



Inicio

¿Quiénes somos?

Sobre nosotros

Premio Vicente Verdú

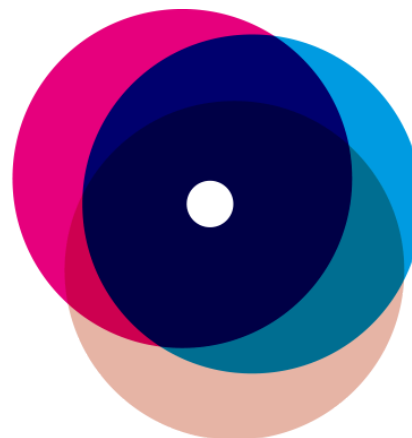
Idea, diseña, emprende

[IR AL MÁSTER](#)

# Un proyecto nacido en el MIP: "Repítemelo otra vez", atizar el estigma de la pérdida auditiva a través del video social

SILVIA COBO — 15/10/2024

## Repítemelo otra vez



Cuando escuché por primera vez mi diagnóstico, hipoacusia a los 30 años, no sabía de qué me estaban hablando. ¿Hipo qué? Pero cuando me dijo el otorrino que tenía que llevar audífonos, el impacto emocional fue



### Entradas recientes

**Las narrativas más innovadoras de 2024 (3)**

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/23/25

**Fuera de los medios tradicionales: periodistas independientes en la era de la suscripción y los boletines (1)**

MIGUEL CARVAJAL — 03/11/25

**Las narrativas más innovadoras de 2024 (2)**

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/11/25

el de una buena bofetada. Primero, porque yo ignoraba tener una pérdida auditiva -jamás noté que oyera menos-. Y segundo, en mi ignorancia pensaba que alguien de 30 años no podía necesitar audífonos. Esta experiencia tan personal me llevó a crear el proyecto y TFM del Máster en Innovación en Periodismo **Repítemelo otra vez**, con el objetivo de visibilizar las pérdidas auditivas leves y moderadas -las más numerosas-, y quizá las más estigmatizadas. Y tratar de romper estereotipos mediante el video social y el humor como palanca de cambio.

Mi impresión personal como paciente y también como profesional de la comunicación es que no se hablaba de la pérdida auditiva. Me preguntaba: ¿por qué me da vergüenza explicarlo? ¿Por qué los anuncios de audífonos solo muestran a gente mayor?

---

## Las narrativas más innovadoras de 2024 (1)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/04/25

---

**Javier Bardají, consejero delegado de Atresmedia: "La regulación es un aliado de la innovación al servicio de las personas, no simplemente al servicio de las cuentas de resultados de las empresas"**

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 02/25/25

---

## Cómo el periodismo de proximidad construye comunidad: cinco estrategias innovadoras

MANUEL ARENAS — 02/18/25

---

¿Conoces el *Local*



repitemelootravez y silviacobo

Audio original

Ver perfil



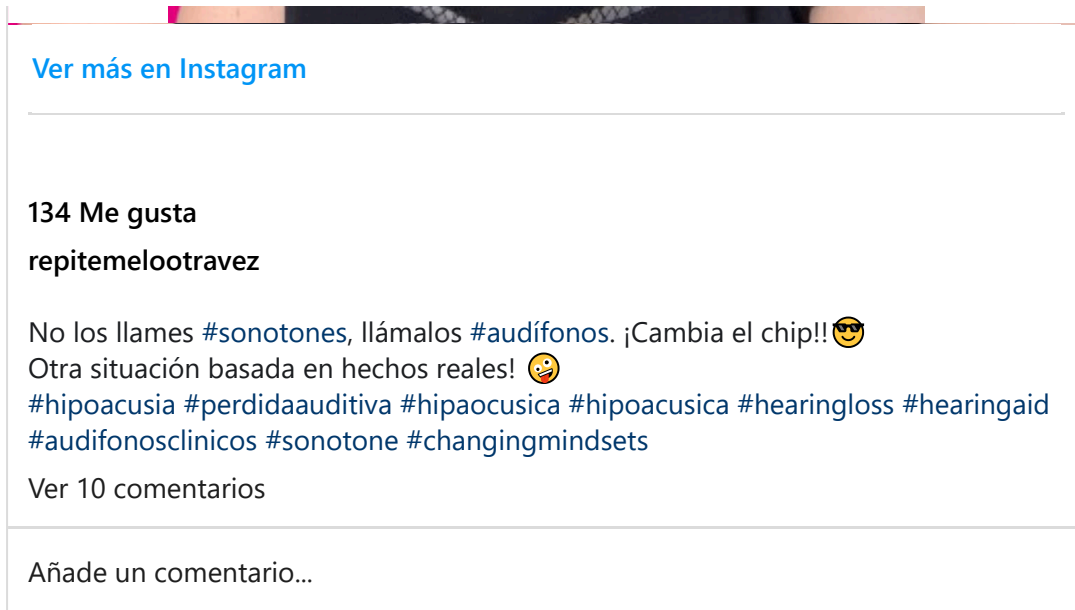
No los llames  
sonotones

## *Data Lab?*

Es un seminario integrado por profesionales, profesores y alumnos que producen historias locales apoyadas en datos

## Descarga gratis el libro *La crisis del informativo televisivo*

Contribuciones a las XIV Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH



Estos dos datos fueron la chispa que necesitaba para que prendiera la llama del proyecto: solo 4 de cada 10 personas con pérdida auditiva lleva audífonos en España, y la vergüenza es el segundo motivo para no llevarlos por la idea de que no son “cómodos”. Lo revela [el estudio Eurotrack Spain](#), que estima que alrededor de un 10% de la población española podría sufrir algún tipo de pérdida auditiva. Además, según el mismo estudio, España está a la cola europea en penetración de audífonos.

## El video social y la crisis de los medios

En mi experiencia como responsable de redes sociales de El Periódico durante los últimos siete años, he visto cómo las redes como Facebook o el antiguo Twitter (ahora X) habían dejado de dar visibilidad al formato

**Descarga gratis el libro *Pistas y tendencias sobre innovación en periodismo***

Este libro recoge los mejores post publicados en el blog durante los últimos cinco años

**Descarga gratis el libro *Mobile first: comunicación***

enlace de terceros -recordemos que muchos medios llegaron a tener hasta un 40% o más incluso de tráfico de Facebook hace solo cinco años-.

Para el desconcierto de los medios, en los últimos años hemos entrado en una nueva era donde esas mismas redes han impuesto el formato nativo para mantener cautivos por más tiempo a los usuarios, dejando fuera de juego, una vez más, a los medios y a sus estrategias de pescar tráfico para sus webs.

Con la disrupción y posterior consolidación de TikTok durante la pandemia, el formato de video vertical, social y corto, empezó a ser el hegemónico, obligando a sus competidores a sumarse a esta nueva ola. Instagram creó los reels, YouTube, los shorts, y el antiguo Twitter empezó a priorizar el contenido audiovisual.

Así lo confirma el Reuters Digital Report 2024 sobre la nueva situación hegemónica del video social, el consumo de videos informativos en las redes sociales y cómo [los periodistas y los medios son eclipsados en estas plataformas](#) por los creadores de contenidos y los *influencers*.

## ***multipantalla***

Contribuciones a las XI Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

## **Descarga gratis el libro *Cómo innovar en periodismo***

Este libro reúne entrevistas a 27 profesionales que han pasado por el Máster

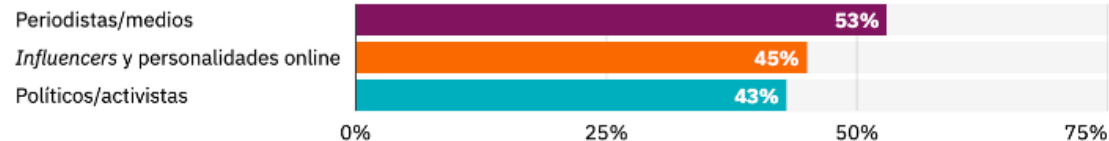
## **Descarga gratis el libro *Innovar en periodismo***

Contribuciones a las X Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

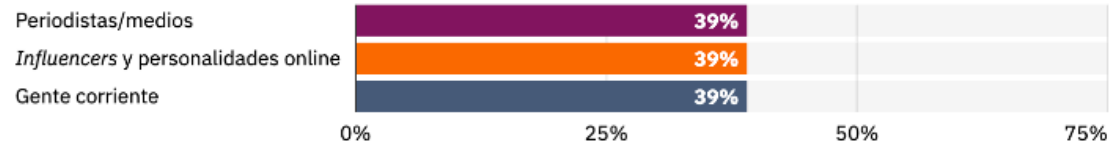
## Porcentaje que presta atención a cada fuente de noticias en cada plataforma

Todos los mercados

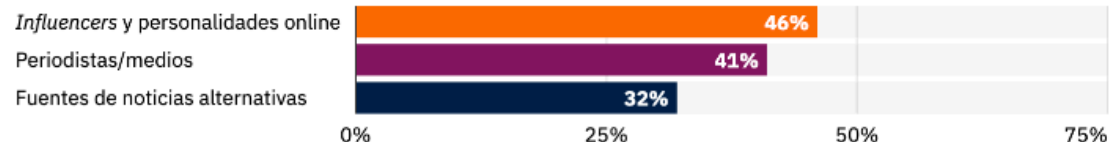
### Twitter/X



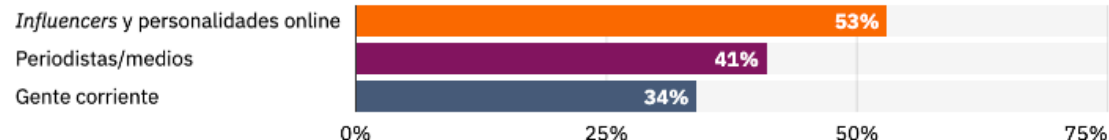
### Facebook



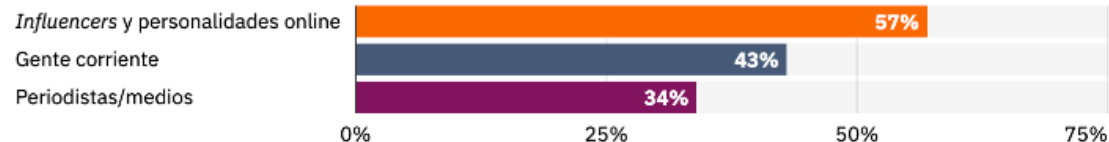
### Youtube



### Instagram



### TikTok



**Q12\_Social\_sources.** You said that you use [platform] for news ... When it comes to news on [platform], which of these sources do you generally pay most attention to? Please select all that apply. Base: Randomly selected news users on Facebook = 22,441, X = 5414, YouTube = 17,614, Instagram = 8997, Snapchat = 909, TikTok = 5694 across all markets.

[Descargar los datos](#) • [Insertar](#)



## Ranking de Innovación Periodística 2014

Descubre este informe que analiza las iniciativas periodísticas más innovadoras en España

## Consulta el *Diccionario del cliché*

Un proyecto de innovación docente desarrollado por profesores y estudiantes del Máster y el Grado en Periodismo de la Universidad Miguel Hernández

## ¿Quieres conocer a otros *periodistas de datos*?

Este innovador proyecto de profesores del Máster te ofrece una lista de

## El estudio de audiencia: empezar escuchando

Yo era hipoacúsica, pero prácticamente no había conocido a nadie más que utilizara audífonos. Tenía mis hipótesis, pero ¿estaban contaminadas por mi realidad personal? Tras la fase de documentación, entrevisté a 16 personas con pérdidas auditivas, todas ellas leves o moderadas. Se trataba de maestros, periodistas, músicos, comerciales, farmacéuticos, administrativos...

Una gran variedad de profesiones y también de causas de esos problemas auditivos: pérdidas congénitas, pérdidas súbitas, por exposición al ruido, por intervenciones, por medicamentos ototóxicos... Todos menores de 60 años y aún no afectados por la presbiacusia, un proceso natural de envejecimiento del oído interno.

A pesar de la heterogeneidad del grupo, detecté problemas comunes. En primer lugar, el momento del diagnóstico ha sido para la mayoría de los entrevistados un momento de gran impacto emocional. Muchos relatan haber transitado un proceso de duelo: porque sí, somos personas que hemos perdido algo que no vamos a recobrar en la mayoría de los casos.

A esta experiencia se le suma la del aislamiento social que supone no ser capaz de seguir una conversación en un grupo grande en un lugar ruidoso. No entender una palabra puede distorsionar el mensaje y priva de entender el resto de conversación. Estar siempre pendiente requiere

profesionales en España y  
Latinoamérica

## Universidad con Sello de Excelencia Europea

La Universidad Miguel Hernández de Elche consiguió el Sello de Excelencia Europea 500+ en 2004, y posteriormente fue renovada en dos ocasiones consecutivas, la primera en 2007 y la segunda en 2009.

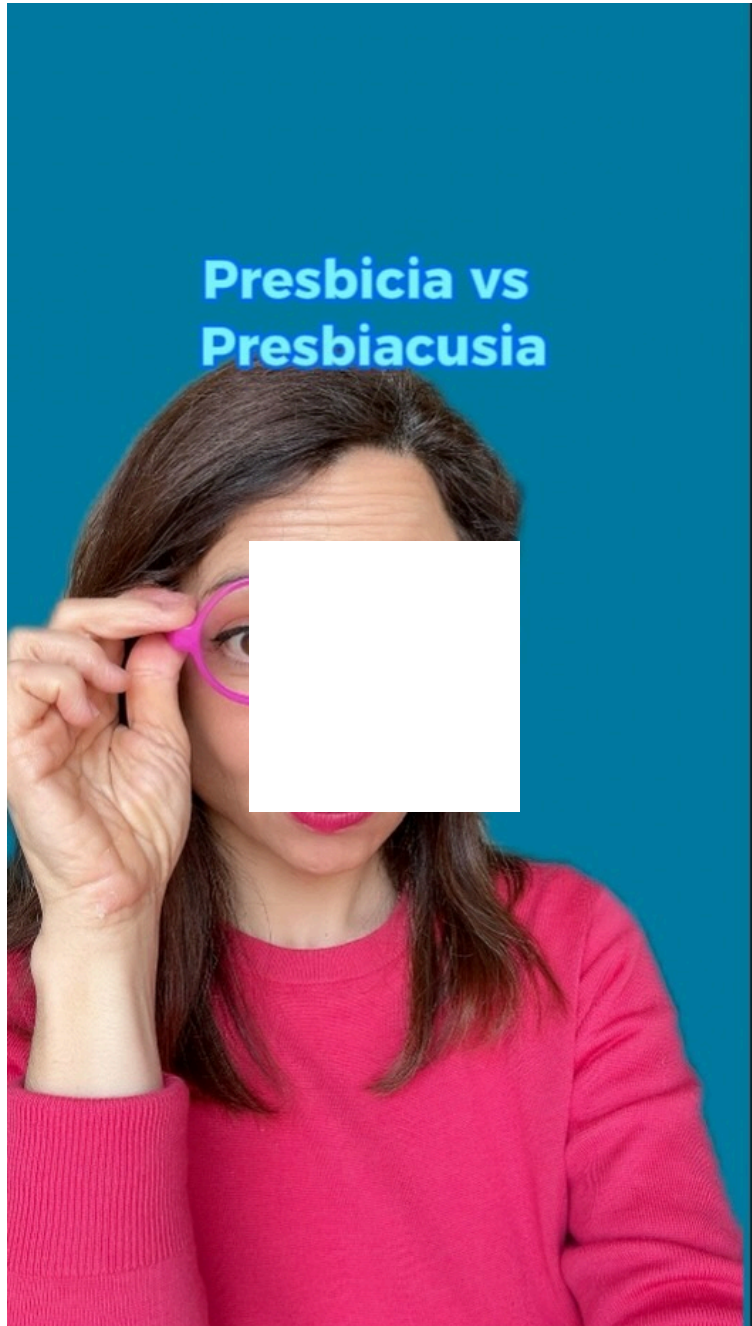
un esfuerzo cognitivo extra. *"Para mi estar con mucha gente es casi como estar solo. Es como una gran metáfora"*, me explicaba un hombre de unos 50 años. *"Cuando hay grupos en los que todos hablan a la vez, desconecto, me canso, me estresa"*.





**repitemelootravez y silviacobo**  
Audio original

Ver perfil



[Ver más en Instagram](#)

80 Me gusta

repitemelootravez

👂 Ya sabemos que llevar #audífonos no es de viejos. Pero ¿Por qué decir que no ves de cerca es motivo de comentario divertido, y en cambio, los mayores ocultan que no oyen bien?

Nuevo capítulo desmontando el #estigma de la #audición. 🙋

#presbicia #gafas #audifonos

#hipoacusia #hipoacusica #presbicia #preabiacusia #sordera #hipoacusico #humor

Añade un comentario...

## El estigma, un dolor común de pacientes e industria

La sombra del estigma es muy alargada. Es lo que aún hoy hace que la mayoría de personas con pérdida auditiva rechacen o retrasen la adaptación de unos audífonos o tengan actitudes de ocultación: "No he ido nunca al trabajo con coleta", me decía una chica de 35 años en el estudio de audiencia.

El estudio también reveló que aún pervive aún la falsa asociación entre audífonos y personas afectadas por la presbiacusia, es decir, las personas mayores de 60 años. La frase "Llevar audífonos es de viejos" es un prejuicio muy arraigado que invisibiliza al resto de pérdidas.

A esto no ayuda el hecho de que el sector audiológico continúe dirigiéndose al target de personas mayores como únicos clientes, o que sigan exaltando la "discreción" y la invisibilidad" como valores para la venta de audífonos. Los clientes así lo piden, argumentan. ¿Estamos ante una pescadilla que se muerde la cola?

En un momento de profundos cambios sociales, en los que se rompen tantos tabús, y en los que las personas con discapacidad reclaman ser los protagonistas de su propia historia, cambiar la perspectiva hacia la diversidad funcional y la superación de barreras físicas y mentales. ¿Por qué debería yo esconder mi audífono? ¿Qué hay de malo en él?

### **Humor y visibilización para atizar el estigma**

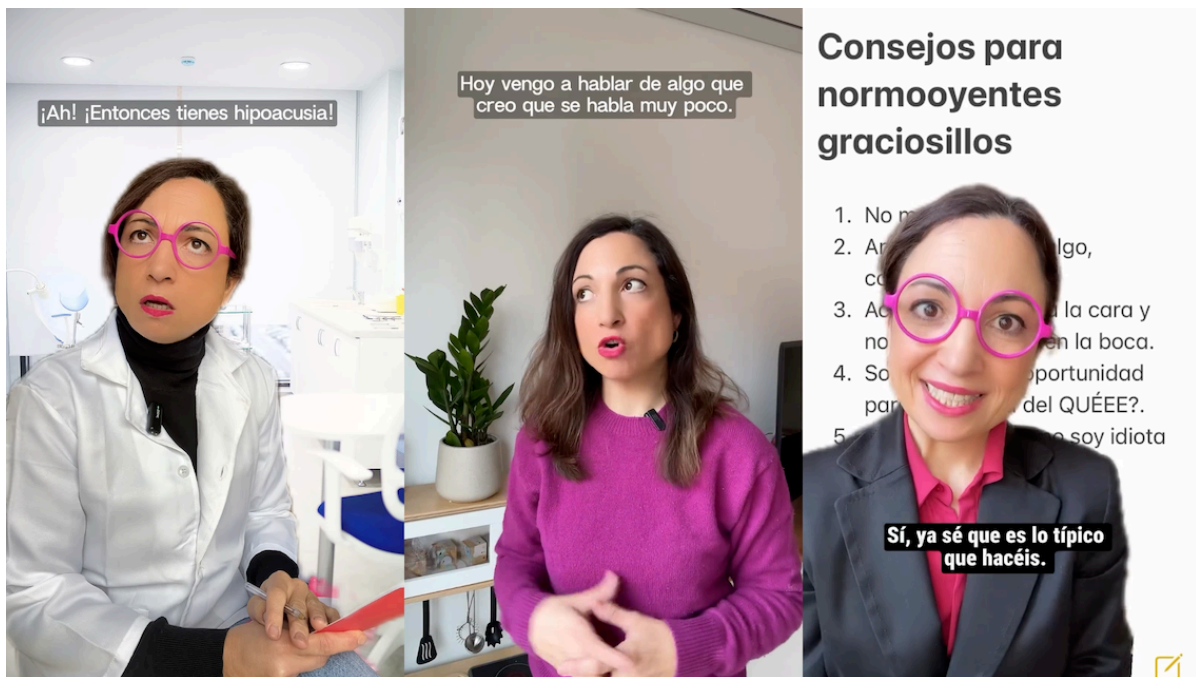
Como un acto de rebeldía ante estas actitudes de ocultación nació ***Repítemelo otra vez***, bajo el lema "Tú llevas gafas, nosotros audífonos". Todo el mundo sabe qué es la miopía, pero mucha gente jamás ha oído hablar de la "hipoacusia". Los problemas de audición no están presentes en las conversaciones cotidianas.

Es por eso que el proyecto tiene tres grandes objetivos: visibilizar, conectar y entretener. Contra la "discreción" tan valorada por el sector audiológico, *Repítemelo otra vez* se muestra y llama la atención -por el tono, por los colores, por el discurso-, para hablar de manera abierta y

directa sobre la propia pérdida auditiva. Y lo hace con videos cortos que tratan de divulgar a la vez que divierten y quitan carga emocional a la pérdida auditiva, buscando la empatía y la conexión del usuario.

¿Se puede hacer chistes sobre la discapacidad propia? Yo creo que sí (y que se lo digan a [@Loquefaltabaporver](#)). Es más, creo que es necesario y sano. El humor contribuye a atacar este longevo estigma que se empeña en seguir entre nosotros, a la vez que tiene la capacidad de atraer a audiencias más amplias.

En mi Mínimo producto viable (MVP), cerca de 60 videos para redes, Instagram se ha mostrado como un mejor lugar para crear una comunidad orgánica y estable, mientras que TikTok requiere una estructura de guion diferente, aun teniendo un potencial grande de viralización en cualquier video. Cada video es un ente independiente: necesitas un buen gancho inicial y asumir que quien te ve, no tiene ni idea de quién eres ni qué haces allí.



Adentrarme en el video social y el humor, sin dejar de ser rigurosa, viniendo del periodismo digital, ha sido un gran reto. Ponerme delante de la cámara, escribir guiones humorísticos con una base divulgativa, y sacar la actriz que no sabía que tenía dentro, me han llevado a salir de mi zona de confort profesional.

El feedback ha sido estupendo: he recibido varias decenas de mensajes de personas que me agradecen cómo abordo el tema, la capacidad de reírse de lo que les pasa, y la posibilidad de crear una comunidad de personas que explican y comparten sus experiencias como hipoacúsicos.

Y también lo he tenido de una parte de la industria que necesita la existencia de referentes independientes que muestren en primera persona la hipoacusia y que hablen del impacto positivo del uso de audífonos, en contra de los viejos mitos que sostienen que estos dispositivos no son cómodos.

Ellos también son parte de este proyecto como colaboradores y anunciantes, según expliqué en el TFM. No en vano, en España se vendieron en 2023 [más de 405.000 audífonos según datos de ANFÍA](#), la asociación nacional de importadores y fabricantes de audífonos, pero nuestro país está lejos de los niveles de penetración de países como Francia o Alemania.

## El futuro de nuestro oído

Las previsiones indican que el tipo de vida que llevamos expuestos a ruidos constantes y a prácticas de riesgo como utilizar auriculares a volúmenes muy altos durante periodos largos de tiempo, hará crecer el número de personas con pérdida auditiva en un futuro cercano. La [OMS alerta](#): en 2050 está previsto que haya casi 2500 millones de personas con algún grado de pérdida de auditiva y 1 de cada 10 necesitará rehabilitación auditiva.

Es por eso que **Repítemelo otra vez** puede tener un desarrollo en diferentes formatos y plataformas, como directos con profesionales, testimonios de hipoacúsicos, encuentros presenciales o un formato

podcast con el mismo objetivo: divulgar, conectar y entretener.

Después de un año envuelta en este tema, me sorprendió saber que en España es muy difícil conseguir el reconocimiento del 33% de discapacidad solo con una pérdida auditiva y que vivimos prácticamente en un desierto de ayudas económicas, a diferencia de lo que ocurre en otros países europeos. Mi sensación es: ¿Por qué es el oído un sentido tan despreciado? Hagamos todo lo posible por cambiar esta situación.



**Silvia Cobo**

Periodista

---

