

# Emprendimiento y discapacidad: invisibilidad y desinformación en medios digitales españoles

## Entrepreneurship and disability: the lack of visibility and disinformation in Spanish digital media

### *Empreendedorismo e Deficiência: Invisibilidade e Desinformação nos Meios Digitais Espanhóis*

**Khadija Ftah Ftah**, Universidad de Sevilla, Sevilla, España (khafta@alum.us.es)

**Hada M. Sánchez Gonzales**, Universidad de Sevilla, Sevilla, España (misago@us.es)

**RESUMEN** | El emprendimiento se ha convertido en una vía de inclusión laboral cada vez más atractiva para las personas con discapacidad. Aunque el colectivo históricamente ha enfrentado barreras y estereotipos en el mundo empresarial, la tecnología y las políticas de inclusión han abierto nuevas oportunidades para que las personas con discapacidad inicien sus propios negocios y creen empleo. No obstante, es sorprendente la poca información disponible sobre su visibilidad y representación en los medios de comunicación digitales, una de las vías más efectivas para ganar reputación para las empresas de reciente creación. En esta investigación se emplea el análisis de contenido para estudiar la visibilidad y la representatividad de las personas emprendedoras con discapacidad en los medios digitales. Así, se analizan las noticias sobre emprendedores con discapacidad publicadas en seis medios nacionales en su versión digital desde enero de 2021 hasta mayo de 2023. Los resultados ponen de manifiesto la infrarrepresentatividad de las personas emprendedoras con discapacidad en estos medios, quienes solo protagonizaron 0,3% de las noticias publicadas durante el periodo estudiado. En general, estas publicaciones tienen un sentimiento positivo y los proyectos emprendedores mencionados se caracterizan por ser exitosos, con buen crecimiento económico, reconocimiento social, y que cuentan con un apoyo por parte de las entidades y de las aceleradoras. En su mayoría, surgen de la necesidad y de una idea que aparece por casualidad, triunfan a la primera, y están en sus primeros años de vida.

**PALABRAS CLAVE:** emprendimiento; discapacidad; medios digitales; inclusión laboral; tratamiento informativo; España.

#### FORMA DE CITAR

Ftah, K. & Sánchez, H. M. (2024). Emprendimiento y discapacidad: invisibilidad y desinformación en medios digitales españoles. *Cuadernos.info*, (58), 230-254. <https://doi.org/10.7764/cdi.58.69461>

---

**ABSTRACT** | *Entrepreneurship has become an increasingly attractive path to labor inclusion for people with disabilities. While this group has historically faced barriers and stereotypes in the business world, technology and inclusion policies have opened up new opportunities for people with disabilities to start their own businesses and create employment. However, it is surprising how little information is available regarding their visibility and representation in digital media, as these are one of the most effective ways to build reputation for newly established businesses. This research employs content analysis to study the visibility and representation of disabled entrepreneurs in digital media. Thus, it analyzes news about entrepreneurs with disabilities published in 6 national digital media outlets from January 2021 to May 2023. The results highlight the underrepresentation of disabled entrepreneurs in these media outlets, as they accounted for only 0.3% of the news published during the study period. In general, these publications have a positive sentiment, and the mentioned entrepreneurial projects are characterized by being successful, experiencing economic growth, and enjoying social recognition, with support from organizations and accelerators. Most of them emerge out of necessity and from an idea that arises by chance, achieve success on their first attempt, and are in their early years of operation.*

**KEYWORDS:** *entrepreneurship; disability; digital media; labor inclusion; news coverage; Spain.*

---

**RESUMO** | O empreendedorismo tornou-se um caminho cada vez mais atrativo para a inclusão laboral de pessoas com deficiência. Embora historicamente esse grupo tenha enfrentado barreiras e estereótipos no mundo dos negócios, a tecnologia e políticas de inclusão abriram novas oportunidades para que pessoas com deficiência iniciem seus próprios negócios e criem empregos. No entanto, é surpreendente a escassa informação disponível sobre a sua visibilidade e representação nos meios de comunicação digitais, uma vez que estes são uma das formas mais eficazes de construir a reputação de empresas recém-criadas. Esta pesquisa utiliza a análise de conteúdo para estudar a visibilidade e representatividade de empreendedores com deficiência nos meios de comunicação digitais. Assim, são analisadas notícias sobre empreendedores com deficiência publicadas em 6 meios de comunicação nacionais na sua versão digital de janeiro de 2021 a maio de 2023. Os resultados destacam a sub-representação de empreendedores com deficiência nestes meios, uma vez que representaram apenas 0,3% das notícias publicadas durante o período de estudo. Em geral, estas publicações têm um sentimento positivo, e os projetos empreendedores mencionados são caracterizados por serem bem-sucedidos, experimentar crescimento econômico e desfrutar de reconhecimento social, com apoio de organizações e aceleradoras. A maioria deles surge por necessidade e de uma ideia que surge por acaso, alcançam o sucesso na primeira tentativa e estão nos primeiros anos de funcionamento.

**PALAVRAS-CHAVE:** empreendedorismo; deficiência; meios de comunicação digitais; inclusão laboral; cobertura noticiosa; Espanha.

## INTRODUCCIÓN

La crisis económica mundial y el vertiginoso cambio social han incentivado el crecimiento del emprendimiento, entendido como el desarrollo de un proyecto que requiere de un esfuerzo y que muchas veces implica el sorteo de obstáculos para lograr el éxito deseado (Núñez Bravo et al., 2017).

Este crecimiento exponencial de la actividad emprendedora se refleja en los medios de comunicación, donde la aparición de nuevos empresarios y startups copan los titulares de las secciones sobre emprendimiento (Cervantes Zacares, 2019). Estas informaciones no están exentas de sesgos que pueden distorsionar su neutralidad, un hecho agudizado especialmente cuando se trata de colectivos tradicionalmente estereotipados por los medios, como las personas con discapacidad (Fernández et al., 2017).

En este contexto, y siguiendo la clasificación internacional del Funcionamiento, la Discapacidad y la Salud (CIF) de la Organización Mundial de la Salud (2001), entendemos la discapacidad como aquella condición que limita la realización de determinadas actividades diarias debido a una deficiencia, es decir, la pérdida total o relativa de una función psicológica, fisiológica o anatómica (Padilla Muñoz, 2010). Según la Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad (Organización de las Naciones Unidas, 2006), esta discapacidad es más bien provocada por la interacción con el entorno y sus barreras que por la propia deficiencia.

Son múltiples los estudios sobre el fenómeno emprendedor entre las personas con discapacidad. Las investigaciones más recientes se han centrado en los aspectos socioeconómicos (Martínez León et al., 2018), las competencias (Olaz Capitán et al., 2023), la inserción laboral (Alvarado Blanquer, 2021) y la dimensión personal y psicológica (Pérez & Avilés Hernández, 2018), entre otros. También existen estudios sobre la relación de las personas emprendedoras con discapacidad con sus clientes (Kašperová, 2021), así como la intersección del emprendimiento con la discapacidad como categoría de identidad (Hidegh et al., 2023).

Aun así, el campo de estudio desarrollado en torno a la visibilidad y representatividad mediática del emprendimiento con discapacidad sigue siendo limitado; por ello, se hace patente la necesidad de analizar el tratamiento informativo del emprendimiento cuando la condición de emprendedor/a y con discapacidad se dan en una misma persona. Este es el propósito de esta investigación, cuyo punto de partida es el análisis sobre esta cuestión de las publicaciones en los medios digitales, que además constituyen una de las fuentes de información más consultadas por las personas con discapacidad en Internet (Fundación ONCE & ILUNION Tecnología y Accesibilidad, 2016).

El estudio analiza las noticias, reportajes o entrevistas publicadas desde 2021 hasta la actualidad en seis medios de comunicación españoles con versión digital (Revista Emprendedores, El Economista, Cinco Días, Expansión, La Vanguardia y El Confidencial). La selección de estos medios responde a que, por una parte, El Economista, Cinco Días, y Expansión son los diarios económicos más leídos de España (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, 2023), mientras que la Revista Emprendedores es la líder en información sobre emprendimiento. La Vanguardia y El Confidencial son medios que en su momento innovaron creando secciones dedicadas exclusivamente al emprendimiento, por lo que cuentan con casi una década cubriendo este tipo de informaciones; El Confidencial, un medio nativo digital, empezó a cubrir las informaciones sobre emprendimiento y tecnología en su sección tecnautas en 2012 (Fernández Trigueros & Fernández Castaño, 2014).

Asimismo, se establece como punto de partida el año 2021, porque en él la creación de empresas en España creció de forma exponencial a causa de la pandemia (Crece el emprendimiento..., 2021).

Se parte de dos hipótesis:

*H1.* Con base en investigaciones previas que demuestran la existencia de una espectacularización de la discapacidad en los medios (Rius Sanchis & Solves Almela, 2010; Díaz Larrañaga, 2014; Setyowati et al., 2020), tomamos como suposición que, en el caso de las personas emprendedoras con discapacidad, también se las espectaculariza en los medios digitales, presentándolas como heroínas o como víctimas.

*H2.* En línea con lo señalado en Cebrian Herrero (2010) sobre la poca visibilidad de la valía profesional de las personas con discapacidad, partimos de la suposición de que también en las informaciones sobre emprendedores con discapacidad se ve minimizada la repercusión y la difusión de su actividad emprendedora, porque se destaca más su discapacidad que su emprendimiento.

Para comprobar la veracidad de lo hipotetizado se han establecido los siguientes objetivos:

*O1.* Definir el grado de cobertura que tiene la actividad emprendedora de las personas con discapacidad en los medios digitales españoles durante 2021, 2022, y los primeros cinco meses de 2023.

*O2.* Determinar cuáles son las temáticas que más destacan en las publicaciones sobre emprendimiento y discapacidad publicadas desde 2021.

O3. Examinar el enfoque de las informaciones publicadas desde 2021 sobre emprendimiento y discapacidad y el lenguaje empleado en dichas publicaciones para aludir a la discapacidad.

O4. Medir la polaridad de las publicaciones en las que se menciona a personas emprendedoras con discapacidad para detectar el sentimiento predominante en dichas informaciones.

O5. Descubrir si las variables de género, tipo de discapacidad, tipo de negocio o ubicación geográfica influyen en el nivel de cobertura realizada en las informaciones publicadas durante 2021, 2022, y los primeros cinco meses de 2023.

Este estudio se establece como la primera fase de una investigación más ambiciosa, que se propone explorar a fondo la relación emprendimiento, discapacidad y medios de comunicación a nivel nacional e internacional para avanzar en el conocimiento sobre los desafíos y oportunidades de visibilización del colectivo.

## **ESTADO DEL ARTE**

### **El fenómeno emprendedor entre las personas con discapacidad**

En los últimos años, el emprendimiento ha experimentado un crecimiento notorio en España, especialmente tras el confinamiento de 2020. La creación de empresas durante el primer semestre de 2021 creció 57,6% en comparación con 2020 (Casas, 2021), y la tasa de actividad emprendedora (TAE) se mantiene en un 5,5% (Fernández Laviada et al., 2022).

En este contexto, el emprendimiento se presenta como una opción de empleabilidad viable para las personas con discapacidad, a veces incluso “la única opción de inclusión laboral, ante un mercado discriminatorio” (Fundación ONCE et al., 2022, p. 186). El desempleo entre este colectivo alcanza 22,5%, con tan solo 26,9% de personas empleadas (Instituto Nacional de Estadística, 2022). El empleo por cuenta propia de las personas con discapacidad presenta una tasa de 10,3%, frente al 15,8% que alcanza el porcentaje de personas autónomas sin discapacidad (Instituto Nacional de Estadística, 2022).

Cuando se trata de mujeres con discapacidad, la precariedad y la discriminación laboral se acentúan, puesto que ellas soportan una discriminación múltiple (Hernández Fernández, 2020) e interseccional (Carvalho, 2018) por ser mujeres y tener discapacidad. Según el último *Informe del mercado de trabajo de las personas con discapacidad en España* (Sánchez et al., 2023), del total de personas con discapacidad contratadas, 59,42 % son hombres y 40,58 %, mujeres, y entre las desempleadas

hay 10.000 mujeres más en paro en comparación con la cifra de hombres con discapacidad desempleados. Mayor temporalidad, inestabilidad y salarios bajos son algunas de las barreras de acceso detectadas (Santero Sánchez et al., 2017).

Si se consideran las motivaciones de este colectivo para emprender, los estudios coinciden en señalar la búsqueda de autonomía, libertad e independencia, y la facilidad de ser su propio jefe como dos de los factores principales (Fundación ONCE et al., 2022; Pérez-Macías Martín & Fernández Fernández, 2021). Así pues, podría argumentarse que el emprendimiento es el mecanismo de autoinclusión que estas personas han encontrado, como sucede con otras poblaciones discriminadas, como las mujeres en el sector de las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC) (Verges Bosch, 2012). Esta autoinclusión hace referencia a la autonomía de los individuos para participar o no en algún rendimiento social (Mascareño & Carvajal, 2015).

A pesar de ello, la discapacidad no deja de ser un hándicap para el emprendimiento (Fundación ONCE et al., 2022), debido a las barreras, culturales, educativas, económicas y físicas, entre otras, que dificultan el acceso a esta modalidad de empleo (Pérez-Macías Martín & Fernández Fernández, 2021). Este primer estudio se centra en la cultural que, según Lidia Parra, presidenta de la Asociación de Emprendimiento y Discapacidad (Asemdis), constituye la primera barrera de acceso al mercado laboral para las personas con discapacidad (Sánchez Mendoza, 2023). Olaz Capitán y Ortiz García (2019) coinciden al señalar la existencia de “un estigma social muy acentuado” en relación con su actividad emprendedora (p. 81).

Los medios de comunicación tienen un rol clave en la persistencia o desaparición de este estigma, pues son generadores de opinión pública, como lo demuestra la teoría de la *agenda setting* (McCombs, 1996), de donde surge la relevancia de investigar la visibilidad y la representatividad mediática del emprendimiento con discapacidad.

### **La desinformación en torno a las personas con discapacidad en los medios de comunicación**

Los medios de comunicación son una herramienta útil para facilitar la inclusión de las personas con discapacidad, pero en muchos casos “nos encontramos que este colectivo o no aparece lo suficiente o su tratamiento no es el más correcto” (Cebrian Herrero, 2010, p. 43). De hecho, a menudo la discapacidad se aborda desde temáticas que sesgan el concepto mismo (Fernández et al., 2017), como causas y consecuencias de la discapacidad, o la tecnología y los recursos (Soto Rosales, 2015; Fernández et al., 2017).

De acuerdo con Fernández y sus colegas (2017), el relato sobre las personas con discapacidad continúa siendo construido desde fuera y no desde dentro. En

contadas ocasiones estas personas toman la palabra, y si lo hacen en su mayoría es para hablar de discapacidad. Esta es también la realidad mediática de otros contextos europeos donde los medios de comunicación siguen reforzando el estigma sobre la discapacidad (Goethals et al., 2022) y cuando se trata de menores, la invisibilización es más acentuada (McAndrew et al., 2021).

Si bien en los últimos años la situación ha mejorado en términos de representatividad y terminología (Cebrian Herrero, 2010; Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad, 2011), todavía persiste la imagen poco real y dicotómica de víctimas o heroínas que se presenta de las personas con discapacidad (ILUNION Comunicación Social, 2019). Ante este panorama, representantes del colectivo, como la Asociación Española de Emprendedores con Discapacidad, exigen a los medios asumir su responsabilidad en la normalización de la discapacidad y la promoción de la inclusión (Fariñas, 2013), una visión que comparten autores como Vázquez Barrio y sus colegas (2021).

Este concepto de normalización no está exento de críticas. Se trata de un principio acuñado por Wolfensberger (1972), que minimizaba las diferencias de las personas con discapacidad para resaltar sus similitudes con las demás personas (Sosa, 2009). Esta normalidad que persigue esta ideología es, precisamente, el aspecto más criticado, pues como apunta Sosa (2009) no deja de ser una construcción, con una visión hegemónica que ignora a la alteridad, y que aprovecha la desigualdad para instaurar criterios que delimitan qué es y qué no es lo normal. Autores como Canguilhem (1970) o Foucault (1992) perciben la normalización como un ejercicio de poder, con el que se castiga o recompensa en función de si se cumple con los parámetros establecidos o no (Rodríguez Díaz & Ferreira, 2010).

A pesar de las críticas fundadas, algunos estudios apuntan a una mala interpretación del concepto; Culham y Nind (2003) aluden a que se trata de la aceptación de una persona con su discapacidad dentro de la sociedad. De hecho, hay teorías que apuntan a una evolución de la normalización hasta pasar a constituir la raíz de conceptos teóricos más recientes como la integración y la inclusión (Kumar, 2021).

Siguiendo esta última interpretación, en línea con la visión inclusiva, destacamos algunas recomendaciones para periodistas que sirven de punto de partida hacia una normalización de la imagen mediática; por ejemplo, evitar el uso de expresiones condescendientes como los diminutivos para referirse a las personas con discapacidad intelectual; no vincular la discapacidad con contextos o significados que aludan a la compasión; evitar el uso de palabras que impliquen una carga negativa como padecen o afectados; dejar de utilizar expresiones peyorativas como invidentes o lenguaje de signos; no equiparar discapacidad y

enfermedad; hacer que la persona sea la protagonista y no la discapacidad, puesto que esta es simplemente una condición que concurre en ella, y mencionar la discapacidad de la persona solamente si es relevante para la noticia (ILUNION Comunicación Social, 2019).

## **METODOLOGÍA**

En esta investigación se utilizó el análisis de contenido (Krippendorff, 2013; Bardin, 1996), una técnica cuyo objetivo es la interpretación de textos de todo tipo mediante una lectura científica sistemática, objetiva, replicable y válida a partir de los datos extraídos. Esto nos permitió obtener conclusiones confiables y aplicables en un determinado contexto.

La muestra estuvo compuesta por todas las informaciones sobre emprendimiento y discapacidad publicadas en los medios nacionales con versión digital y con secciones especializadas en emprendimiento o empresas, al margen de su periodicidad de publicación. Seis medios españoles cumplían con estos requisitos: *El Economista*, *Cinco Días*, *Expansión*, *La Vanguardia*, *El Confidencial* y la *Revista Emprendedores*. El periodo de análisis estuvo comprendido desde el 1 de enero de 2021 (periodo pospandemia) hasta el 31 de mayo de 2023.

Para procesar los datos obtenidos, se hizo una revisión sistemática de todas las noticias publicadas sobre emprendimiento en el periodo seleccionado. Con la herramienta My News (<https://mynews.es/>) se extrajo la lista de piezas publicadas en los seis medios elegidos. En la búsqueda las palabras utilizadas fueron emprende, emprendedores, emprendimiento y discapacidad.

El proceso de extracción de datos arrojó un total de 16.874 publicaciones sobre emprendimiento. De ellas, seleccionamos solo las noticias que aludían al emprendimiento con discapacidad, que constituyen la muestra analizada (n=55) en esta investigación. Utilizamos Excel para volcar y filtrar los datos. En cada una de las publicaciones se consideraron nueve categorías de análisis (tabla 1): información de contexto de la noticia; nombre del medio en el que se publicó; autoría; género periodístico; género de las personas mencionadas; tipo de discapacidad de las personas mencionadas; características del proyecto emprendedor al que se alude; narrativa de la publicación y, finalmente, la percepción y representación de la discapacidad. En esta última categoría se incluyeron como variables de análisis los cuatro aspectos fundamentales que según investigaciones previas (Vázquez Barrio et al., 2021) impiden la normalización de la discapacidad en medios: titulares sensacionalistas, estereotipos o mitos en el contenido, despersonalización, y homogeneización de las personas con discapacidad.

Se contemplaron como unidades de análisis el titular y texto completo de cada una de las publicaciones y, por otro lado, aquellas piezas periodísticas que hacen alusión a proyectos emprendedores liderados por personas con discapacidad para obtener un análisis completo y profundo de cada noticia.

<b>Categoría</b>	<b>Variables</b>
Información de contexto de la publicación	Fecha de publicación Titular Enlace Nombre del proyecto emprendedor al que hace referencia la publicación
Nombre del medio	<i>El Economista</i> <i>Cinco Días</i> <i>Expansión</i> <i>Revista Emprendedores</i> <i>La Vanguardia</i> <i>El Confidencial</i>
Autoría	Agencia Un periodista del medio Redacción
Género periodístico	Noticia Reportaje Entrevista
Género de la persona o personas mencionadas	Masculino Femenino No se menciona
Tipo de discapacidad de las personas mencionadas	Física Sensorial Intelectual Psicosocial
Características del proyecto emprendedor mencionado	Ubicación geográfica del proyecto emprendedor o emprendedores/as mencionados Tipo de emprendimiento al que se alude
Contenido / narrativa de la publicación	Titular Texto de la publicación Fuentes personales citadas Lenguaje con el que se alude a la discapacidad en la publicación
Percepción y representación de la discapacidad en el contenido	Sensacionalismo Estereotipos o mitos Despersonalización Homogeneización de las personas con discapacidad

**Tabla 1. Categorías y variables de análisis**

*Fuente. Elaboración propia.*

Respecto de la fiabilidad del instrumento de análisis, la categorización se elaboró considerando los principales elementos que pueden determinar la visibilidad y la representatividad de las personas con discapacidad, de acuerdo con la revisión teórica realizada. A la hora de ejecutar el análisis de contenido, se aplicó la asignación sistemática de categorías al contenido según las normas de codificación establecidas (tabla 1). Esta codificación nos permitió obtener respuestas de carácter objetivo a las cuestiones planteadas, puesto que se estudian elementos observables. Asimismo, se realizó una doble evaluación del contenido en diferentes momentos del año: en mayo y en septiembre de 2023. Para comprobar la validez de este instrumento de análisis, se sometió a juicio de dos expertos en la temática.

Se identificaron 20 noticias que versan sobre proyectos emprendedores liderados por personas con discapacidad. A esta muestra se le aplicó el análisis de sentimiento mediante una función automatizada de Python (versión 3), para lo cual se utilizó Google Colab (2023), una herramienta en línea que permite a cualquier usuario escribir y ejecutar código de Python en el navegador (tabla 2).

Descripción	Utilidad	Código
Paso 1: instalación del recurso "vader_lexicon" de NLTK	Necesario para el análisis de sentimientos. Se descargó este recurso utilizando el NLTK Downloader.	<pre>import nltk nltk.download('vader_lexicon')</pre>
Paso 2: extracción y análisis del texto de la noticia	Función que permite obtener el porcentaje de positividad, negatividad y neutralidad de una noticia al proporcionarle el enlace.	<pre>import requests from bs4 import BeautifulSoup from nltk.sentiment import SentimentIntensityAnalyzer def extraer_texto_y_analizar_sentimiento(): url = input("Ingrese la URL de la noticia: ") try: response = requests.get(url) html_content = response.content soup = BeautifulSoup(html_content, 'html.parser') text = "" for paragraph in soup.find_all('p'): text += paragraph.get_text() sid = SentimentIntensityAnalyzer() scores = sid.polarity_scores(text)  return scores except requests.exceptions.RequestException as e: print("Error al obtener la noticia:", e) return None resultado_sentimiento = extraer_texto_y_analizar_ sentimiento() if resultado_sentimiento: print("Resultado del análisis de sentimiento:") print(resultado_sentimiento)</pre>

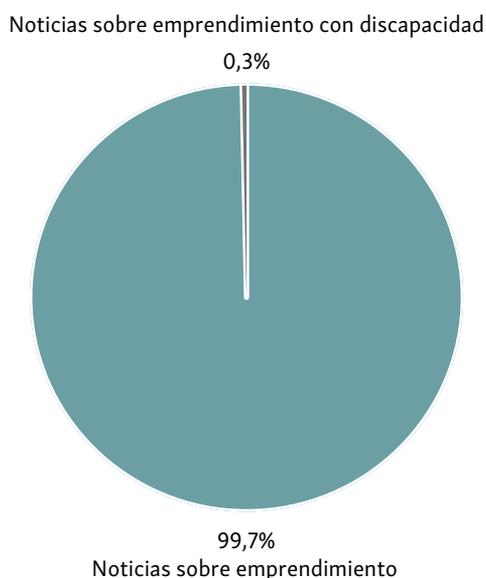
**Tabla 2. Pasos a seguir para obtener los porcentajes de sentimiento**

*Fuente. Elaboración propia.*

Una vez ejecutada la función en Python, se obtuvo el porcentaje de positividad, negatividad y neutralidad de la pieza periodística en consonancia con la clasificación de Baviera (2017). Cuanto más cerca del 1 esté el resultado, más positivo es el tono de la publicación; cuanto más cerca del -1, más negativo, y el punto neutral es 0. Con esta función, se obtuvo además un último porcentaje (*Compound* o compuesto), que indica cuál es el sentimiento general que predomina en dicha publicación. De esta forma, si el valor compuesto es superior a 0,5, la publicación es positiva; si está entre -0,5 y 0,5 es neutral, y si es inferior a -0,5, es negativa. Este análisis se basa en la presencia y en la intensidad de palabras clave relacionadas con el sentimiento, así como en la construcción general de la frase para asignar un puntaje de sentimiento que refleje el tono emocional del texto analizado.

### RESULTADOS

Las publicaciones sobre el emprendimiento con discapacidad supusieron 0,3% del total de publicaciones sobre emprendimiento realizadas por los medios digitales españoles a lo largo de los últimos dos años (gráfico 1). Estos resultados sitúan a la *Revista Emprendedores* (31 publicaciones) y a *La Vanguardia* (16 publicaciones) como los principales medios que encabezan la cobertura de la actividad emprendedora de las personas con discapacidad, frente al resto de medios: *Cinco días*, con seis publicaciones, *El Economista* y *Expansión* con una cada uno, y *El Confidencial* con ninguna.



**Gráfico 1. Publicaciones sobre emprendimiento y discapacidad**

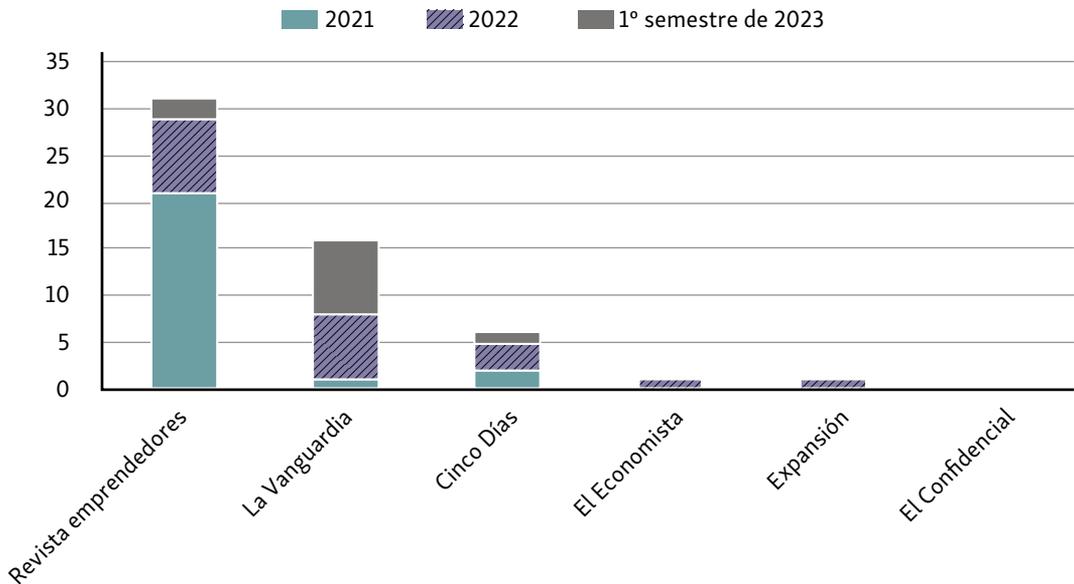
Fuente. Elaboración propia.

### Grado de visibilidad del emprendimiento con discapacidad en los medios digitales

En general, la cobertura periodística sobre el emprendimiento en los medios digitales es amplia y a pesar de que la temática específica de emprendimiento y discapacidad destaca poco, en 2021 tuvo bastante protagonismo en comparación con los años posteriores, con 24 publicaciones de un total de 55 (gráfico 2).

Los datos arrojan el predominio del género noticia, con 45 piezas, por encima de otros como el reportaje o la entrevista; de hecho, de este último género no hay ni una sola pieza. Esto coincide con lo que se concluye en Fernández Trigueros y Fernández Castaño (2014), cuyos resultados muestran que la noticia es también el género más predominante en *ABC* y *Expansión*. Con este estudio verificamos que, siete años después, la situación es similar.

En las publicaciones se identifican dos tipos de contenidos: los que informan sobre la actividad de una entidad sin ánimo de lucro que apoya al emprendimiento de personas con discapacidad (35; 64%), y los dedicados a los proyectos emprendedores liderados por personas con discapacidad (20; 36%). Estos datos muestran un alto porcentaje de noticias optimistas que explican casos de éxito o información útil para emprender. Este resultado corrobora investigaciones previas sobre el tratamiento mediático del emprendimiento (Fernández Trigueros & Fernández Castaño, 2014) y aporta datos que contemplan la dimensión de la discapacidad en el contexto del emprendimiento, tanto en medios de carácter generalista como en los especializados.



**Gráfico 2. Publicaciones sobre emprendimiento y discapacidad según medio y año de publicación**

Fuente. Elaboración propia.

De estas informaciones, 72,7% están firmadas por periodistas del medio, en el caso de las noticias sobre proyectos emprendedores o por la redacción, en el caso de noticias referidas a entidades. *La Vanguardia* es el único medio que publica más noticias de agencias (14 de las 15 publicadas), generalmente de *Servimedia*, *EFE*, o *EuropaPress*.

### **Representatividad de los emprendedores con discapacidad en los medios digitales**

En referencia al nivel de cobertura que reciben los diferentes proyectos mencionados y sus fundadores, destaca la repercusión de la marca *Timpers*, que ha protagonizado diez piezas periodísticas de las 20 publicadas sobre proyectos emprendedores. La siguen *Boost world* con tres publicaciones, y *El Jardín de Paloma*, *Àuria perfumes* y *Mi mesa mágica* con dos, respectivamente. Los siete proyectos restantes solamente han sido mencionados una vez.

Las variables de género, tipo de discapacidad, tipo de negocio y ubicación geográfica pueden influir en el nivel de cobertura, aunque en menor grado: los resultados muestran diferencias entre el grado de visibilidad de los hombres (63%), respecto de las mujeres (37%). Asimismo, las discapacidades sensoriales y físicas tienen más presencia y representación (50% y 30%, respectivamente) que otras, como la intelectual o la psicosocial; esto refleja la realidad estadística del emprendimiento con discapacidad, en la que prácticamente la mitad de los emprendedores que forman parte del colectivo (46%) tienen discapacidad física (Fundación ONCE et al., 2022). El análisis de las variables de tipo de negocio y ubicación geográfica muestra una alta variabilidad en los datos, que no permite establecer ningún tipo de correlación.

### **Narrativa mediática en torno al emprendimiento con discapacidad**

En la mayoría de casos (70%), el lenguaje empleado para tratar la discapacidad cumple con las recomendaciones que se hacen en las guías de estilo. El concepto personas con discapacidad es el más utilizado, aunque en este caso también se han identificado publicaciones que han empleado al menos una vez términos como *invidentes*, *discapacitados*, *minusvalía* o *diversidad funcional*, lo que coincide con los de López Sánchez y sus colegas (2020) y Figuereo-Benítez y colaboradores (2023). Específicamente, han sido seis de 20 las publicaciones en las que se han localizado este tipo de términos. La narrativa de las publicaciones analizadas es positiva, muestra el emprendimiento con discapacidad como ejemplos de superación, de inspiración y de éxito empresarial (tabla 3).

Proyecto emprendedor	Medio de la publicación	Tipo de discapacidad	Área de emprendimiento	Narrativa de la historia	Sentimiento predominante
Timpers	<i>La Vanguardia</i>	Sensorial	Moda	Superación y éxito empresarial. Se habla de personas con discapacidad, discapacitados, invidentes, jóvenes con discapacidad, socios, y emprendimiento inclusivo.	Positivo (rango de puntajes entre -0,0258% y 0,8779%).
	<i>Revista Emprendedores</i>	Sensorial	Moda	Inspiración y éxito empresarial. Hablan de personas con discapacidad, invidentes, inclusión y diversidad.	Neutral (rango de puntajes entre -0,7066% y 0,8455%).
	<i>Expansión</i>	Sensorial	Moda	Superación. Utiliza los conceptos de personas con discapacidad y personas ciegas, destaca la inclusión y normalización.	Positivo (sentimiento compuesto del 0,5719%).
Boost world	<i>Revista Emprendedores</i>	Física	Salud	Superación y éxito empresarial. Se emplea el término personas con discapacidad y diversidad funcional. Se destaca la valentía.	Positivo (rango de puntajes entre 0,9762% y 0,9949%).
El jardín de Paloma	<i>Revista Emprendedores</i>	Física y sensorial	Decoración	Inspiración y éxito personal. Se utiliza el concepto persona con discapacidad.	Neutral (rango de puntajes entre -0,3109% y -0,794%).
Àuria perfumes	<i>Revista Emprendedores</i>	Intelectual	Moda	Superación. Se habla de personas con discapacidad, de capacidades y de talento.	Positivo (rango de puntajes entre 0,9894% y 0,9959%).

Mi mesa mágica	Revista Emprendedores	No se menciona	Educación	Superación. Se habla de personas con discapacidad, de capacidades y de talento.	Positivo (rango de puntajes entre 0,9894% y 0,9959%).
Que no te cuenten calorías	Revista Emprendedores	Sensorial	Salud	Superación y éxito. Se emplea el concepto personas con discapacidad.	Neutral (porcentaje del -0,3109%).
Terapia de coaching con caballos	Revista Emprendedores	No se menciona	Salud	Superación y éxito.	Neutral (porcentaje del -0,3109%).
El bruixot del Montseny	Revista Emprendedores	No se menciona	Alimentación	Superación y éxito. Se emplea el concepto personas con discapacidad.	Neutral (porcentaje del -0,3109%).
Atelier Aletheia	Revista Emprendedores	Física	Belleza	Superación y éxito. Se emplea el concepto personas con discapacidad.	Neutral (porcentaje del -0,3109%).
Decedario	Revista Emprendedores	Intelectual	Salud	Superación e inspiración. Se hace referencia al viaje del héroe, se utiliza el concepto personas con discapacidad.	Neutral (porcentaje del -0,0688).
Accessercise	Cinco días	No se menciona	Salud	Inspiración. Se alude al concepto de minusvalía y al de personas con discapacidad, se destaca la condición de deportista paralímpico de su fundador.	Negativo (sentimiento compuesto del -0,872%).
Sarai Merino	La Vanguardia	Física	Salud	Superación y éxito empresarial.	Negativo (sentimiento compuesto del -0,9825).

**Tabla 3. Análisis del contenido de las noticias sobre emprendimientos de personas con discapacidad**

Fuente. Elaboración propia.

Cabe señalar que la noticia cuyo porcentaje de sentimiento tiende a la negatividad, y en la que se menciona a *Accessercise*, es en realidad neutral. La comprobación manual del contenido así lo verifica, pues en ella se informa de que este proyecto es también uno de los finalistas de South Summit Brasil 2023. Lo mismo sucede con el reportaje dedicado a la carrera empresarial de Sarai Merino, que es positivo, y en el que se presenta a esta empresaria como ejemplo de éxito y superación.

### **Imagen proyectada y polaridad en las noticias**

Los resultados de este estudio muestran la existencia de una excesiva despersonalización en la cobertura del periodo analizado y una fuerte homogeneización en las informaciones sobre emprendimiento con discapacidad; 64% de las publicaciones se refieren a programas de apoyo al emprendimiento puestos en marcha por entidades del tercer sector, es decir, que actúan como representantes de las personas con discapacidad, pero que no pueden considerarse parte del colectivo de emprendedores con discapacidad. Se observa que la Fundación ONCE con su programa *Por talento emprende* es la más mencionada (47%) en estas publicaciones.

Otros estudios (Vázquez Barrio et al., 2021) también constatan esta excesiva despersonalización y homogeneización en los contenidos. No obstante, sus resultados difieren en parte con los de este estudio pues no se han identificado titulares sensacionalistas que utilicen la discapacidad para atraer los clics ni se han encontrado estereotipos o mitos explícitos en los textos, aunque el excesivo optimismo que caracteriza a este tipo de noticias puede llegar a dibujar una imagen heroica de las personas emprendedoras con discapacidad en el imaginario colectivo, expresando con ello las formas de ser y de estar de las personas con discapacidad a las que hace alusión Benavides Delgado (2005).

Respecto de la polaridad de las noticias mediante Python, los resultados muestran que 45% de las publicaciones presentan un nivel de positividad alto y 25% son neutrales. La media del puntaje de sentimiento *compound* o compuesto (que indica el sentimiento predominante en estas publicaciones) es de 0,094015, lo que sugiere un sentimiento neutral. La mediana se sitúa en el 0,05865, que indica que la mitad de las noticias tienen un puntaje *compound* por encima de este valor y la otra mitad, por debajo. Estos datos muestran una tendencia a la positividad en las publicaciones, pues 70% de ellas marca una cifra superior a -0,5 (tabla 4).

Medio	Fecha de publicación	Porcentaje de negatividad	Porcentaje de neutralidad	Porcentaje de positividad
Revista Emprendedores	06/12/2021	0,011	0,977	0,012
	29/11/2021	0,014	0,974	0,013
	25/10/2021	0,007	0,98	0,012
	26/11/2022	0,024	0,957	0,019
	20/12/2021	0,018	0,969	0,013
	01/02/2021	0,028	0,951	0,022
	06/11/2022	0,013	0,96	0,027
	22/11/2021	0,015	0,942	0,043
	18/11/2021	0,009	0,97	0,02
	15/11/2022	0,007	0,973	0,021
	15/11/2021	0,002	0,949	0,049
	14/11/2022	0,004	0,934	0,063
La Vanguardia	12/05/2023	0,042	0,948	0,011
	01/03/2023	0,03	0,943	0,027
	21/02/2023	0,617	0,17	0,213
	20/08/2021	0,018	0,967	0,015
	03/06/2022	0,003	0,977	0,02
	26/09/2022	0,023	0,97	0,007
Cinco Días	29/03/2023	0,021	0,975	0,004
Expansión	11/01/2022	0	0,99	0,01

**Tabla 4. Medición de la polaridad según publicación**

*Fuente. Elaboración propia.*

## DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Las personas emprendedoras con discapacidad están infrarrepresentadas e invisibilizadas en los medios digitales españoles. En esta investigación se ha comprobado la poca cobertura que recibe su actividad emprendedora, porque solamente 0,3% de las publicaciones analizadas a lo largo de los 29 meses están dedicadas al emprendimiento con discapacidad.

Respecto de la temática principal de cada publicación (O2), se constata que la actividad de apoyo y acompañamiento que llevan a cabo las entidades del tercer sector mediante programas dirigidos a emprendedores con discapacidad recibe

mayor atención por parte de los medios analizados, mientras que los proyectos creados por esas personas quedan en un segundo plano, protagonizando apenas un tercio de la cobertura realizada.

De los 12 proyectos emprendedores mencionados, Timpers ha sido la marca con más menciones, encarnando con ello el éxito económico y social que buscan todos los pequeños proyectos. La narrativa identificada en el relato sobre los emprendedores con discapacidad presenta las historias con tres enfoques: casos de éxito, historias inspiradoras que enfatizan las dificultades de iniciar un negocio, y ejemplos de superación que resaltan el desafío de emprender con una discapacidad.

Precisamente, el ensalzamiento de esta visión exitosa en los medios es lo que contribuye a la espectacularización mediática del colectivo que plantea la primera hipótesis de este estudio, como sucede con los deportistas paralímpicos. El análisis del enfoque de las publicaciones y los proyectos presentados en ellas así lo corroboran: todos se caracterizan por ser emprendimientos exitosos, que crecen económicamente, que gozan de un reconocimiento social y que cuentan con apoyo por parte de las entidades y de las aceleradoras.

En las publicaciones sobre proyectos emprendedores, se explica su origen en cuatro relatos: la casualidad/sueño, el viaje iniciático, la tragedia, y el garaje (Fernández Aragonès, 2023). Esta investigación revela asimismo que los proyectos de emprendedores con discapacidad comparten tres características comunes: surgen de la necesidad y de una idea que aparece por casualidad, triunfan en el primer intento, y están en sus primeros años de vida. Estos aspectos de forma conjunta presentan una proyección optimista y esperanzadora del emprendimiento ante el contexto de crisis como también señalan otros autores (Cervantes Zacares, 2019), lo que nos lleva a concluir que los proyectos que terminan en fracasos o las historias de emprendedores que no se caractericen por el éxito, la superación y el propósito social no tienen espacio en la cobertura periodística, obviando con ello la realidad de quienes se encuentran precariamente posicionados en la sociedad.

La segunda hipótesis de la que parte este estudio afirma que en las informaciones se ve minimizada la repercusión y difusión de su actividad emprendedora porque se destaca más su discapacidad que su emprendimiento. Esta hipótesis queda refutada puesto que no encontramos evidencias de ello en el análisis; de hecho, observamos que en la totalidad de las publicaciones se destaca más el proyecto emprendedor, a diferencia de otros estudios que señalan la discapacidad como lo más resaltado por los medios (Cebrian Herrero, 2010).

Por lo que se refiere al lenguaje empleado para aludir a la condición de discapacidad (O3), el término persona con discapacidad es ampliamente utilizado en

los medios analizados. Esto se debe a una mayor visibilidad de la discapacidad, como lo corroboran otros estudios (Vázquez Barrio et al., 2021; Fernández et al., 2017).

Estos hallazgos hacen sospechar que el mismo relato sobre la discapacidad se extrapola a todas las personas que presentan esta condición, independientemente de sus logros, como el hecho de emprender.

Por lo que respecta al sentimiento predominante en estas informaciones (O4) se confirma que, en general, las noticias sobre emprendedores con discapacidad tienen una polaridad positiva, algo que también señalan investigaciones anteriores sobre el fenómeno emprendedor en los medios (Cervantes Zacaes, 2019). Sin embargo, en este estudio destaca el uso de herramientas de procesamiento del lenguaje natural creadas con Python para el análisis del sentimiento, un aspecto que anteriormente se midió empleando técnicas cualitativas y métodos manuales tales como el análisis del discurso, entre otros.

Los hallazgos aportados por este estudio pueden servir de base para futuras investigaciones y acciones dirigidas a mejorar la visibilidad del emprendimiento con discapacidad y, en especial, para llamar la atención de los medios de comunicación sobre la desinformación que crean alrededor de la actividad emprendedora de personas con discapacidad al no informar de ello, o al hacerlo con poca frecuencia, como sucede en el caso de *El Confidencial*. Se constata la existencia de una laguna de conocimiento (Cukier et al., 2011) y una escasez de información (Olaz Capitán & Ortiz García, 2020) en torno a esta cuestión.

A pesar de los aportes significativos de esta investigación, esta tiene algunas limitaciones. En primer lugar, el análisis se ha centrado únicamente en los medios digitales españoles, lo que limita la generalización de los resultados a otros contextos geográficos o medios, como la televisión, la radio o los podcasts. Asimismo, el estudio se ha basado en una muestra de noticias específica y en un período acotado, lo que podría haber dejado fuera otras publicaciones relevantes.

Para futuras líneas de investigación, sería interesante ampliar el alcance geográfico y analizar la cobertura mediática en otros países para obtener una visión comparativa; sería también valioso explorar las perspectivas y experiencias de las personas emprendedoras con discapacidad para comprender mejor sus desafíos y necesidades en relación con la visibilidad mediática.

## REFERENCIAS

- Alvarado Blanquer, A. (2021). *El emprendimiento en el marco del proyecto profesional en personas con discapacidad* (Entrepreneurship within the Professional Project Framework in People with Disabilities) (Doctoral dissertation, UNED).  
<https://portalcientifico.uned.es/documentos/611c73b25b701410b073d4cb>
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2023). *Estudio general de medios. Marco general de medios 2023* (General Media Study. General Media Framework 2023).  
[https://www.aimc.es/aimc-cOnt3nt/uploads/2023/02/Marco\\_General\\_Medios\\_2023.pdf](https://www.aimc.es/aimc-cOnt3nt/uploads/2023/02/Marco_General_Medios_2023.pdf)
- Bardin, L. (1996) *Análisis de contenido* (2nd ed). (Content Analysis). Akal.
- Baviera, T. (2017). Técnicas para el análisis del sentimiento en Twitter: Aprendizaje Automático Supervisado y SentiStrength (Techniques for sentiment analysis in Twitter: Supervised Learning and SentiStrength). *Revista Dígitos*, 1(3), 33-50.  
<https://revistadigitos.com/index.php/digitos/article/view/74>
- Canguilhem, G. (1970). *Lo normal y lo patológico* (The Normal and the Pathological). Argentina Editores.
- Carvalho, A. M. C. (2018). La discriminación interseccional contra las mujeres con discapacidad y sus reflejos en el ámbito laboral (Intersectional Discrimination Against Women with Disabilities and Its Reflections in the Workplace). In J. L. R. Pérez & L. M. Sanz (Eds.), *El empleo de las personas con discapacidad: oportunidades y desafíos* (The Employment of People with Disabilities: Opportunities and Challenges). (1st ed., pp. 119–130). Dykinson, S.L.  
<https://doi.org/10.2307/j.ctv6hp3sq.12>
- Casas, D. (2021). *El ecosistema emprendedor en España* (The Entrepreneurial Ecosystem in Spain). EAE Business School. <http://marketing.eae.es/prensa/SRCEmprendeduria.pdf>
- Cebrian Herrero, M. (2010). *Percepción de la imagen de la discapacidad por los profesionales de los medios de comunicación* (Perception of Disability Image by Media Professionals). Fundación ONCE. <https://biblioteca.fundaciononce.es/publicaciones/colecciones-propias/fuera-de-coleccion/percepcion-de-la-imagen-de-las-personas-con-0>
- Cervantes Zacaes, D. (2019). La contribución de la prensa económica digital al fenómeno emprendedor 2010-2018 (The Contribution of Digital Economic Press to the Entrepreneurial Phenomenon 2010-2018) (Doctoral dissertation, Universidad de Valencia). <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?idFichero=fvoKQz5%2FrHs%3D>
- Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad. (2011). *Decálogo para una imagen social apropiada de la discapacidad* (Decalogue for an Appropriate Social Image of Disability). (2nd Ed.) CERMI. [https://sid-inico.usal.es/idocs/F8/FDO25604/Dec%C3%A1logo\\_%202010.pdf](https://sid-inico.usal.es/idocs/F8/FDO25604/Dec%C3%A1logo_%202010.pdf)
- Cukier, W., Trenholm, S., Carl, D., & Gekas, G. (2011). Social Entrepreneurship: A Content Analysis. *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, 7(1), 99-119.  
[http://www.na-businesspress.com/JISIS/cukier\\_abstract.html](http://www.na-businesspress.com/JISIS/cukier_abstract.html)

- Culham, A. & Nind, M. (2003). Deconstructing normalisation: Clearing the way for inclusion. *Journal of Intellectual & Developmental Disability*, 28(1), 65-78. <https://doi.org/10.1080/1366825031000086902>
- Delgado, J. B. (2005). Medios y discapacidad. La presencia de la discapacidad en los medios de comunicación (Media and Disability. The Presence of Disability in the Media). *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, (62), 89-95. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero062/la-presencia-de-la-discapacidad-en-los-medios-de-comunicacion/?output=pdf>
- Fariñas, C. (2013). Antonio Tejada, presidente de la asociación española de Emprendedores con discapacidad: “tenemos que estar presentes y representados en los foros económicos y empresariales” (Antonio Tejada, President of the Spanish Association of Entrepreneurs with Disabilities: “We Need to Be Present and Represented in Economic and Business Forums”). *Autonomía personal*, 11, 18-21. <https://imserso.es/-/n%C3%BAmero-11.-diciembre-de-2013>
- Fernández Laviada, A., Neira Gómez, I., Calvo, N., Samsami, M., Atrio, Y., & Barros, E. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2021-2022* (Global Entrepreneurship Monitor. GEM Report Spain 2021-2022). Universidad de Cantabria, 100. <https://www.editorial.unican.es/libro/global-entrepreneurship-monitor-informe-gem-espana-2021-2022-0>
- Fernández Trigueros, F. & Fernández Castaño, F. (2014). El auge de los emprendedores. Análisis de su presencia en prensa en 2011-2013 y en redes sociales (The Rise of Entrepreneurs: Analysis of Their Presence in the Press from 2011-2013 and on Social Media). *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 117-155. <https://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/570>
- Fernández, M. Chipre, L., & Vidal, P. (2017). Tratamiento de la discapacidad en los medios de comunicación (Treatment of Disability in the Media). *Observatorio de la Discapacidad Física*, 9. <http://hdl.handle.net/11181/5444>
- Fernández-Aragonès, A. (2023). El emprendedor como sujeto hipermoderno: su (auto) representación mediática (The entrepreneur as a hypermodern subject: his media (self-) representation). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(2), 431-442. <https://doi.org/10.5209/esmp.84922>
- Figuero-Benítez, J. C., García-Prieto, V., & Bonilla-del-Río, M. (2023). Percepción de las organizaciones de personas con discapacidad sobre el tratamiento mediático del colectivo en espacios informativos (Perception of Organisations of Persons with Disabilities on How the Media Treats this Community in Information Spaces). *ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 21(2). <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i2.2018>
- Foucault, M. (1992). *Genealogía del racismo* (Genealogy of Racism). La Piqueta.
- Fundación ONCE & ILUNION Tecnología y Accesibilidad. (2016). *Observatorio accesibilidad TIC: Accesibilidad de los principales medios digitales de comunicación* (ICT Accessibility Observatory: Accessibility of the Leading Digital Communication Media). Discapnet. <https://accessibilias.es/2019/04/observatorio-accesibilidad-tic-accesibilidad-de-los-principales-medios-digitales-de-comunicacion/>

- Fundación ONCE, Inserta, ATA, & UPTA. (2022). *Libro Blanco sobre emprendimiento y discapacidad* (White Paper on Entrepreneurship and Disability). Fundación ONCE. <https://biblioteca.fundaciononce.es/publicaciones/colecciones-propias/fuera-de-coleccion/libro-blanco-sobre-emprendimiento-y>
- Goethals, T., Mortelmans, D., Van den Bulck, H., Van den Heurck, W., & Van Hove, G. (2022). 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>
- González, R. (2021, August 30). Crece el emprendimiento a causa de la pandemia (Entrepreneurship Grows Due to the Pandemic). *Cinco Días*. [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/08/25/emprendedores/1629927824\\_128572.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/08/25/emprendedores/1629927824_128572.html)
- Hernández Fernández, A. M. (2020). La discriminación múltiple de las mujeres con discapacidad (The Multiple Discrimination of Women with Disabilities). *Papeles el tiempo de los derechos*, (13). <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/37445>
- Hidegh, A. L., Svastics, C., Csillag, S., & Györi, Z. (2023). The intersectional identity work of entrepreneurs with disabilities: constructing difference through disability, gender, and entrepreneurship. *Culture and Organization*, 29(3), 226-241. <https://doi.org/10.1080/14759551.2023.2201006>
- ILUNION Comunicación Social. (2019). *Guía de estilo sobre discapacidad para profesionales de los medios de comunicación* (Guide on Disability for Media Professionals). Real Patronato sobre discapacidad. <https://www.sis.net/documentos/ficha/544014.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas. (2022). El empleo de las personas con discapacidad (Employment of People with Disabilities). [https://www.ine.es/dyns/INEbase/es/operacion.htm?c=estadistica\\_C&cid=1254736055502&menu=ultiDatos&idp=1254735976595](https://www.ine.es/dyns/INEbase/es/operacion.htm?c=estadistica_C&cid=1254736055502&menu=ultiDatos&idp=1254735976595)
- Kašperová, E. (2021). Impairment (in) visibility and stigma: how disabled entrepreneurs gain legitimacy in mainstream and disability markets. *Entrepreneurship & Regional Development*, 33(9-10), 894-919. <https://doi.org/10.1080/08985626.2021.1974101>
- Krippendorff, K. (2013). *Content analysis. An introduction to its methodology*. (3rd ed). SAGE.
- Kumar, A. (2021). Principle of normalization: Mother of all inclusive practices. *Man Disability Society*, 52(2), 119-127. <https://cnsonline.pl/resources/html/article/details?id=218290&language=en>
- Díaz Larrañaga, N. (2014). Los medios de comunicación y la discapacidad (The Media and Disability). In S. Necchi, M. Suter, & A. Gaviglio (Comps.), *Personas con discapacidad: su abordaje desde miradas convergentes* (People with disabilities: approaching them from convergent points of view) (pp. 91-110). Universidad Nacional de Quilmes. [https://repositoriosdigitales.mincyt.gob.ar/vufind/Record/RIDAA\\_be6b927fb50a0df966b112fae5dd4159](https://repositoriosdigitales.mincyt.gob.ar/vufind/Record/RIDAA_be6b927fb50a0df966b112fae5dd4159)
- López Sánchez, G., Utray Delgado, F., & Ruiz Mezcuca, M. B. (2020). Representación de la discapacidad en la prensa digital española (Representation of Disability in Spanish Digital Press). *Revista Española de Discapacidad*, 8(2), 33-55. <https://doi.org/10.5569/2340-5104.08.02.02>

- Martínez León, I. M., Olmedo Cifuentes, I., & Nicolás Martínez, C. (2018). Aspectos socioeconómicos en el emprendimiento de las personas con discapacidad (Socioeconomic Aspects in Entrepreneurship for People with Disabilities). In M. Avilés Hernández (Coord.), *Discapacidad y emprendimiento: dimensiones y contextos interpretativos en clave cualitativa* (Disability and Entrepreneurship: Dimensions and Interpretative Contexts in a Qualitative Key) (pp. 135-158). Aranzadi.
- Mascareño, A. & Carvajal, F. (2015). Los distintos rostros de la inclusión y la exclusión (The Different Faces of Inclusion and Exclusion). *Revista Cepal*. <https://hdl.handle.net/11362/38800>
- McAndrew, B., Carroll, C., & O'Malley-Keighran, M. P. (2021). Representations of disabled children and young people in Irish newspapers. *Disability & Society*, 36(10), 1617-1642. <https://doi.org/10.1080/09687599.2020.1802577>
- McCombs, M. (1996). Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo (Influence of News on Our Worldviews). In J. Bryant & D. Zillman (Coords.), *Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teorías* (Media Effects: Research and Theories) (pp. 13-34). Paidós.
- Naciones Unidas. (2006). *Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad* (Convention on the Rights of Persons with Disabilities). <https://www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf>
- Núñez Bravo, N., Sánchez Güette, L., Sotelo Berrio, V., Miranda Medina, C., & Osorio Torres, C. (2017). Emprender después de una discapacidad (Entrepreneurship After a Disability). In E. Olivero Vega, K. Barrios Hernández, & J. C. Acosta-Prado (Comps.), *Perspectivas Empresariales e Inclusivas del Emprendimiento* (Entrepreneurial and Inclusive Perspectives on Entrepreneurship) (pp. 117-144). Universidad Simón Bolívar. <https://doi.org/10.17081/bonga/2604.c4>
- Olaz Capitán, A. J., & Ortiz García, P. (2019). Percepción competencial del emprendimiento de personas con discapacidad. Un estudio comparativo (Competencial perception of entrepreneurship in people with disabilities. A comparative study). *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, (38), 73-86. <https://doi.org/10.6018/areas.386111>
- Olaz Capitán, Á., Ortiz García, P., Manzanera Román, S., & Minarro Casaú, P. (2023). Competencias para el emprendimiento en personas con discapacidad (Entrepreneurial Competencies in People with Disabilities). In N. Simon Medina (Ed.), *Una mirada poliédrica hacia la discapacidad* (A multifaceted approach to disability) (pp. 91-99). Los Libros de la Catarata.
- Organización Mundial de la Salud. (2001). *Clasificación Internacional del Funcionamiento, de la Discapacidad y de la Salud, CIF* (International Classification of Functioning, Disability and Health, ICF). Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Secretaría General de Asuntos Sociales & Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO). [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/2230/CIF\\_OMS.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/2230/CIF_OMS.pdf)
- Padilla-Muñoz, A. (2010). Discapacidad: contexto, concepto y modelos (Disability: Context, Concept and Models). *International Law: Revista Colombiana De Derecho Internacional*, 8(16). <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/internationallaw/article/view/13843>

- Pérez, C. P. & Avilés Hernández, M. (2018). La dimensión personal y psicológica en el emprendimiento de personas con discapacidad (The Personal and Psychological Dimension in the Entrepreneurship of People with Disabilities). In M. Avilés Hernández (Coord.), *Discapacidad y emprendimiento: dimensiones y contextos interpretativos en clave cualitativa* (Disability and Entrepreneurship: Dimensions and Interpretative Contexts in a Qualitative Key) (pp. 55-78). Aranzadi.
- Pérez-Macías Martín, N. & Fernández Fernández, J. L. (2021). *Factores que influyen en la intención emprendedora de las personas con discapacidad* (Factors Influencing the Entrepreneurial Intent of People with Disabilities). Universidad Pontificia Comillas - ICADE. <http://hdl.handle.net/11531/55812>
- Rius Sanchis, I. & Solves Almela, J. A. (2010). Discapacidad y comunicación: periodismo especializado para públicos diversos (Disability and Communication: Specialized Journalism for Diverse Audiences). *Comunicación y hombre: revista interdisciplinar de ciencias de la comunicación y humanidades*, (6), 165-176. <http://hdl.handle.net/10637/10650>
- Rodríguez Díaz, S. & V. Ferreira, M. A. (2010). Diversidad funcional: Sobre lo normal y lo patológico entorno a la condición social de la discapacidad (Functional Diversity: about the normal and the pathological around disability social condition). *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 28(1), 151-172. <http://revistas.ucm.es/index.php/CRLA/article/view/CRLA1010120151A>
- Sánchez Mendoza, J. (2023, January 26). Lidia Parra (ASEMDIS): "El prejuicio es la primera barrera para el emprendedor con discapacidad" (Lidia Parra (ASEMDIS): "Prejudice is the primary barrier for entrepreneurs with disabilities). *hablemosdeempresas.com*. <https://hablemosdeempresas.com/empresa/lidia-parra-asemdis/>
- Santero Sánchez, R., Castro Núñez, R. B., & Barroso, V. M. (2017). Integración laboral de mujeres con discapacidad (Labor Integration of Women with Disabilities). *Futuro del Trabajo. Trabajo decente para todos*, (3), 4-12.
- Servicio Público de Empleo Estatal. (2023). *Informe del mercado de trabajo de las personas con discapacidad* (Report on the Labor Market of People with Disabilities). <https://www.sepe.es/HomeSepe/que-es-el-sepe/comunicacion-institucional/publicaciones/publicaciones-oficiales/listado-pub-mercado-trabajo/informe-mercadotrabajo-estatal-discapacitados.html>
- Setyowati, R. M., Watie, E. D. S., & Saptiyono, A. (2020). Representation of Disability Achievements in Television Talk Show Programs. *Jurnal The Messenger*, 12(1), 40-51. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v12i1.1587>
- Sosa, L. M. (2009). Reflexiones sobre la discapacidad: dialógica de la inclusión y exclusión en las prácticas (Reflections on Disability: Dialogues of Inclusion and Exclusion in Practices). *Ágora para la Educación Física y el Deporte*, (9), 57-82. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/23674>
- Soto Rosales, A. (2015). Periódicos y discapacidad: conformación de una imagen (Newspapers and disability: forming an image). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21(2), 1241-1254. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2015.v21.n2.50913](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n2.50913)

- Vázquez-Barrio, T., Sánchez-Valle, M., & Viñarás-Abad, M. (2021). Percepción de las personas con discapacidad sobre su representación en los medios de comunicación (The perception of people with disabilities regarding their portrayal in the media). *Profesional De La Información*, 30(1). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.06>
- Verges Bosch, N., (2012). De la exclusión a la autoinclusión de las mujeres en las TIC. Motivaciones, posibilitadores y mecanismos de autoinclusión (From exclusion to self-inclusion of women in ICT: Motivations, enablers, and mechanisms of self-inclusion). *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 12(3), 129-150. <https://atheneadigital.net/article/view/v12-n3-verges/1042-pdf-es>
- Wolfensberger, W. (1972). *Normalization: the principles of normalization in human services*. National Institute of Mental Retardation.

## **SOBRE LOS AUTORES**

**KHADIJA FTAH FTAH**, estudiante del doctorado Interuniversitario en Comunicación de las universidades de Sevilla, Málaga, Huelva y Cádiz, en la línea de investigación de periodismo. Periodista de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), con mención especial en sociedad y cultura y máster en periodismo y comunicación digital, datos y nuevas narrativas por la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Actualmente, es también responsable de redacción en *Inèdit educació*n. Escribe e investiga sobre temas sociales (emprendimiento, discapacidad, educación, inclusión, y migraciones).

 <https://orcid.org/0009-0008-6373-6724>

**HADA M. SÁNCHEZ GONZALES**, profesora titular de Periodismo en la Universidad de Sevilla, dirige el Laboratorio de Proyectos en Comunicación (LabProCom), el Grupo de Investigación GIATI -Análisis y Técnica de la Información y la revista científica *Textual & Visual Media*, editada por la Sociedad Española de Periodística (SEP). Especializada en periodismo digital, verificación de la información, sistemas de inteligencia artificial, innovación, emprendimiento y medios sociales. Investigadora del proyecto de I+D+i *Impacto de la desinformación en el periodismo: contenidos, rutinas profesionales y audiencias del Ministerio de Ciencia e Innovación de España y del proyecto Impacto de la desinformación en Andalucía: análisis transversal de las audiencias y las rutinas y agendas periodísticas*. Desinfoand Proyectos de Excelencia. ProyExcel\_00143.

 <https://orcid.org/0000-0001-5078-2184>