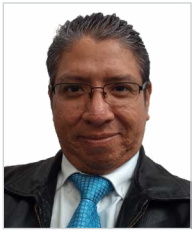
Apreciación de las personas con discapacidad respecto a su representación en los mass media. Un estudio en España y Perú

How people with disabilities perceive their representation in mass media: a study in Spain and Peru

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978



Yulvitz Ramón Quiroz Pacheco. Doctor en Periodismo, y Magíster en Periodismo y Comunicación Multimedia por la Universidad de San Martín de Porres. Ejerce la docencia universitaria desde hace 18 años en asignaturas relacionadas a investigación, periodismo, ciencia política y la comunicación en sus distintas especialidades. Autor de diversos artículos académicos publicados en revistas de habla hispana, en temas vinculados a las tecnologías digitales aplicadas al periodismo y la comunicación, así como en el análisis de contenido en medios de comunicación. Sus principales líneas de investigación se centran en periodismo y comunicación digital, discursos y contenidos audiovisuales, así como en el análisis de mensajes mediáticos concernientes a temas sociales. Par revisor de artículos académicos, y asesor de tesis de posgrado y pregrado en distintas universidades peruanas. Panelista y conferencista en universidades latinoamericanas. Como responsable del área de investigación de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Autónoma del Perú, lidera y forma parte de grupos y semilleros de investigación.
Universidad Autónoma del Perú, Perú
yquirozp@autonoma.edu.pe
ORCID: 0000-0001-5453-855X



Angélica Chávez Cornejo. Doctora en Desarrollo y Seguridad Estratégica en el Centro de Altos Estudios Nacionales (CAEN). MBA en Dirección y Administración de Empresas en la Universidad Politécnico di Bari, Italia, y MBA en Marketing Digital en la Universidad Rey Juan Carlos, España. Asesora del Programa Delfín en temas de investigación 2025. Reconocimiento en Proyección Social de la Asociación Malteser Perú. Consultora en proyectos de comunicación interna y externa. Coautora del libro "Comunicación como herramienta rentable". Sus intereses de investigación incluyen la comunicación social y política, los medios digitales y el periodismo en todas sus plataformas, y ejerce la docencia universitaria desde hace 13 años en cursos relacionados a la investigación académica, el periodismo y la comunicación social. Asesora de tesis de posgrado y pregrado, además de conferencista en universidades y entidades académicas peruanas. Como directora de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Autónoma del Perú, lidera y forma parte de grupos de investigación.
Universidad Autónoma del Perú, Perú
mchavezco@autonoma.edu.pe
ORCID: 0000-0001-8956-9890

Cómo citar este artículo:

Quiroz Pacheco, Y. R. y Chávez Cornejo, A. (2027). Apreciación de las personas con discapacidad respecto a su representación en los mass media. Un estudio en España y Perú. *Doxa Comunicación*, 44.

https://doi.org/10.31921/doxacom.2956

Este contenido se publica bajo licencia Creative Commons Reconocimiento - Licencia no comercial. Licencia internacional CC BY-NC 4.0

Recibido: 06/04/2025 - Aceptado: 18/12/2025 - En edición: 21/10/2026 - Publicado:

Resumen:

La representación mediática de las personas con discapacidad es una temática muy poco abordada en la academia, desde la apreciación de este grupo humano que se encuentra en aquella condición; en ese sentido, el objetivo general del presente estudio es conocer dicha perspectiva. Se aplicó una metodología mixta. Para el estudio cuantitativo se encuestó a 84 personas con discapacidad, y para el estudio cualitativo se entrevistó a cuatro personas en igual condición. Los resultados muestran que las personas con discapacidad consideran que los mass media deben narrar en sus contenidos historias cotidianas y realistas que muestren la discapacidad en contextos diversos, a la vez que debe darse una mayor participación de ellos en la creación de contenido mediático. Se concluye que es necesario que los medios masivos de comunicación emitan contenidos que promuevan una representación equitativa de la sociedad en su conjunto.

Palabras clave:

Representación mediática, discapacidad, mass media, inclusión social, opinión pública.

Received: 06/04/2025 - Accepted: 18/12/2025 - Early access: 21/10/2026 - Published:

Abstract:

The media representation of people with disabilities is a topic that has received very little scholarly attention from the perspective of those within this group. The overarching aim of the present study is therefore to understand this perspective. A mixed-methods approach was employed. For the quantitative strand, 84 people with disabilities were surveyed; for the qualitative strand, four people with the same condition were interviewed. The findings show that people with disabilities consider that mass media should tell everyday, realistic stories that portray disability in diverse contexts, and that people with disabilities themselves should have a greater role in the creation of media content. The study concludes that mass media must produce content that promotes an equitable representation of society as a whole.

Keywords:

Media representation, disability, mass media, social inclusion, public opinion.

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978

1. Introducción

En los últimos años, la representación mediática de las personas con discapacidad se ha convertido en un tema de importancia en distintos estudios de las ciencias sociales, debido al impacto de los mensajes que transmiten los medios de comunicación respecto a esta temática (Goethals et al., 2020). Puede decirse que este progreso se ha dado en gran parte por la manera en que los medios de comunicación dan a conocer los aspectos vinculados a la discapacidad (Jones y Harwood, 2009; McAndrew et al., 2020; Rodan y Ellis, 2016).

En esa razón, el análisis sobre la apreciación de las personas con discapacidad respecto a su representación en los medios masivos de comunicación, tanto peruanos (Medina et al., 2023) como españoles (Bonilla-del-Río et al., 2024) proporciona una perspectiva sobre como los *mass media* construyen sus narrativas en relación con este grupo social y como aquellas historias son vistas y percibidas por la opinión pública, que incluye por obvias razones a las mismas personas con discapacidad. Así, este estudio considera como *mass media* a todos aquellos medios de gran alcance y que construyen representaciones sociales que inciden en la opinión pública, siendo ellos: televisión, radio, prensa escrita y medios digitales.

Si bien en la actualidad se aprecia una evolución favorable y significativa de la manera en que los medios de comunicación muestran a las personas con discapacidad (Briant et al., 2013), cabe precisar que aún falta bastante en este camino, pues se mantienen sesgos en la información (Tang y Bie, 2015). Así, anteriormente, los *mass media* exponían una visión estereotipada, e incluso limitada, de las personas con discapacidad, puesto que enfatizaban sus narrativas en la excepcionalidad, siendo en estos casos la imagen del *supercrip* la representación más dominante (Worrell, 2018); así como en la dependencia o victimización, que hacen

ver a las personas de este grupo humano como individuos que nunca podrán sobresalir por sus propios medios o que continuamente se ven afectados por un sistema social o político que no se preocupa por sus intereses (Walton y McKenzie, 2020). De un modo u otro, se generaba una visión unidimensional de la discapacidad: como un límite (Titchkosky y Bie, 2005).

Para Horton-Salway (2013), las formas en que los medios de comunicación han mostrado a este grupo social han conllevado a que la discapacidad sea observada por la opinión pública como un asunto de caridad, y los han señalado como excesivamente dependientes; lo que de un modo contribuye a una marginalización y mantenimiento de prejuicios y estereotipación negativa (Klin y Lemish, 2008; Slopen et al., 2007).

Esta situación se ha modificado de manera paulatina, debido en gran medida a la visibilidad mediática que han venido recibiendo las diversas instituciones que velan por los derechos de las personas con discapacidad (Carmichael et al., 2019). Asimismo, también hoy la opinión pública ha empezado a reconocer la diversidad de experiencias y retos que afrontan las personas con discapacidad, lo cual ha conllevado a que esa imagen estereotipada de victimización o dependencia vaya quedando relegada, a la par que se muestran cuestiones o temas optimistas respecto a ellos (Kim et al., 2017).

La teoría de la representación mediática sostiene que los medios de comunicación construyen y reflejan la realidad social (Lin y Smirnova, 2020). En ese sentido, la manera en como las personas con discapacidad son representadas en los *mass media* puede determinar o influir de manera significativa en como este grupo humano es percibido por la opinión pública y en el modo en como se promueven las políticas con base a dichas percepciones.

Así, la manera en que se realice aquella representación favorecerá o limitará el crecimiento social de las personas con discapacidad. En esa razón, son varios los factores o aspectos que pueden mencionarse en cuanto a cómo las personas con discapacidad aprecian su representación en los *mass media*.

Inicialmente, se puede tener en cuenta sobre cómo esa representación impacta en la identidad personal de este grupo humano, en cómo ellos se ven a sí mismos y se integran a la sociedad. Zhang y Haller (2013) sostienen que una representación adecuada y positiva por parte de los medios de comunicación en relación con las personas con discapacidad, colabora en optimizar el sentido de identidad, pertenencia y autoestima de este grupo social, con lo cual alejan de ellos la imagen estigmatizada que pudieran tener sobre sí mismos. Adicional a ello, esto también influye en cómo la sociedad en su conjunto percibe los temas vinculados a la discapacidad (Padilla-Petry y Saladrigas-Tuà, 2020).

Aquí entra también a tallar la labor que han cumplido las asociaciones de defensa de derechos de las personas con discapacidad, ya sea en la manera en que ellas han hecho uso de los medios masivos de comunicación al promover una mayor visibilidad de las actividades de las personas con discapacidad (Chidemo et al., 2018) con la finalidad de erradicar la discriminación o sentimientos de pena hacia ellas; o dando a conocer su percepción sobre cómo son representadas las personas con discapacidad en los espacios informativos de los medios de comunicación (Figuereo-Benítez et al., 2023). A partir de la implementación y promoción de políticas, disposiciones y leyes que promueven la igualdad de oportunidades para este grupo social (Zoanni, 2022) es que puede incentivarse una representación positiva en los *mass media* y así generar corrientes de opinión en favor de estas personas.

La visibilidad de las personas con discapacidad en los medios actúa de alguna forma como un factor de cambio en la perspectiva social, con lo que se desafía la idea que tiene un amplio sector de la opinión pública que cree que las personas con discapacidad están incapacitadas para realizar cualquier tarea, y más bien incentiva la noción de inclusión y accesibilidad en

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978

cualquier ámbito (Bregaglio et al., 2019), que garantiza así una representación justa y equitativa. La unificación de disposiciones relacionadas a la promoción de acción activa de las personas con discapacidad en la sociedad, llámese esto como inclusión, además de medidas de accesibilidad, son fundamentales en la búsqueda de una mayor equidad en la representación de los *mass media* (Ellis y Kent, 2015).

Otro aspecto a considerar es cómo las representaciones mediáticas tienen un impacto en las normas sociales y culturales, pues a la par que los medios impactan en la percepción pública también moldean las actitudes, y por tanto los comportamientos, de la opinión pública hacia las personas con discapacidad, lo cual posteriormente puede influir en políticas gubernamentales (Saunders et al., 2018). Lógicamente, es importante tener en consideración cómo se presenta la representación mediática en las diferentes plataformas con las que cuentan los *mass media*, como en la televisión (Figuereo-Benítez et al., 2025) o el cine (Dawn, 2023), pues cada una de ellas abordará de manera diferente la temática de la discapacidad. Dicha diversidad en el uso de plataformas para representar la discapacidad generará una perspectiva más completa de las experiencias de este grupo humano. Así, se debe tener en cuenta el actual contexto digital en el que se vive, pues éste ha acelerado el proceso de transmisión de la comunicación e información, con el que se puede fomentar un mayor activismo en favor de estos seres humanos (Sannon et al., 2023).

Con lo ya mencionado, hay que tener en cuenta los contextos español y peruano, puesto que sus realidades socioculturales, normativas y mediáticas presentan diferencias significativas a pesar de compartir los mismos desafíos estructurales en torno a la representación mediática de las personas con discapacidad. Si bien en ambos países existe un marco normativo: Real Decreto Legislativo 1/2013 en España, y la Ley N° 29973 –Ley General de la Persona con Discapacidad en Perú, se aprecia en el caso español un mayor grado de autorregulación profesional por parte de los medios de comunicación, ya sea por su iniciativa o por la incidencia de entidades como el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad– CERMI (2025) cuya labor impulsa una mayor supervisión en torno a la representación mediática; mientras que en el Perú, aún se mantienen las narrativas asistencialistas debido a un menor grado de fiscalización por parte de las autoridades, y que se ve agravado por la precariedad del ecosistema mediático, la concentración de medios y la desigualdad territorial, lo cual busca ser contrarrestado por el Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad – CONADIS (2025) por medio de sus plataformas digitales.

La disparidad en las dinámicas de producción mediática es también uno de los puntos a tener en consideración. Mientras que en España las temáticas de diversidad funcional con narrativas ligadas a la ciudadanía social y la accesibilidad universal tienen un mayor espacio en las campañas institucionales y la agenda mediática (Álvarez y Mercado, 2015; Cerdán et al., 2023; Palenzuela et al., 2020), en el Perú los contenidos mediáticos sobre temas de discapacidad dependen de eventos coyunturales en los que se destacan historias de superación individual o casos excepcionales, aunque también muy vinculados a la dependencia, la caridad o el asistencialismo (Motta, 2018; Ramos, 2019). De una manera u otra, ello genera una representación fragmentada y un obstáculo para la construcción de representaciones inclusivas.

En definitiva, las diferencias referidas reflejan que el contexto sociocultural, la madurez del ecosistema mediático y el desarrollo de una legislación específica dan cuenta de la necesidad de seguir fortaleciendo mecanismos institucionales, educativos y normativos, para así avanzar hacia entornos comunicativos más responsables, transparentes y resilientes ante los desafíos que conllevan temáticas como la referida en este estudio.

El que las personas con discapacidad tengan acceso a las plataformas digitales es un factor crucial en el avance rumbo a una mayor equidad, pues aquellas han generado nuevos vehículos de comunicación, además de otras oportunidades, en la representación mediática. Si bien la evolución tecnológica digital proporciona nuevos campos de oportunidades para la representación inclusiva de este grupo social, también puede ser un mecanismo para mantener antiguos estereotipos o incluso transmitir mensajes de discriminación u odio (García-Prieto et al., 2024; Umar et al., 2024).

Al aprovechar las distintas herramientas digitales que proporciona este actual contexto, las personas con discapacidad tienen una gran oportunidad no solo para ser partícipes dentro de lo que es el contenido mediático sino también para la toma de decisiones en todo el proceso de producción que aquello conlleva, ya sea desde la preproducción con la redacción de los guiones, luego con la producción con la participación actoral o conducción de un programa, y cerrar con la posproducción con la edición y distribución del contenido. De esa manera se garantiza que las representaciones de este grupo social a través de las plataformas digitales, y con ello también de los *mass media*, sea más auténtica y diversa, además de asegurar que las historias de sus experiencias de vida sean vistas por la opinión pública con mayor fidelidad y representadas de manera exacta mostrándolos como seres humanos en toda su complejidad (Södergren y Vallström, 2022).

En esa misma razón, es muy importante que se considere la diversidad en la representación mediática de este grupo humano, pues las experiencias y vivencias de las personas con diferentes tipos de discapacidad son distintas, y por ende sólo se puede considerar como una representación efectiva aquella que refleje fidedignamente aquella diversidad (Vázquez-Barrio et al., 2021), pues si sólo se representa un único tipo de discapacidad esto conllevaría a que un amplio sector de la sociedad tenga una visión insuficiente, e incluso homogénea, de este grupo social, lo cual generaría una idea incompleta de la realidad que viven las personas con discapacidad.

En síntesis, es importante recalcar que la promoción de una representación mediática más equitativa e inclusiva de las personas con discapacidad en los *mass media* es un proceso en continuo avance, en el que el activismo social tiene un rol importante para generar conciencia en favor de la inclusión e ir borrando de la opinión pública los estereotipos que ella tiene respecto a este grupo social.

Por ello, el objetivo general de este estudio es conocer la apreciación de las personas con discapacidad respecto a su representación en los *mass media*. Además, como primer objetivo específico es saber la apreciación sobre los roles de las personas con discapacidad en los medios masivos de comunicación, el segundo objetivo específico es reconocer el impacto de la representación de la discapacidad en los *mass media*, y el tercer objetivo específico es comprender la percepción de inclusión de las personas con discapacidad en esos medios.

2. Método

El estudio fue mixto. Para el enfoque cuantitativo se empleó una encuesta como instrumento con una estructura de preguntas de opción múltiple con la finalidad de conocer de manera precisa cual es la apreciación de las personas con discapacidad respecto a su representación en los *mass media*, respondiendo así a los objetivos planteados.

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978

Para la obtención de la unidad de estudio se contactó con distintas entidades de España y Perú que integran o dan apoyo a personas con discapacidad, así como también a universidades que cuentan con estudiantado con esa condición. Luego de confirmada la colaboración de algunas de ellas, las cuales no se mencionan por nombre específico con el fin de salvaguardar confidencialidad institucional y evitar sesgos territoriales, se les envió la encuesta para que fuera remitida a sus miembros, la que finalmente fue respondida por 84 personas con discapacidad de España y Perú (22 españoles y 62 peruanos), considerándose a este grupo la muestra de estudio. Las personas participantes fueron informadas del fin académico de la encuesta. Previo a su realización, la encuesta fue validada por dos expertos con experiencia laboral y estudios de posgrado en la especialidad de comunicación audiovisual y medios de comunicación.

La encuesta enviada constó de cinco secciones. La primera sección incluyó las preguntas filtro con lo que se aseguró que la encuesta fuera respondida por personas con discapacidad, y así cumplir con los criterios de inclusión de la muestra. Esta sección estuvo referida a datos generales en que se solicitó colocar un seudónimo (con el fin de salvaguardar la identidad de la persona con discapacidad), su tipo de discapacidad reconocida o autorreconocida (física/motora, auditiva e intelectual/cognitiva en grado leve; solicitándoles que sean ellos quienes respondan sin apoyo de un tercero), indicar ser mayor de edad con nacionalidad española o peruana, y la frecuencia con que se expone a contenido mediático que presenta a personas con discapacidad. Seguidamente, las otras cuatro secciones que buscan responder a los objetivos del estudio (sección dos: objetivo general referente a conocer la apreciación de las personas con discapacidad respecto a su representación en los *mass media*, sección tres: primer objetivo específico en relación a saber la apreciación sobre los roles de las personas con discapacidad en los medios masivos de comunicación, sección cuatro: segundo objetivo específico consistente en reconocer el impacto de la representación de la discapacidad en los *mass media*, y sección cinco: tercer objetivo específico respecto a comprender la percepción de inclusión de las personas con discapacidad en los medios masivos de comunicación).

Se precisa que cada una de las últimas cuatro secciones contenía la misma cantidad de preguntas: tres, además de un apartado para que la persona encuestada tenga la posibilidad de brindar una opinión vinculada a alguna o todas sus respuestas. Cabe indicar que todas las preguntas (doce en total) eran de respuesta obligatoria, mientras que los apartados de opinión (cuatro en total) eran voluntarios. El periodo para la recolección de datos fue entre octubre 2024 y febrero del 2025, para posteriormente efectuar el procesamiento por medio del software IBM SPSS Statistics 26.

Del mismo modo, para el enfoque cualitativo se aplicó la entrevista semiestructurada a cuatro personas con discapacidad: tres peruanas y una española, quienes no formaron parte de la encuesta, puesto que se buscó complementar la información brindada por el sondeo previamente enviado y con ello responder a los mismos objetivos del estudio. La selección de los entrevistados se realizó mediante la técnica de muestreo no probabilístico por bola de nieve. Así, el primer contacto se estableció a partir de participantes que cumplían con los criterios del estudio, quienes posteriormente recomendaron a otras personas con discapacidad interesadas en participar, lo cual favoreció la conformación de la muestra cualitativa. El instrumento de investigación: guía de entrevista de doce preguntas, fue validado por los mismos expertos que evaluaron la encuesta. Las entrevistas se realizaron entre el 4 y 11 de diciembre del 2025 por medio de la plataforma Zoom, con una duración promedio de media hora cada una de ellas. Las personas participantes fueron informadas del fin académico de la entrevista. Se decidió mantener en reserva los nombres de las personas entrevistadas con el fin de preservar la protección de sus datos, como también se realizó en los estudios

de Figuereo-Benítez et al. (2023) y Vázquez-Barrio et al. (2021). Al ser así, en la sección de Resultados se les identificará con un código referido a su nacionalidad.

Con relación a la accesibilidad y validez de los instrumentos usados, se menciona que los mismos fueron diseñados para garantizar su adecuación a la unidad de estudio. Al hablar de la accesibilidad, la encuesta fue de fácil comprensión por su lenguaje claro y no técnico, como también por tener una organización del cuestionario en secciones breves y homogénea basada en preguntas cerradas de opción múltiple, lo cual redujo la carga cognitiva; a ello se suma que la solicitud de un seudónimo contribuyó a resguardar la privacidad y generó confianza entre los participantes. En el caso de la entrevista semiestructurada, su flexibilidad facilitó aclarar preguntas y adaptar el ritmo de la conversación de acuerdo con los requerimientos de los entrevistados, quienes al usar la plataforma Zoom para la charla se desenvolvieron de manera más cómoda gracias a que participaron desde entornos conocidos y emplearon sus propios apoyos técnicos. Como se mencionó anteriormente, en ambos casos todos los participantes otorgaron su consentimiento informado previo a su intervención en el estudio.

Respecto a la validez, ambos instrumentos fueron validados por los mismos expertos en comunicación audiovisual y medios de comunicación, quienes, además de la pertinencia y claridad, evaluaron que las preguntas estuvieran en concordancia con los objetivos planteados, lo que fortaleció la validez de contenido. Asimismo, el hecho de que ambos instrumentos fueran revisados por los mismos expertos garantizó su coherencia temática. Para el caso de la encuesta, la incorporación de preguntas filtro permitió asegurar que se cumplieran los criterios de inclusión, con lo que se favoreció la validez interna; además de ello, la obligatoriedad de las preguntas cerradas redujo la pérdida de datos durante el procesamiento. En cuanto a la entrevista semiestructurada, su diseño aportó riqueza interpretativa puesto que se profundizó en aspectos emergentes de la encuesta, lo cual brindó consistencia y credibilidad a los hallazgos cualitativos.

3. Resultados

En la primera sección de datos generales se distingue que la muestra de 84 personas está integrada por 22 españoles y 62 peruanos. En cuanto a la frecuencia con que se exponen a contenido mediático que presenta a personas con discapacidad, 55 personas mencionaron que lo hacen diariamente, 23 entre dos a cuatro veces a la semana, cuatro de manera semanal y dos en raras oportunidades. Tal como se indicó, se solicitó colocar un seudónimo para salvaguardar la identidad de las personas encuestadas.

Al tener en cuenta el objetivo general de conocer la apreciación de las personas con discapacidad respecto a su representación en los *mass media*, se aprecia que 50 de los encuestados se encuentra entre muy insatisfecho e insatisfecho cuando se les consulta por la forma en que los medios masivos de comunicación representan a las personas con discapacidad. Este factor se ve reforzado con lo referido por las entrevistadas peruanas, quienes coinciden al referir que la presencia de personas con discapacidad en los *mass media* es esporádica y poco cuidada en términos de enfoque. *Peruana A* sostiene que los contenidos tradicionales peruanos continúan siendo limitados y poco inclusivos, salvo algunas excepciones recientes en plataformas digitales. A lo cual se agrega que dichas menciones son "únicamente apariciones circunstanciales asociadas a fechas conmemorativas" (*Peruana C*) y con uso de terminología inadecuada como "minusválidos" o "discapacitados" (*Peruana B*). Sin embargo, estas apreciaciones divergen con lo señalado por *Española A* quien afirma que los medios de su país "sí incorporan contenidos orientados a informar

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978

sobre derechos, grados de discapacidad y prestaciones". Empero, se precisa que *Española A* se circunscribió al rol informativo y no hizo mención a una representación más amplia o diversa.

Asimismo, 65 encuestados sindica como de muy baja a moderada la calidad de las representaciones de personas con discapacidad en los *mass media* en términos de autenticidad, lo cual puede estar vinculado con un déficit de conocimiento social y mediático sobre los derechos de las personas con discapacidad, que conlleva a reproducir estereotipos de incapacidad y dependencia, como afirma *Peruana B*. Consultada sobre este punto, *Peruana A* indica que, aún cuando algunas marcas comerciales han incorporado figuras con discapacidad, estas apariciones son puntuales y no suficientes para considerarse representaciones auténticas o continuas. En contraste, aunque manteniéndose en un lineamiento estrictamente informativo, *Española A* refiere que percibe contenidos "adecuados" y de buena calidad, especialmente en prensa escrita, donde se difunde información relacionada con certificaciones de discapacidad y servicios públicos.

De lo referido se desprende que 68 de los consultados en la encuesta consideren como importante o muy importante la representación de la discapacidad en los medios masivos de comunicación para la inclusión social de las personas con discapacidad. Sobre esto, *Española A* sostiene que en su país los medios de comunicación contribuyen a generar interés social incentivando mecanismos institucionales de reconocimiento y apoyo a las personas con discapacidad. *Peruana B* argumenta que una adecuada representación mediática ayuda a disminuir las barreras actitudinales al transformar las percepciones. Ella desarrolla esta idea desde una perspectiva de derechos, pues afirma que el problema central no es la discapacidad "sino la sociedad que no está adaptada". Del mismo modo, *Peruana C* manifiesta que la representación es clave para "abrir más espacios" pues permite que la ciudadanía conozca las contribuciones de las personas con discapacidad.

Los resultados alcanzados dan cuenta de una brecha persistente entre las actuales prácticas de representación mediática y las expectativas de las personas con discapacidad. Si bien en el caso español se evidencia un avance en los aspectos informativos, ello no es garantía de pluralidad narrativa; mientras que, en el contexto peruano, la representación aparece condicionada por situaciones conmemorativas o comerciales, que sostienen estereotipos sociales arraigados y limitan su potencial transformador. Así, la insatisfacción mayoritaria responde a la falta de enfoques auténticos que reconozcan la discapacidad desde una perspectiva de derechos y diversidad. En ambos casos, la alta valoración que se le da a la representación de los *mass media* confirma su rol estratégico en la inclusión social, pues es visto como un eje que reduce las barreras actitudinales y legitima a las personas con discapacidad como sujetos activos en el espacio público.

Otros de los resultados cuantitativos alcanzados vinculados al objetivo general se aprecian en la Tabla 1.

Tabla 1. Apreciación de las personas con discapacidad respecto a su representación en los medios masivos de comunicación

¿Qué tan satisfecho(a) está con la forma en que los medios masivos de comunicación representan a las personas con discapacidad?				
Muy satisfecho	Satisfecho	Neutral	Insatisfecho	Muy insatisfecho
3	7	24	8	42
¿Cómo calificaría la calidad de las representaciones de personas con discapacidad en los medios masivos de comunicación en términos de autenticidad?				
Muy alta calidad	Alta calidad	Moderada calidad	Baja calidad	Muy baja calidad
8	11	22	34	9
¿Qué tan importante considera que es la representación de la discapacidad en los medios masivos de comunicación para la inclusión social de las personas con discapacidad?				
Muy importante	Importante	Neutral	Poco importante	No importante
42	26	8	6	2

Fuente: elaboración propia

Adicional a este punto, con el primer objetivo específico de saber la apreciación sobre los roles de las personas con discapacidad en los medios masivos de comunicación, se obtuvo que 59 de los encuestados sostiene que deberían ser representados de manera más realista o variada. Así, *Peruana A* afirma que los medios masivos de comunicación se centran en personajes de apariencia física "idealizada", generalmente pertenecientes a estratos socioeconómicos acomodados. Desde su perspectiva, los *mass media* no muestran la diversidad peruana, pues no aprecia que se presenten personajes con discapacidad que sean afroperuanos, andinos, amazónicos o que residan en los barrios populares donde las brechas de accesibilidad son más profundas. Asimismo, *Peruana C* destaca que los contenidos mediáticos no dan espacio suficiente a historias basadas en la experiencia real de las personas con discapacidad, un aspecto que se acentúa cuando se aprecia que "muchos actores sin discapacidad interpretan roles de personas con discapacidad sin comprender ni experimentar sus desafíos diarios" (*Peruana B*).

A esto se suma que 72 personas partícipes del estudio cuantitativo señalan que los contenidos deben ser historias cotidianas y realistas que muestren la discapacidad en contextos diversos. Por ejemplo, *Peruana C* resalta que los contenidos mediáticos deben integrar elementos de resiliencia y logro, como también la cotidianeidad de enfrentar obstáculos sociales y personales. Por su lado, *Peruana B* menciona que las actuales imágenes idealizadas que transmiten los *mass media* contrastan con las experiencias reales en espacios públicos que tienen las personas con discapacidad, lo cual profundiza que la sociedad aún desconozca o minimice la importancia de la accesibilidad.

Posiblemente, al apreciarse que los *mass media* no desarrollan una real representación de este grupo humano es que 52 de ellos dicen sentirse entre absolutamente no o muy poco identificados con los personajes con discapacidad que aparecen en los medios masivos de comunicación. Si bien en España se observa una mayor presencia de actores con discapacidad representándose

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978

a sí mismos, lo cual permite narrativas más realistas, *Española A* manifiesta que tiene una baja identificación con ellos, puesto que aún la mayoría de roles son interpretados por actores sin discapacidad; aunque destaca que los medios españoles busquen fomentar la conciencia social por medio de representaciones que problematizan las barreras y desafíos de la vida cotidiana de las personas con discapacidad. Por su parte, las entrevistadas peruanas coincidieron en sentirse poco identificadas, debido a la escasez de producciones nacionales centradas en personas con discapacidad. *Peruana C* indica que la mayoría de las historias existentes se desarrollan en un contexto internacional, lo cual limita la posibilidad de identificación contextual, y por tanto cultural, para la población peruana con discapacidad.

Lo encontrado da cuenta de la demanda que tienen las personas con discapacidad por representaciones más realistas y variadas, lo cual se acrecienta cuando se aprecia una práctica recurrente, mayoritaria en el contexto peruano, en asignar roles de discapacidad a actores sin experiencia vivencial. El actual modelo de producción mediática que tiene una construcción limitada de roles y narrativas que invisibilizan la diversidad social y cultural refuerza una mirada externa que tiende a simplificar la discapacidad, debilitando su autenticidad narrativa. Si bien en el contexto español se muestran avances hacia una representación más consciente, los resultados alcanzados evidencian que la inclusión simbólica aún es incompleta, por lo que los procesos de identificación aún se ven restringidos.

A continuación, en la Tabla 2 se muestran otras cifras cuantitativas alcanzadas relacionadas al objetivo específico 1.

Tabla 2. Apreciación sobre los roles de las personas con discapacidad en los medios masivos de comunicación

¿Cuál es su apreciación sobre el papel de los actores y personajes con discapacidad en los medios masivos de comunicación?			
Tener más papeles protagonistas	Ser representados de manera más variada	Ser representados de manera más realista	No se debe cambiar la representación actual
22	32	27	3
¿Qué tipo de historias cree que deberían contarse más en los medios masivos de comunicación sobre personas con discapacidad?			
De éxito y superación	Cotidianas y realistas	Sobre discapacidad en contextos diversos	No deben cambiarse las historias actuales
9	42	30	3
¿En qué medida se identifica con los personajes con discapacidad que aparecen en los medios masivos de comunicación?			
Me identifico mucho con ellos	Me identifico con ellos	Me identifico poco con ellos	No me identifico en absoluto con ellos
13	19	28	24

Fuente: elaboración propia

Al seguir con la investigación, sobre la base del segundo objetivo específico consistente en reconocer el impacto de la representación de la discapacidad en los *mass media*, 67 encuestados refirieron tener una percepción entre neutral y negativa al ser

consultados del impacto que tiene la representación de la discapacidad en los medios masivos de comunicación en su percepción de inclusión en la sociedad. Una cifra que se apoya en lo manifestado por las entrevistadas peruanas, pues dado el caso las representaciones de los medios masivos de comunicación tienen efectos en la vida diaria: "las personas tienden a ver 'la silla de ruedas' antes que a la persona" (*Peruana B*), lo cual reduce la identidad individual a la condición física, un aspecto que se asocia al hecho de que los contenidos sobre discapacidad en medios televisivos "suele presentarse de manera marginal, en horarios de baja audiencia" (*Peruana A*). Estas apreciaciones son disonantes con lo percibido por *Española A*, para quien la representación mediática y las políticas públicas asociadas contribuyen a generar una percepción de mayor inclusión; un punto de vista que, como ella misma mencionó, se vincula a su experiencia personal con sistemas de apoyo estatal eficaces en su contexto de vida.

A pesar de esto último, la evaluación general concuerda con que 62 personas encuestadas hayan referido que a mayor exposición a contenido mediático relacionado con la discapacidad sienten una menor satisfacción en cuanto a su percepción de la representación, "puesto que la oferta mediática existente no comunica autenticidad ni contribuye a una percepción positiva de inclusión" (*Peruana A*). Ella sostiene que incluso cuando se corrige a instituciones o medios masivos de comunicación por el uso persistente de términos como 'discapacitado', la respuesta suele ser "resistente" ya que no aprecia un cambio en ello. Asimismo, *Peruana B* cuestiona prácticas como las narrativas utilizadas en eventos mediáticos de gran alcance organizados por instituciones de carácter benéfico que, si bien cumplen funciones institucionales relevantes, reproducen imágenes estereotipadas que asocian discapacidad con fragilidad y pasividad.

Dada esta circunstancia, es posible que por ello, ante la pregunta (con respuestas de elección múltiple) sobre qué cambios le gustaría ver en la representación de personas con discapacidad en los medios masivos de comunicación, 57 manifestaron querer más representaciones variadas y auténticas de diferentes tipos de discapacidad, 38 menos estereotipos y representaciones negativas, 42 más personas con discapacidad en roles protagónicos y activos, y 71 una mayor participación de personas con discapacidad en la creación de contenido mediático. Sobre esta última cifra, *Peruana C* resalta que hay muchas personas con discapacidad preparadas para desempeñar roles en el cine, el teatro o la producción audiovisual, pero que "enfrentan barreras estructurales para acceder a estos espacios". Asimismo, *Peruana B* desea que en esos contenidos se destaquen sus capacidades y la manera cotidiana en que afrontan realmente las dificultades; a lo que *Peruana A* agrega que sería importante que se consulte a personas con discapacidad para la elaboración de estos contenidos.

Los hallazgos encontrados en la diferencia entre los contextos español y peruano ponen de manifiesto que la representación mediática adquiere sentido en interacción con marcos estructurales más amplios, lo que evidencia la relevancia del rol mediador de las políticas públicas y los sistemas de apoyo institucional. Asimismo, se constata que la persistencia de enfoques marginales y estereotipados en muchos de los contenidos mediáticos perpetúa los imaginarios sociales que reducen la identidad de las personas con discapacidad a su condición física. Adicionalmente, se plantea una transformación en las prácticas profesionales y discursivas del campo comunicacional: un desplazamiento desde una lógica de representación externa hacia modelos de autorrepresentación, al proponer una mayor participación de personas con discapacidad en la producción de contenidos mediáticos.

Seguidamente, en la Tabla 3 se dan a conocer otros resultados cuantitativos que se obtuvieron relacionados al objetivo específico 2.

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978

Tabla 3. Impacto de la representación de la discapacidad en los medios masivos de comunicación

¿Qué impacto tiene la representación de la discapacidad en los medios masivos de comunicación en su percepción de inclusión en la sociedad?			
Positivo: Me siento más incluido(a) y representado(a)	Neutral: No afecta significativamente mi percepción de inclusión	Negativo: Me siento menos incluido(a) o representado(a) debido a la forma en que se presenta la discapacidad	No estoy seguro(a) de cómo afecta a mi percepción
8	25	42	9
¿Cómo afecta la frecuencia con la que se expone a contenido mediático relacionado con la discapacidad en su percepción de la representación?			
A mayor exposición, mayor satisfacción	A mayor exposición, menor satisfacción	La frecuencia de exposición no afecta mi percepción	No estoy seguro(a)
6	62	9	7
¿Qué cambios le gustaría ver en la representación de personas con discapacidad en los medios masivos de comunicación?			
Más representaciones variadas y auténticas de diferentes tipos de discapacidad	Menos estereotipos y representaciones negativas	Más personas con discapacidad en roles protagónicos y activos	Mayor participación de personas con discapacidad en la creación de contenido mediático
57	38	42	71

Fuente: elaboración propia

Finalmente, en relación al tercer objetivo específico que busca comprender la percepción de inclusión de las personas con discapacidad en los medios masivos de comunicación, 53 personas partícipes de la encuesta sostienen que la visibilidad de la discapacidad en los medios masivos de comunicación ha permanecido igual en los últimos años, lo cual contrasta mínimamente con lo señalado por *Peruana A* y *Peruana B*, para quienes "ha mejorado algo, pero muy poco en todo caso"; sobre esta misma postura, *Peruana C* sostiene que lo ideal sería que los *mass media* aborden el tema de la discapacidad cada semana o mes, pero cree que ello no se dará porque "no somos comerciales, no vendemos lo que ellos quieren vender". En contraposición, *Española A* distingue una mejora sustancial en comparación con años anteriores, ya que destaca el rol estatal en la difusión de información inclusiva.

Adicionalmente, 68 encuestados indica que los medios masivos de comunicación son poco o moderadamente accesibles para personas con diferentes tipos de discapacidad, una actitud que también comparten las entrevistadas peruanas. Así, *Peruana A* refiere que, si bien existen intervenciones de intérpretes de lenguaje de señas en algunos informativos televisivos, estos no se presentan en toda la programación y es solo de manera esporádica. Del mismo modo, *Peruana C* sostiene que existe una forma de exclusión comunicativa puesto que no existen mecanismos de difusión que permitan a las personas con discapacidad hacer públicas sus denuncias sin temor a ser ignoradas, una idea que también es compartida por *Peruana B* quien comenta que ello no solo se presenta en los medios masivos de comunicación sino también en entidades públicas en las que la inexistencia de protocolos adecuados y la poca o nula capacitación del personal dificultan la interacción digna y eficiente. Para ella, la accesibilidad

no debe entenderse solo como infraestructura física, sino también como un concepto que integre "accesibilidad comunicacional, digital y actitudinal". Por su parte, *Española A* afirma que en su país hay información estatal detallada y periódicos gratuitos que mejoran la comunicación y orientación para las personas con discapacidad.

Por último, 75 partícipes del estudio cuantitativo señalaron que, si se da una mejora en la representación de personas con discapacidad en los medios masivos de comunicación, ello mejoraría la inclusión y la percepción social en su vida cotidiana y en la de otras personas con discapacidad. Al respecto, *Peruana C* comenta que ello tendría un impacto directo en la reducción de prejuicios derivados del desconocimiento, "como el miedo a 'ser contagiados' por movimientos involuntarios". Asimismo, *Peruana A* manifiesta que el cambio se dará cuando existan mejoras en el lenguaje mediático: por ejemplo, "sustituir 'discapacitado' por 'persona con discapacidad'". Un aspecto a tener en cuenta es lo referido por *Española A* quien advierte que aun con los sistemas avanzados expresados en esta sección del estudio, en su país "todavía persisten actitudes de indiferencia en parte de la población".

De lo analizado se observa la importancia del papel de las instituciones públicas para impulsar prácticas inclusivas, aunque ello no conlleva necesariamente a la erradicación de los prejuicios sociales. Se destaca la existencia de una perspectiva más amplia del concepto de accesibilidad, lo cual va acorde a los enfoques contemporáneos de derechos humanos. Sin embargo, la percepción mayoritaria de estancamiento en este aspecto es una muestra de que las iniciativas en favor de las personas con discapacidad carecen de sostenibilidad, más aún cuando se manifiesta la existencia de un lineamiento de negocio mediático que margina narrativas no consideradas rentables. De un modo u otro, eso sugiere que se mantendrá la brecha entre las iniciativas discursivas o normativas sobre inclusión y su materialización efectiva en los *mass media*.

Así, en la Tabla 4 se distinguen otros datos cuantitativos que se consiguieron vinculados al objetivo específico 3.

Tabla 4. Percepción de inclusión de las personas con discapacidad en los medios masivos de comunicación

¿En qué medida cree que la visibilidad de la discapacidad en los medios masivos de comunicación ha mejorado en los últimos años?				
Ha mejorado significativamente	Ha mejorado algo	Ha permanecido igual	Ha desmejorado algo	Ha desmejorado significativamente
5	17	53	7	2
¿Qué tan accesibles considera que son los medios masivos de comunicación para personas con diferentes tipos de discapacidad?				
Muy accesibles	Accesibles	Moderadamente accesibles	Poco accesibles	No accesibles en absoluto
4	9	20	48	3
¿Cómo cree que la mejora en la representación de personas con discapacidad en los medios masivos de comunicación podría influir en su vida cotidiana y en la de otras personas con discapacidad?				
Mejoraría la inclusión y la percepción social	No tendría un gran impacto	No tendría ningún impacto	Podría tener un impacto negativo	No estoy seguro(a)
75	3	4	1	1

Fuente: elaboración propia

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978

4. Discusión y conclusiones

Por medio de encuestas y entrevistas, el estudio ha permitido conocer la apreciación de personas con discapacidad de España y Perú respecto a su representación en los *mass media*, mostrando su perspectiva, con similitudes o diferenciaciones, que responden a los objetivos planteados en esta investigación. Así, el presente estudio busca mostrar las percepciones y expectativas que este grupo social tiene sobre cómo los medios masivos de comunicación los representan.

En relación con el objetivo general de la investigación, consistente en conocer la apreciación de las personas con discapacidad respecto a su representación en los *mass media*, se encontró que 50 encuestados se mostraba entre muy insatisfecho e insatisfecho con la forma en que los medios de comunicación representan a las personas con discapacidad, considerando en un índice de baja o muy baja calidad las representaciones de personas con discapacidad en los *mass media* en términos de autenticidad (65 participantes), lo cual muestra que un amplio sector de esta población considera que la representación es muy deficiente y se requiere de una auténtica visibilidad, así como de una cobertura adecuada de los eventos en los que ellos tengan participación, tal como también lo señala el estudio de Geurin et al. (2025), a lo que también se agrega que muchos la ven como una representación estereotipada que no muestra la actividad multifacética de las personas que se encuentran en esa condición, como también se aprecia en las investigaciones de Chukwuma y Omokhunu (2023) y Younis et al. (2020).

Al tener en cuenta este aspecto, la representación que sienten estas personas puede verse incluso hasta como problemática, ya que se forma en el resto de la población una visión distorsionada y estereotipada de su real contexto, lo que de un modo u otro conlleva a su invisibilidad. Una manera de que esto pueda modificarse es que los medios masivos de comunicación desarrollen una representación más amplia o diversa de las personas con discapacidad, no sólo mostrando o centrándose en la discapacidad visible (como las físicas, por ejemplo) sino también en aquellas que son consideradas como invisibles (las enfermedades mentales es una de ellas). A ello se suma la importancia de reflejar la discapacidad como una situación natural o común que puede presentarse en cualquier etapa de la vida de una persona y no como una situación de excepción o anormal, por lo que es necesario que los *mass media* representen toda la complejidad de la vida cotidiana de este grupo humano: sus logros y dificultades, sus deseos de superación y limitaciones, y lo más importante: su autonomía; para no reducir la representación, como suele pasar, a roles de héroes o víctimas del sistema.

Siguiendo con el primer objetivo específico para conocer la apreciación sobre los roles de las personas con discapacidad en los medios masivos de comunicación, 59 personas señalaron que los actores y personajes con discapacidad en los medios de comunicación deberían ser representados de manera más variada o realista, tal como también se indica en la investigación de Jeffress (2021). Ello puede deberse a que en la mayoría de las situaciones la representación de las personas con discapacidad en sus diversos roles se centra en personas dependientes y vulnerables, con historias consideradas como 'trágicas' o que los hacen ver como 'diferentes', o que llegan incluso a una 'espectacularización de la discapacidad' (Melchior, 2020), sin mostrar el potencial humano que tienen ni sus experiencias o expectativas de vida, lo cual alimenta una actitud paternalista y prejuiciosa del resto de la sociedad.

Otro aspecto que suma a ello es que la representación de los *mass media* también tiende a mostrar una imagen demasiado homogénea en la que no se consideran otras variables como la edad, raza o sexo, entre otros aspectos; incluso, se 'favorecen' ciertos tipos de discapacidad (Rees et al., 2017). Esta situación conlleva también a una representación reduccionista en la que la

sociedad no logra apreciar o entender la discapacidad como una condición con experiencias múltiples o diversas. Una manera de solucionar esta noción sería promocionar una representación de personas con discapacidad empoderadas en los medios de comunicación, tal como también señalan Van der Sluis et al. (2025).

Asimismo, en referencia al segundo objetivo específico que se enfoca en reconocer el impacto de la representación de la discapacidad en los *mass media*, los resultados hallados muestran que 67 participantes de la encuesta tienen una postura neutral o negativa frente a la consulta de cual es su percepción de inclusión en la sociedad en cuanto a la representación de la discapacidad en los medios de comunicación, concordando con la investigación de Frolova y Istomina (2023), lo cual se refuerza con las 57 personas que quieren tener más representaciones variadas y auténticas de diferentes tipos de discapacidad, 38 que desea menos estereotipos y representaciones negativas y 42 que prefiere más personas con discapacidad en roles protagónicos y activos, cuando se les ha preguntado sobre los cambios que les gustaría ver en la representación de personas con discapacidad en los *mass media*.

Estos resultados hacen reflexionar sobre la importancia que tiene, no solo el análisis de la representación de las personas con discapacidad en los medios de comunicación, sino también el que personas que se encuentran en esta condición tengan poder de decisión o participen activamente en la creación y producción de contenido mediático (Botha y Harvey, 2022) en el que se aborde su situación o algún personaje con discapacidad sea partícipe, y de esa manera generar conciencia sobre la discapacidad, tal como también precisan Carmel et al. (2024) y que coincide con los 71 participantes de este estudio que tienen la misma postura. Como se mencionó anteriormente, que las personas con discapacidad no solo se encuentren frente a las cámaras sino detrás de ellas, garantizará que los contenidos mediáticos sean más auténticos y vinculados más directamente a las experiencias de vida y variedad de perspectivas que tiene este grupo humano.

Al considerar el tercer objetivo específico, consistente en comprender la percepción de inclusión de las personas con discapacidad en los medios masivos de comunicación, 68 encuestados piensan que los *mass media* son poco o moderadamente accesibles para personas con diferentes tipos de discapacidad, similar a lo precisado en la investigación de García-Prieto y Figuereo-Benítez (2022); a la vez que 75 participantes creen que ya está presente o habrá una progreso en la inclusión y la percepción social a la par que exista una mejora en la representación de personas con discapacidad en los *mass media* influyendo en su vida cotidiana y en la de otras personas con discapacidad, como también lo menciona Wilde (2022).

Por otro lado, tal como se refirió anteriormente, los medios masivos de comunicación no muestran una imagen heterogénea de este grupo humano. Esta situación conlleva a que muchas personas con discapacidad expresen su malestar e incomodidad, y consideren que esta situación se mantendrá igual por un bueno tiempo, tal como se indica en la presente investigación (53 encuestados tiene esa percepción), y en el estudio de Soto Rosales (2015), salvo que, como se mencionó, exista una mejora en la representación mediática.

Luego de lo precisado, si bien el diseño mixto del estudio permitió conseguir una compresión más amplia de la apreciación que tienen las personas con discapacidad respecto a su representación en los medios masivos de comunicación, es pertinente reconocer y justificar las limitaciones derivadas de la muestra y de los procedimientos metodológicos empleados. En primer lugar, la muestra cuantitativa de 84 personas obtenida a través de instituciones y universidades colaboradoras, aunque adecuada para acceder a una población tradicionalmente difícil de incluir en estudios de representación mediática, restringe la posibilidad de

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978

generalizar los resultados a otros contextos socioculturales. La decisión ética de no identificar a las instituciones participantes que facilitaron el acceso a los encuestados se realizó con la finalidad de resguardar la confidencialidad institucional y evitar sesgos territoriales; empero, ello también restringió la caracterización contextual de la muestra, lo que constituye una limitación inherente a las condiciones éticas del estudio.

Del mismo modo, que en la muestra encuestada se considere únicamente a personas con discapacidad física/motora, auditiva e intelectual/cognitiva en grado leve, responde tanto a la accesibilidad de los instrumentos de investigación como a la disponibilidad real de participantes; sin embargo, esta situación conlleva a que no se refleje las experiencias de personas con otros tipos de discapacidad menos visibles. Asimismo, la decisión de entrevistar únicamente a cuatro personas permitió profundizar en la interpretación de los resultados cuantitativos, lo cual garantiza un nivel adecuado de saturación temática para responder a los objetivos de la investigación. Aún así, al ser un número reducido de personas entrevistadas y el hecho de que la mayoría de ellas provengan de un solo país constituyen restricciones que pueden afectar la diversidad de perspectivas incorporadas en el estudio. Lo decidido respondió a criterios de factibilidad y la disponibilidad de participantes.

Pese a contar con estas limitaciones, las estrategias adoptadas: enfoque mixto de investigación con el desarrollo de encuestas y entrevistas semiestructuradas, selección de participantes que pertenecen al grupo social directamente implicado, validación experta de instrumentos y el resguardo ético de confidencialidad institucional, respaldan la validez interna del estudio lo cual permite generar resultados relevantes para el análisis crítico de la representación de las personas con discapacidad en los medios masivos de comunicación. Por ello, este estudio, en vez de verse debilitado por las restricciones metodológicas mencionadas, da muestra de como deben manejarse con rigor ético y científico las distintas variables estructurales: la disponibilidad real de participantes, la heterogeneidad funcional y la accesibilidad.

Para finalizar, la presente investigación considera necesario que los medios masivos de comunicación aborden a profundidad las barreras sociales que afrontan las personas con discapacidad, a la vez que los Estados establezcan políticas de inclusión que promuevan una mayor sensibilización en la sociedad para que ésta sea más justa y empática, y así se genere una representación equitativa de todo el conjunto humano, siendo este un paso fundamental para alcanzar la igualdad de derechos y oportunidades para todos. La apreciación que tienen las personas con discapacidad respecto a su representación en los medios masivos de comunicación es una situación que debe seguir siendo estudiada a mayor detalle, para así generar un cambio en la perspectiva social sobre este grupo humano y así se incremente su presencia en los *mass media* (Stewart y Spurgeon, 2020).

5. Agradecimientos

Este artículo fue traducido al inglés por Gorka Hodson, a quien se agradece su trabajo.

6. Contribuciones específicas de cada autor

	Nombre y apellidos
Concepción y diseño del trabajo	Yulvitz Ramón Quiroz Pacheco
Metodología	Angélica Chávez Cornejo
Recogida y análisis de datos	Yulvitz Ramón Quiroz Pacheco
Discusión y conclusiones	Angélica Chávez Cornejo
Redacción, formato, revisión y aprobación de versiones	Yulvitz Ramón Quiroz Pacheco

7. Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

8. Referencias bibliográficas

Álvarez, M., y Mercado, M. (2015). La representación mediática del deportista con discapacidad en el reportaje televisivo. Informe Semanal, un estudio de caso. *Revista Mediterránea De Comunicación, 6*(1), 27–43. https://doi.org/10.14198/MEDCOM2015.6.1.03

Bonilla-del-Río M., Figuereo-Benítez J., y García-Prieto V. (2024). Representación mediática de las personas con discapacidad en los informativos de televisión y en la prensa española. *Historia y Comunicación Social, 29*(2), 511–522. https://doi.org/10.5209/hics.95715

Botha, S., y Harvey, C. (2022). Disabling discourses: contemporary cinematic representations of acquired physical disability. *Disability & Society, 39*(1), 62–84. https://doi.org/10.1080/09687599.2022.2060801

Bregaglio, R., Ramos, V., Constantino, R., y Verano, C. (2019). El mandato de toma de conciencia en la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad frente a los estereotipos interseccionales en medios de comunicación sobre mujeres con discapacidad. *IUS ET VERITAS,* (59), 56–71. https://doi.org/10.18800/iusetveritas.201902.003

Briant, E., Watson, N., y Philo, G. (2013). Reporting disability in the age of austerity: the changing face of media representation of disability and disabled people in the United Kingdom and the creation of new 'folk devils.' *Disability & Society, 28*(6), 874–889. https://doi.org/10.1080/09687599.2013.813837

Cerdán, V., Giménez, Á., y Villa, A. (2023). La representación de personas con discapacidad en la televisión pública a través de nuevos medios digitales: Visibles. *Revista ICONO 14. Revista científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes, 21*(2). https://doi.org/10.7195/ri14.v21i2.2025

Carmel, J.-M., Chapman, S., y Wright, P. (2024). Seeing disability in children's made for television programmes: An Australian case study. *Children & Society, 38*(6), 2036–2051. https://doi.org/10.1111/chso.12866

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978

Carmichael, V., Adamson, G., Sitter, K., y Whitley, R. (2019). Media coverage of mental illness: a comparison of citizen journalism vs. professional journalism portrayals. *Journal of Mental Health, 28*(5), 520–526. https://doi.org/10.1080/09638237.2019.1608934

Chidemo, L., Chindimba, A., y Matongo, L. (2018). Disability advocacy through media: action power. En T. Chataika (Ed.), *The Routledge Handbook of Disability in Southern Africa*, (pp. 315–321). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315278650

Chukwuma, O., y Omokhunu, J. (2023). Media Portrayals of Disability and Disability Issues in Nigeria: Stereotypes and Solutions. En T. Rugoho (Ed.), *Disability and Media - An African Perspective*, (pp. 65–82). Palgrave Macmillan Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-40885-4_4

Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad – CERMI (2025). *Campañas de comunicación* [Archivo de Vídeo]. YouTube. https://goo.su/gk2TTHr

Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad – CONADIS (2025). *Reportaje Conadis, historias que inspiran* [Archivo de Vídeo]. YouTube. https://goo.su/eaDYKI7

Dawn, R. (2023). Role of Culture and Media in Disability Studies: A Medium of Social Construction of Disability. *Journal of Disability and Religion, 27*(1), 1–22. https://doi.org/10.1080/23312521.2019.1673872

Ellis, K., y Kent, M. (2015). Accessible television: The new frontier in disability media studies brings together industry innovation, government legislation and online activism. *First Monday, 20*(9). https://doi.org/10.5210/fm.v20i9.6170

Figuereo-Benítez, J., García-Prieto, V., y Bonilla-del-Río, M. (2023). Percepción de las organizaciones de personas con discapacidad sobre el tratamiento mediático del colectivo en espacios informativos. *Revista ICONO 14. Revista científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes, 21*(2). https://doi.org/10.7195/ri14.v21i2.2018

Figuereo-Benítez, J., García-Prieto, V., y Bonilla-del-Río, M. (2025). Inclusión sociocultural y territorial en la ficción española: representación de la discapacidad en la serie Fácil. En E. Lubeck, F. Lisboa, y L. de Carvalho (Org.), *Identidades & territórios: cultura, comunicação e desenvolvimento* (pp. 130-143). FACOS-UFSM. https://hdl.handle.net/11441/176714

Frolova, T., y Istomina, K. (2023). Disability discourse in russian general interest and specialized periodicals (a case study of materials about people with hearing disorders). *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika, 2023*(1), 3–29. https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.1.2023.329

García-Prieto, V., Bonilla-del-Río, M., y Figuereo-Benítez, J. (2024). Discapacidad, discursos de odio y redes sociales: video-respuestas a los haters en TikTok. *Revista Latina De Comunicación Social,* (82), 1–21. https://doi.org/10.4185/rlcs-2024-2258

García-Prieto, V., y Figuereo-Benítez, J. (2022). Accesibilidad de los contenidos televisivos para personas con discapacidad: limitaciones y propuestas de mejora. *Contratexto, 38*(038), 289–311. https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n038.5779

Geurin, A., Hayday, E., y Morgan, S. (2025). Media Framing of the International Paralympic Committee's WeThe15 Disability Inclusion Campaign During Tokyo 2020 and Beijing 2022: A Comparative Analysis. *Communication & Sport, 0*(0). https://doi.org/10.1177/21674795251313689

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978

Goethals, T., Mortelmans, D., Van den Bulck, H., Van den Heurck, W., y Van Hove, G. (2020). I am not your metaphor: frames and counter-frames in the representation of disability. *Disability & Society, 37*(5), 746–764. https://doi.org/10.1080/09687599.2020.1836478

Horton-Salway, M. (2013). Gendering attention deficit hyperactivity disorder: A discursive analysis of UK newspaper stories. *Journal of Health Psychology, 18*(8). 1085–1099. https://doi.org/10.1177/1359105312456326

Jeffress, M. (Ed.) (2021). *Disability representation in film, TV, and print media*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003035114

Jones, S., y Harwood, V. (2009). Representations of autism in Australian print media. *Disability & Society, 24*(1), 5–18. https://doi.org/10.1080/09687590802535345

Kim, K., Lee, S., y Oh, E. (2017). Athletes with disabilities in the Paralympic Games: a framing analysis of television news. *Managing Sport and Leisure, 22*(4), 255–275. https://doi.org/10.1080/23750472.2018.1445976

Klin, A., y Lemish, D. (2008). Mental Disorders Stigma in the Media: Review of Studies on Production, Content, and Influences. *Journal of Health Communication, 13*(5), 434–449. https://doi.org/10.1080/10810730802198813

Lin, C., y Smirnova, O. (2020). The media presentation of political leaders: research approaches. *RUDN Journal Of Studies In Literature And Journalism, 25*(4), 766–774. https://doi.org/10.22363/2312-9220-2020-25-4-766-774

McAndrew, B., Carroll, C., y O'Malley-Keighran, M. (2020). Representations of disabled children and young people in Irish newspapers. *Disability & Society, 36*(10), 1617–1642. https://doi.org/10.1080/09687599.2020.1802577

Medina, G., Escalante, J., Ramos, V., Saravia, M., y Chávez, D. (2023). Representación de las personas con discapacidad en el Perú en las noticias de medios digitales periodísticos en el contexto del Covid-19. *Contratexto,* (040), 149–170. https://doi.org/10.26439/contratexto2023.n40.6366

Melchior, C. (2020). La rappresentazione commerciale della disabilità. Il caso Bebe Vio. *Salute e Società*, (2), 121–135. https://doi.org/10.3280/SES2020-002009

Motta, M. (2018). *Análisis del tratamiento informativo en el discurso periodístico de El Comercio y Trome sobre las personas con discapacidad, durante el segundo* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. http://hdl.handle.net/10757/625066

Padilla-Petry, P., y Saladrigas-Tuà, M. (2020). Autism in Spain: parents between the medical model and social misunderstanding. *Disability & Society, 37*(3), 454–475. https://doi.org/10.1080/09687599.2020.1828043

Palenzuela, J., Marcos, M., y González, B. (2020). Representación de la diversidad funcional en series contemporáneas españolas de 'prime time'. *index.Comunicación, 9*(3), 165–183. https://doi.org/10.33732/ixc/09/03Repres

Ramos, V. (2019). *La representación de las personas con discapacidad en cuatro periódicos de Lima: El Comercio, La República, El Peruano y Trome* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio de la Pontificia Universidad Católica del Perú. http://hdl.handle.net/20.500.12404/14570

Rees, L., Robinson, P., y Shields, N. (2017). Media portrayal of elite athletes with disability – a systematic review. *Disability and Rehabilitation, 41*(4), 374–381. https://doi.org/10.1080/09638288.2017.1397775

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978

Rodan, D., y Ellis, K. (2016). *Disability, Obesity and Ageing. Popular Media Identifications*. Routledge.

Sannon, S., Young, J., Shusas, E., y Forte, A. (23-28 de abril de 2023). *Disability Activism on Social Media: Sociotechnical Challenges in the Pursuit of Visibility* [Sesión de conferencia]. 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI'23), Hamburg, Germany. https://doi.org/10.1145/3544548.3581333

Saunders, B., Lansdell, G., Eriksson, A., y Bunn, R. (2018). Friend or foe: the media's power to inform and shape societal attitudes towards people with acquired brain injury. *Disability & Society, 33*(6), 932–953. https://doi.org/10.1080/09687599.2018.1466692

Slopen, N., Watson, A., Gracia, G., y Corrigan, P. (2007). Age Analysis of Newspaper Coverage of Mental Illness. *Journal of Health Communication, 12*(1), 3–15. https://doi.org/10.1080/10810730601091292

Södergren, J., y Vallström, N. (2022). Disability in influencer marketing: a complex model of disability representation. *Journal of Marketing Management, 39*(11–12), 1012–1042. https://doi.org/10.1080/0267257X.2022.2144418

Soto Rosales, A. (2015). Periódicos y discapacidad: conformación de una imagen. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 21*(2), 1241–1254. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n2.50913

Stewart, K., y Spurgeon, C. (2020). Researching media participation by listening to people with disability. *Media, Culture & Society, 42*(6), 969-986. https://doi.org/10.1177/0163443719890536

Tang, L., y Bie, B. (2015). The stigma of autism in China: an analysis of newspaper portrayals of autism between 2003 and 2012. *Health Communication, 31*(4), 445–452. https://doi.org/10.1080/10410236.2014.965381

Titchkosky, T. (2005). Disability in the news: a reconsideration of reading. *Disability & Society, 20*(6), 655–668. https://doi.org/10.1080/09687590500249082

Umar, U., Natalia, D., y Ullyana, Y. (2024). [Reseña del libro *Disability, media, and representations (other bodies)*, por J. Johanssen y D. Garrisi]. *Disability & Society, 39*(10), 2747–2749. https://doi.org/10.1080/09687599.2024.2355780

Van der Sluis, H., Samper, A., Kristofferson, K., y Hlava, T. (2025). How Do Physical Disability Cues Influence Assumptions about Consumer Tastes? Unpacking the Disability Preference Stereotype. *Journal of Consumer Research, 51*(5), 916–936. https://doi.org/10.1093/jcr/ucae031

Vázquez-Barrio, T., Sánchez-Valle, M., y Viñarás-Abad, M. (2021). Percepción de las personas con discapacidad sobre su representación en los medios de comunicación. *Profesional De La información, 30*(1), e300106. https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.06

Walton, E., y McKenzie, J. (2020) The education of children with disabilities in South African online news reports., In J. Johanssen & D. Garrisi (Eds.). *Disability, Media, and Representations: Other Bodies*. Routledge.

Wilde, A. (2022). The representation of disabled women and recent disabled women-led media. *Disability & Society, 37*(3), 522–527. https://doi.org/10.1080/09687599.2021.2015292

Worrell, T. (2018). *Disability in the Media: Examining Stigma and Identity*. Lexington Books.

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978

Younis, N., Al-Masadeh, M., Homidi, M., AlMeqdad, Q. y Almakanin, H. (2020). The role of the Jordanian media in addressing the issues of persons with disabilities from the perspective of their families. *Journal of Educational and Social Research, 10*(6), 35–49. https://doi.org/10.36941/jesr-2020-0108

Zhang, L., y Haller, B. (2013). Consuming Image: How Mass Media Impact the Identity of People with Disabilities. *Communication Quarterly, 61*(3), 319–334. https://doi.org/10.1080/01463373.2013.776988

Zoanni, T. (2022). Disability rights and wrongs in Uganda. *Current History, 121*(835), 190–195. https://doi.org/10.1525/curh.2022.121.835.190

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978