VISUAL REVIEW | Vol. 18, No. 7, 2026 | ISSN 2695-9631
International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura Visual
https://doi.org/10.62161/revvisual.v18.6479

CRIPFLUENCERS, UN ANÁLISIS DE IMÁGENES Y PUBLICACIONES SOBRE LA DISCAPACIDAD

SHEILA PARRA GÓMEZ [1]
shparra@uji.es
[1] Jaume I University, Spain

PALABRAS CLAVE
Discapacidad
Redes sociales
Agenda
Activismo
Visual
Instagram
Influencers

RESUMEN
El presente trabajo indaga sobre la figura de los cripfluencers o influencers con discapacidad, con el fin de descubrir, a través de su contenido en las redes sociales Instagram y X, qué está en la agenda colectiva de las personas con discapacidad. La metodología que guio el proceso fue una etnografía digital y visual, centrada en tres instrumentos de recogida de información: 21 entrevistas, un diario de campo y un corpus de 100 imágenes. Los resultados hablan de cuatro aspectos vivos en su lucha principalmente: la accesibilidad, las polémicas por la terminología, la pervivencia de prejuicios y la importancia concienciar.

RECIBIDO: 05/ 08 / 2026
ACEPTADO: 20/ 10 / 2026

1. Introducción

Existen más de 5.200 millones de usuarios activos en redes sociales a nivel mundial, con alrededor de 2.000 usuarios activos mensuales en Instagram y 586.000 en X (Martín, 2025). Es difícil escapar del impacto que estas tienen en nuestras vidas de una u otra forma. Y, aunque en su mayor parte, los valores hegemónicos y los ejemplos de vidas perfectas continúan perpetuándose, también hemos presenciado sus posibilidades de dar visibilidad y espacio a temas que, hasta su llegada, allá por 2010, habían sido tabú (Parra-Gómez, 2023; 2024). Esto incluye a personas no normativas, que se permiten *poner sus cuerpos* (García-Santesmases, 2016) frente a la cámara y mostrarse al mundo tal como son, no solo para romper el canon, sino también para normalizar cómo afrontar y vivir ciertas experiencias.

Para los fines de este trabajo, las cuentas estudiadas se denominan influencers de discapacidad o *cripfluencers*. Esto no se debe a que la discapacidad en sí sea lo que las define y domina – no debería ser así, puesto que estas personas no son solo una etiqueta. Sin embargo, se cree que es necesario abogar por estas figuras como creadores de contenido dentro del mundo y la cultura de la discapacidad como un medio de resistencia y aprendizaje sobre la diferencia (Parra-Gómez, 2024a; b), y para establecerse como referentes dentro de un imaginario que debe beber de ellos. Por supuesto, como Gelfgren et al. (2022) señalan, las personas con discapacidad no son meros receptores, sino que son creadores de contenido, tan interesante y enriquecedor como cualquier otra persona.

Así pues, la investigación surge en torno a distintas preguntas: ¿Qué temas se debaten en el colectivo? ¿Cómo se representan los influencers con discapacidad en Instagram? ¿Qué tipo de contenido ofrecen? ¿Qué perciben o reciben los seguidores de estas cuentas? Por lo tanto, el objetivo principal de este trabajo es descubrir, a través de su contenido, qué está en la agenda colectiva. Como objetivos específicos, nos interesa obtener una descripción general de estos perfiles, así como comprender qué beneficios obtienen los seguidores al seguir estas cuentas. Para ello, y como parte de un proyecto más amplio basado en la etnografía digital (Pink et al., 2019), se entrevistó a 21 personas, se registró un diario de campo digital y se analizaron 100 imágenes. Para completar esto se aborda una subsección dedicada a profundizar en la figura del influencer.

1.1. Influencers: entre la promoción y el activismo

Aunque tengamos más o menos claro de qué se trata, existen numerosas definiciones de influencers en el mundo académico. Algunas de ellas son las siguientes:

> [I]ndividuos líderes de opinión con un gran número de seguidores en las redes sociales (Vaidya y Karnawat, 2023, citados por Martínez- Domingo et al., 2024).
>
> Els influencers són persones properes que comparteixen detalls de la vida personal per generar una connexió emocional amb els seguidors. Són models, també referents, líder d'opinió, fonts d'informació i, en força casos, una professió idealitzada a aconseguir. Són també prescriptors i peces clau per a les vendes de les marques (Ollé, 2024).
>
> Los creadores de contenido digital son aquellas personas (blogueros, escritores, influencers, streamers, gamers, fotógrafos, podcasters, etc.) que, a través de su creatividad y conocimientos digitales, crean contenido de acuerdo a sus intereses, experiencias y pasatiempos, distribuyéndolo en distintas redes sociales para poder monetizar su contenido (González-Larrea, 2023, p.117).

Son, pues, microcelebridades que tienden a mostrar sus vidas y experiencias con el fin de conectar con su público, al mismo tiempo que promocionan productos, pero, cada vez más, muchas de ellas también lo hacen con la intención de crear un impacto, concienciar y/o transformar la sociedad (Farinosi & Trevisan, 2024). En este sentido, al tratarse de perfiles de personas con discapacidad, no es que este hecho acapare o etiquete su presentación (no son solo su discapacidad), pero sí se ha encontrado que está muy presente en sus contenidos, siendo una información valiosa que considerar que no ofrecen otros perfiles (Trevisan & Farinosi, 2024).

A su vez, también existen muchas clasificaciones del tipo de influencers, según el número de seguidores, pero atendemos a la de Conde y Casais (2023), quienes hablan de tres tipos: microinfluencers (entre 1,000-100,000 seguidores) macroinfluencers (entre 100,000-1,000,000) y megainfluencers (a partir de 1,000,000). Cada tipo tiene atribuidas unas características propias, así

mientras el microinfluencer cuenta con una audiencia leal, en escala, el megainfluencer puede directamente mover masas; o mientras el primero tiene menos control sobre sus ganancias, el último se adjudica tarifas premium; pero estos son solo algunos ejemplos de lo que conlleva cada estatus.

Para lo que aquí respecta, más que el impacto económico o de mover masas, que daría por supuesto para otros estudios, lo que nos mueve es conocer la agenda del movimiento a través de su contenido y su huella en otros perfiles del colectivo. Y es que, si atendemos a qué es lo que suele mover a los usuarios hacia el uso de redes sociales y, en concreto, al interés en seguir influencers, se habla de cuatro argumentos: obtener información, socializar, entretenimiento y lograr estatus (González-Larrea, 2023). Habría que analizar esto en relación con perfiles con discapacidad.

Anteriores estudios han puesto el foco en influencers con discapacidad, como el de Farinosi & Trevisan (2024), quienes ya apuntan al fenómeno de transformación social, más allá de la venta de productos, pero centrado exclusivamente en el mundo del turismo – muy importante, sobre todo debido a temas de accesibilidad. En otro trabajo de los mismos autores, se analizan 15 cuentas de personas con discapacidad para ver cómo son sus relaciones tanto con seguidores como con marcas comerciales, poniendo la lucha por sus derechos por bandera, aunque con un acometimiento limitado de estos. Por su parte, Méndez-Majuelos et al. (2023) ponen el foco en la red social TikTok y la juventud con discapacidad para descubrir si utilizan sus publicaciones para el entretenimiento o como escaparate para normalizar la representación de su diversidad. Por último, Bonilla-del-Río et al. (2022) centran su estudio en personas con discapacidad intelectual y concluyen que las redes sociales les permiten visibilizar sus intereses, participar en el entorno digital e interactuar con su audiencia, siendo una influencia positiva que promueve el respeto por la diversidad.

Con todo, estos estudios, aunque dan visibilidad a un hecho poco explorado lo hacen desde ámbitos de la comunicación y con metodologías cuantitativas y/o de análisis de contenido. Por ello, el presente trabajo pretende profundizar en este fenómeno desde una perspectiva más crítica y posthumanista, dando la voz a las personas protagonistas, es decir, haciéndolo desde dentro. Para lograrlo se lleva a cabo una etnografía digital y visual que se describe a continuación.

2. Método

Con la finalidad de dar respuesta a las preguntas y objetivos de investigación planteados más arriba, se propone el diseño etnográfico: 1) digital, siguiendo a Pink et al. (2019), quienes aportan cinco principios para crear el procedimiento: multiplicidad, ya que la etnografía no es una práctica muy reveladora en sí misma, sino que tiende a estar vinculada a un paradigma disciplinario o interdisciplinario; no-digital-centrismo, porque no todo sucede en línea, y aunque ya no hay presencia como la que había en el pasado, hay cosas que siguen pasando por el cuerpo; apertura, porque como método propio e inserto en su propio paradigma, se requiere que sea abierto y flexible, citando a Karen O'Reilly, Pink et al. (2019) mencionan "investigación inductiva-iterativa" precisamente para indicar la inevitable evolución que experimenta a lo largo del proceso; reflexividad, no hay duda de que el encuentro entre la investigación y las personas, lugares, objetos, etc. produce conocimiento; y la heterodoxia, como parte de ese "hacer visible lo invisible" asociado a la etnografía y enfatizando nuevamente la necesidad de diseñar un proyecto propio, este punto se refiere a la búsqueda de nuevas formas de abordar lo que se estudia, rompiendo con la norma, es decir, innovando. Este último principio se relaciona con un enfoque etnográfico de moda, la etnografía crítica, en la que, al observar la información, se la mira con lupa, cuestionando la ideología o cultura dominante, intentando aportar soluciones o, al menos, señalando lo que se debe mejorar en ella (Poulos, 2021).

Y 2) visual (Pink, 2011; 2014), pues las fotografías devienen en importantes artefactos culturales llenos de significado, accesibles más fácilmente que las palabras, con información multidimensional. No obstante, cabe señalar que, como defiende la propia Pink, no se trata de darles más peso, solo de complementarlas con el resto de los instrumentos.

2.1. Participantes

Se contó con 21 participantes, en concreto, 18 mujeres y tres hombres entre 20 y 60 años y de distintas partes del mundo (Gales, Australia, Estados Unidos, España, Venezuela). Todos ellos tienen perfiles en

Instagram y tienen relación con la discapacidad. Dentro de los cuales, hallamos influencers de dos tipos, desglosados en la siguiente tabla:

Tabla 1. Perfiles analizados en el estudio

Perfil	Red social	Número de seguidores	Tipo de influencer
@nh487	Instagram	234.000	macroinfluencer
@ouralteredlife	Instagram	100.000	macroinfluencer
@irinarivas_98	Instagram	47.500	microinfluencer
@gonzalo_bermejo	Instagram	20.400	microinfluencer
@graciefish_	Instagram	19.700	microinfluencer
@DeAutismo	X	17.400	microinfluencer
@ratolinaemma	X	14.300	microinfluencer
@michelle.lynn.martin	Instagram	11.300	microinfluencer
@silleroporelmundo	Instagram	8.071	microinfluencer
@courtneygabrus	Instagram	4739	microinfluencer
@carmenmassanet	X	4050	microinfluencer
@con_otra_vision	Instagram	3213	microinfluencer

Fuente: elaboración propia.

2.2. Instrumentos

Como resultado de la multiplicidad mencionada con Pink et al. (2019), este trabajo se conforma de tres instrumentos, métodos que combinan la observación y la etnografía visual:

Entrevistas semiestructuradas. Se realizaron veintiuna entrevistas, algunas en línea y otras presenciales. Las preguntas fueron abiertas y se modificaron con cada entrevistado.

Diario de campo digital. Durante seis meses (del 3 de diciembre de 2021 al 3 de junio de 2022), se elaboró un diario de campo digital, registrando lo que se veía cada día en las redes sociales Instagram para obtener más resultados y comparar los de los participantes.

Creación de un corpus de 100 imágenes. De las publicaciones de los participantes, se seleccionaron 100 imágenes variadas, que representaban diferentes tipos de contenido y perfiles. En resumen, las imágenes se analizaron según la teoría de Roland Barthes (1999), teniendo en cuenta sus respectivos studiums y punctums.

2.3. Consideraciones éticas

El trabajo contó en todo momento con las consideraciones éticas pertinentes, asesorado por el comité deontológico de la universidad donde surge la investigación y con el número de expediente "CD/36/2022". Es decir, en todo momento, las personas participantes fueron informadas del procedimiento y fueron firmados los consentimientos informados con sus derechos.

2.4. Análisis de datos

En consonancia con la apertura citada en los principios de la etnografía digital, se decidió mantener el credo libre de “pensar con teoría” (Jackson & Mezzei, 2012), ya que, además de encajar con la idea de seguir un proceso descriptivo, interpretativo y reflexivo, nos dio la libertad de dialogar constantemente con la teoría, pero también con cualquier elemento que acompañe el proceso de investigación (a veces una charla, un tuit o un libro, por ejemplo). Si bien carece de un dogma estricto según sus propios autores, hay tres acciones esenciales en este tipo de análisis: (1) combinar la teoría y los datos de la información obtenida; (2) establecer cómo cada uno constituye o se hace; y (3) revisar repetidamente la información para establecer relaciones y tensiones entre conceptos y significados. Como se verá en la sección de discusión, los temas se interconectan entre sí, lo que también constituye una red de pensamiento que permite que perspectivas previamente impensadas surjan y se representen visualmente en una red de resultados (Miles et al., 2014).

3. Resultados y discusión

Pensando con teoría hace que presentemos los resultados ya discutidos, es decir, hablamos de nuestra información ya relacionada con la teoría y los trabajos previos, pues siempre se tocan y conectan (*plugging in*) en cualquier punto de la investigación (Jackson & Mazzei, 2017), según "dónde esté" la persona que investiga. Además, ofrecemos los resultados a través de las tres principales preguntas de la investigación.

3.1. ¿Qué está en la agenda del movimiento de personas con discapacidad?

En relación con el objetivo principal de este estudio, nos planteábamos la pregunta que titula esta subsección: ¿qué está en la agenda del movimiento de personas con discapacidad? Así, encontramos publicaciones muy diversas entre los perfiles analizados que, de forma sintetizada, señalan cuatro aspectos: la accesibilidad, las polémicas por la terminología, la pervivencia de prejuicios y la necesidad de generalizar una concienciación alrededor de la discapacidad y lo que supone vivir con ella.

En primer lugar, abundan los ejemplos que mencionan la accesibilidad. A través de sus vivencias los cripfluencers muestran ejemplos positivos o denuncian situaciones que requieren un cambio. Puede tratarse de barreras arquitectónicas, que sería lo clásico, pero dentro de esta categoría incluimos otras demandas como la increíble ausencia de cambiadores inclusivos en prácticamente todos los edificios públicos y privados (incluidos los hospitales) (Figura 1); la exigencia de instalar más parques inclusivos para los derechos de la infancia con discapacidad; la demanda de más ocio para personas con discapacidad, y un largo etcétera que empieza a remitir ya no solo a necesidades básicas, sino a unos derechos de igualdad que van más allá de los mínimos, propios de una sociedad consciente de sus derechos. Esto responde a lo que Rugoho (2021) llama "cultura de protesta", facilitada por los entornos virtuales que hacen devenir a las personas en agentes activos.

Figura 1. Publicación en Instagram sobre cambiadores inclusivos



Fuente: @con_otra_vision (2022). https://www.instagram.com/p/CejOm7xqGqu/?igsh=eDZqYmI2am5rcmk3

En la Figura 1 vemos una publicación en la que se denuncia, como se ha dicho, la ausencia de cambiadores inclusivos, y en ella vemos al mismo joven en sendas situaciones: arriba teniendo que ser cambiado en el banco de un vestuario, y abajo cómodo y seguro en un cambiador inclusivo. Ejemplos así de gráficos sirven para concienciar al público.

Como decimos, también hay espacio para los ejemplos positivos y perfiles como el de @silleroporelmundo, quienes comparten sus viajes por todo el mundo para demostrar que es posible viajar en una silla de ruedas (Figura 2), o el de @courtneygabrus que, además de viajar, comparte frecuentemente sus visitas a la playa accesible. En el ejemplo de @silleroporelmundo se ve a Alex y su

mujer, Sandra, en un hermoso paisaje de Suiza. Su contenido va componiendo un mapamundi de destinos accesibles que no solo rompen barreras, sino que inspiran a otras personas en su situación. En efecto, aunque las redes sociales estén perpetuando estigmas por un lado, no cabe duda de que también crean auténticas campañas de inclusión (García-Pérez et al., 2025).

Figura 2. Publicación en Instagram sobre turismo accesible



Fuente: @silleroporelmundo (2021).
https://www.instagram.com/p/CUGGLBPs1aX/

En segundo término, existe una clara preocupación dentro del colectivo por el tema terminológico. Desde finales del siglo XX y principios del presente, ha habido debate tanto nacional como internacional por el "identity-first language" o el "person-first language" (Andrews et al., 2019), es decir, si se prefiere el término discapacitados o personas con discapacidad. mientras que hace algunos años se percibía una clara preferencia por el primero a nivel internacional y por el segundo a nivel nacional en España.

Sobre este tema hay numerosas publicaciones que intentan dar su opinión o crear conciencia sobre el uso de términos realmente ofensivos, como por ejemplo el propio Alex de nuevo (Figura 3), quien compartió un vídeo de sus experiencias normalizadas mientras pedía que se le llame de forma adecuada.

Figura 3. Vídeo de Instagram sobre terminología



Fuente: @silleroporelmundo (2023). https://www.instagram.com/p/Cy1Qjy9sZ4y/

Lejos de términos como los que critica @silleroporelmundo, que realmente deberían estar desterrados, lo cierto es que estos perfiles actualmente se muestran más inclinados hacia términos más informales o que dejen de lado los eufemismos. Estas personas abrazan su realidad, se diga cómo se diga. Obviamente, exigen respeto, pero empiezan a estar cansados de que se le dé tanto peso a las palabras cuando queda tanto por hacer.

> Me da igual. No me ofende una palabra, sino cómo se diga. Hay gente mayor que te puede decir incluso "minusválido" … pobre, y no lo dicen con mala intención. Gente "que se entere", le puede molestar más. Celia de eso no se entera y le da igual… (@asociacionmef2c).
>
> Opino que es una tontería. No nos va a cambiar la vida. Es el mismo término y la misma definición. No cambia nuestra realidad (@convivete).

Como bien señalan estas dos personas, lo importante es cómo se dice y su uso, en definitiva, las palabras no cambian su realidad. Por ello, el foco debe ponerse en otras cosas, dejando claro el respeto y lo importante de preguntar cómo se siente cómoda la persona que tenemos delante. Así, se confirma la necesidad de diálogo y de consenso; contar con la participación y voz del propio grupo para que sea él, y no otros, quien se describa y se postule (Morris, 1991).

Además, la terminología da lugar a otras muchas disputas, como los malentendidos hacia ciertos conceptos como el que mencionaba Noah Higón en su perfil (Figura 4) y que trataba de solventar explicando las diferencias entre discapacidad e incapacidad en 10 imágenes.

Figura 4. Publicación en Instagram sobre terminología



Fuente: @nh487 (2023).
https://www.instagram.com/p/CnxNsguMPoX/?img_index=6

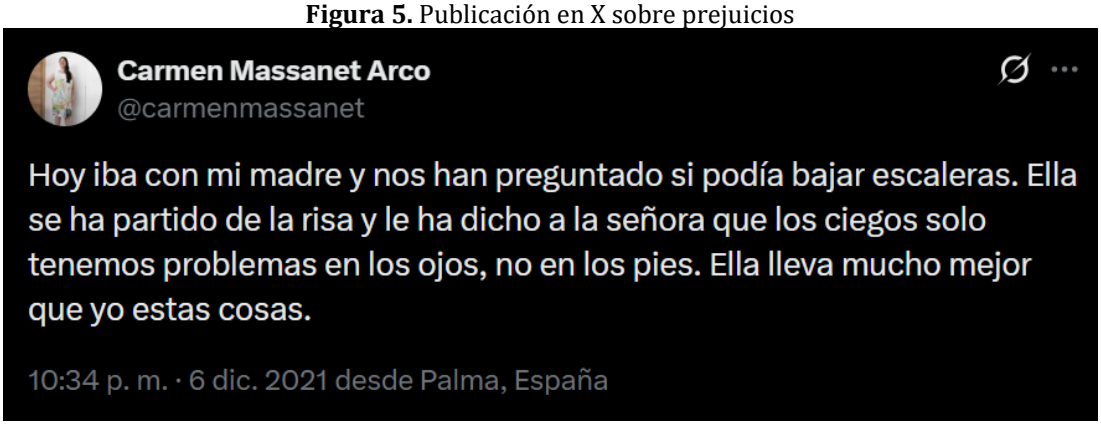
La batalla más viva en redes remite a los prejuicios, que sería el tercer aspecto en esta exposición. Los participantes relatan anécdotas y/o refieren situaciones del día a día en las que todavía se enfrentan a miradas, rechazo, cuestionamientos… Como resume una de las microinfluencers:

> Pues básicamente con que somos una carga... O sea, la gente asume que tú no puedes hacer nada, que eres súper dependiente, que vas a vivir con tus padres el resto de tu vida…o con un cuidador, y que, si tú no vives con alguien así, pues nada, no puedes tener una vida normal ni nada […]. Como que no somos atractivos, que no tenemos deseos o que sí que tenemos deseos, pero como no le gustamos a nadie, que nuestra vida sexual es nula o no hay directamente. Entonces, yo para mí los dos grandes bloques serían esos […]. tener un andador no es lo peor que te puede pasar en la vida. Yo he pasado una depresión. Yo he tenido una depresión, y no ha tenido nada que ver mi discapacidad. A mí mi depresión no me ha dejado salir de la cama y la discapacidad no. Y la

> gente no ve eso. No se debe comparar la vida de nadie, y tampoco ver que la discapacidad es lo peor que te puede pasar (@irinarivas_98).

Un caso, visto en el diario de campo digital el 6 de diciembre de 2021, desde la cuenta de @carmenmassanet (Figura 5), relataba cómo una señora dudaba de que, siendo ciega, fuera capaz de bajar escaleras.

Figura 5. Publicación en X sobre prejuicios



Fuente: @carmenmassanet (2021).
https://x.com/carmenmassanet/status/1467970716784078850

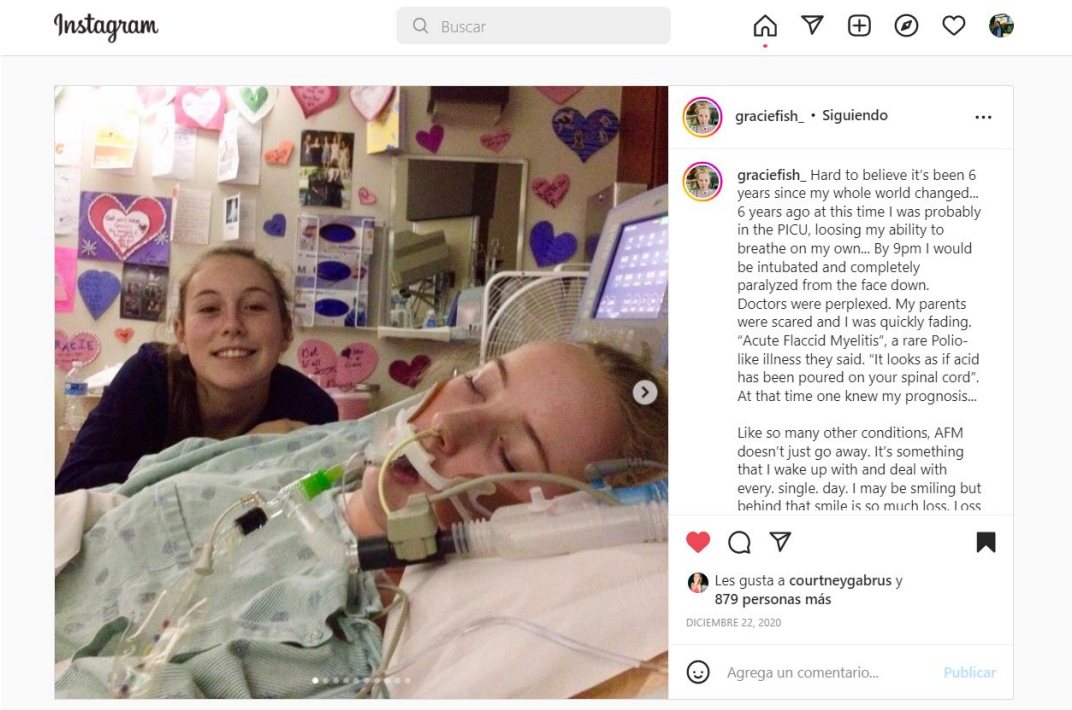
Ella misma relata que el mayor prejuicio que existe en España hacia las personas ciegas es que venden cupones en la ONCE. Carmen siempre que menciona la zona en la que trabaja, le dicen que sí, que saben que allí hay "un puesto" (de la ONCE). No saben que trabaja de teleoperadora en un edificio de la misma calle. También durante la entrevista, Carmen añadió otra situación cómica ocurrida en redes:

> Que, si soy ciega, ¿cómo tuiteo?… "No me voy a dejar engañar, si quiere hacerlo usted", pero ¿engañar de qué?... ¡Existen los lectores de pantalla! Si me hablas de cuando nací yo, vale… en el 90 y eso… no existían o estaban en pañales, pero había cositas… Ahora no (Carmen).

Estos ejemplos denotan una falta de conocimientos básica por parte de personas ajenas a la discapacidad. Por tanto, estos y otros prejuicios pueden mitigarse a base de normalizar y visibilizar a las personas con discapacidad como vamos a ver en el siguiente subapartado: dignas y valiosas. La propia Carmen ha compartido en numerosas ocasiones retratos suyos en situaciones normalizadas, trabajando en la radio, cantando, etc. mostrándose al mundo con suma elegancia y dignidad.

El último de los asuntos en la agenda del colectivo y que toca con los ejemplos anteriores es el de la necesidad de generalizar una concienciación en la sociedad hacia las personas con discapacidad. En esencia, las personas que participan en este estudio, en mayor o menor grado, participan de esa acción de transformación, a través de relatos, de imágenes, de desahogos, etc. Conciencian sobre prejuicios, como acabamos de ver; sobre la necesidad de investigar; sobre la normalización de la fragilidad (Figura 6) como parte esencial de toda la humanidad; sobre la importancia del cuidado y del autocuidado; etc.

Figura 6. Vídeo en Instagram sobre la historia de Grace



Fuente: @graciefish (2020). https://www.instagram.com/p/CJFchj4Jxyl/

El ejemplo gráfico de Grace nos abre la puerta a un lugar que solía estar vetado a lo personal, a la esfera privada. Antes de las redes sociales como Instagram era raro mostrarse al mundo ingresado en un hospital. Ella puso su cuerpo una vez más y mostró su momento más duro para contar su historia, dejar su testimonio (Kafai, 2021) y para normalizar la fragilidad, pues en su vida, esa nueva manera de ser no ha impedido que logre los objetivos más ambiciosos, como componer música o pintar (siendo tetrapléjica). Y es que compartir hoy en día, por ejemplo, testimonios de enfermedad y muerte en los medios, aunque algunos lo tachen de morboso, puede ser un acto digno y emancipador, sobre todo, si reflejan el drama pero no se centran ni se lucran con él, poniendo el énfasis en la humanidad, emociones y cotidianidad de la persona que lo protagoniza, mostrando a la persona enferma como un ser querido y socializado, no aislado o estigmatizado, y "generando unas narrativas más inclusivas y capaces de sanar la mirada desnaturalizada de la sociedad contemporánea sobre ciertos temas intrínsecos en la propia existencia" (Pardo, 2021, p.136).

Además, testimonios como el suyo o el de Alex, por ejemplo, muestran a la persona con naturalidad, por lo que se desestigmatiza y normaliza la representación de la diferencia y el propio cuidado. Se les muestra como seres amados y valiosos. Esto coincide con el trabajo de Bonilla-del-Río et al. (2022), quienes llegaron a la conclusión de que la discapacidad mostrada está tan normalizada que "desaparece del foco", aunque esté presente, y nos permite ver a la persona, nada más. Con todo, y por poco alcance que tengan, sobre todo los microinfluencers (Farinosi & Trevisan, 2024), puede que no estén transformando el mundo, pero, como mínimo, están expandiendo esta concienciación entre sus seguidores.

3.2. ¿Cómo se representan los influencers con discapacidad en Instagram?

En segundo lugar, se pone el foco en el modo en el que las personas participantes del estudio se representan a sí mismas a través de sus publicaciones, ya sea visuales o escritas. Los relatos y las fotografías dan cuenta de personas empoderadas y ordinarias, que ponen su cuerpo para, además de concienciar, romper el canon. En general, aunque frágiles – como acabamos de ver a Grace – o diferentes, estas personas se muestran, en primer lugar, con realismo. Tal es el caso de la macroinfluencer Noah Higón (@nh487) y una de sus publicaciones en las que muestra su cuerpo sin tapujos (Figura 7). De forma frecuente, Noah, además de normalizar y mostrarse natural con sus "heridas de guerra", se celebra con amor hacia sí misma, un amor radical que ya se reclama desde el movimiento (Kafai, 2021) y cuya evidencia no debe ser una excepción. Pues, "*[r]adical self-love is indeed our inherent natural state,*

but social, political, and economic systems of oppression have distanced us from that knowing" (Kafai, 2021, p.36).

Figura 7. Publicación en Instagram de Noah y su amor propio



Fuente: @nh487 (2022). https://www.instagram.com/nh487/p/ChSi4sHMCvo/

En segundo lugar, como mencionábamos más arriba con Carmen, estas personas se muestran totalmente normalizadas en tareas del todo ordinarias. Nadie debe dar por hecho que por tener una discapacidad no pueden bajar escaleras, como vimos, o tomar una cerveza, como muestra @convivete (Figura 8). Aunque es una joven con discapacidad eso no impide que salga de fiesta y a tomar algo con sus amigos, o incluso (como en la imagen) que beba alcohol.

Figura 8. Publicación en Instagram sobre Sara tomando una cerveza con amigos



Fuente: @convivete (2021). https://www.instagram.com/p/CXR0nHKMteF/

Sobre esto, @irinarivas_98 habló en su entrevista:

> […]También a las personas con discapacidad que están muy acomplejados, que no pasa nada. Que no tienes que tener complejos, quedarte en tu casa. Mucha gente no sale de fiesta… y yo salgo de fiesta. No quiero ser un ejemplo para nadie, porque no me considero. Pero sí que quiero enseñarle que, si quieren hacer algo, que lo hagan (@irinarivas_98).

Con todo, y de lo que venimos hablando, es de que, aunque sean influencers (como la propia Irina), estas personas no se muestran en escenas dramáticas o artificiales, sino que lo hacen en sus tareas habituales del día a día, o sea en su más absoluta cotidianidad. Esto coincide con lo que aportan Trevisan & Farinosi (2024), quienes afirmaron que la mayoría de las publicaciones de su estudio eran momentos cotidianos y que el tono en el que lo hacían los perfiles era desde la franqueza.

Por supuesto, también tiene cabida el glamour, y aquellas publicaciones (de las que no están carentes las dos anteriores) que, además de romper el canon, señalan explícitamente la belleza y derriban el prejuicio de que la discapacidad es opuesta a la belleza (Morris, 1999). El perfil de @irinarivas_98 (Figura 9), es una de las que lucha diariamente por ello. Mostrándose atrevida, segura de sí misma, sexy y derribando también mitos sobre el erotismo y la discapacidad.

Figura 9. Publicación en Instagram de Irina paseando



Fuente: @irinarivas_98 (2022).
https://www.instagram.com/p/Ck_pSkXuI3r/?img_index=1

Otra importante representación ya la hemos mencionado con Carmen anteriormente, pero se ve frecuentemente en todos los perfiles, y se trata de ver a estas personas siendo funcionales y emancipadas. Otro ejemplo lo detenta @delospies_alacabeza e imágenes como esta en la que muestra a sus pies realizando cualquier tarea rutinaria (Figura 10), como es limpiar sus gafas. Su testimonio de vida absolutamente independiente y normalizada, a pesar de no tener brazos, es una representación valiosa para el colectivo, nuevamente, y también con una acción del todo cotidiana (Trevisan & Farinosi, 2024).

Figura 10. Publicación en Instagram de los pies de Javier



Fuente: @delospies_alacabeza (2022).
https://www.instagram.com/p/CcpqT8Jsrf3/

Asimismo, y a través del relato de sus vidas online, estos perfiles se postulan como ejemplo de activismo. A veces incluso es un activismo que no solo acontece en las redes sociales, sino que lo llevan offline. Ese es el caso, por ejemplo, del recién mencionado @delospiesalacabeza y sus charlas de concienciación; o @graciefish_ y su manera de dar a conocer la discapacidad desde su arte (Figura 11).

Figura 11. Publicación en Instagram de Grace en el estreno de su documental



Fuente: @graciefish_(2021).
https://www.instagram.com/p/CSDK2Itptwo/?img_index=1

En contraste con el trabajo de Trevisan & Farinosi (2024), quienes encuentran que sus influencers tienden a separar su activismo de su parte comercial y a no levantar a la acción, sino simplemente representarlo desde lo personal, en nuestro análisis los cripfluencers, sobre todo los más mediáticos, como @nh487 o @ouralteredlife, no utilizan su impacto para publicitar productos ni marcas en absoluto, pero ninguna de las personas del estudio lo hace. En este sentido, sus perfiles están dedicados a mostrar sus vidas con la naturalidad señalada y a reclamar sus luchas, a veces sí levantando la acción, como la reivindicativa @ratolinaemma, por ejemplo.

En suma, estos perfiles ofrecen una cara de la discapacidad realista, natural, bella, reivindicativa, que inspira dentro del colectivo y, retomando el apartado anterior, que ayuda y asesora en aspectos como los viajes, las ayudas técnicas, etc.

3.3. ¿Qué perciben o reciben los seguidores de estas cuentas dentro de la comunidad?

Por último, atendiendo al tercer objetivo específico, al ser preguntados por sus intereses y beneficios al estar en la red social, las personas participantes hablan de tres aspectos: poder difundir, crear comunidad y aprender de esta.

Como hemos visto, las redes sociales como X o Instagram les permiten a estas personas *difundir* situaciones sobre las que quieren poner el foco, bien por injusticias, discriminación o falta de accesibilidad. Al mismo tiempo, también sitúa en el mapa diagnósticos poco conocidos, que ayudan a otras personas en busca de uno. Este fue el ejemplo que citaron varias de las participantes, entre ellas @nh487 o @asociacionmef2c, pues gracias a sus perfiles han ayudado a gente "perdida" a obtener un diagnóstico a sus enfermedades raras.

En este sentido, y dirigiéndonos al segundo aspecto, lo que ofrecen las redes sociales es la posibilidad de crear comunidad, esto es, instauran una red de conocimientos que es importante de forma interna y que comparten para ayudarse mutuamente. Son dos los ejemplos que citamos:

> So, like I said, if you have a rare disease, you know, it's very hard to find a doctor that can specialize when you need it. And after the stroke, like I said, I mean, thank God we had that group because I found a doctor in Connecticut that specializes in muscular dystrophy. And I mean, it's a godsend because without her, I don't know if I would be here (Courtney).

> Sharing knowledge or sharing things about my condition to other people with the same condition. I think it's helpful for me and it's also helpful for them (Grace).

Ambas mujeres confirman tal red y su gran utilidad; en el caso de Courtney estaba en juego su propia vida. Así pues, se constata y crece lo que se conoce como "crip kinship" (Kafai, 2021), un lazo que surge dentro del colectivo y que "is a network of reciprocity, a relationality that brings us closer to one another" (p. 118). Hay un sentimiento de pertenencia dentro del colectivo que aumenta y se alimenta en redes a base de likes, MD y de comentarios. De esta manera, estas redes son también un lugar de desahogo y apoyo emocional (no solo informacional) para estas personas, son espacios de liberación (Kafai, 2021); "these online spaces offer us the liberation we do not have access to in real life. They create the bridges to community that we need" (p.130). Por ende, son una oportunidad idónea de socialización para ellos y ellas, como también constatan Méndez-Majuelos et al., (2023).

Sobre el aprendizaje que llevan a cabo estas personas en redes sociales se trata del resultado, precisamente, de esa red de información o comunidad de saber, ya que, gracias a otras personas en situaciones similares, se conoce y aprende sobre temas tan variados como: ayudas técnicas, lugares accesibles, terapias, etc. así como también tiene lugar un aprendizaje como concienciación o constatación de los propios derechos y de las propias posibilidades que dan el impulso de viajar o de salir de fiesta, como citaba Irina.

4. Conclusiones

En resumen, y contestando a la pregunta y al objetivo principal de este trabajo, en la agenda colectiva hay principalmente cuatro luchas que se mantienen muy vivas en las redes sociales y, en concreto, en el grupo de personas protagonistas. Se trata de la accesibilidad, las polémicas por la terminología, la pervivencia de prejuicios y la importancia de trascender concienciación sobre la discapacidad. A través

de publicaciones de sus vidas cotidianas, estos influencers señalan tanto lo positivo como lo negativo que se topan en sus vidas, ofreciendo ejemplos de barreras arquitectónicas, de situaciones de discriminación u ofensa, y ejemplos que colocan un nuevo imaginario de la discapacidad normalizado y natural. Al contrario de lo que revelan Trevisan & Farinosi (2024), no por indicar lo positivo se da una falsa idea de que se han resuelto las desigualdades sistémicas, pues, en el presente trabajo las cuentas ofrecen un contenido tan natural que comparten tanto lo positivo como lo negativo sin idealizar, pero tampoco dramatizando.

Como objetivos específicos, se ha buscado obtener una descripción general de estos perfiles, y es precisamente esta naturalidad lo que más se ha señalado a lo largo del trabajo. Así, como se ha dicho, estos influencers ofrecen una cara de la discapacidad realista, natural, bella, reivindicativa, inspiradora (dentro del colectivo) y colaborativa. Pero también dentro de esa naturalidad, dan una imagen cruda y dura cuando la vida se pone difícil. No todo es maravilloso, pero tampoco todo es negativo en la discapacidad y eso es algo que debe dejarse claro.

Por otra parte, la diferencia entre el estudio de Trevisan y Farinosi (2024) que veía a los influencers separar su discapacidad de lo comercial, y los de nuestro estudio, que directamente ni siquiera comercializan ningún producto, quizá, radique en que estas personas no son ni se sienten "influencers" entendidos como los definía González-Larrea (2023) que monetizan su contenido, sino que siguen el concepto que tenían Vaidya y Karnawat (2023, citados por Martínez- Domingo et al., 2024) y Ollé (2024), que conectan con su público desde su biografía. Su impacto es más social o moral. Con todo, más que influencers, estas personas se sienten activistas de la discapacidad con poder de difusión en redes sociales.

Para acabar, el otro objetivo específico quiso comprender qué beneficios obtienen los seguidores al seguir estas cuentas dentro del colectivo. La respuesta ha señalado la posibilidad de difundir, el hecho de crear comunidad y también de aprender dentro de ella. Se trata, en definitiva, de un grupo de personas tradicionalmente vulnerable que encuentra en redes sociales una importante herramienta de difusión, de empoderamiento y de poder para revertir la marginalización. Como hemos dicho, y sobre todo atendiendo al modesto número de followers de muchos de los participantes del estudio, puede que no estén transformando el mundo, pero, como mínimo, están expandiendo esta concienciación entre sus seguidores, algo que a modo de semilla irá poco a poco trayendo sus frutos más allá.

5. Agradecimientos

El presente texto nace en el marco de una beca predoctoral (PREDOC/2020/29) de la Universitat Jaume I de Castelló (España).

Referencias

Andrews, E. E., Forber-Pratt, A. J., Mona L. R., Lund, E. M., Pilarski, C. R., & Balter R. (2019). #SaytheWord: a disability culture commentary on the erasure of "disability". *Rehabilitation Psychology, 64* (2), 111-118. http://dx.doi.org/10.1037/rep0000258

Barthes, R. (1999). *La cámara lúcida*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

Bonilla-del-Río, M., Castillo-Abdul, B., García-Ruiz, R., & Rodríguez-Martín, A. (2022). Influencers With Intellectual Disability in Digital Society: An Opportunity to Advance in Social Inclusion. *Media and Communication, 10*(1), 222-234. https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4763

Conde, R., & Casais, B. (2023). Micro, macro and mega-influencers on instagram: The power of persuasion via the parasocial relationship. *Journal of Business Research, 158*, 113708. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113708

Farinosi, M., & Trevisan, F. (2024). #travelforall: Influencer culture, digital activism and marginalized identities. *Mediascapes Journal, 24*(2), 37–57. https://rosa.uniroma1.it/rosa03/mediascapes/article/view/18853

García-Pérez Calabuig, M., Rodríguez-Fernández, S., & Galán-Casado, D. (2025). Analysis of Virtual Stigma and its Socio-Educational Impact: Awareness Campaigns towards People with Disabilities and Mental Disorders. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura Visual, 17*(5), 1–16. https://doi.org/10.62161/revvisual.v17.5928

García-Santesmases-Fernández, A. (2016). *Cuerpos (Im)pertinentes: Un análisis queer-crip de las posibilidades de subversión desde la diversidad funcional*. [Tesis doctoral, Universitat de Barcelona]. Dipòsit Digital de Ia UB. http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/109589/4/AGSF_TESIS.pdf

Gelfgren, S., Ineland, J. & Cocq, C. (2022). Social media and disability advocacy organizations: caught between hopes and realities. *Disability & Society, 37*, 7. 1085-1106. https://doi.org/10.1080/09687599.2020.1867069

González-Larrea, B. (2023). *Los influencers como referentes socioeducativos de la juventud*. [Tesis doctoral, Universidad de Salamanca]. Gredos. https://gredos.usal.es/handle/10366/157877

Jackson, A. Y., & Mazzei, L. (2012). *Thinking with theory in qualitative research: Viewing data across multiple perspectives*. Routledge.

Jackson, A. Y., & Mazzei, L. (2017). Thinking With Theory a New Analytic for Qualitative Inquiry, in: Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (eds.) (2017). *The SAGE Handbook of Qualitative* Research (5th Ed.) [pp.717-737]. SAGE Publications, Inc.

Kafai, S. (2021). *Crip Kinship, the Disability Justice & Art Activism of Sins Invalid*. Vancouver: Arsenal Pulp Press.

Martín, S. (2025, 6h of March). Las redes sociales más utilizadas en el mundo y en España [2025]. *Marketing Paradise*. https://mkparadise.com/redes-sociales-mas-utilizadas

Martínez-Domingo, J.-A., Romero-Rodríguez, J.-M., Fuentes-Cabrera, A., & Aznar-Díaz, I. (2024). Los «influencers» y su papel en la educación: una revisión sistemática. *EDUCAR, 60*(2), 377–395. https://doi.org/10.5565/rev/educar.1957

Méndez-Majuelos, Inés; López López, Pilar José; & Sobrados-León, Maritza. (2023). TikTokers y discapacidad. Entretenimiento, inclusión y difusión de valores entre los jóvenes de habla hispana. ICONO 14. *Revista Científica De Comunicación y Tecnologías Emergentes, 21*(2). https://doi.org/10.7195/ri14.v21i2.2026

Miles, M. B., Huberman, M., & Saldaña, J. (2014). Drawing and verying conclusions. In *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* [pp. 275-322]. Sage.

Morris, J. (1991). *Pride against Prejudice, transforming attitudes to disability*. London: The Women's Press.

Ollé, C. (2024). Emmirallats en els 'influencers'. *COMeIN, Revista dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació*. https://doi.org/10.7238/issn.2014-2226

Pardo, R. (2021). Imágenes transformadoras: la fotografía contemporánea en la enfermedad, la muerte y el duelo. En Blanco, M. & Parejo, N. (2021). *Historias de la fotografía del siglo XXI* (pp.133-153). Colección "Contextos". Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Parra-Gómez, S. (2023). Redes sociales y diversidad funcional: vía para el empoderamiento y la inclusión. En Martínez, O. & Planella, J. (2023*). Sociedades inclusivas, re-visiones sobre dis-capacidad* (pp. 77-92). Editorial UOC.

Parra-Gómez, S. (2024a). *Pedagogía de la diferencia en redes sociales, relatos escritos y visuales desde la cultura de la discapacidad* [Tesis doctoral, Universitat Jaume I]. Repositori UJI. https://repositori.uji.es/

Parra Gomez, S. (2024). The Rhetoric of Disability on Instagram: A Post-Qualitative Photographic Analysis. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura Visual, 16*(6), 15–30. https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5318

Piepzna-Samarasinha, L. L. (2022). *The future is disabled. Prophecies, love notes, and mourning songs*. Vancouver: Arsenal Pulp Press.

Pink, S. (2011). Multimodality, multisensoriality and ethnographic knowing: social semiotics and the phenomenology of perception. *Qualitative Research, 11* (1), 261-276.

Pink, S. (2014). *Doing Visual Ethnography Monash University* (4th Ed.)., Australia.

Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., & Tacchi, J. (2019). *Etnografía digital. Principios y práctica*. San Sebastián de los Reyes (Madrid): Ediciones Morata, S.L.

Poulos, C. N. (2021). *Essentials of Autoethnography*. American Psychological Association.

Rugoho, T. (2021). Disability Representation in Digital Media in Zimbabwe. En Hoechsmann, M., Thésée, G. & Carr, P. R. (eds.). *Education for democracy 2.0: changing frames of media literacy* (pp.83-97). Ubuntu: innovation and decolonization in media and communication studies. Leiden: Brill Sense.

Trevisan, F. & Farinosi, M. (2024) Disabled influencers on Instagram: exploring digital celebrity and marginalised identities, *Celebrity Studies, 15*, 2, 209-230. https://doi.org/10.1080/19392397.2024.2341599