encuesta se ha realizado a través de la aplicación Google Formularios de Google Drive. Al distribuir este cuestionario a través de internet, se garantizaría la rapidez del envío, la recepción inmediata del cuestionario, la reducción de costes, el mantenimiento del anonimato, la obtención de resultados a tiempo real, la comodidad para el participante, una mayor calidad al eliminar intermediarios, un número más elevado de respuestas, así como un mayor grado de distribución y alcance.

El modelo de la encuesta al completo se podrá encontrar anexo al presente trabajo (Anexo 1).

## **4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **4.1 Resultados de la entrevista**

Con la finalidad de argumentar el análisis del objetivo de este trabajo, he realizado un estudio cualitativo llevando a cabo varias entrevistas dirigidas a una muestra de personas de diferentes rangos de edad y género, con y sin discapacidad auditiva. Entre las personas con discapacidad he elaborado tres grupos: dos personas con hipoacusia severa-profunda usuarias de prótesis auditivas e implantes cocleares, dos personas con sordera profunda, una de ellas signante sin prótesis auditivas y otra signante con prótesis auditivas. Para el tercer grupo he elegido a dos personas oyentes.

Tanto las personas sordas oralistas como signantes que han participado en la entrevista, coinciden en la importancia que tienen las Redes Sociales como herramienta de comunicación e información entre personas del mismo colectivo y oyentes. También resultan fundamentales para la visibilización de esta discapacidad tan “invisible” a la vez.

En el caso de los sordos oralistas consideran a Instagram, Twitter, TikTok y YouTube, como las principales plataformas de integración social. No obstante, apuntan que existe una desventaja en ellas al considerar que “las Redes Sociales son más integradoras que inclusivas, ya que una comunidad es inclusiva cuando el trabajo se realiza entre todos”. Esta carencia con respecto a la inclusión es una constante que se aprecia en las diferentes plataformas digitales y Redes Sociales.

También consideran que las diferentes asociaciones y fundaciones “deberían aprovechar la difusión de las Redes Sociales y plataformas digitales para informar a la población en general sobre la realidad de las personas con discapacidad auditiva, lo que favorecería su visibilización y llegar tanto a los Influencers como a las marcas de diferentes productos”.

En lo que respecta a las personas signantes, coinciden en la importancia de las Redes Sociales como herramienta comunicativa sobre todo a raíz de la pandemia de la COVID-19, debido a que el aislamiento les ha afectado doblemente, siendo las Redes Sociales un instrumento muy útil. No obstante, consideran que son insuficientes, reivindican más plataformas con subtítulos y canales con más “intérpretes de calidad” de lengua de signos.

Las Redes Sociales suponen un reflejo de la sociedad en sí misma, aunque cada vez están más informadas de esta realidad queda mucho por hacer, ya que “la sociedad se concentra en lo más básico, pero no tiene un conocimiento más allá de lo que es un audífono o la lengua de signos. No conocen las consecuencias y dificultades que presentamos y que pueden afectar a nuestra personalidad”.

Desde la experiencia de ambos, oralistas y signantes, apuntan el gran desconocimiento que existe en la actualidad al ser “considerados sordomudos”.

Gran parte de la sociedad desconoce que las personas sordas oralistas o signantes no son “sordomudas”. Es una idea errónea a la que se tienen que enfrentar constantemente. El colectivo sordo oralistas utilizan esta la lengua oral para comunicarse, gracias a utilización de prótesis auditivas e implantes cocleares, junto con un gran trabajo de los profesionales de logopedia. Por este motivo, son muchas las personas oyentes que quedan sorprendidas ante esta realidad.

Las personas signantes tampoco se consideran sordomudas ya que utilizan la lengua de signos como vía de comunicación y también reivindican más apoyo social con más intérpretes que faciliten su comunicación e inclusión con el resto de la sociedad.

En lo que se refiere a las personas oyentes, lo que se desprende de la entrevista es un gran “desconocimiento acerca de la discapacidad auditiva”. Apenas tienen información, tan solo un leve conocimiento de lo que les han “enseñado en la etapa escolar”. Dicha información también ha sido errónea ya que los ha llevado a tener la falsa creencia de que “las personas que no oyen son sordomudas y la única forma de comunicación que podía existir es la lengua de signos”. Dicho desconocimiento afecta a la comunicación entre oyentes y el colectivo sordo por la idea preconcebida de la utilización únicamente de la lengua de signos, pero también es cierto que esta idea ha cambiado al “haber podido conocer a una persona con discapacidad auditiva con implantes cocleares y poder establecer comunicación mediante la lengua oral”. Para los oyentes entrevistados, ha sido una sorpresa positiva y enriquecedora al poder descubrir que los sordos también se pueden comunicar de forma oral, debido a prótesis auditivas e implantes cocleares junto con un trabajo con profesionales de logopedia. Además, consideran que las Redes Sociales son una “herramienta muy potente para llegar a la mayor audiencia posible con el fin de conocer y concienciar sobre esta realidad social e incluso pueden dar una mayor visibilización”.

## **4.2 Resultados de la encuesta**

A través de Google Forms se ha lanzado una encuesta con el fin de obtener un análisis cuantitativo basado principalmente en porcentajes y gráficos. Un total de 412 personas han participado en este estudio, a partir del cual conoceremos las conclusiones derivadas de los objetivos e hipótesis planteados en el inicio del presente trabajo.

Pregunta 1: Género

412 respuestas

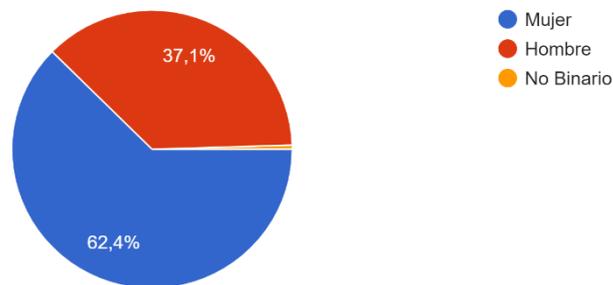


Gráfico 1: Sexo de las personas encuestadas

Fuente: Datos extraídos de la encuesta realizada

En este gráfico se deduce que el 62,4% de los encuestados son mujeres (257 respuestas femeninas) frente a un porcentaje de 37,1% de hombres (153 respuestas masculinas) y dos personas no binarias.

Pregunta 2: Edad

412 respuestas

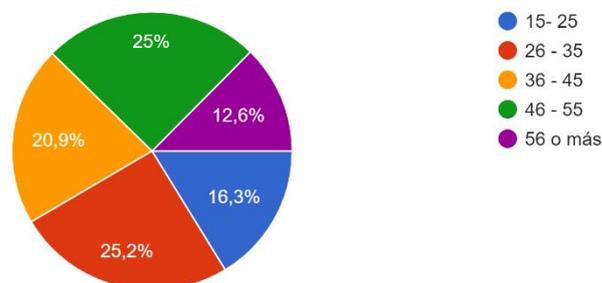


Gráfico 2: Edad de los encuestados

Fuente: Datos extraídos de la encuesta realizada

El número más representativo en lo que se refiere a la participación en la encuesta lo constituyen la franja de edad de personas comprendidas entre 26 y 35 años. El siguiente grupo más participativo lo forman el rango de edad entre 46 y 55 años, seguidas de un 20,9% de entre 36 y 45 años. Los grupos menos participativos se encuentran entre las edades de más de 56 años junto con los de 15 a 25 años, con un índice de participación de 12,6% y 16,3% respectivamente.

Pregunta 3: ¿Cuál de estas discapacidades consideras que está más visibilizada?

412 respuestas

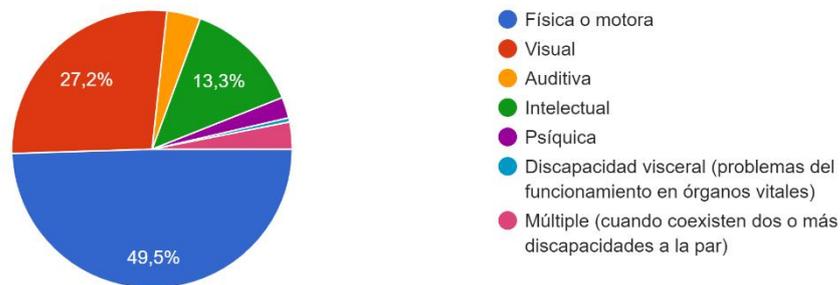


Gráfico 3: Discapacidad más visibilizada

Fuente: Datos extraídos de la encuesta realizada

De todas las discapacidades analizadas en la encuesta se desprende que la más visible es la física o motora con un porcentaje de 49,5%, seguida de la visual con un 27,2%. El tercer lugar lo ocupa la discapacidad intelectual con un porcentaje de 13,3%. La siguen las personas con problemas auditivos con un 3,9% y la discapacidad múltiple con un 3,2%. Según los datos obtenidos, la discapacidad visceral y psíquica ocuparían la penúltima y última posición, con un 2,4% y un 0,5% respectivamente.

Pregunta 4: ¿Conoces a personas con problemas auditivos?

412 respuestas

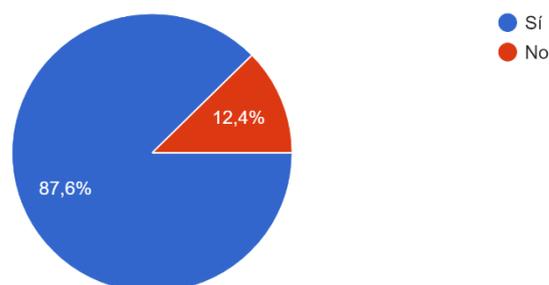


Gráfico 4: Conocimiento de personas con problemas auditivos

Fuente: Datos extraídos de la encuesta realizada

Este gráfico representa que 361 personas encuestadas sí conocen a personas con discapacidad auditiva (87,6%), mientras que 51 personas confirman desconocer a este colectivo (12,4%).

Pregunta 5: En caso afirmativo, ¿qué piensas acerca de la forma de comunicarse con el colectivo sordo?

387 respuestas

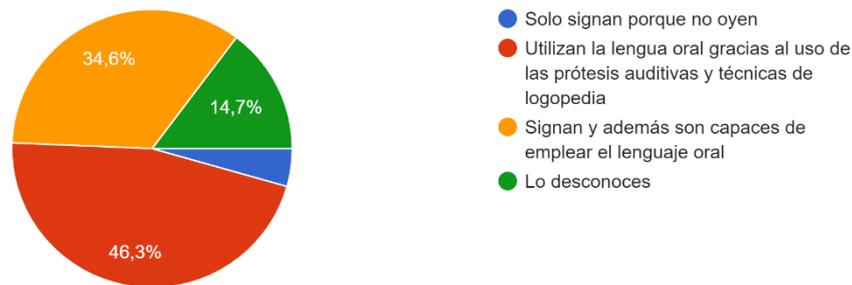


Gráfico 5: Opinión acerca de la forma de comunicación con el colectivo sordo

Fuente: Datos extraídos de la encuesta realizada

Del resultado del estudio sobre la comunicación con personas sordas se concluye que el 46,3% de la población encuestada (179 personas) piensa que este colectivo utiliza la lengua oral gracias al uso de las prótesis auditivas y técnicas de logopedia. Mientras que un 34,6% (134 personas) consideran que también signan y se comunican de forma oral. Por el contrario, un 14,7%, es decir, 57 personas indican que desconocen la forma de comunicación utilizada. Finalmente, 17 individuos (4,4%) afirman que la lengua de signos es la única forma de comunicación debido a la falta de audición.

Pregunta 6: ¿Consideras que las Redes Sociales son una herramienta informativa para visibilizar la realidad de las personas con problemas auditivos?

412 respuestas

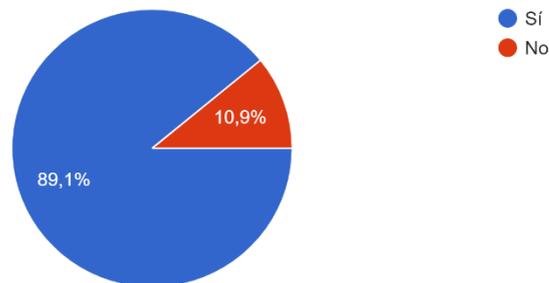


Gráfico 6: Valoración de si las redes sociales visibilizan la discapacidad auditiva

*Fuente: Datos extraídos de la encuesta realizada*

En este apartado la mayoría del grupo encuestado (89,1%) sí considera la utilidad de las Redes Sociales como plataforma de información y visibilización social de las personas con discapacidad auditiva. No obstante, un 10,9%, es decir, 45 personas opinan lo contrario.

Pregunta 7: ¿La existencia de Redes Sociales favorece la integración e inclusión social de las personas sordas?

412 respuestas

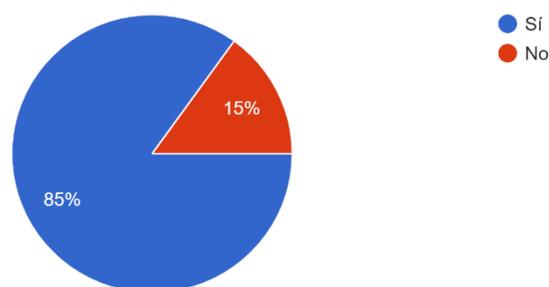


Gráfico 7: Uso de las redes sociales para la integración e inclusión social de las personas sordas

*Fuente: Datos extraídos de la encuesta realizada*

El 85% de la muestra encuestada (350 personas) afirma que las Redes Sociales favorecen la integración e inclusión social de las personas sordas, pero un 15% (62 personas) piensan lo contrario.

Pregunta 8: ¿Hay carencias de subtítulos en los contenidos de vídeos para la accesibilidad informativa de las personas sordas?

412 respuestas

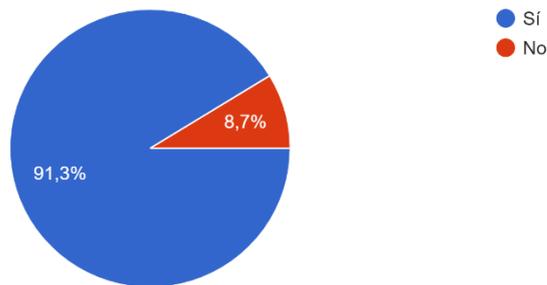


Gráfico 8: Nivel de subtitulación en los contenidos de vídeos

Fuente: Datos extraídos de la encuesta realizada

Cabe destacar que en este gráfico se demuestra que el 91,3%, es decir, 351 encuestados consideran insuficiente la subtitulación existente en los contenidos de vídeos publicados en las plataformas digitales. Por el contrario, solamente 62 personas (8,7%) no creen que haya carencias de subtitulación.

Pregunta 9: ¿Sigues o te interesa seguir a perfiles de Influencers con problemas auditivos?

412 respuestas

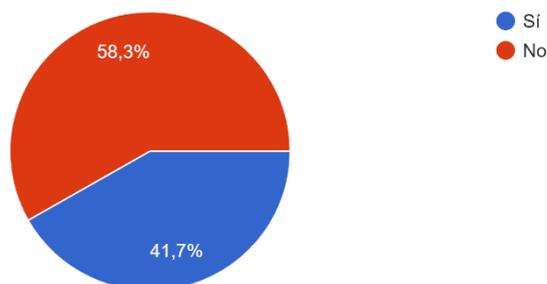


Gráfico 9: Seguimiento a Influencer sordos

Fuente: Datos extraídos de la encuesta realizada

La mayoría de los encuestados (240 individuos) demuestran desinterés por seguir a perfiles de Influencers con discapacidad auditiva, reflejando un 58,3% del total. Sin embargo, el 41,7% de la muestra representada (172 personas) afirman seguir o estar interesados en estos perfiles.

Pregunta 10: ¿Crees que los Influencers tienen en cuenta al colectivo con discapacidad auditiva a la hora de crear su contenido?

412 respuestas

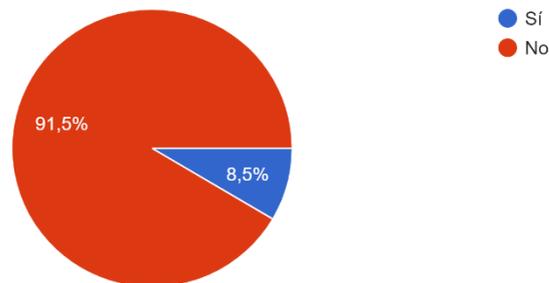


Gráfico 10: Consideración por parte de los Influencers hacia el colectivo sordo

Fuente: Datos extraídos de la encuesta realizada

Se observa en el presente gráfico que el 91,5% de los encuestados (377 personas) indican que los Influencers no tienen en cuenta al colectivo con discapacidad auditiva a la hora de crear su contenido. No obstante, el 8,5%, es decir, 35 personas afirman que los Influencers adaptan sus publicaciones al colectivo sordo.

Pregunta 11: ¿Conoces Influencers que adaptan su contenido a personas sordas?

412 respuestas

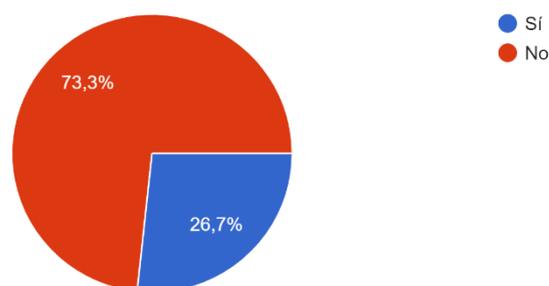


Gráfico 11: Adaptabilidad de los Influencers hacia las personas con discapacidad auditiva

Fuente: Datos extraídos de la encuesta realizada

Existe una similitud en los resultados obtenidos entre la presente pregunta y la anterior, siendo mayoritaria la opinión de los 302 individuos encuestados (73,3%)

que no ven adaptados los contenidos de los Influencers al colectivo sordo, en comparación a las 110 personas, que piensan que sí existe una adaptación de los mismos.

Pregunta 12: En caso afirmativo, ¿cómo lo adaptan? Puedes marcar una o más respuestas.

140 respuestas

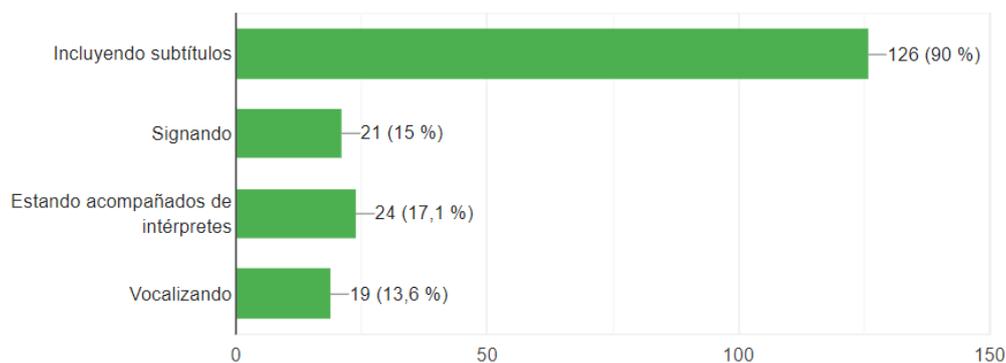


Gráfico 12: Formas de adaptación

Fuente: Datos extraídos de la encuesta realizada

A raíz de la pregunta anterior, se observa en este gráfico que el 90% de la muestra encuestada, es decir, 126 personas afirman que hay perfiles de Influencers que adaptan su contenido en las Redes Sociales, de tal manera que incluyen subtitulación debido al uso de varias aplicaciones que permiten editar los vídeos. Seguidamente el 17,1% de la población encuestada (24 individuos) confirman que hay Influencers que están acompañados por intérpretes. Asimismo, el 15% (21 encuestados) y el 13,6% (19 encuestados) aseguran que hay perfiles que hacen uso de la lengua de signos y además vocalizan.

Pregunta 13: ¿Consideras que las marcas tienen en cuenta al colectivo con discapacidad auditiva a la hora de crear sus estrategias de comunicación?

412 respuestas

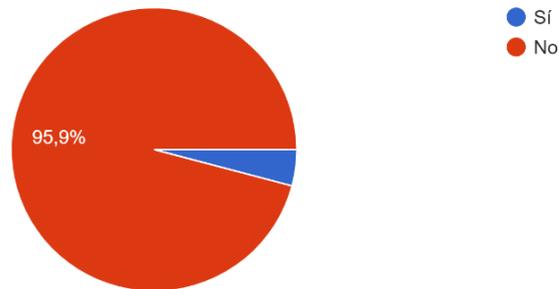


Gráfico 13: Observación de si las marcas tienen cuenta al colectivo sordo en sus estrategias de comunicación

Fuente: Datos extraídos de la encuesta realizada

Según la percepción de la muestra encuestada, concretamente el 95,9%, es decir, 395 personas afirman que las marcas no tienen en cuenta a las personas con discapacidad auditiva a la hora de crear su estrategia de comunicación. Tan solo un 4,1% (17 individuos) piensan lo contrario.

Pregunta 14: En caso afirmativo, ¿podrías señalar que marcas dirigen de alguna manera su comunicación al colectivo sordo?

12 respuestas

En relación con la pregunta anterior, las marcas más señaladas que tienen en cuenta para dirigirse al colectivo sordo en su estrategia de comunicación son las siguientes:

- Mattel
- Disney
- Cola Cao
- Campofrío
- Nivea
- GAES

## 5. CONCLUSIONES

Tras realizar la investigación del presente Trabajo Fin de Máster, se llevará a cabo a continuación una serie de conclusiones con el fin de determinar los planteamientos reflejados en los objetivos e hipótesis que se indicaron al inicio del mencionado estudio.

Se puede constatar que se ha cumplido con el objetivo 1 de esta investigación, ya que al haber utilizado una metodología mixta se ha observado la percepción que tiene la sociedad acerca de la discapacidad auditiva. De este trabajo se desprende que existe una carencia de información en la sociedad actual acerca de la sordera, debido a que asocia la discapacidad a nivel general a dificultades muy evidentes, de ahí que las personas sordas se sientan dentro del grupo de las discapacidades denominadas “invisibles”.

Se ha podido observar en esta investigación un avance con respecto a la comunicación de las personas con problemas auditivos. En la actualidad, consideran que utilizan tanto la lengua de signos como la lengua oral gracias al uso de prótesis auditivas e implantes cocleares junto con un trabajo de logopedia. Cada vez son menos los que consideran a las personas con problemas auditivos sordomudas, aun así, hay una falta de información sobre esta discapacidad ya que muchos confunden las diferencias entre audífonos e implantes cocleares. El desconocimiento de la población en general ha provocado a lo largo del tiempo una carencia de empatía en las relaciones sociales con las personas sordas. Actualmente se debería educar desde la etapa escolar sobre las necesidades sobre las personas con discapacidad, haciendo más visibles las invisibles, como es el caso de la auditiva.

Ha habido una gran evolución en lo que se refiere al conocimiento del colectivo sordo pasando de un aislamiento a una mayor integración social, que se ha visto favorecida con la llegada del mundo digital, creando y potenciando cada vez más aplicaciones digitales con la finalidad de facilitar la accesibilidad a la información de las personas con problemas de audición. Estas plataformas no ayudan únicamente a la comunicación, sino que son herramientas empleadas por las diferentes asociaciones y fundaciones de sordos, realizando campañas en la que se expone la realidad a la que se enfrentan a diario este colectivo. No solamente

son informativas, sino que también pretenden sensibilizar a la sociedad sobre el mundo que les rodea y de este modo fomentar la empatía para crear una sociedad más inclusiva. Por tanto, la hipótesis 1 no se cumple al existir un mayor conocimiento de la discapacidad auditiva por parte de la sociedad.

En lo que se refiere al objetivo 2 de este estudio la labor de las fundaciones y asociaciones no llega a toda la población ya que están centradas en ayudar al colectivo sordo y sus familias. El lanzamiento de sus campañas no es suficiente, deberían aprovechar las nuevas plataformas digitales para proyectar una mayor difusión a la sociedad en general acerca de la visibilización de las personas con problemas auditivos.

Aunque estas plataformas han sido fundamentales para las relaciones e interacciones entre personas, existen deficiencias en algunas aplicaciones digitales que deberían ser mejoradas, ya que pueden ofrecer una información errónea en la transcripción de los mensajes de audio a escritura, debido a distorsiones producidas por el ruido ambiental o por una pronunciación compleja para la comprensión.

Por otro lado, haciendo referencia al objetivo 3 se puede verificar que las Redes Sociales son una fuente de comunicación primordial para eliminar barreras y fomentar la autonomía de las personas con discapacidad auditiva. También son consideradas como una herramienta útil para este colectivo, además de ser un canal de información que engloba cualquier sector, permitiendo que las personas sordas puedan compartir y transmitir su realidad con la finalidad de visibilizar sus necesidades y los obstáculos a los que se enfrentan diariamente. De este modo, se da respuesta a la hipótesis 2 de este estudio.

No obstante, se pueden considerar a las Redes Sociales como una herramienta integradora, pero no inclusiva ya que esta última exige un esfuerzo mutuo entre la población en general y las personas con problemas de audición. De ahí la carencia de subtítulos que se pueden apreciar en los contenidos de vídeos, consecuencia del desconocimiento sobre el uso de aquellas aplicaciones que permiten el subtítulo y así confirmamos la hipótesis 3 de esta investigación.

En lo que respecta al objetivo 4, tanto los Influencers como las marcas deberían tener en cuenta al colectivo sordo para adaptar los contenidos de sus vídeos

mediante la subtítulos y una mayor presencia de intérpretes de lengua de signos.

Además, se afirma el planteamiento de la hipótesis 4 de este trabajo ya que actualmente hay un desinterés por seguir a perfiles de Influencers con discapacidad auditiva.

Por último, cabe destacar la escasez de marcas que utilizan la imagen de modelos sordos con prótesis auditivas, implantes cocleares y signantes, para su estrategia de comunicación en las plataformas digitales. Esto también implica una falta de visibilidad y de normalización social, a la vez que no fomentan la inclusión tan importante para la sociedad de hoy en día.

Después de analizar todos los aspectos de este estudio, se puede decir que la sociedad ha ido avanzando en lo que se refiere a la percepción de las diferentes discapacidades, siendo las tecnologías clínicas y las diferentes plataformas digitales quienes han contribuido para ello, aunque todavía no han sido suficientes. Aunque la integración se puede considerar una realidad, la inclusión, por el contrario, es deficiente, ya que las personas con discapacidad, y en concreto el colectivo sordo, debería estar más presente en cualquier sector y actividad cotidiana, de este modo se llegaría a una sociedad mucho más justa y equilibrada, en el que el esfuerzo de inclusión fuese mutuo.

## **6. LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**

Una vez concluido el trabajo de este estudio, se han presentado una serie de limitaciones debido a los obstáculos encontrados y que ayudarán a plantear una futura línea de investigación. En este sentido se debería cuantificar las limitaciones de acceso a las plataformas digitales actuales para la creación de otras futuras, permitiendo la eliminación de barreras de comunicación que favorezca la accesibilidad a la información y sobre todo la inclusión. También los medios de comunicación deberían ampliar su capacidad comunicativa ofreciendo la mayor parte de los contenidos adaptados a las necesidades del colectivo sordo, tras realizar un estudio previo de las carencias de los espectadores con problemas auditivos.

Entre las limitaciones encontradas una de las más frecuentes es la escasez de noticias sobre qué marcas apuestan por la integración e inclusión de los usuarios con discapacidad auditiva.

En la investigación ha sido complejo localizar Influencers relevantes y marcas que adapten su contenido teniendo en cuenta al colectivo sordo, ya que las Redes Sociales son una fuente de comunicación que pueden eliminar barreras y alcanzar una mayor inclusión.

Otra de las dificultades ha sido encontrar perfiles de colectivos sordos en plataformas digitales que compartan sus vivencias con el fin de visibilizar su discapacidad.

Además, hubiese sido interesante entrevistar a algún Influencer o marca para obtener su visión acerca de si tienen en cuenta al colectivo en cuestión a la hora de crear su contenido.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

**Asociaciones y ONGs.** (s.f.). Recuperado el 12 de febrero de 2022, de Centro Español del Subtitulado y la Audiodescripción: <https://www.cesya.es/recursos/asociaciones>

**CX Today.** (2022, 28 enero). Krisp: One App, Multiple Benefits: <https://www.cxtoday.com/contact-centre/krisp-one-app-multiple-benefits/>

**Centro Auditivo Carolina Navasquillo.** (s.f.). Recuperado el 12 de febrero de 2022 de Prótesis Auditivas: <https://www.centroauditivonavasquillo.es/audifonos/>

**Delgado Von Eitzen, C.** (2019, 2 junio). WhatsApp: cómo pasar audios o notas de voz a texto gratis en Android y Iphone. Blog de Christian DvE (Beta): <https://www.christiandve.com/2019/06/whatsapp-pasar-audios-notas-voz-texto-gratis-android-iphone/>

**Discapnet.** (s.f.). Recuperado el 13 de febrero de 2022, de Accesibilidad de comunicación: <https://www.discapnet.es/vida-independiente/accesibilidad-de-comunicacion>

**Divulgación dinámica The Education Club.** (2020, 2 marzo). Características y tipos de discapacidad: <https://www.divulgaciondinamica.es/caracteristicas-y-tipos-de-discapacidad/>

**Equipo Técnico FIAPAS.** (2020). FIAPAS presenta la campaña “Nuestro Talento Suma”. Revista FIAPAS, (173-174), 10-12.

**Escuchar, V. A.** (2021, 22 junio). Estela: su día a día en redes sociales. Volver a escuchar: <https://volvieraescuchar.com/estela-su-dia-a-dia-en-redes-sociales/>

**FIAPAS.** (2021, 16 marzo). El derecho de las personas con sordera a la información y a la accesibilidad audiovisual: <http://www.fiapas.es/actualidad-y-agenda/noticia/el-derecho-de-las-personas-con-sordera-la-informacion-y-la-accesibilidad>

**FIAPAS.** (2021, 23 septiembre). FIAPAS invita a la sociedad a crear unas “redes sociales”: <http://www.fiapas.es/actualidad-y-agenda/nota-de-prensa/fiapas-invita-la-sociedad-crear-unas-redes-mas-sociales>

**FIAPAS.** (s.f.). Recuperado el 26 de marzo de 2022, de Que lo escuche todo el mundo: <https://www.queloescuchetodoelmundo.com/>

**Fonema. Gabinete de logopedia.** (2021, 8 marzo). Las prótesis auditivas y los implantes coleares. El poder de volver a oír: <https://www.logopediafonema.com/blog/las-protesis-auditivas-y-los-implantes-cocleares-el-poder-de-volver-a-oir/>

**Freeda Es - @freedaesp.** (2020, 3 septiembre). También: Samantha: <https://www.facebook.com/watch/?v=914661522394747>

**Fernández, J.L.** (2021, 9 noviembre). Las muñecas se superan en realismo con implantes auditivos que valen 10.000 euros en la vida real. ABC: [https://www.abc.es/espana/comunidad-valenciana/abci-munecas-superan-realismo-implantes-auditivos-valen-10000-euros-vida-real-202111091332\\_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F](https://www.abc.es/espana/comunidad-valenciana/abci-munecas-superan-realismo-implantes-auditivos-valen-10000-euros-vida-real-202111091332_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F)

**Fundación Adecco.** (2022, 25 mayo). Ley General de Discapacidad (antigua LISMI). Diversidad e inclusión: <https://fundacionadecco.org/azimut/de-la-lismi-a-ley-general-de-discapacidad-lgd/>

**Gaptain.** (2021, 1 noviembre). 8 herramientas digitales para personas en situación de discapacidad: <https://gaptain.com/blog/18-herramientas-digitales-para-personas-con-discapacidad/>

**García, R.** (2022, 31 mayo). Mviles CapCut y otras apps para poner subtítulos en TikTok o Instagram. Az adsl zone: <https://www.adslzone.net/noticias/moviles/apps-subtitulos-tiktok-instagram/>

**Garrido, R.** (2021, 9 septiembre). Los usuarios de Twitter aplauden a Asos por elegir para su colección a una modelo sorda con implante coclear. 20 minutos: <https://www.20minutos.es/noticia/4815660/0/usuarios-twitter-aplauden-asos-elegir-modelo-sorda-implante-coclear/>

**Gil, I.** (2018, 14 noviembre). ¿Qué es la discapacidad? Evolución histórica cultural. El blog Fundación Adecco: <https://fundacionadecco.org/blog/que-es-la-discapacidad-evolucion-historica/>

**Guía de Prensa.** (2018, 24 septiembre). Showleap Technologies: <https://www.guiadeprensa.com/suplementos/excelencia-empresarial-septiembre-2018-razon/showleap-technologies/>

**Kiversal.** (2018, 8 marzo). 10 aplicaciones para personas con pérdida auditiva: <https://blog.kiversal.com/10-apps-personas-perdida-auditiva/>

**Mi hijo sordo.** (s.f.). Recuperado el 12 de febrero de 2022, de Dónde acudir. Asociaciones y federaciones: <https://www.mihijosordo.org/donde-acudir-asociaciones.php>

**Naciones Unidas Derechos Humanos.** (2011, 3 diciembre). Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad: [https://acnudh.org/hoja-informativa-convencion-internacional-sobre-los-derechos-de-las-personas-con-discapacidad/#:~:text=%C2%A8Las%20personas%20con%20discapacidad,%C2%A8%20\(Art%C3%ADculo%201](https://acnudh.org/hoja-informativa-convencion-internacional-sobre-los-derechos-de-las-personas-con-discapacidad/#:~:text=%C2%A8Las%20personas%20con%20discapacidad,%C2%A8%20(Art%C3%ADculo%201)

**Navarro, S.** (2018, 1 octubre). La invisibilidad de las personas sordas oralistas. Levante el mercantil valenciano: <https://www.levante-emv.com/castello/2018/10/01/invisibilidad-personas-sordas-oralistas-13650175.html>

**OVRİK.** (2019, 5 junio). Transcripción instantánea es la app más increíble de Google que vas a probar hoy: escribe todo lo que escucha: <https://www.ovrik.com/2019/06/05/app-google-transcribe-conversaciones-tiempo-real/>

**RTVE.** (2014, 27 septiembre). Más de un millón de personas tienen alguna deficiencia auditiva en España: <https://www.rtve.es/noticias/20140927/mas-millon-personas-tienen-alguna-deficiencia-auditiva-espana/1018540.shtml>

**SIS International Research.** (s.f.). Recuperado el 10 de agosto de 202, de La Investigación cuantitativa es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes: <https://www.sisinternational.com/investigacion-cuantitativa/#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20es%20un a,y%20matem%C3%A1ticas%20para%20obtener%20resultados>

**Sunrise Medical.** (2020, 26 octubre). Hablamos sobre las discapacidades invisibles: <https://www.sunrisemedical.es/blog/discapacidades-invisibles>

**Ugalde Binda, N. y Balbastre Benavent. F.** (2013, 21 agosto). Investigación cuantitativa e Investigación cualitativa: buscando las ventajas de las diferentes metodologías de Investigación. Portal de Revistas Académicas: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/12730/11978>

**Veliz Delgado, J.** (2021, 18 marzo). Convierte un audio de WhatsApp en un mensaje de texto con estos simples pasos: <https://rpp.pe/tecnologia/apps/tutorial-convierte-un-mensaje-de-audio-de-whatsapp-en-texto-con-esta-aplicacion-noticia-1145979#:~:text=La%20aplicaci%C3%B3n%20en%20Android%20se,funciona%20bajo%20la%20misma%20mec%C3%A1nica.&text=Primero%20descarga%20la%20app%20para%20Android%20o%20para%20iOS>

**Visualfy.** (s.f.). Recuperado el 26 de marzo de 2022, de Guía de Asociaciones para Personas Sordas en España: <https://www.visualfy.com/es/asociaciones-personas-sordas-espana/>

**Visualfy.** (s.f.). Recuperado el 28 de marzo de 2022, de Influencers con pérdida auditiva que visibilizan la sordera e inspiran una sociedad inclusiva: <https://www.visualfy.com/es/influencers-con-perdida-auditiva-que-visibilizan-la-sordera-e-inspiran-una-sociedad-inclusiva/>

**Visualfy.** (s.f.). Recuperado el 30 de abril de 2022, de ¿Cómo facilitar la accesibilidad de las personas sordas en redes sociales?: <https://www.visualfy.com/es/como-facilitar-accesibilidad-redes-sociales/>

**3Androides. (s.f.).** Recuperado el 1 de mayo de 2022, de Text2sign – plataforma web de traducción de texto a lengua de signos: <https://www.3androides.com/trabajos/61-text2sign-plataforma-web-de-traducion-de-texto-a-lengua-de-signos>

## 8. ANEXOS

### ANEXO I: ENCUESTA

Hola, soy Alicia y actualmente estoy realizando el Trabajo de Fin de Máster de Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales. Necesitaría tu colaboración de cara a responder a esta encuesta.

El objetivo de este estudio es analizar la información que tiene la sociedad sobre la visibilidad de la discapacidad auditiva y si el uso de las Redes Sociales es una herramienta informativa útil para la visibilización del colectivo sordo.

¡Muchas gracias!

Pregunta 1: Género

- Mujer
- Hombre
- No binario

Pregunta 2: Edad

- 15- 25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56 o más

Pregunta 3: ¿Cuál de estas discapacidades consideras que está más visibilizada?

- Física o motora
- Visual
- Auditiva
- Intelectual

- Psíquica
- Discapacidad visceral (problemas del funcionamiento en órganos vitales)
- Múltiple (cuando coexisten dos o más discapacidades a la par)

Pregunta 4: ¿Conoces a personas con problemas auditivos?

- Sí
- No

Pregunta 5: En caso afirmativo, ¿qué piensas acerca de la forma de comunicarse con el colectivo sordo?

- Solo signan porque no oyen
- Utilizan la lengua oral gracias al uso de las prótesis auditivas y técnicas de logopedia
- Signan y además son capaces de emplear el lenguaje oral
- Lo desconoces

Pregunta 6: ¿Consideras que las Redes Sociales son una herramienta informativa para visibilizar la realidad de las personas con problemas auditivos?

- Sí
- No

Pregunta 7: ¿La existencia de Redes Sociales favorece la integración e inclusión social de las personas sordas?

- Sí
- No

Pregunta 8: ¿Hay carencias de subtitulación en los contenidos de vídeos para la accesibilidad informativa de las personas sordas?

- Sí
- No

Pregunta 9: ¿Sigues o te interesa seguir a perfiles de Influencers con problemas auditivos?

- Sí
- No

Pregunta 10: ¿Crees que los Influencers tienen en cuenta al colectivo con discapacidad auditiva a la hora de crear su contenido?

- Sí
- No

Pregunta 11: ¿Conoces Influencers que adaptan su contenido a personas sordas?

- Sí
- No

Pregunta 12: En caso afirmativo, ¿cómo lo adaptan? Puedes marcar una o más respuestas.

- Incluyendo subtítulos
- Signando
- Estando acompañados de intérpretes
- Vocalizando

Pregunta 13: ¿Consideras que la marcas tienen en cuenta al colectivo con discapacidad auditiva a la hora de crear sus estrategias de comunicación?

- Sí
- No

Pregunta 14: En caso afirmativo, ¿podrías señalar que marcas dirigen de alguna manera su comunicación al colectivo sordo?

## **ANEXO 2: ENTREVISTA A CARLOTA A.D. (USUARIA DE AUDÍFONOS)**

### **1. ¿Crees que la sociedad tiene un conocimiento amplio acerca de la discapacidad auditiva?**

Creo que concentra lo más básico, pero no tienen un conocimiento más allá de lo que es un audífono o el lenguaje de signos. No conocen las consecuencias secundarias en el desarrollo cognitivo y personalidad de las personas con esta discapacidad.

### **2. ¿Hay alguna anécdota que te haya ocurrido por ser una persona sorda oralista?**

En muchas ocasiones me preguntan que cómo es que escucho y hablo. Creen que por tener discapacidad auditiva ya eres sordomudo, es decir, que no oigo ni hablo.

### **3. ¿Consideras que las Redes Sociales son útiles para visibilizar la realidad y necesidades del colectivo sordo oralista?**

Sí, creo que a través de ellas se puede mostrar todo el esfuerzo que conlleva el aprender a expresarte con una buena sintaxis y vocalización para los que tenemos esta discapacidad. También pasar por el proceso

de escucharte a ti mismo cuando hablas y más detalles que si no se explican nadie puede conocerlo.

**4. ¿Qué ventajas y desventajas ves en ella? ¿Te parecen integradoras e inclusivas?**

No veo desventajas, solo ventajas. El asunto es hacer un uso adecuado de ellas. Y considero que si se utilizan bien las Redes Sociales sí que pueden llegar a ser integradoras e inclusivas.

**5. ¿Piensas que las diferentes federaciones y asociaciones de sordos podrían ayudar aún más a este colectivo utilizando plataformas y Redes Sociales dirigidas a la sociedad en general para dar a conocer esta discapacidad?**

Creo que sería de gran ayuda fomentar más el conocimiento de la sociedad sobre los problemas cotidianos del colectivo sordo. Hoy lo que no está en las Redes Sociales no existe. Se podrían crear foros con opiniones de oyentes y sordos.

**ANEXO 3: ENTREVISTA A PAULA G.R. (USUARIA DE IMPLANTE COCLEAR)**

**1. ¿Crees que la sociedad tiene un conocimiento amplio acerca de la discapacidad auditiva?**

Pienso que actualmente la sociedad está mucho más concienciada de la discapacidad auditiva que antiguamente. Aun así, creo que todavía queda mucho camino por recorrer, muchas barreras que eliminar y mucho que enseñar a la sociedad.

**2. ¿Hay alguna anécdota que te haya ocurrido por ser una persona sorda oralista?**

Tengo muchas anécdotas, pero las más importante que he tenido y sigo teniendo es que debido al poco conocimiento que tiene la sociedad sobre la discapacidad auditiva, hay algunas personas que cuando me conocen por primera vez se piensan que soy una persona sordomuda, pero se quedan impactados al indicarles que puedo tanto oír como hablar gracias al implante coclear y al trabajo logopédico, ya que tienen la idea de que no tenemos la capacidad de comunicarnos oralmente y de oír.

**3. ¿Consideras que las Redes Sociales son útiles para visibilizar la realidad y necesidades del colectivo sordo oralista?**

Sí, las Redes Sociales son una de las mejores plataformas que hay para visibilizar a este colectivo, ya que hoy en día todo el mundo tiene cuenta en estas redes y, además la información está en Internet.

**4. ¿Qué ventajas y desventajas ves en ella? ¿Te parecen integradoras e inclusivas?**

Como ventaja es que se encuentra al alcance de todo el mundo y como desventaja es que hay una falta de concienciación social que implica mucho desconocimiento acerca de algunas plataformas digitales que pasan desapercibidas para la población oyente. Esto supone que las Redes Sociales son más integradoras que inclusivas, ya que son las personas sordas las que tienen que hacer un mayor esfuerzo por darlas a conocer.

**5. ¿Piensas que las diferentes federaciones y asociaciones de sordos podrían ayudar aún más a este colectivo utilizando plataformas y Redes Sociales dirigidas a la sociedad en general para dar a conocer esta discapacidad?**

Actualmente considero que FIAPAS se centra en ayudar a las personas sordas y sus familias, pero deberían darse más a conocer al resto de la población para informar de las necesidades y realidades de este colectivo utilizando las plataformas digitales y a su vez promover colaboraciones con marcas e Influencers fomentando de esta manera la inclusión en las Redes Sociales.

#### **ANEXO 4: ENTREVISTA A JUAN F.J. (SORDO SIGNANTE)**

**1. ¿Piensas que la sociedad tiene un conocimiento amplio acerca de la discapacidad auditiva?**

No, para nada.

**2. ¿Hay alguna anécdota que te haya ocurrido por ser una persona sorda signante?**

Con el tema de las mascarillas es un problema muy gordo. En la secretaría del centro de salud de mi zona se enfadaron mucho cuando solicité que apuntara la cita de médico en un papel.

**3. Desde tu experiencia, ¿cómo ves la utilidad de las Redes Sociales para visibilizar la realidad y necesidades del colectivo sordo signante?**

Las Redes Sociales son muy útiles, ya que desde la pandemia estamos más aislados y son otro modo de comunicar con la gente. Para pedir cita al médico es un problema, ya que hay pedir por teléfono. En esto se debe cambiar facilitar otros medios para poder consultar con el médico como videoconferencia subtitulada.

**4. ¿Qué ventajas y desventajas ves en ella? ¿Te parecen integradoras e inclusivas?**

Se le podría sacar más partido a las Redes Sociales como incluir subtítulos para que las personas con discapacidad auditiva podamos estar informados de lo que se dice en todo momento. Considero que las Redes Sociales podrían ser más integradoras e inclusivas.

**5. ¿Son suficientes las herramientas de comunicación existentes en las Redes Sociales para las personas sordas?**

No son suficientes. Tiene que haber más subtítulos y los intérpretes de lenguaje de signos deben ser más profesionales

**ANEXO 5: ENTREVISTA A MARÍA L.S. (SORDA SIGNANTE)**

**1. ¿Piensas que la sociedad tiene un conocimiento amplio acerca de la discapacidad auditiva?**

Creo que sí, pero no lo suficiente porque la sociedad piensa que la discapacidad auditiva es igual para todas las personas sordas y en realidad no es así, ya que hay varios tipos de sordera.

**2. ¿Hay alguna anécdota que te haya ocurrido por ser una persona sorda signante?**

Cuando signo en el metro o en la calle, la gente me mira y no sé si es por curiosidad o piensan “que está haciendo con las manos”. Otra anécdota que puedo mencionar es que soy una persona sorda signante, pero también puedo hablar aunque mi voz suena diferente, entonces cuando estoy en un bar o un restaurante con mis amigas/os sordas/os signantes también, normalmente soy la que indico al camarero sobre que queremos de la carta aunque el camarero nos han observado de cómo hablamos en

lengua de signos antes de pedir la carta y muchas veces he visto el gesto del camarero que se queda sorprendido al saber que las personas sordas signantes pueden hablar entre ellas.

**3. Desde tu experiencia, ¿cómo ves la utilidad de las Redes Sociales para visibilizar la realidad y necesidades del colectivo sordo signante?**

Son útiles las Redes Sociales para visibilizar la realidad y las necesidades del colectivo sordo signante, así la sociedad podría aprender también adaptar y mejorar la accesibilidad que necesitamos.

**4. ¿Qué ventajas y desventajas ves en ella? ¿Te parecen integradoras e inclusivas?**

Considero que las ventajas serían la sensibilización hacia la necesidad, que conozca la sociedad, etcétera. Las desventajas es que no hay accesibilidad en las Redes Sociales como los subtítulos para saber qué dicen la sociedad en general porque queremos saber que están diciendo en el directo o en un vídeo. Por tanto, no son del todo integradoras e inclusivas.

**5. ¿Son suficientes las herramientas de comunicación existentes en las Redes Sociales para las personas sordas?**

Algunas Redes Sociales disponen de herramientas (aunque no suficientes) para que cualquiera pueda facilitar la accesibilidad.

## **ANEXO 6: ENTREVISTA A PAULA B.T. (OYENTE)**

**1. ¿Qué conocimientos tienes sobre la discapacidad auditiva?**

Los básicos y muy desinformada.

- 2. ¿Consideras que existen obstáculos a la hora de comunicarte con personas que tienen problemas auditivos? ¿Te has relacionado con alguna? Si es afirmativo, ¿cómo ha sido tu experiencia?**

Depende del grado del problema auditivo. Si me he relacionado y a raíz de ahí cambio por completo mi percepción. Muchas veces cuando escuchaba discapacidad auditiva pensaba en gente sordomuda directamente, sin ser consciente de que existen muchos grados de discapacidad auditiva. Cuando conocí a la persona con problemas auditivos nunca hubiese imaginado que tenía ese problema.

- 3. ¿Crees que las Redes Sociales son una herramienta útil para dar a conocer a este colectivo? ¿Por qué?**

¡Si, mucho! Es un colectivo más grande de lo que tenemos en mente, deberíamos saber cómo hacer para no incomodarles en algunas situaciones. También, cuando hablamos de sordomudos creo que deberíamos poner de nuestra parte para aprender más el idioma de signos. Debería ser algo que nos enseñaran desde pequeños. Las Redes Sociales son una herramienta muy potente para llegar a mucha audiencia y concienciar sobre esta situación

## **ANEXO 7: ENTREVISTA A LAURA G.G. (OYENTE)**

- 1. ¿Qué conocimientos tienes sobre la discapacidad auditiva?**

Conozco la discapacidad por personas cercanas a mi tanto a nivel personal como profesional. No obstante, considero que tengo un conocimiento superficial de lo que trasciende la discapacidad.

- 2. ¿Consideras que existen obstáculos a la hora de comunicarte con personas que tienen problemas auditivos? ¿Te has relacionado con alguna? Si es afirmativo, ¿cómo ha sido tu experiencia?**

Sí. Mi experiencia ha sido tanto positiva como algo más negativa. Depende mucho también de la accesibilidad que tenga la persona con discapacidad.

**3. ¿Crees que las Redes Sociales son una herramienta útil para dar a conocer a este colectivo? ¿Por qué?**

Sí. Las Redes Sociales son positivas para dar a conocer y dar mayor visibilidad a muchos problemas de la sociedad, como puede ser cualquier discapacidad y en este sentido, la auditiva.

