

# Balún

Proyecto de creación de un espacio informativo  
y experiencia de usuario para la accesibilidad digital

## **Trabajo de Fin de Grado**

Memoria de proyecto

## **Alumna**

Lucía Correa Pedrós

## **Tutores académicos**

Javier Cabrera Correa

María Requena Durán

## **Grado en Diseño**

2021-2022

Universidad de La Laguna

**Balún, un proyecto de:**

Alumna

**Lucía Correa Pedrós**

Tutores académicos

**Javier Cabrera Correa**

**María Requena Durán**

Trabajo de Fin de Grado

Grado en Diseño

Facultad de Bellas Artes

Universidad de La Laguna

Curso académico 2021-2022

Septiembre 2022

©Todos los derechos reservados.

No se permite la reproducción total  
o parcial de los textos o imágenes  
de este documento sin la autorización previa y  
por escrito de los autores.





Me gustaría agradecer, en primer lugar, a mi tutor Javier por poner tantas ganas y esfuerzo en este proyecto como yo, por apoyarme durante todo el proceso, confiar en mis capacidades y enseñarme a querer todavía más al diseño.

También a mi familia, por mostrarme lo importante de crear para todos y todas, servirme de inspiración y por apostar por mí desde el primer minuto.

A Laura, por valorar el compromiso y objetivo de este trabajo, aunque sea desde lejos.

Gracias, en especial, a mi primo Leo.



## Resumen

El presente proyecto ha sido generado, en un principio, hacia un grupo concreto de la población que cumpliera con determinados rasgos y características "peculiares". Tras un tiempo inicial de ideación y adquisición de información contrastada, este público objetivo establecido en un inicio ha ido creciendo, adquiriendo un radio de tipos de usuario cada vez más amplio. Finalmente, y como algo que podría resultar sorpresa de muchos, podría afirmarse que el sujeto concreto hacia el que se enfoca la creación de este trabajo no es ni más ni menos que cualquier habitante del mundo.

La universalidad alude, como su nombre indica, a todo y todos los existentes. Así, se ha generado un portal de información accesible, sin establecer barreras entre "capaces" e "incapaces" y dejando de lado cualquier tipo de discriminación: las obvias y las que se generan por intentar anular estas obviedades. Balún es un soporte digital de información que funciona como cable de unión entre lo que sucede y todo aquel que tenga un mínimo interés en acceder fácilmente a ello, independientemente de su condición.

El mundo es demasiado complejo como para mantener esa complejidad en la forma de narrarlo. Por eso, este proyecto trata de acercar la vida a todos, aplicando las herramientas existentes en el mundo del diseño y esperando una respuesta activa y comprometida por parte de sus hipotéticos consumidores.

### Palabras clave

Lectura Fácil, accesibilidad, discapacidad, experiencia de usuario, universalidad, interfaz, diseño web, navegación, noticias, inclusividad.

## Abstract

This project has been generated, initially, towards a specific group of the population that complies with certain "peculiar" traits and characteristics. After an initial phase of ideation and acquisition of contrasted information, this target audience established at the beginning has been expanding, acquiring an increasingly wide range of user types. Finally, and as something that could come as a surprise to many, it could be affirmed that the specific subject towards which the creation of this work is focused is neither more nor less than any inhabitant of the world.

Universality refers, as its name indicates, to everything and everyone that exists. Thus, an accessible information portal has been generated, without establishing barriers between "capable" and "incapable" and leaving aside any type of discrimination: the obvious ones and those generated by trying to annul these obvious things. Balún is a digital information support that works as a connecting cable between what is happening and anyone who has the slightest interest in easily accessing it, regardless of their condition.

The world is too complex to maintain that complexity in the way of narrating it. For this reason, this project tries to bring life closer to everyone, applying the existing tools in the world of design and waiting for an active and committed response from its hypothetical consumers.

### Key words

Easy to read, accessibility, disability, user experience, universality, interface, web design, navigation, news, inclusivity.

“La forma sigue a la función—que ha sido malentendida.  
La forma y la función deben de ser uno, unidas en una  
unión espiritual”.

**Frank Lloyd Wright**

# Índice

<b>Introducción</b>	<b>10</b>	<b>5. Accesibilidad universal en contenidos informativos</b>	<b>38</b>
<b>Objetivos</b>	<b>11</b>	5.1 Marco legal: el derecho de acceso a las tecnologías, los medios de comunicación y la información pública	38
<b>Metodología</b>	<b>12</b>	5.2 El desarrollo ideológico en PCD	40
<b>A. Fase de investigación</b>	<b>15</b>	<b>6. La importancia de la inclusividad en el lenguaje</b>	41
<b>1. Discapacidad y accesibilidad</b>	<b>16</b>	6.1 El trato a la persona	42
1.1 PCD (Personas con Discapacidad)	16	6.2 El lenguaje y la discapacidad en la comunicación informal y cotidiana	43
Tipos de discapacidad	16	6.3 Aclaración de términos concretos	44
1.2 Limitaciones en la discapacidad intelectual	18	<b>7. Estudio de casos similares</b>	<b>45</b>
1.3 Limitaciones en la discapacidad sensorial	20	7.1 Discapnet	46
1.4 Accesibilidad y universalidad	21	7.2 Plena Inclusión y Planeta Fácil	48
<b>2. La Lectura Fácil</b>	<b>23</b>	7.3 ACCEDES	50
2.1 Qué es y cómo surge la Lectura Fácil	23	<b>8. Trabajo de campo</b>	<b>52</b>
2.2 Necesidad, apoyo y público objetivo	24	8.1 Contacto con el personal de Sinpromi	52
2.3 La IFLA	26	8.2 Curso de Adobe XD y reunión con Juan Manuel Pérez Díaz (JMPD Studio)	53
2.4 Redacción y sintaxis en Lectura Fácil	26	8.3 Encuesta a organizaciones comprometidas con PCD	54
<b>3. Extrapolar la Lectura Fácil al diseño</b>	<b>28</b>	<b>B. Fase de ideación</b>	<b>57</b>
3.1 Pautas de maquetación	28	<b>1. Briefing</b>	<b>58</b>
3.2 Uso de imágenes e ilustraciones	29	<b>2. Cronograma</b>	<b>61</b>
3.3 Uso de iconografía y pictogramas	30		
3.4 El diseño gráfico y la accesibilidad	30		
<b>4. UX y accesibilidad digital</b>	<b>32</b>		
4.1 Las nuevas tecnologías al servicio de la discapacidad	32		
4.2 Los estándares de accesibilidad de W3C para el contenido web (WCAG 2.0)	33		
4.3 La accesibilidad digital en la práctica	35		
4.4 La Responsabilidad Social Corporativa	35		
4.5 Adobe XD. Funciones de accesibilidad	36		

<b>C. Fase de desarrollo</b>	<b>65</b>	<b>7. Material adicional</b>	<b>126</b>
<b>1. Interfaz y navegación</b>	<b>66</b>	7.1 Fanzine sobre la inclusividad en el lenguaje	126
1.1 Presentación de la web	66	7.2 Díptico	135
1.2 Secciones del portal	68	7.3 <i>Email marketing</i>	138
1.2.1 <i>Landing page</i>	68	7.4 Vídeo de presentación	142
1.2.2 Mi perfil	76	<b>8. Identidad Visual Corporativa</b>	<b>144</b>
1.2.3 Contacto	84	8.1 Valores de marca	144
1.3 Flujo de navegación. Interfaz a través de Adobe XD	86	8.2 <i>Naming</i>	145
<b>2. Secciones informativas</b>	<b>88</b>	8.3 Logotipo	147
2.1 Secciones de interés	88	8.4 Tipografía y cromatismos	148
2.2 Navegación en las secciones del portal	90	<b>Conclusión</b>	<b>152</b>
2.2.1 Panel recopilatorio de noticias	90	<b>Bibliografía</b>	<b>153</b>
2.2.2 Pantalla de lectura del artículo	94	<b>Anexos</b>	<b>156</b>
<b>3. Estilo gráfico del portal</b>	<b>96</b>	<b>Manual de Identidad Visual Corporativa</b>	<b>171</b>
3.1 Presencia del color	96		
3.2 Ilustración y personajes	99		
3.3 Iconografía	104		
<b>4. Consejo editor y planteamiento de financiación</b>	<b>106</b>		
4.1 Plantilla del portal y flujo de trabajo	106		
4.2 Colaboración y periódicos	109		
4.3 Ministerio de Derechos Sociales	110		
<b>5. Rasgos de accesibilidad en la navegación</b>	<b>112</b>		
5.1 Reproducción en audio	112		
5.2 Ventana de estadísticas	114		
5.3 Extensiones de Google Chrome	116		
<b>6. Versión móvil y tablet</b>	<b>118</b>		
6.1 Vídeo de muestra	118		
6.2 Previsualización de las secciones	120		

# Introducción

La presencia de las discapacidades tanto físicas como intelectuales acompañan al hombre desde el inicio de su existencia, y la manera de tratarlas ha evolucionado con él. Sin embargo, se trata de un dato objetivo que, a pesar de una transformación en la forma de percibir las discapacidades y de adaptar el planeta a las personas que las tienen, estas se encuentran en un escalón (social, político,...) distinto a aquellas que no presentan discapacidad.

Si bien es cierto que la adaptación total del entorno a discapacidades físicas no ha terminado de resultar implantada, en el caso de las discapacidades intelectuales y sensoriales esta adaptación se encuentra aún más lejos de ser una realidad por el simple motivo de que resulta complejo encontrar medios físicos que la permitan. Sin embargo, no sólo se puede afirmar que estas metodologías de inclusión existen, sino que cada vez se consideran en mayor medida establecidas por parte de las grandes corporaciones. Tales medidas resultan beneficiosas en varios sentidos, destacando entre ellos que supone un aumento en el rango de potenciales clientes para la marca y un fácil acceso a la información por parte de los usuarios con discapacidad intelectual o sensorial.

Es así como se ha desarrollado este proyecto, diseñando información accesible. Con la elaboración de este soporte web de noticias se pretende no sólo llegar a un máximo hipotético de lectores sino que se procura distender un sentimiento de pertenencia a la ciudadanía a aquellas personas que, por desgracia y diversos motivos, tienden a pasar por alto.

Una de las metodologías de inclusión aplicables al diseño, la literatura e incluso el periodismo es la conocida como Lectura Fácil, nacida en Suecia y extendida al resto del planeta en los últimos años. Esta será la metódica principal, enfocada en el ámbito del periodismo y la comunicación, que se aplicará para el tratamiento de textos, imágenes y maquetación en general del presente trabajo.

# Objetivos

## Objetivos generales

- Utilizar el diseño web y editorial como vía principal para la elaboración de un entorno informativo dotado de un carácter inclusivo a nivel de accesibilidad, aplicando las herramientas y condiciones que ello conlleva.
- Conseguir una universalidad lo más desarrollada posible dentro de unos márgenes que permitan manifestar cierto manejo del diseño y la estética.

## Objetivos específicos

- Generar un portal web complementado por una versión móvil para su uso en soportes que permitan un fácil acceso al contenido.
- Crear una imagen unificada y reconocible, así como cercana al usuario, de manera que no encuentre límites a la hora de navegar.
- Introducir contenido real, adaptado al usuario a nivel visual y de contenido.
- Implementar el método de Lectura Fácil como factor innovador y característico, de manera que se pueda explotar favoreciendo al usuario y haciendo que el proyecto destaque entre sus posibles competidores.
- Explotar los conocimientos adquiridos durante la etapa universitaria en materia de diseño web, editorial y gráfico.

# Metodología

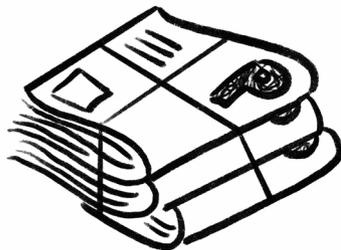
El proceso de creación del presente proyecto ha resultado una amalgama de información recabada, gráficos hechos y deshechos, experimentaciones y todas las adaptaciones del desarrollo en sí al lenguaje de la accesibilidad. De esta manera, se han ido mezclando, a pesar de cumplir con un cronograma concreto, los procesos creativos con los teóricos y con los experimentales. Así, en cierto modo, todas las fases de creación del proyecto han resultado respaldados por información objetiva en cuanto a forma y contenido y en su complementación con un criterio artístico personal.

Sin embargo y a pesar de esta presentación de una perspectiva de carácter algo más liberal de la línea de trabajo, se han establecido tres fases para el correcto desarrollo formal del proyecto.





## A. Fase de investigación



En esta primera fase del proyecto ha sido fundamental implantar un contacto lo más directo posible con el tópico a tratar. Su desarrollo fue clave para definir de forma concreta la perspectiva del proyecto en cuanto a la cercanía con los usuarios potenciales y al establecimiento de los objetivos generales y específicos. Del mismo modo, el proceso de investigación y recopilación de información resultó un aliciente para concretar el carácter del proyecto, pues sirvió como ventana directa hacia la necesidad social del desarrollo de ambientes accesibles tanto a nivel material como digital.

Cabe destacar que la fuente de información principal fue la navegación en espacios web relacionados con el tópico. Sin embargo, fueron de igual relevancia otras formas de observación en primera persona tales como el contacto directo con personas con discapacidad y un análisis subjetivo sobre sus posibles necesidades.

# 1. DISCAPACIDAD Y ACCESIBILIDAD

Desde un inicio, la función principal de este proyecto fue elaborar una herramienta que facilitase la vida de las personas con discapacidad intelectual y sensorial. Poco después, surgió como idea mantener ese propósito pero incluyendo como objetivo que el soporte generado resulte de interés general entre la mayor parte de la población, evitando lo que en cierto modo resultaría una “denigración” hacia el sector poblacional que no presenta discapacidad y estableciendo un *target* lo más amplio posible. Fue así como se fusionaron los conceptos de accesibilidad y universalidad. A continuación se desarrollan los conceptos estudiados en relación a lo anteriormente expuesto

## 1.1 PCD. Tipos de discapacidad

La RAE define el término discapacidad como “Situación de la persona que por sus condiciones físicas o mentales duraderas se enfrenta con notables barreras de acceso a su participación social.”

Sin embargo, en el ámbito de actuación que tratamos, es necesario situar una definición de mayor precisión por la delicadeza del tópico. Por tanto, se utilizará como base teórica a lo largo del presente documento la definición propuesta por la OMS para referirnos al concepto de discapacidad. Según la OMS (Organización Mundial de la Salud), la discapacidad es un fenómeno complejo que refleja una relación estrecha y al límite entre las características del ser humano y las características del entorno en donde vive.

A raíz de este significado se establece una correlación directa entre la particularidad propia del individuo con las peculiaridades de su entorno. La discapacidad en sí no es una palabra que se limite al ámbito clínico y de la salud, y sus implicaciones se relacionan más con el mundo de lo social: el urbanismo, la arquitectura, la política, etc. De esta manera, es la presencia del entorno la que condiciona en gran medida las formas de interacción del usuario, además de la naturaleza singular de cada persona.

La existencia de una discapacidad implica, por tanto, una dificultad u obstáculo para la participación del usuario en su entorno en comparación con aquellas personas que no la presentan e incluso el propio sujeto con discapacidad en un momento anterior de su vida.

Socialmente, la presencia de las discapacidades implica un compromiso general, no únicamente dirigido a las personas que las presentan. Se trata de un deber común la adaptación de los espacios físicos y virtuales para resultar asequible para todas y todos.

Según varias investigaciones al respecto, se establecen seis tipos de discapacidad, clasificándolas según el carácter de sus limitaciones. Cabe destacar que, a pesar de que se expongan estos seis grupos a continuación, destacan (por una generalización de su presencia) las tres primeras.

- Discapacidad física. Reciben este nombre los tipos de limitación producidos por la existencia de una problemática que nace de una disminución o no presencia de capacidades físicas o motoras, tales como la pérdida de una parte del cuerpo o de su funcionalidad. Suele surgir en contacto de problemas modulares<sup>1</sup>, accidentes,

traumatismos craneoencefálicos, enfermedades médicas generadoras de limitaciones físicas, amputaciones, malformaciones congénitas o accidentes cerebrovasculares.

- Discapacidad sensorial. Se refiere a la presencia de limitaciones relacionadas con la existencia de fallas en alguno de los sentidos que permiten la percepción del medio externo e interno. Existen alteraciones en todos los sentidos, si bien las de mayor impacto son la discapacidad visual y la discapacidad auditiva.
- Discapacidad intelectual. Se define como toda aquella limitación del funcionamiento intelectual que dificulta la participación en la sociedad y el entorno o el desarrollo de la autonomía personal o de ámbitos como el académico o laboral. Existen distintos grados y tipos, con distintas implicaciones por el tipo de dificultades que presentan, los cuales se expondrán más adelante.
- Discapacidad psíquica o enfermedad mental. Se trata de una situación en la que se presentan alteraciones de tipo conductual. "Se define como una alteración del tipo emocional, cognitivo

**1. El término «lesión medular» hace referencia a los daños sufridos en la médula espinal a consecuencia de un traumatismo (por ejemplo, un accidente de coche) o de una enfermedad o degeneración (por ejemplo, el cáncer).**

**2. Según la Confederación Española de Agrupaciones de Familiares y personas con Enfermedad Mental.**

**3. La Base Estatal de datos de personas con discapacidad (año 2014) recoge que en España hay 256.426 personas con una discapacidad intelectual reconocida, siendo el 9% del total de personas con discapacidad reconocida en España. Hay una mayor presencia de hombres, el 57% son hombres y el 43% mujeres y, por edad, la franja donde se agrupan más personas es entre 35 y 64 años. Las cifras corresponden a personas con grado de discapacidad reconocido igual o superior al 33%, siendo la intelectual la principal discapacidad (no se incluyen trastornos del desarrollo).**

y/o comportamiento, en que quedan afectados procesos psicológicos básicos como son la emoción, la motivación, la cognición, la conciencia, la conducta, la percepción, la sensación, el aprendizaje, el lenguaje, etc. Lo que dificulta a la persona su adaptación al entorno cultural y social en que vive y crea alguna forma de malestar subjetivo”<sup>2</sup>.

- Discapacidad orgánica o visceral. Se presenta cuando la afectación reside en los órganos o vísceras, afectando al aparato respiratorio, cardiovascular, digestivo, urinario e inmunológico. Esto implica en la mayoría de ocasiones déficits de las estructuras musculares, limitando el movimiento de las extremidades.
- Discapacidad múltiple. Esta última subdivisión se deriva de una combinación de limitaciones a su vez derivadas de las limitaciones anteriores.

## **1.2 Limitaciones en la discapacidad intelectual**

La discapacidad intelectual implica limitaciones en el funcionamiento intelectual, además de la conducta adaptativa. Así, el funcionamiento intelectual se sitúa por debajo del promedio y es común que se encuentre presente en edades tempranas, de manera que limita el desarrollo de las actividades cotidianas.

Según las cifras de la organización Plena Inclusión, el 1% de la población española tiene algún tipo de discapacidad intelectual o del desarrollo<sup>3</sup>.

Se presentan tres áreas que clasifican las habilidades de adaptación de las personas con discapacidad intelectual:

- Área conceptual: capacidades para memorizar, leer o calcular.
- Área social: conciencia de los pensamientos y emociones de las personas que rodean al usuario y sentido de percepción de la realidad social.
- Área práctica: capacidades para el cuidado personal, organización de tareas, seguridad, salud,...

El desarrollo personal de las personas con discapacidad intelectual varía en función del grado de discapacidad clasificándola de la siguiente manera<sup>4</sup>:

- Inteligencia límite: engloba a las personas que no tienen una discapacidad intelectual pero su cociente intelectual (CI) oscila entre 71 y 85 puntos, lo que perjudica a su reconocimiento.
- Discapacidad intelectual leve: en este grado se sitúa el 85% de las personas que tienen discapacidad intelectual. Se sitúan entre los 50 y 70 puntos de CI. Pese a esto, estas personas pueden mantenerse en el sistema educativo y profesional aunque su tiempo de aprendizaje sea más extendido del habitual.
- Discapacidad intelectual moderada: su CI se sitúa por debajo de los 50 puntos. Necesitan supervisión constante, pero tienen cierto grado de autonomía.
- Discapacidad intelectual grave: su CI se sitúa entre los 20 y 35 puntos. Al igual que en el caso anterior, necesitan ser constantemente supervisados, pero en esta tipología la persona presenta daños neurológicos, afectando

así a su capacidad lectora y numérica de forma casi completa. Legalmente, se les considera incapaces de tomar decisiones por sí solos/os.

- Discapacidad intelectual profunda/pluridiscapacidad: es apenas frecuente. Con una esperanza de vida muy reducida, su CI es inferior a 20 puntos.

Conociendo los tipos de discapacidad intelectual, se incluyen entre ellos distintas variaciones, algunos con diferenciaciones específicas y muchos otros carecen de denominación. Se encuentran, entre muchos otros: el Síndrome de Down, la parálisis cerebral, el autismo,...

Independientemente del grado de discapacidad intelectual, existen ciertas características comunes entre las limitaciones y condiciones que se encuentran de manera implícita en las personas que las presentan, entre ellas:

- Necesidad de apoyo generalizado para la realización de actividades cotidianas.
- Limitaciones en la comunicación y comprensión del entorno, lo cual requiere sistemas alternativos de comunicación.

**4. Clasificación por La Asociación Internacional para el Estudio Científico de las Discapacidades Intelectuales (AAIDD).**

5. El daltonismo y otros tipos de alteraciones de la misma índole no cursan como una discapacidad visual como tal porque la persona se adapta a su forma de ver salvo que sea parte de un diagnóstico de otra patología visual.

6. Según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) en España existen más de un millón de personas con discapacidad auditiva en distinto grado y tipo.

- Trastornos en la conducta, tales como dificultad para relacionarse, lo cual desemboca en comportamientos agresivos hacia sí mismos y otras personas.
- Aparición de comportamientos obsesivos y/o intereses muy restringidos, que pueden estar condicionados por la propia discapacidad o por la falta de experimentación.
- Necesidad de desenvolverse en entornos estructurados, rutinarios y predecibles.
- Falta de consciencia del peligro y los riesgos

### 1.3 Limitaciones en la discapacidad sensorial

Tal y como consta en el comienzo del apartado, la discapacidad sensorial está caracterizada por la pérdida o disminución de una o varias funciones sensoriales (respectivas a los sentidos). Su clasificación se compone de:

- Ceguera: también se le conoce como discapacidad visual grave o deficiencia visual, se trata de una alteración sensorial que conlleva una limitación total o muy grande de la función visual. En España afecta a unas 70.000 personas, siendo la miopía magna una de las causas más comunes de la misma. Legalmente, la ceguera que reconoce la Administración se trata de una pérdida de visión en uno o dos ojos con una visión con agudeza visual por debajo de 20/200. Se identifican varios tipos de discapacidad visual, según sus grados y otras características (baja visión, ceguera legal, deterioro de la visión distante, deterioro de la visión cercana, discapacidad visual unilateral,...)<sup>5</sup>.
- Sordera: es la falta completa o disminución de la capacidad de oír<sup>6</sup>. Esta discapacidad, sobre todo en casos graves, suelen afectar también al desarrollo del lenguaje, puesto que la vía principal de desarrollo del lenguaje y

## 1.4 Accesibilidad y universalidad

el habla es la audición. La capacidad comunicativa depende, entonces, de cuanto se desarrolle esta discapacidad, siendo más o menos limitante en función de ello. Su clasificación es la siguiente: sordera prelocutiva (la pérdida de audición se presenta antes de la adquisición de las capacidades comunicativas), sordera postlocutiva (cuando la pérdida auditiva está presente después de la adquisición del lenguaje). Los grados de pérdida auditiva se clasifican en: pérdidas medias (pérdida de entre los 41 y 70 DB), severas (de entre los 71 y 90 DB) y profundas (de entre los 91 y 100 DB).

- Sordocegera: es la coexistencia de las discapacidades sensoriales anteriormente mencionadas. Se trata de una pluridiscapacidad que afecta en la forma de percibir el entorno, dificultando en alto grado el proceso de aprendizaje y desarrollando problemas que afectan a la conducta y el desarrollo de la personalidad.

A la hora de abordar, tratar y elaborar un contenido creado para todas y todos, es crucial un manejo de los conceptos que se refieran al significado que este rasgo conlleva. De esta manera, se estudian las evidencias sobre la universalidad, la accesibilidad y el concepto de accesibilidad universal, que hace referencia a una característica que engloba los dos conceptos anteriores y que será la metodología básica que se seguirá de aquí en adelante.

La RAE define el concepto de universal, entre otras de sus acepciones, como “2. *adj.* Que comprende o es común a todos en su especie, sin excepción de ninguno; 4. *adj.* Que pertenece o se extiende a todo el mundo, a todos los países, a todos los tiempos; 5. *Adj.* Que por su naturaleza es apto para ser predicado de muchos”. En este sentido, se maneja el término como algo común, que hace alusión y se refiere a algo que concierne a todas y todos. A raíz de esta definición, no se comprende como aquello que se adapte o se diseñe para una persona con capacidades diferentes ni con discapacidad, sino a cualquier cosa que se refiera al mundo y a todas/os sus habitantes, teniendo en cuenta como algo implícito la diversidad en sus rasgos.

Por otro lado, el concepto “accesibilidad” alude a una connotación de adaptabilidad

y de modificación de un aspecto que, por su propia naturaleza, no resulta del todo viable en cuanto a su uso o manejo para determinados usuarios. La definición formal de "accesible" es "Que es de comprensión, uso o entendimiento sencillo".

Establecida esta ligera diferencia entre ambos términos, se define el concepto de accesibilidad universal como "La condición mediante la que un entorno es plenamente accesible a todos los individuos, sin importar si estos sufren de alguna discapacidad que dificulta su interacción con dicho entorno". Por lo tanto, tras este estudio, se estableció como uno de los objetivos generales del proyecto conseguir una universalidad, algo que por su naturaleza resulte accesible y que no se limite únicamente por las condiciones de personas con discapacidad, aunque estas resulten una prioridad a la hora de su elaboración.

Aplicando lo anterior al área creativa, se introduce el concepto de diseño universal como "Una forma de diseño que crea productos o espacios de fácil acceso a la gran mayoría de personas. También se conoce como diseño para todas las personas. Trata de que el espacio o producto sea accesible cuando solo es una idea, no cuando ya está hecho<sup>7</sup>"

#### 7. Definición de Plena Inclusión del diseño universal.

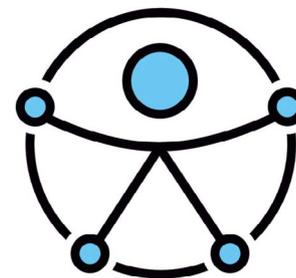


Figura 01: Símbolo de la Accesibilidad Universal de la ONU. Fuente: Página web de las Naciones Unidas: <https://www.un.org/dgacm/es/content/accessibility>

## 2. LA LECTURA FÁCIL

Una vez concluida la investigación relativa a las limitaciones y condiciones que implican las discapacidades, fue necesaria la búsqueda de un método que consiguiese resolverlas de manera gráfica. Realmente, el concepto de la Lectura Fácil estuvo presente desde el comienzo del proyecto, pero resultó imprescindible una exploración profunda sobre el tema que permitiera definir el soporte sobre el que se aplicaría el método, resultando así innovador, facilitador y, sobre todo, universal.

### 2.1 Qué es y cómo surge la Lectura Fácil

La Lectura Fácil es “un método que recoge un conjunto de pautas y recomendaciones relativas a la redacción de textos, al diseño y maquetación de documentos y a la validación de la comprensibilidad de los mismos, destinado a hacer accesible la información a las personas con dificultades de comprensión lectora”.<sup>8</sup> Estos textos siguen las directrices internacionales de la IFLA<sup>9</sup> y de Inclusion Europe en cuanto al lenguaje, el contenido y la forma.

Este método de redacción nace en Suecia, en 1968, reflejándose en el primer libro publicado a través del Centro de Lectura Fácil creado ese mismo año a instancias de la Agencia Sueca de Educación. Años más tarde, en la década de los 80, se aplicó la Lectura Fácil al periodismo, surgiendo el primer periódico en Lectura Fácil denominado “8 páginas”, también en Suecia. En 1997, se publicaron las directrices de la IFLA, que determinarían de forma oficial las pautas a seguir para un uso adecuado de este método. Ya en los 2000, se introduce el tópico en España, publicando documentos como la Constitución Europea (ilustrada por Forges) y una adaptación de El Quijote en Lectura Fácil. A raíz de estos primeros sucesos, la integración, el uso y el reconocimiento de este método de redacción y diseño fue ganando peso a nivel internacional.

8. Definición de La Asociación Española de Normalización.

9. International Federation of Library Associations and Institutions.

## 2.2 Necesidad, apoyo y público objetivo

La Lectura Fácil (LF) se dirige a un amplio colectivo, desde personas con una escolarización deficiente hasta personas con dislexia o discapacidad intelectual. La promoción de materiales de LF es una cuestión, además de accesibilidad, de democracia. Existen estudios que muestran que entre el 25 y el 50% de la población adulta mundial no alcanza el grado de alfabetización o destreza lectora<sup>10</sup>. Por lo tanto, se trata de un derecho democrático y de un factor de calidad de vida el acceso a la Lectura Fácil. Existen varias instituciones en el apoyo de este método:

- Las Normas uniformes de las Naciones Unidas. La norma N°5 declara que los gobiernos deben desarrollar estrategias para hacer servicios informativos accesibles para PCD, estimulando especialmente medios como televisión, radio y periódicos. La norma N°10 afirma que las PCD deben poder participar en actividades culturales sobre una base de igualdad, incorporando métodos accesibles para la literatura, las películas,...
- El Manifiesto de las bibliotecas públicas de la UNESCO. Adoptado en 1994, proclama que los servicios de las bibliotecas públicas y escolares se proporcionan bajo el principio

de igualdad de acceso para todas/os, y que los servicios y materiales específicos se deben proporcionar a los usuarios que no pueden, por cualquier motivo, utilizar de forma regular servicios y materiales: minorías lingüísticas, PCD,...

- Carta para el Lector de la Asociación Internacional de Editores y la Comisión Internacional del Libro. Estipula que la lectura es fundamental para el desarrollo personal del individuo y su enfoque sobre el mundo y otras personas y que los editores tiene obligaciones con los lectores y que deberían tener como objetivo la calidad en cuanto a la edición, la producción y el servicio.

Con esto, cabe una identificación de grupos consumidores de material en LF, varios de los cuales se corresponden con la clasificación anteriormente expuesta de personas con discapacidad intelectual y sensorial y a las que se le suman otros grupos de personas. Así, se distinguen dos grandes grupos: personas con discapacidad y necesidad permanente de material en LF y lectores con competencia lingüística o lectora limitada que, durante un periodo temporal, encuentran útiles este tipo de materiales.

10. Encuesta Internacional de Alfabetización de Adultos, 1998.

De esta manera, se distinguen, en el principal público objetivo de consumo: personas con discapacidad intelectual; personas con dislexia y otras dificultades lectoras; personas con discapacidad neuropsiquiátricas tales como TDAH o autismo; personas sordas prelocutivas; personas sordociegas (requieren de material en LF adaptado a braille); personas con afasia; personas con demencia; inmigrantes recientes y otros hablantes no nativos de una lengua; personas de baja alfabetización y niños.

Debido a la gran disparidad que se presenta entre las características del público objetivo, es normal creer que sus necesidades resulten muy diferentes entre sí. La realidad es que existen más factores que unen de los que separan a los públicos objetivos, de manera que la mayoría de publicaciones publicadas en LF pueden resultar útiles para personas con diferentes problemas de lectura. Resulta muy complicado que todos los productos de LF se adapten a todos los lectores de todas las audiencias objetivo. No todas las personas de un mismo grupo objetivo resultan satisfechos tras la lectura o consumición de un mismo producto de LF, pero el principal motivo tiende a relacionarse en mayor medida con una cuestión de intereses personales y situaciones vitales del usuario.



Figura 02: Logotipo oficial de la Lectura Fácil. Fuente: Página web de Plena Inclusión: [www.plenainclusion.org](http://www.plenainclusion.org)

## 2.3 La IFLA

La Federación Internacional de Asociaciones e Instituciones Bibliotecarias es una organización internacional, no gubernamental, que mantiene formales relaciones asociadas con UNESCO. Su objetivo es promover la comprensión, cooperación, discusión, investigación y desarrollo internacional en todas las áreas de la actividad bibliotecaria y las ciencias de la información. Dado su compromiso, esta asociación publicó en 1997 un documento denominado "Directrices para materiales de Lectura Fácil", revisado en 2010 por varios de sus miembros de la Sección de Servicios Bibliotecarios a Personas con Necesidades Especiales (LSN): Misako Nomura, Gyda Skat Nielsen y Bror Tronbacke. Estas directrices tienen los propósitos de describir la naturaleza y la necesidad de publicaciones de LF; identificar los principales grupos destinatarios de estas publicaciones; y ofrecer sugerencias a los editores de materiales de LF y a los organismos que prestan servicios de este tipo. Es por este último propósito por el que se ha escogido este documento como referencia para una correcta elaboración del proyecto, respondiendo de la manera más audaz posible a las necesidades de los usuarios a los que se dirige.

## 2.4 Redacción y sintaxis en Lectura Fácil

Además del diseño y la maquetación (protagonistas de este proyecto), la redacción, el lenguaje y el contenido del material en Lectura Fácil es crucial para la elaboración de cualquier material bajo esta clasificación. Así, las directrices principales a seguir para que un texto sea fácil de leer y comprender se resumen en los siguientes puntos:

- Redactar de manera concreta, evitando el lenguaje abstracto.
- Seguir un hilo narrativo único, lógico y con continuidad.
- Redactar una introducción concisa, sin implicar a demasiados personajes.
- Evitar un uso excesivo de lenguaje simbólico (metáforas,...).
- Ser conciso, dividir las acciones en varias oraciones y organizar las palabras en una oración simple dentro de una misma línea, dentro de lo posible.
- Evitar palabras complejas, pero utilizar un lenguaje adulto y dignificante, sin caer en la infantilización. Un texto en LF no es lo mismo que una adaptación infantil.

- Explicar situaciones complicadas de manera concreta y lógica, respetando la cronología.
- Evaluar el material con grupos de potenciales lectores para comprobar la efectividad del trabajo.

A pesar de estas limitaciones, siempre existirán excepciones en las que utilizar un lenguaje sencillo no resulta tan fácil. Así, es importante no ser excesivamente dogmática/o, respetando en cierto modo la naturaleza de los textos y evitando utilizar directrices demasiado limitantes. Cualquier contenido creado no será al 100% apropiado para cualquier usuario, ya que existen innumerables limitaciones que no permitirán un consumo adaptado en su totalidad. Crear contenido en LF siempre se verá condicionado por la presencia de consumidores a los que resultará imposible acceder y satisfacer sus necesidades. Es aquí donde el concepto de universalidad se ve limitado. Sin embargo, fue tras esta investigación sobre los textos en papel y en soportes físicos cuando se comenzó a plantear el uso de un soporte digital, con la finalidad de dotar al proyecto de un carácter lo más global posible, teniendo en cuenta que la esencia del diseño estaría presente y que no cabe una creación 100% global y universal.

Del mismo modo, cabe destacar una ligera diferencia entre el contenido literario y el trabajo periodístico en LF: las personas encargadas de la edición de libros determinan el nivel del lenguaje y del contenido según el grupo objetivo particular para cada título. Por el contrario, un periódico de LF mantiene generalmente la consistencia en el nivel del lenguaje y la complejidad del contenido, permitiendo ligeras variaciones entre artículos en función del tema a tratar. Sin embargo, un periódico de LF tiene los mismos criterios informativos que un periódico regular. El principal objetivo para un periódico en LF es comunicar noticias e informar de hechos complejos de un modo claro y sencillo. Este hecho también resultó un aliciente para tratar el tema del periodismo dado que refuerzan el carácter universal por comparar las características entre las versiones de Lectura Fácil y su equivalente en "lectura convencional".

Se reitera en que no todas las noticias pueden comunicarse en términos sencillos. Por lo tanto, del mismo modo que no debemos esperar que todos los lectores entiendan todos los contenidos de un periódico normal ni interesarse por los mismos tópicos, es de gran relevancia saber que sucede lo mismo con el público al que nos dirigimos a través de la LF.

### **3. EXTRAPOLAR LA LECTURA FÁCIL AL DISEÑO**

Tal y como se expone con anterioridad, seguir ciertas directrices resulta, en cierto modo, excesivamente limitante. En el caso de la Lectura Fácil, estas podrían afectar a la hora de redactar, como consta en el apartado anterior, pero también en la creación de contenido a nivel gráfico. A continuación se exponen las pautas que dicta la IFLA en sus directrices para una correcta aplicación del diseño en los materiales de LF.

#### **3.1 Pautas de maquetación**

La maquetación en Lectura Fácil debe ser limpia y atractiva. Márgenes anchos y espacios generosos convierten un texto en más accesible. El texto debería repartirse en secciones con un número limitado de líneas por página, y las palabras de una oración simple deben encajar en una única línea, esto es, las líneas deben respetar las unidades sintácticas de los textos. Los libros y periódicos deberían tener una apariencia atractiva y, si se dirigen a adultos, deberían evitar una imagen infantil.

El papel debe ser de una calidad sustancial, y debe existir suficiente contraste entre el fondo y los elementos gráficos. La tipografía debe ser clara y bastante grande, pues la experiencia indica que un tipo claro con remate (tipo Times) o sin remate (tipo Helvetica) son buenas elecciones para que funcionen las partes del texto, recomendándose como cuerpo idóneo uno de 11-12 puntos como mínimo. Se recomiendan márgenes anchos e interlineados generosos, así como el texto en bandera (alineado a la izquierda, nunca justificado). Las palabras no se deben partir, ni entre líneas ni entre páginas, y el contenido debe distribuirse en bloques para que exista una fácil diferenciación por parte del/la lector/a.

### 3.2 Uso de imágenes e ilustraciones

No se deben utilizar más de dos fuentes diferentes, y evitar el uso de cursivas (u oblicuas), negritas, subrayados, así como efectos tipográficos tales como las sombras, los adornos, etc. En cuanto a numeración, se recomienda el uso de números elzevirianos, pues mejoran la legibilidad.

En el contexto de los materiales de LF, las ilustraciones e imágenes tienen frecuentemente un papel más importante que en otro tipo de publicaciones. Una imagen debe por tanto representar concretamente lo que se describe en el texto, mejorando la comprensión y aclarando el mensaje. Del mismo modo, una imagen podría utilizarse para comunicar una dimensión adicional para el texto, lo cual ha generado cierta controversia sobre el uso de imágenes abstractas. Si bien es cierto que podrían llegar a resultar confusas para ciertos usuarios, la experiencia indica que las imágenes no realistas funcionan bien para la audiencia de LF, incluidas personas que entienden e interpretan el mundo de un modo concreto. Las imágenes abstractas permiten representar conceptos como emociones o pensamientos que se mencionan en el texto.

En España, la conocida como Norma UNE, explica cómo utilizar las imágenes en Lectura Fácil. Así, se hace mención de la importancia de un fondo plano, del significado de los colores, de su ubicación en complementación con el texto y de su conexión directa con el mismo. Una vez más, es muy importante evitar el uso de grafismos que tengan un carácter infantil si queremos dirigirnos a un público adulto.

### 3.3 Uso de iconografía y pictogramas

Un pictograma o pictografía es un símbolo que representa un concepto o un objeto mediante una ilustración sencilla. Los materiales de LF con pictogramas ayudan a las personas con discapacidad intelectual y cognitiva (sensorial) a comprender el contenido. Los pictogramas pueden reflejar espacios, acciones, personas o actividades. En su relación con la Lectura Fácil, existen pictogramas de varios tipos: para señales (son estándares, se conocen por verlos desde edades tempranas); para comunicarnos (usan los Sistemas Aumentativos y Alternativos de Comunicación (SAAC) y se usan como una lengua, es necesario tener formación para su uso y comprensión); para la Lectura Fácil (deben cumplir con la norma UNE y se utilizan para mostrar ideas genéricas; si se quiere transmitir algo concreto, lo correcto sería utilizar una imagen); y pictogramas en páginas web y apps (se deben usar los más comunes, y no se deben colocar demasiados en el mismo sitio).

### 3.4 El diseño gráfico y la accesibilidad

Como bien sabemos, la transformación del diseño gráfico ha ido evolucionando al mismo tiempo que el desarrollo tecnológico. Los nuevos medios han conseguido la sustitución de sistemas analógicos por los digitales y hoy en día el ordenador es la herramienta principal de cualquier profesional del diseño. Internet es ya la nueva enciclopedia y varios estudios demuestran que en la creación de una página web, su imagen es el principal medio de atracción para los usuarios, lo cual coloca al diseño web como protagonista en lo que se refiere a toda esta evolución. Estos datos han sido los necesarios para focalizar el presente proyecto en el ámbito web, además de por tratarse de un entorno de mejor manipulación que un soporte físico y cada vez más acudido por parte de nuestros potenciales usuarios.

Aparte de causar un buen impacto visual, un portal web debe tener en cuenta el concepto de usabilidad, estar actualizado, tener alta velocidad de carga, funcionar correctamente,... Además de todo esto, y como se presupone en el contexto que se estudia, es imprescindible que la web sea accesible, lo cual no tiene porqué desvincularse de la idea de un diseño atractivo.

Uno de los elementos cruciales para alcanzar este objetivo es la presencia del con-

traste (usando como referencia los criterios de WCAG, los cuales se comentarán más adelante): este debe estar presente en los tamaños y colores del texto, así como en el logotipo y el uso de imágenes. En el caso del logotipo, el texto que forma parte de él no tiene ningún requisito de contraste mínimo, es necesario tener cuidado con ciertos tonos, pero no existen “colores prohibidos”. El contraste también es necesario para los iconos, los gráficos, etc.

Otros aspectos a tener en cuenta en diseño web para su compatibilidad con la accesibilidad son: no depender únicamente del color como elemento narrativo (deberá estar acompañado de otros elementos para que se perciba mejor por parte de usuarios con discapacidad visual); mantener una orientación, navegación y colocación de elementos consistente; tener en cuenta los criterios de texto y maquetación mencionados con anterioridad, que se aplicarán de misma manera en soportes físicos y web; colocar enlaces bien diferenciados del texto; informar al usuario sobre su ubicación dentro del sitio web mediante un *Breadcump*<sup>11</sup>; establecer un control sobre los formularios; y tener especial cuidado en el uso y aplicación de animaciones, vídeos y audio<sup>12</sup>.

11. *Breadcump*: También llamado hilo de Ariadna, se trata de la cabecera de la web que sitúa al usuario entre sus secciones.

12. Recomendaciones ofrecidas por la “Guia de bones practiques per la creació d’un disseny web accessible (Guia brea per a dissenyadors web)” redactada por el ayuntamiento de Barcelona.

## 4. UX Y ACCESIBILIDAD DIGITAL

Una vez definidos el concepto de la Lectura Fácil y su aplicación en el diseño gráfico, así como su relación directa con el diseño web, es fundamental comprender qué aspectos de la accesibilidad tienen conexión con el entorno web y digital.

### 4.1 Las nuevas tecnologías al servicio de la discapacidad

La premisa de la Agenda 2030 de la ONU es "no dejar a nadie atrás". A pesar de que el impacto de la tecnología en la inclusión puede presentar ciertas lecturas negativas, son más los rasgos positivos que esta ofrece. En este sentido, se destacan aspectos como la irrupción de tecnologías inclusivas y productos de apoyo tecnológicos que facilitan la vida diaria de personas con discapacidad, tales como los equipos y programas diseñados para mejorar la movilidad, visión o audición, por ejemplo. Por otro lado, la digitalización de los servicios resulta un aspecto beneficioso para romper con las barreras de discriminación basadas en variables como la fuerza física y habilidad<sup>13</sup>, inercias o roles que tradicionalmente han perjudicado a las PCD. Por último, la consolidación del teletrabajo ha fomentado el desempeño del puesto de trabajo de muchas PCD ya que evita el factor del desplazamiento.

Uno de los retos más relevantes en el diseño de tecnologías e información inclusivas es ofrecer una buena accesibilidad, usabilidad, legibilidad y lecturabilidad. Esto establece una relación directa con el concepto de UX (User Experience, experiencia de usuario en español). UX es la manera en que el usuario percibe, siente o interactúa con un sistema o servicio<sup>14</sup>. Para su diseño y desarrollo, además de centrar-

13. Por ejemplo, pasar las páginas de un periódico.

14. Definición ofrecida por Strike Heredia, diseñador especializado en experiencia de usuario y productos digitales.

## 4.2 Los estándares de accesibilidad de W3C para el contenido web (WCAG 2.0)

se en el aspecto visual de la web o App, es indispensable conocer las necesidades del cliente, sus comportamientos y conductas. Las PCD se incluyen como el principal público objetivo y para el desarrollo de este proyecto se han tenido en cuenta sus características y peculiaridades en este ámbito, para así cumplir con el derecho de accesibilidad cognitiva<sup>15</sup>.

El *World Wide Web Consortium* (W3C) desarrolla estándares web internacionales: HTML, CSS, etc., denominados *Recomendaciones del W3C*. El soporte para la accesibilidad de todos los estándares de W3C es revisado por el Grupo de Trabajo de Arquitecturas de Plataforma Accesible (APA en Inglés), y sus notas, junto con los estándares W3C son particularmente relevantes para la accesibilidad.

Para un buen cumplimiento de accesibilidad web, el W3C reconoce las "Pautas de accesibilidad para el contenido web" (WCAG) (en inglés *Web Content Accessibility Guidelines*), las "Pautas de accesibilidad para las herramientas de creación de contenido" (ATAG), y las "Pautas de accesibilidad para el agente de usuario" (UAAG). Por la índole de este trabajo, son las WCAG (en su versión actual 2.0 y teniendo en cuenta que la versión 3.0 se encuentra en estado de borrador) las que condicionan el proceso de creación de nuestro portal web.

Así, las directrices WCAG ofrecen una serie de requisitos para el desarrollo de un entorno que pueda considerarse "oficialmente accesible". Para ello, una web debe ser:

15. Derecho recogido por las Naciones Unidas.

16. Definición de las WCAG de W3C sobre la calidad de perceptible.

17. Definición de las WCAG de W3C sobre la calidad de operable.

18. Definición de las WCAG de W3C sobre la calidad de entendible.

19. Definición de las WCAG de W3C sobre la calidad de robusto.

1. Perceptible: “La información y los componentes de la interfaz del usuario deben ser presentados a los usuarios para que puedan ser percibidos de cualquier manera.”<sup>16</sup> Entre sus cualidades podrían observarse aspectos a introducir en la web tales como las alternativas de texto, la descripción de audio, o el lenguaje de signos.
2. Operable: “Los componentes de la interfaz del usuario y la navegación deben ser usables.”<sup>17</sup> En este ámbito, se hace alusión a la accesibilidad del teclado, la gestión de aspectos relacionados con el tiempo y la cronología, los cabeceros y las etiquetas, etc.
3. Entendible: “El contenido del texto debe ser leíble y comprensible.”<sup>18</sup> En este sentido, se habla de temas relacionados con la redacción y la intuición en lo que a esto respecta, estableciendo en este punto una conexión directa con la Lectura Fácil.
4. Robusta: “El contenido debe ser lo suficientemente robusto como para que pueda ser interpretado por una amplia variedad de agentes usuarios, incluyendo las tecnologías asistidas.”<sup>19</sup> Para ello, es necesario maximizar la

compatibilidad con los agentes de usuario actuales y futuros. La presencia de las Inteligencias Artificiales es crucial para mantener el factor humano y así resultar más accesible y cercana a PCD.

Una vez expuestas estas condiciones de accesibilidad web, es preciso conocer cómo saber si una web es conforme con las WCAG. La WAI (*Web Accessibility Initiative*) ofrece la WCAG EM (*Website Accessibility Conformance Evaluation Methodology*), como manera de generar una autoevaluación o bien que procesa de un agente externo. Siguiendo sus recomendaciones, para una web se evalúe en base al WCAG EM, se deben seguir los siguientes pasos:

- Determinar el alcance de la evaluación.
- Evaluar la página web.
- Seleccionar las páginas web representativas.
- Evaluar las páginas web seleccionadas.
- Crear un informe de conformidad.

### 4.3 La accesibilidad digital en la práctica

Entre la lista de recomendaciones de WACG, se encuentran las siguientes, a modo de resumen, los cuales, además de mejorar la UX, posicionan a cualquier marca como una entidad comprometida y por tanto diferenciada del resto.

- Incluir subtítulos en todos los vídeos.
- Incluir texto alternativo en las imágenes.
- Ofrecer opciones de texto y/o audio para los contenidos que no sean de texto.
- Utilizar contenidos que se puedan presentar de distintas formas sin perder el contexto.
- Tener las funcionalidades accesibles por teclado.
- Evitar elementos conocidos por generar controversias.
- Ofrecer formas de ayuda a los usuarios para navegar.

### 4.4 La Responsabilidad Social Corporativa

Tras conocer las pautas que emiten portales oficiales como el W3C sobre accesibilidad digital, se desarrolla el compromiso que han de tener las entidades para mantener un entorno accesible para PCD. En lo que a esto respecta, se introduce el término de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como elemento clave en la planificación estratégica de la empresa.

La RSC es una decisión propia relacionada con la ética y la moral de aquella empresa que presente consciencia de la necesidad de tener en cuenta temas sociales y medioambientales. Debido al frecuente desplazamiento de la discapacidad frente a los criterios que engloban la diversidad, se generó, dentro de la política de RSC, un apartado específico que incluye la discapacidad: la RSCD. Las entidades con RSCD se caracterizan por presentar un programa donde se conecta con los intereses y cualidades de la PCD y cumplen con la misión de considerarlas como un colectivo importante dentro de la propia empresa.

Existen varios motivos para incluir las políticas de la RSCD en una entidad: considerar a las PCD como trabajadoras potenciales, aprovechando el potencial de las personas con discapacidad en edad de trabajar (cerca de 1.800.000 en España); y permitir que la empresa cumpla un doble

objetivo: el de la Ley General de Derechos de Personas con Discapacidad y de Inclusión<sup>20</sup>, así como la mejora de la imagen y reputación de la empresa.

## **4.5 Funciones de accesibilidad en Adobe XD**

Tras el planteamiento y la valoración de varias interfaces y programas de diseño web y programación para la elaboración de este proyecto, se ha optado por el programa Adobe XD, por su semejanza con el resto de programas de Adobe utilizados durante la formación universitaria, además de por tratarse de una interfaz de diseño la cual se aleja en cierta medida de la programación en HTML y CSS. De esta manera, la totalidad del proyecto en su parte funcional ha sido desarrollada a través de esta herramienta, generando un prototipo el cual, en el hipotético caso de su desarrollo formal y definitivo, sería facilitado a un grupo de programadoras/es, quienes se encargarían de verificar la accesibilidad diseñada a través de los estándares de WACG y de alojar el portal en un espacio web.

Otro de los motivos de elección del programa de Adobe XD son las características de accesibilidad que ofrece, las cuales lo hacen fácilmente utilizable para usuarios con discapacidades físicas, intelectuales y sensoriales. Tras un análisis e investigación de las herramientas presentes en XD, se afirma que el programa pretende cumplir con los criterios de accesibilidad AA definidos por las directrices WCAG 2.1.

20. En su artículo 42.1 del BOE en disposición 12632.

Entre las funciones de accesibilidad que se encuentran en XD destacan, especialmente: crear diseños accesibles mediante voz y reproducción, usar el teclado para la navegación, crear redimensionamiento interactivo para varios dispositivos, y generar compatibilidad con la legibilidad del texto y el contraste del color.

## 5. ACCESIBILIDAD UNIVERSAL EN CONTENIDOS INFORMATIVOS

Tras estudiar a fondo los aspectos relacionados con la accesibilidad en el entorno y las interfaces digitales, se ha valorado el tipo de espacio que se pretende crear, teniendo en cuenta las limitaciones y tópicos dispuestos en los anteriores puntos. De esta manera, se ha llegado a la conclusión de que los medios informativos y de comunicación tales como revistas y periódicos carecen generalmente de una adaptación para PCD y usuarios con dificultad lectora en España. Además, con el desarrollo de este trabajo se ha procurado tener en cuenta los derechos legales de los usuarios a los que va dirigido, y aquellos relacionados con el acceso a información de cualquier carácter se ha situado como prioritario en este sentido. Por tanto, uno de los últimos temas de investigación para el desarrollo práctico del proyecto se trata de los medios de comunicación, las ideologías y tendencias políticas y su relación con las PCD.

21. Artículo 10 del capítulo IV del Real Decreto 1494/2007 del BOE.

### 5.1 Marco legal: El derecho de acceso a las tecnologías, los medios de comunicación y la información pública.

En el Real Decreto 1494/2007 del BOE, de 12 de noviembre, se aprueba el reglamento sobre las condiciones básicas para el acceso de las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información y medios de comunicación social. Este texto consta de cuatro capítulos en los que se declaran los derechos de las PCD sobre las disposiciones generales, las condiciones básicas de accesibilidad y no discriminación en materia de telecomunicaciones, en materia de sociedad de la información y en materia de medios de comunicación social.

Así, en el Artículo 10 del Capítulo IV (Condiciones básicas de accesibilidad y no discriminación en materia de medios de comunicación social), se exponen las condiciones básicas de accesibilidad a los contenidos de la televisión, manifestando que "Las personas con discapacidad tendrán acceso a los contenidos de los medios de comunicación audiovisual, con arreglo a las disponibilidades que permite el progreso técnico, los diseños universales y los ajustes razonables para entender las singularidades que presentan estas personas, sea preciso llevar a cabo."<sup>21</sup>

Por otro lado, se contempla la Ley 19/2012 del BOE, de 9 de diciembre, de transpa-

rencia, acceso a la información pública y buen gobierno. En el caso de esta ley, recoge los derechos de todas las personas al acceso este tipo de información, haciendo hincapié en el caso de las personas con discapacidad, en lo que concierne a la transparencia de la actividad pública, la obligación de suministrar información por parte de ciertas personas físicas y jurídicas, así como el fácil acceso a información institucional, organizativa y de planificación, de relevancia jurídica, económica, presupuestaria y estadística, entre otras.

Además, en el Artículo 10 del Capítulo II (Publicidad activa) de esta ley, se expone que "La Administración General del Estado desarrollará un Portal de Transparencia, dependiente del Ministerio de la Presidencia, que administrará el acceso de los ciudadanos a toda la información a la que se refieren los artículos anteriores relativa a su ámbito de actuación."<sup>22</sup>

Este Derecho de acceso a la información pública también consta en los términos previstos en el artículo 105.b) de la Constitución Española, desarrollados por la Ley de Transparencia.

Esta información de carácter legislativo y de administración pública resulta de ayuda para el desarrollo de los contenidos

y sirve como propósito para cumplir con el compromiso de la RSCD y así lograr la universalidad que persigue el proyecto.

**22. Artículo 10 del capítulo II de la Ley 19/2012 del BOE.**

## 5.2 El desarrollo ideológico en PCD

Una vez implantado el carácter informativo y de comunicación del proyecto, se considera un aspecto de gran relevancia investigar sobre el desarrollo de las ideologías políticas y la formación de valores en las PCD, para así considerar un punto de vista sólido sobre el que desarrollar el proyecto en este sentido.

Un estudio revela que las PCD tienden, en su mayoría, a tener una orientación política más ubicada a la izquierda. Este hecho está justificado por varios motivos. Entre ellos, se encuentra que este lado del espectro ideológico se suele defender la redistribución social y los derechos que reivindica esta parte de la población. Además, el activismo político que se observa en Europa por parte de las PCD desde la década de los 70 se podría considerar como un activismo de izquierda por la promoción de su igualdad con los demás ciudadanos, por su aceptación como personas y su acceso a derechos políticos y sociales tales como los que se mencionan en el apartado 5.1.

Sin embargo, tal y como sucede entre el resto de la población, la orientación política e ideológica se trata de indagar por el significado de izquierda y derecha, interrogando cuáles son las creencias, valores y actitudes que se asocian a estas alternati-

vas. Por consiguiente, se trata de una decisión y valoración personal independiente a la presencia o no de cualquier tipo de discapacidad. Esta decisión, en caso de PCD, viene fomentada por los derechos de acceso a la información comentados con anterioridad. Esta información servirá de apoyo en el proceso de desarrollo del proyecto para tener en cuenta las fuentes de acceso de información que se utilizarán para presentar a nuestro público objetivo información de actualidad de calidad.

En relación con lo anteriormente mencionado, se elaboró una encuesta en la que participaron varias asociaciones de Tenerife comprometidas con PCD, para averiguar, dejando a un lado las ideologías y orientaciones políticas, las secciones de mayor interés del nuestro público objetivo del proyecto que podrían incluirse en un soporte informativo. Los resultados de la encuesta se observan en el anexo del presente documento.

## 6. LA IMPORTANCIA DE LA INCLUSIVIDAD EN EL LENGUAJE

Además de una correcta ejecución del proyecto como trabajo creativo y un portal que resulte funcional para sus usuarios, se ha tenido en cuenta, desde el comienzo del desarrollo del proyecto, la importancia de un correcto uso del lenguaje. Se trata de un hecho la concienciación general, sobre todo en los últimos años, sobre la inclusividad en el lenguaje en perspectiva de género, de manera que cada vez son más las personas que han desarrollado una forma de hablar que no discrimine a ningún individuo. Sin embargo, a pesar de considerarse desde hace más tiempo, esta inclusividad gramatical aplicada en el caso de las PCD ha resultado muy variable en los últimos años, dando lugar a diversas interpretaciones y conclusiones sobre cuál es la forma de comunicación correcta para referirnos a nuestro público objetivo.

A continuación se resume una serie de directrices que ofrece Unicef bajo el nombre de "Directrices para un lenguaje inclusivo en el ámbito de la discapacidad" y cuyos contenidos se han seguido en el desarrollo a nivel lingüístico del proyecto. Este documento recoge unos principios generales y dos anexos que hacen una comparativa entre el lenguaje recomendado y el inapropiado, del mismo modo que expone términos los cuales requieren aclaraciones adicionales desde un punto

de vista lingüístico. Posteriormente, se han utilizado estas directrices para elaborar un fanzine sobre el tema, que se incluye en los materiales gráficos del proyecto.

## 6.1 El trato a la persona

Existen varios enfoques sobre cómo es más correcto referirse a las PCD. Sin embargo, la filosofía del lenguaje que sigue la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad es “la persona primero”. Esta visión hace hincapié en el individuo, dejando el aspecto de la discapacidad a un lado, como aspecto secundario pero no por ello irrelevante. Siguiendo este principio, la fórmula adecuada es “persona con”, aunque existen varias excepciones tales como “personas ciegas” o “personas sordas”, evitando el uso de vocablos como “ciegas/os” a toda costa. Sin embargo, en caso de duda siempre es recomendable preguntarle a la persona o grupo concernido con qué término se identifica, ya que las PCD no constituyen un grupo homogéneo y pueden autoidentificarse de manera diferente.

De la misma manera, resulta de gran importancia comprender que la discapacidad forma parte de la vida y diversidad humana, por lo que no procede tratarla en tono dramático, sensacionalista o condescendiente. Así, se debe evitar referirnos a las PCD como “fuentes de inspiración”, “valientes” o “fuertes”, o magnificar sus logros, ya que esto último lleva implícito un mensaje que expresa la inhabilidad usual que tienen estas personas para realizarse y vivir una vida productiva por sí

solas. Del mismo modo, hablar de “hacer frente a una adversidad”, “sobrevivir a una enfermedad” o “ganar una batalla” resulta paternalista y condescendiente, incluyendo las enfermedades en este caso. Asimismo, presentar a una PCD como individuo intrínsecamente vulnerable o hacer alusión a su discapacidad fuera de contexto resulta igual de descortés, por lo que se deben mencionar las aptitudes de la persona en casos que lo requieran, antes de etiquetarla como “discapacitada”.

Por último, existe una idea errónea y extendida en la sociedad sobre la necesidad de “suavizar” la discapacidad. Así es como han surgido numerosos eufemismos que, lejos de considerarse una herramienta en el ámbito lingüístico, resultan en gran medida paternalistas, ofensivos y niegan la realidad. Uno de ellos, el cual está ganando cada vez más peso en la sociedad, es el de “diversidad funcional”. Lo cierto es que este término se refiere a todas las personas, con o sin discapacidad, pues todos “funcionamos” de forma diferente, y, además, resta visibilidad a la discapacidad. Otro término erróneamente utilizado y que se encuentra muy presente es el de “especial”, aplicado a necesidades, servicios y educación; el cual se recomienda que sea sustituido por el adjetivo “adaptado”, evitando una connotación negativa.<sup>23</sup>

23. Por ejemplo, “necesidades especiales” o “servicios especiales”, los cuales deben ser sustituidos por “servicios adaptados”.

## 6.2 El lenguaje y la discapacidad en la comunicación informal y cotidiana

Los modelos médico y caritativo de la discapacidad consideran que esta es consecuencia de una enfermedad o alteración que se debe “curar” o “reparar”, así como una “carga” o “problema”, un enfoque que presenta a las PCD como objeto de lástima. El único contexto en el que resulta correcto hablar de las personas con discapacidad como “pacientes” o “enfermos” es en el caso de que estén recibiendo atención médica. Del mismo modo, es erróneo etiquetar a las PCD con un diagnóstico, ya que refleja el modelo médico de la discapacidad. En lugar de ello, debemos anteponer a la persona, tal y como se expone en el apartado 6.1.<sup>24</sup> Del mismo modo, es esencial no acudir al término “víctima” o similares, ya que las PCD no son objetos de delito ni de una vulnerabilidad de los derechos humanos.

En la comunicación informal, a las PCD no les incomodan expresiones “¿viste eso?” si hablamos con una persona ciega o “vamos a sentarnos allí” si nos referimos a una persona en silla de ruedas. Sin embargo, existen expresiones, en su mayoría metafóricas o lo que se conoce como “frases hechas”, tales como “hacerse el sordo” o “ser manco”, las cuales se tratan de oraciones aparentemente banales pero que, en determinados contextos, resultan desconsideradas. En el caso de expresiones

relacionadas con enfermedades y no discapacidades se aplican las mismas directrices.

24. Por ejemplo, debemos sustituir “es disléxica” por “tiene dislexia” o “es una persona con dislexia”.

### 6.3 Aclaración de términos concretos

Existen términos y conceptos que requieren de una explicación y diferenciación particular para que las personas tengan nociones correctas sobre su uso. Las directrices que ofrece Unicef contemplan un total de 17 términos, sin embargo, a continuación se exponen aquellos de mayor relevancia en lo que concierne al proyecto que se aborda.

- Integración e inclusión. La integración es el proceso por el que una persona se adapta a la sociedad, mientras que inclusión se refiere al proceso de cambiar la sociedad para que incluya a todas las personas, independientemente de sus características individuales. En el ámbito de las PCD, "inclusión" tiene una connotación positiva, mientras que "integración" tiene una connotación negativa.
- Lectura Fácil. El proceso de preparación de una versión en Lectura Fácil a partir de otro documento se denomina "adaptación", y no "traducción". Se utilizará el término "traducción" en el caso de que el documento, en LF o no, se traslade a otros idiomas.

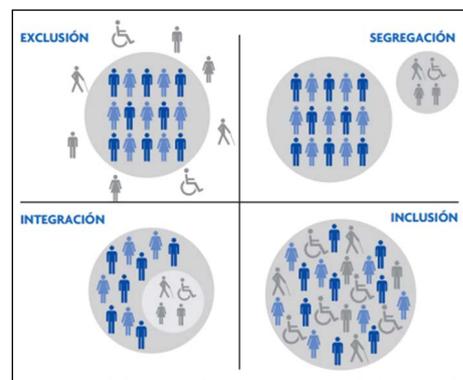


Figura 03. Descripción pictórica sobre las diferencias entre integración e inclusión de Unicef. Fuente: <https://www.unicef.org>

## 7. ESTUDIO DE CASOS SIMILARES

En este punto de la investigación, el carácter informativo e inclusivo del proyecto resulta más que implementado. Así, se define el presente Trabajo de Fin de Grado como un “portal web de noticias accesible”. Es tras la definición oficial del proyecto cuando se ha llevado a cabo una investigación acerca de soportes similares, sobre los cuales se podrían extraer referencias acerca del funcionamiento de su navegación y de los contenidos que ofrecen. Si bien se han encontrado varios soportes web que cumplen con algunos de los objetivos y cualidades establecidas para este proyecto, son pocas las referencias que existen a nivel internacional y nacional. Se observan varios casos de publicaciones en papel de contenidos en Lectura Fácil, siendo la mayoría libros de narrativa, material instructivo y escasos casos de material informativo tales como revistas o periódicos. A nivel web, se contemplan determinados soportes relacionados con la accesibilidad y que recogen información actualizada vinculada a la discapacidad, mas no se determina la presencia de un portal recopilatorio de noticias adaptadas a Lectura Fácil. A continuación se exponen los casos de mayor similitud a lo que aspiraba, en una fase inicial, el presente proyecto.<sup>25</sup>

**25. Como anexo de las directrices de la IFLA se muestra un recopilatorio de páginas web en Lectura Fácil a nivel europeo, las cuales han sido analizadas en cuanto a su diseño de manera individual. Esta lista y sus análisis se aprecia en el anexo de este proyecto.**

## 7.1 Discapnet

Cofinanciada por Fundación ONCE, el Fondo Social Europeo e ILUNION Accesibilidad, se trata de una iniciativa para fomentar la integración social y laboral de las personas con discapacidad. Comprende dos líneas de actuación: un servicio de información para organizaciones, profesionales, PCD y familiares; y una plataforma para el desarrollo de acciones dirigidas a promover la participación en la vida económica, social y cultural de las personas con discapacidad.

- Redacción. En el portal web no se aplican los criterios de la Lectura Fácil como forma principal de redacción, de manera que la información principal que ofrece la web no es accesible para PCD y otros usuarios con dificultad lectora. Sin embargo, cuenta con un apartado denominado "Noticias Fácil", redactadas en LF, que incluye libros y noticias, en su mayoría relacionadas con la accesibilidad y la discapacidad. Esta sección se encuentra desactualizada, ya que sus últimas publicaciones datan en 2021.
- Contenido. Discapnet ofrece contenido de actualidad informativa (en su mayoría en materia de discapacidad y sociedad), fondo documental (archivo de documentos de prevención, reha-

bilitación, empleo,...) y agendas de convocatorias próximas en el ámbito de la discapacidad.

- Diseño y navegación. Como valoración general de su interfaz y diseño, se contempla una buena jerarquía, con una gráfica que incluye ilustraciones muy características que permiten al portal diferenciarse del resto. Sin embargo, varias de las imágenes que se utilizan tienen baja resolución, pero a nivel general se observa una navegación e interfaz web intuitivo, que permite al usuario ubicarse correctamente en el momento de su acceso.


**discapnet** → Inicio La discapacidad Innovación Educación Contacto Temas - Quienes somos  Noticias fácil 

 Inicio  
 Biblioteca  
 Documentos oficiales  
 Guías  
 Libros  
 Eventos  
 Noticias  
 Internacional  
 Nacional

## Otra victoria de Marc Márquez

**Fecha:** 5 Octubre **Fuente:** Discapnet / Noticias Fácil **Clasificación:** facil


**Marc Márquez** ha vuelto a **MOTOGP**, después de unos meses que ha estado con una lesión en un brazo. Dice que aún le duele, y por eso puede no ganar todas las carreras. Pero este domingo ha vuelto a ser el **vencedor**.

Ha corrido en **Sachsenring**. Esta temporada ha subido al podio como **vencedor tres veces**. El **podio** es el sitio donde se colocan los ganadores, para que se les vea mejor en la entrega de los premios. Desde **Noticias fácil** le deseamos que tenga muchos éxitos.



Figura 04. Interfaz de la pantalla de noticias de Discapnet. Fuente: Página web de Discapnet [www.discapnet.es](http://www.discapnet.es)

## 7.2 Plena Inclusión y Planeta Fácil

Plena Inclusión es un movimiento asociativo que lucha en España por los derechos de las personas con discapacidad intelectual y sus familias, que cuenta con 950 entidades miembro. Se trata de la organización que representa en España a las PCD. Por lo tanto, recoge un amplio número de proyectos relacionados con el empleo, la transformación digital, de innovación, etc. Uno de los proyectos presentados por Plena Inclusión es Planeta Fácil, una web de noticias en Lectura Fácil sobre cultura y discapacidad. Los artículos presentes en Planeta Fácil son redactados por PCD. Además, cuenta con una sección llamada Planeta Fácil TV, un informativo en formato vídeo que publica programas periódicamente para personas con una dificultad lectura muy avanzada.

- Redacción. Tanto Plena Inclusión como todos sus proyectos presentan sus contenidos redactados utilizando el método de LF dictaminado por la IFLA, en el caso de Planeta Fácil ofreciendo además la posibilidad de escuchar el texto. Este hecho permite que Plena Inclusión y sus proyectos se consideren en gran parte accesibles.
- Contenido. En cuanto a contenido, Plena Inclusión y Planeta Fácil son los más completos de los portales estu-

diados. En el caso de Plena Inclusión, por desarrollar proyectos vinculados a la discapacidad, además de dar lugar a un espacio de colaboración, pues el propio usuario puede participar. En Planeta Fácil, el contenido que se aborda es en gran medida de interés general, lo cual se diferencia del caso de Discapnet, que ofrece contenido de noticias más orientado hacia el campo de la discapacidad, dejando en segundo plano secciones más comunes como puede ser economía o música. Sin embargo, en todos los proyectos y soportes de noticias que se analizan, el tipo de noticia que prima es el relacionado con las PCD.

- Diseño y navegación. A nivel de navegación y diseño, debido a que ambos soportes pertenecen a la misma entidad, su análisis puede llevarse a cabo unilateralmente. Ya que incluyen un contenido abundante, el diseño de interfaz y navegación está correctamente resuelto, resultando una herramienta facilitadora que permite una fácil ubicación del usuario. A nivel gráfico, también se observa cierta unidad en cuanto a cromatismos, tipografía e ilustraciones, pero, al menos en el caso de Planeta Fácil, sería recomendable una revisión en este aspecto.



Figuras 05 y 06. Interfaz de la pantalla de noticias de Planeta Fácil. Fuente: Página web de Planeta Fácil: [planetafacil.plenainclusion.org](http://planetafacil.plenainclusion.org)

## 7.3 ACCEDES

ACCEDES es una empresa que trabaja para conseguir la accesibilidad universal, basándose en los criterios del Diseño Para Todos. El objetivo común de su equipo de profesionales es lograr la inclusión social de todas las personas y su igualdad de oportunidades. Por estos motivos, son expertos en arquitectura e ingeniería, comunicación para todas las personas y Lectura Fácil y formación a todo tipo de colectivos. Por lo tanto, no se trata exactamente de un soporte web de noticias en Lectura Fácil, sino que tienen más bien el foco situado en proyectos de arquitectura y señalización, orientados a la accesibilidad para personas con discapacidad física. Sin embargo, ofrecen un apartado de noticias sobre accesibilidad.

- Redacción. A pesar de que en su web ofrecen textos con alto nivel de contraste e interlineados generosos, no se considera que su contenido siga las pautas de la Lectura Fácil por no adaptar el ritmo sintáctico de las oraciones en las líneas de texto. Sin embargo, se expone en su página que realizan trabajos en Lectura Fácil tales como la adaptación de materiales (prospectos, manuales, etiquetas,...) y su validación, y formaciones sobre técnicas de redacción en Lectura Fácil.
- Contenido. A pesar de que ofrecen una gran variedad en su contenido, abordando temas tanto de discapacidades físicas como intelectuales, no se debería considerar un portal web de noticias, por la falta de periodicidad en cuanto a la publicación de artículos y por el carácter de sus noticias, ya que todas tratan temas relacionados únicamente con la discapacidad. Sin embargo, se trata de un proyecto de gran amplitud, que fomenta la participación del usuario por las formaciones, cursos y conferencias que ofrece.
- Diseño y navegación. En materia de navegación y compartiendo características con los casos anteriores, la interfaz de ACCEDES sigue un flujo de navegación intuitivo que permite un desplazamiento sencillo del usuario en la web. En cuanto al diseño, se trata del caso de estudio más deficiente. Además de incluir demasiadas fuentes, el uso cromático y la disposición de ciertos de sus elementos no es el adecuado, por lo que requeriría una reforma en materia de diseño gráfico y web.



Figura 07. Interfaz de la pantalla de noticias de ACCEDES. Fuente: Página web de ACCEDES: [accedes.es](https://www.accedes.es)

## 8. TRABAJO DE CAMPO

Con el objetivo de complementar y contrastar la información extraída en el proceso de investigación en medios oficiales, se ha llevado a cabo una serie de encuentros y reuniones con personal profesional en el sector de UX, de la accesibilidad y la discapacidad. Estas tomas de contacto próximas al sector al que se pretende acercar el proyecto acabaron resultando herramientas que permitieron dotar al trabajo de una mayor credibilidad y funcionalidad en la aplicación de la información proporcionada a los materiales visuales diseñados.

### 8.1 Contacto con el personal de Sinpromi

En la fase de ideación del proyecto, se estimó necesario el contacto directo con personas familiarizadas con la discapacidad intelectual y, en concreto, con la Lectura Fácil. De esta manera, fue precisa la búsqueda de una empresa o asociación que tuviese la posibilidad de aportar información de primera mano acerca de tales tópicos. Fue así como se acudió a Sinpromi (Sociedad Insular para la Promoción de las Personas con Discapacidad), una empresa pública del Cabildo de Tenerife, que desde 1993 trabaja para lograr la plena inclusión de personas con discapacidad en la sociedad. Su labor está orientada al diseño y desempeño de acciones que tienen como base la accesibilidad universal. Para ello, su equipo profesional cuenta con personal que presta asesoramiento para el acceso al empleo, la formación, el arte, la cultura y otros sectores para la total participación social de PCD.

El contacto directo con esta entidad pública se estableció de manera online y a través de dos vías. Por un lado, se llevó a cabo una reunión virtual con Esther Pulido, responsable de la Biblioteca Insular Especializada en Discapacidad (Biblioteca BASE) de Sinpromi. En esta reunión, Esther recomendó acudir a los materiales ofrecidos por la IFLA, y dio respuesta a algunas dudas que se habían presentado en las

## **8.2 Curso de Adobe XD y reunión con Juan Manuel Pérez Díaz (JMPD Studio)**

primeras semanas de trabajo relacionadas con la forma de enfocar el contenido y la perspectiva del proyecto.

Por otro lado, se mantuvo un contacto puntual pero útil durante varios meses del proyecto con Virginia González Rosquete, responsable del área de innovación tecnológica. A través de varios correos electrónicos, Virginia resultó de gran ayuda para el desarrollo del trabajo en cuanto a implementación de recursos auditivos en la web, el correcto uso del lenguaje y la suministración de una lista de asociaciones y colectivos de PCD. Esta lista permitió el contacto con varias alianzas, que proporcionaron información sobre la relación entre las PCD y las nuevas tecnologías, una información que permitió defender la idea de que el proyecto debía proyectarse de manera digital y facilitó los temas de mayor interés para las PCD.

Al mismo tiempo que se llevaba a cabo parte de la investigación y una vez seleccionado el programa de Adobe XD como medio de creación del proyecto, fue necesario el seguimiento de un curso ofrecido por DOMESTIKA, denominado "Introducción a Adobe XD" y ofrecido por la plataforma a través del profesor Ethan Parry. Este curso constó de 5 apartados relacionados con el prototipado avanzado, el diseño de interfaces y la inclusión de extensiones en el programa, incluyendo, cada una de las secciones, una fase práctica que también se puso en desarrollo. Fue a través del contenido adquirido durante este curso y de la intuición desarrollada una vez la interfaz resultó familiar como se comenzó a dominar el programa.

Tras la asimilación y aplicación de los conocimientos adquiridos en el curso de DOMESTIKA, se llevó a cabo una tutoría con Juan Manuel Pérez Díaz (JMPD Studio), diseñador freelance de productos digitales especializado en Web e Interfaz de Usuario (UI), autor del diseño de interfaz de la APP de Vía-Móvil de Metropolitano de Tenerife y de Binter APP para Binter Líneas Aéreas, entre otros. Esta reunión se desarrolló tras la elaboración de un primer boceto en Adobe XD de la página web, que fue analizado y al que este profesional aportó técnicas indispensables para una

conseguir buena Experiencia de Usuario y una navegación intuitiva. Así, se comentaron conceptos relacionados con la distinción entre APP y adaptación web a móvil, entre muchos otros aspectos que permitieron terminar de concretar los movimientos finales del usuario dentro de la web.

### **8.3 Encuesta a organizaciones comprometidas con PCD**

Como se refleja en el punto 8.1, Virginia González Rosquete ofreció una lista de organizaciones de Tenerife que tratan con PCD. Esto permitió que se elaborase y enviase un cuestionario a través de Google Forms, bajo el nombre de "Formulario para la correcta ejecución de un Portal de Noticias Accesible y Universal". Este cuestionario tuvo como objetivo conocer el grado de relación entre las PCD, las nuevas tecnologías y la Lectura Fácil. De esta manera, se elaboraron preguntas relacionadas con el género y rango de edad que predomina entre personas con las que trabaja la asociación, los campos de interés más comunes, la frecuencia de uso de dispositivos electrónicos y soportes analógicos, etc. El cuestionario fue enviado a la lista de asociaciones proporcionada por Virginia: Aspronte Santa Cruz, Asociación Horizonte, Asociación APREME, PROBOSCO y Asociación OROBAL. Finalmente, solo fue recibida una respuesta de confirmación de cuestionario completado, por parte de PROBOSCO, de modo que sus resultados se tuvieron en cuenta a la hora de situar el proyecto en varios aspectos. Los resultados, así como las preguntas que se formularon, se incluyen en el anexo del documento.





## B. Fase de ideación



Una vez completada la fase de investigación y con las conclusiones extraídas durante este proceso, se definieron las características del proyecto, tales como sus objetivos y público objetivo. Durante esta fase se pusieron sobre la mesa temas en relación a las secciones que incluiría el portal, la definición concreta de la idea y las personas que intervendrían en el caso de una formalización y desarrollo práctico posterior del proyecto, entre otras cuestiones. Para ello, se elaboraron organigramas que permitieron aclarar ciertas ideas, pues en este punto del proyecto se generó una amalgama de información que resultó necesario organizar de manera visual antes de comenzar con un desarrollo formal.

En el anexo se muestran los mapas conceptuales generados, cada uno de ellos basados en un aspecto diferente del portal de noticias: un mapa general del proyecto, un organigrama que recogiese los rasgos de navegación y el contenido a incluir y otro en materia del equipo y la hipotética financiación del proyecto. A raíz de estos gráficos orientativos, (los cuales fueron modificados en algunos de los elementos que incluían, siendo meramente provisionales), se sentaron las bases del proyecto, lo cual permitió la elaboración de un briefing.

# 1. BRIEFING

Tras el análisis y concreción de los conceptos tratados con anterioridad, se elaboró un briefing que recoge los objetivos, ideas, valores y contenidos asociados al proyecto, en la creación tanto del portal web como de su marca. Siguiendo este resumen, se planteó el contexto que engloba al trabajo, lo cual facilitó una planificación y organización en su desarrollo. El contenido del briefing se desglosa a partir de las siguientes ideas:

- **Público objetivo.** El proyecto se dirige al conjunto de la población. Debido a su carácter universal y que trata temas de actualidad e interés general, se concreta que su *target* esté dirigido a un rango de consumidores lo más amplio posible. Sin embargo, se preve un consumo preferente entre personas que resulten usuarios potenciales de materiales en Lectura Fácil, por el protagonismo de este factor en el contenido relativo al proyecto. De esta manera, en el transcurso de la investigación sobre LF, se establecen como principales usuarios personas con discapacidad intelectual, a las que se suman otro tipo de consumidores como personas sin formación, niños, personas con demencia o Alzheimer o personas que no dominan el español. El presente proyecto, a pesar de tener

el potencial para cubrir varias de las necesidades del segundo grupo, sitúa sus preferencias en el apoyo a PCD, por la poca presencia de materiales dirigidos a este sector poblacional y debido a la ambición y aspiración concreta por acercar el mundo a estas personas. La fijación por responder a este colectivo viene además justificada por la información extraída en el trabajo de campo, que indica que es necesaria la creación de soportes digitales de esta índole.

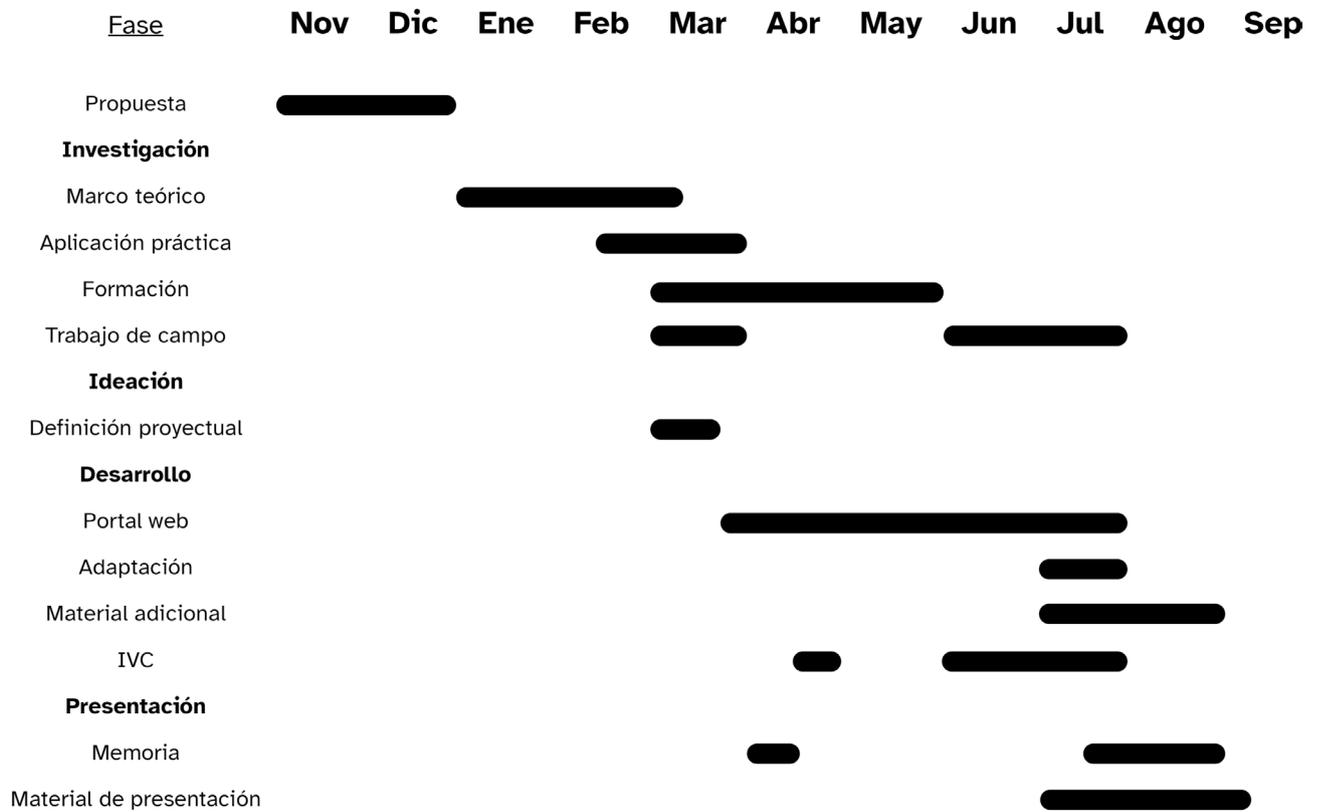
- **Contexto espacial.** El portal de noticias accesible que se presenta se alojará en internet, de manera que cualquier usuario con ordenador o dispositivo móvil o tablet tenga acceso a él. Se pretende transmitir una idea de universalidad no sólo en cuanto a la accesibilidad sino también al acceso; es decir, el factor de que se facilite una posibilidad de consulta o visita al portal en cualquier momento fomenta y refuerza el objetivo que de por sí se establece como principal en el resumen del proyecto. Además, se ha diseñado información física que permite al usuario un acercamiento y un contacto tangible con el proyecto a través del material que se expondrá en la fase de desarrollo.

- **Propuesta.** Teniendo en cuenta y llevando a cabo una valoración sobre la información estudiada y una vez concluido un análisis sobre el público objetivo y sus necesidades, se plantea el desarrollo de los siguientes contenidos:
  - El diseño de una interfaz web que responda a los principios de accesibilidad universal orientada a las necesidades e intereses de las personas con discapacidad intelectual, ofreciendo un espacio de naturaleza limpia, intuitiva y que fomente el acceso continuado, esperando una respuesta activa por parte de sus usuarios y consumidores.
  - La adaptación de materiales informativos y de actualidad de distintos medios de comunicación escritos y oficiales a material de Lectura Fácil, con el fin de que su consumo favorezca a una inclusión de los usuarios en la sociedad por generar una mayor formación cultural, colaborando en la persecución general de un balance social en lo que a esto respecta.
  - Una aplicación del soporte diseñado a formatos tecnológicos en auge de utilización tales como el teléfono móvil o la tablet, respondiendo a la preferencia general del colectivo del uso de soportes digitales fácilmente manipulables.
  - El diseño y creación de material físico, de fácil acceso desde la web, que sirva como un aliciente y apoyo analógico, de cierto carácter lúdico, para conseguir un vínculo fijo del usuario con el portal.
  - La creación de una imagen corporativa memorable, atractiva y extrapolable a posibles modificaciones o aplicaciones futuras, así como el material promocional relativo que precise.
  - **Mensaje y tono.** La personalidad del proyecto se sustenta por un valor de cercanía con el usuario, de manera que se le trata en segunda persona en todo momento, lo que genera un vínculo afectivo entre el proyecto y el consumidor. Se pretende que el lector se sienta amparado, aportándole una comodidad en el momento de la navegación y lectura. La web se dirige a un “todo” de manera informal, cerca-

na y respetuosa, utilizando el lenguaje correcto y aportando un espacio personal además de un contacto directo con la realidad. Además, prima la presencia de un carácter imperativo pero cortés, que anima al usuario a mantener un vínculo con el espacio y a formarse como ser individual.

## 2. CRONOGRAMA

Desde un inicio, se elaboró un planteamiento de la manera de abordar las fases del trabajo cronológicamente de forma intuitiva. Fue así como se generó el cronograma que se muestra a continuación, el cual se fue adaptando con el paso del tiempo, siguiendo una metodología y organización de tareas flexibles, como se expone al comienzo de la memoria.







## C. Fase de desarrollo



En el comienzo de la fase de desarrollo ya existen unas bases sobre la funcionalidad y características del proyecto, manifestadas por escrito en el briefing. Siguiendo las bases aquí expuestas, se ha comenzado con el proceso creativo para la correcta realización del portal de noticias accesible y los rasgos y materiales asociados.

# 1. INTERFAZ Y NAVEGACIÓN

Primeramente, se presenta el proyecto como unidad. En esta primera fase del desarrollo se han aplicado los conocimientos adquiridos a la práctica, generando, a través de Adobe XD, un prototipo web listo para su alojamiento en cualquier servidor. Por lo tanto, a continuación se muestra y se expresa de manera detenida la previzualización de Balún: el portal de noticias accesible diseñado para este proyecto. Cabe destacar que parte de la información a continuación expuesta, tal como nombres de usuario o fechas de publicación de artículos es meramente ejemplificativa y por tanto se vería modificada en la práctica y en su desarrollo real.

## 1.1 Presentación de la web

La estructura que se ha diseñado conforma una apariencia que combina la navegación de una página web convencional con la de otras asociadas a periódicos tales como El Mundo o El País, del mismo modo que implementa elementos observables en soportes de carácter más creativo como Pinterest. Así, se presentan varias secciones entre las que el usuario podrá navegar, dependiendo de sus preferencias en un momento indicado. El lector podrá, de igual manera, acceder a artículos y noticias actualizados, registrarse en la web y editar sus datos, modificar la apariencia de la interfaz, o ponerse en contacto con el equipo de Balún, entre otras funciones. Se trata, en esencia, de un espacio de información cultural encapsulada en seis categorías informativas de entretenimiento y actualidad: política, música, arte, cocina, ciencia y deporte.

La web se visualizará como prototipo en cualquier navegador a través del siguiente enlace (se recomienda visualizar esta versión en ordenador y a través de Google Chrome para una navegación más fiel al diseño original, además de tener sesión abierta en Adobe XD).

<https://xd.adobe.com/view/25f8a958-25b8-4a61-a05a-f659e103963c-70ab/?full-screen>



Figura 08. Código QR de acceso directo a la página web en su versión principal.

## 1.2 Secciones del portal

A continuación se expondrán, acompañadas de sus respectivos análisis, descripciones y comentarios, las tres secciones que conforman el portal como una página web: siendo estas "Inicio", "Mi perfil" y "Contacto".

### 1.2.1 *Landing page*

La *landing page* o página de inicio contiene la mayor parte de la información que incluye el portal, dividiéndose en 5 espacios principales. Además, en ella se observan e identifican la mayor parte de elementos gráficos que se han diseñado para la marca.

- **Espacio 1: Presentación.** En el momento de acceso a la web, el usuario se encuentra con la imagen que constituye la parte más alta de esta primera página de aterrizaje. Aquí se presenta Balún de manera que el usuario identifique el tipo de espacio en el que se encuentra, acompañando este breve bloque de información con una ilustración que predice el carácter de las que vienen a continuación.



**Noticias  
que te acercan  
la vida**

Inicio

Mi perfil

Contacto

En Balún encontrarás  
las últimas noticias  
nacionales e internacionales  
escritas de manera  
que todas y todos  
podamos leerlas.



 @balunnoticias

 +34 647 12 52 72

 @BalúnNoticias

 noticiasbalun@gmail.com

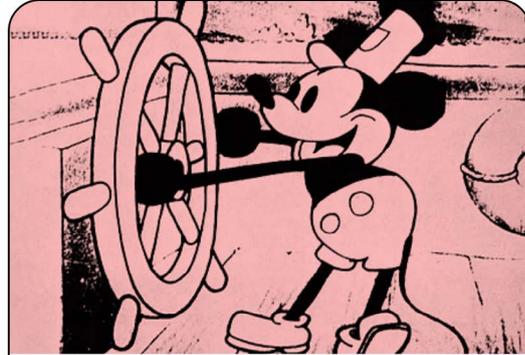
- **Espacio 2: “Últimas noticias”.** En un primer scroll hacia abajo, el usuario se encontrará con una selección de las cinco noticias de mayor relevancia de la jornada, dispuestas como una combinación del titular y la imagen que las identifica. En cada una de ellas predomina un color, el cual determina a qué sección de noticias pertenece cada artículo. En esta primera selección existe una jerarquización de dos escalones que determina el nivel de trascendencia del artículo, de manera que se establecen dos tamaños fijos: uno más grande para las dos noticias de arriba y uno de menos tamaño para las tres que se disponen justo debajo.

## Últimas noticias



**Un tribunal tumba la inhabilitación a Rosario Robles de ejercer como funcionaria pública por 10 años**

EL PAÍS | 2 DE JULIO DE 2022



**Mickey Mouse dejará de ser propiedad de Disney en 2024**

EL MUNDO | 16 DE JULIO DE 2022



**Podría haber hasta cuatro civilizaciones 'hostiles' en nuestra galaxia**

ABC | 3 DE JUNIO DE 2022



**Fred Kerley se corona en el triplete estadounidense de los 100 metros del Mundial de Atletismo**

EL PAÍS | 3 DE JUNIO DE 2022



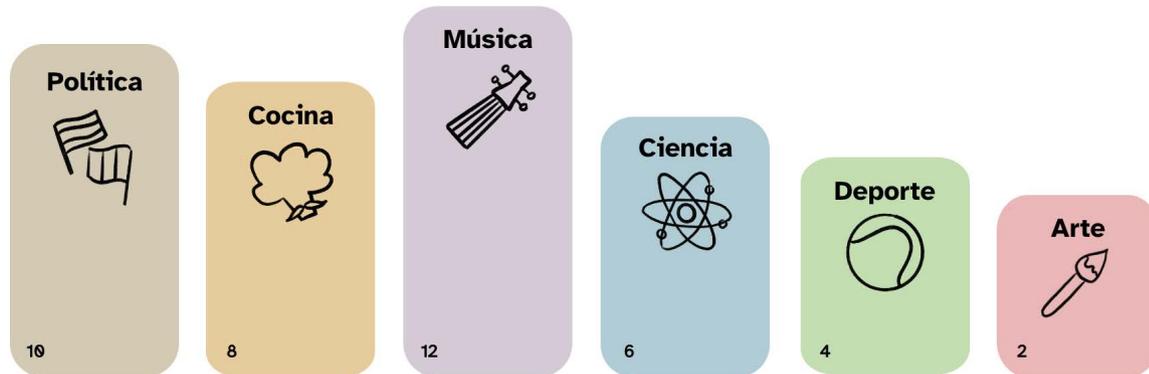
**Qué tiene Harry Styles que no tuvieron los demás para terminar con la maldición de la 'boy band'**

EL PAÍS | 9 DE JULIO DE 2022

- **Espacio 3: Barras de secciones.** La tercera sección de la página de inicio constituye una de las partes más características del portal. En ella, el usuario encontrará seis barras de colores, cada una de ellas representando una de las secciones de interés que ofrece la web (marrón tostado: política; amarillo arena: cocina; lila: música; azul: ciencia; verde claro: deporte; rosa salmón: arte). Además, cada una de estas barras incluye un icono ilustrado para una mejor identificación de las secciones para personas con dificultad para diferenciar los colores. Estas barras crecen y decrecen verticalmente (estableciendo como tamaño mínimo el 50% de la altura máxima y dividiendo en escalones de 10% en 10%) en función de la cantidad de noticias de cada sección en el día. Para ayudar a esta comprensión, se incluye el número de noticias de cada sección en el margen inferior izquierdo de la barra de color que la representa. Este funcionamiento se aclara en un texto redactado en LF también para colaborar en la comprensión por parte del usuario.

## Elige tu sección de interés

Cada barra de color representa una categoría de noticias. Además, se indica en cada barra la cantidad de noticias que se podrán leer hoy de cada categoría. Haciendo click sobre cada una de ellas, podrás leer las noticias.



- **Espacios 4 y 5: "Sobre" y "Por qué Balún"**. En las dos últimas pantallas de la página de inicio de la web se muestra información acerca de la misma, acercando al lector al concepto de la Lectura Fácil y exponiendo de manera más tendida de qué se trata el portal y cómo funciona. Además, se habla del derecho de acceso a la información como elemento que justifica la creación del proyecto. Esta información se divide en varias columnas que cuentan con un título y un cuerpo de texto, además de una ilustración que dota al espacio de una mayor comprensión por el apoyo visual que ofrece. Estos textos, al igual que los que se encuentran en el resto del portal, se presentan redactados en Lectura Fácil. Al final de esta *landing page* se muestra un pie o *footer* con las entidades colaboradoras y financieras, así como el indicador de que se trata de un espacio con derechos reservados. Además, se incluye, como en el resto de páginas de la web, un botón de "volver arriba", una herramienta básica para conseguir la navegación accesible por el ahorro de *scroll* que supone.

## Sobre Balún



### ¿Qué es la Lectura Fácil?

La Lectura Fácil es una manera de adaptar los textos de libros, revistas o periódicos para que las personas con dificultad lectora puedan tener acceso a ellos.

La Lectura Fácil afecta en la forma de redactar los textos y en su maquetación, siguiendo una serie de pautas que nuestros profesionales se toman al pie de la letra.



### ¿Qué es Balún?

Balún es un portal de noticias redactadas en Lectura Fácil.

Es una página web que se puede utilizar en ordenador, móvil o tablet.

Los artículos que aparecen son adaptaciones de fuentes oficiales de noticias y de otros soportes de interés para que todas y todos podamos leerlas fácilmente.



### ¿Quién trabaja en Balún?

En Balún trabajan periodistas que eligen las noticias, y técnicos y técnicas que las adaptan para que se lean de forma fácil y se actualicen todos los días.

En Balún también trabajan creativos y creativas que hacen fotografías e ilustraciones para que se comprendan mejor las noticias.



### ¿Gracias a quién existe Balún?

Balún está financiado por el Ministerio de Derechos Sociales del Gobierno de España.

Con Balún también colaboran periódicos como El País o El Mundo.

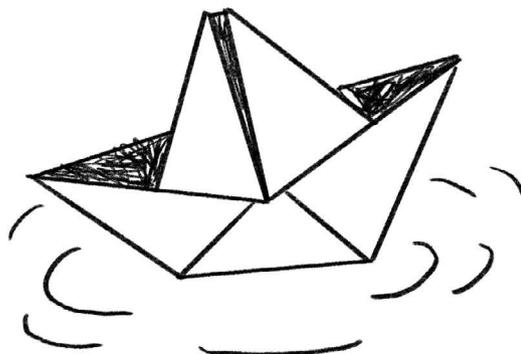
## ¿Por qué Balún?

### Porque es fundamental el derecho de acceso a la información

Balún se ha creado con un fin de universalidad en cuanto a la accesibilidad de contenido.

No es muy común encontrar soportes donde las personas con discapacidad puedan acceder a información de actualidad.

Así, en Balún pretendemos servir como conducto entre las noticias que se publican en el resto de medios y todo tipo de consumidores.



¡Gracias por confiar en Balún!

Volver arriba

 EL PAÍS  EL MUNDO

 @balunnoticias

 +34 647 12 52 72

 @BalúnNoticias

 noticiabalun@gmail.com

©2022 Todos los derechos reservados.  
www.balun.es

## 1.2.2 Mi perfil

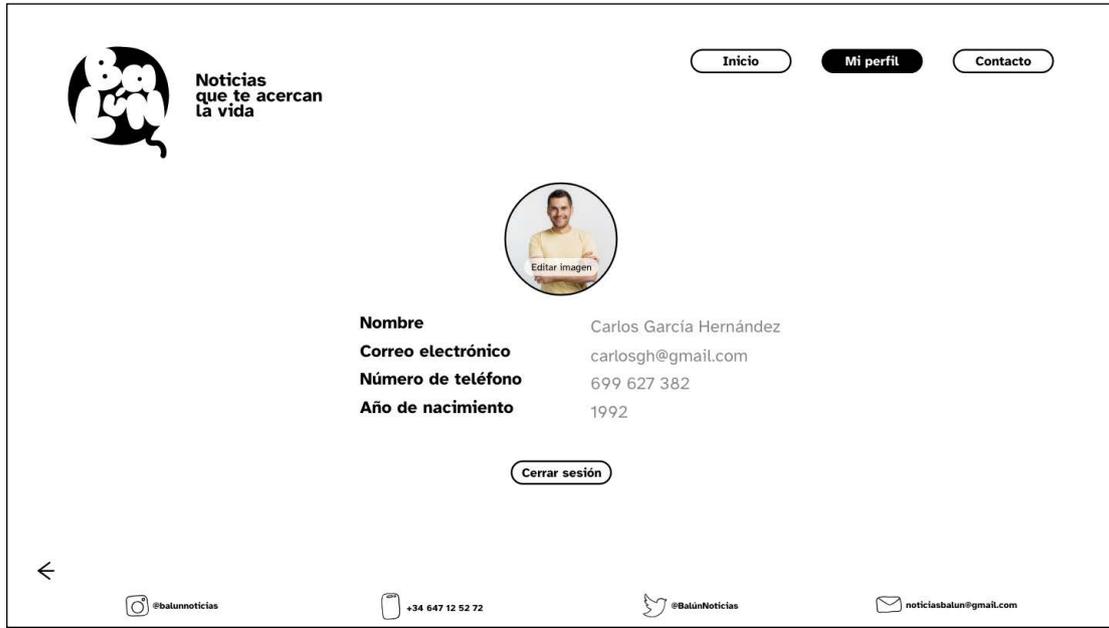
El segundo apartado que ofrece la web es un espacio personal dedicado al usuario. Balún ofrece la posibilidad de que cualquier usuario se registre en el portal. Esta función permite que el lector reciba correos electrónicos si se suscriba al *Newsletter* del portal, recibiendo por tanto las últimas noticias en sus ámbitos de interés de manera diaria. En la sección de "Mi perfil" se contemplan múltiples opciones que permiten al usuario sentirse vinculado y amparado por el equipo de Balún, entre ellas destacando un trato tan personal como es el hecho de que, al acceder a esta sección, la web salude al usuario por su nombre (una vez registrado) y que este pueda observar en la parte superior derecha su imagen de perfil. A continuación se desarrollan las funciones de la sección "Mi perfil".

- **Función 1: "Ver estadísticas"**. Esta función del portal destaca, sobre todo, por su aspecto lúdico, que intenta atrapar al lector. Al presionarlo, aparece en la página una ventana emergente que ofrece al consumidor información acerca del tiempo que lleva registrado, el número de artículos leído y su categoría de noticias más visitada. Esta ventana pretende funcionar como aliciente para que el usuario se proponga conseguir más números y mantener así un vínculo diario con el soporte.



Figuras 15 y 16. Previsualización de la página de "Mi perfil" antes y después de pulsar sobre el botón "Ver estadísticas".

- **Función 2: "Editar perfil"**. Al seleccionar esta función, alojada sobre la imagen de perfil del usuario, este podrá acceder a su información personal y editarla, así como su avatar. Para evitar un exceso de datos e información, se asocia al usuario información relativa únicamente al nombre completo, correo electrónico, número de teléfono y año de nacimiento. Una vez en esta página, existe la posibilidad de acceder a un tercer click a través del botón "Cerrar sesión", que permite un inicio desde otra cuenta o la creación de una cuenta nueva.



Noticias que te acercan la vida

Inicio Mi perfil Contacto

Editar imagen

**Nombre** Carlos García Hernández  
**Correo electrónico** carlosgh@gmail.com  
**Número de teléfono** 699 627 382  
**Año de nacimiento** 1992

Cerrar sesión

← @balunnnoticias +34 647 12 52 72 @BalúnNoticias noticiasbalun@gmail.com



Noticias que te acercan la vida

Inicio Mi perfil Contacto

**Inicia sesión**

Usuario  
Contraseña

Iniciar

**Crea un usuario**

Dirección de correo  
Usuario  
Contraseña

Crear

← @balunnnoticias +34 647 12 52 72 @BalúnNoticias noticiasbalun@gmail.com

- **Función 3: "Artículos que te gustan".** En esta función, el usuario accederá a una página que recopile los artículos que haya marcado como favoritos de manera atemporal, de modo que tenga la posibilidad de acceder a ellos a pesar de que se traten de noticias "desactualizadas". Se trata de un repositorio que recoge los artículos de preferencia del usuario y que registra sus tendencias para tenerlas en cuenta a la hora del envío de Newsletter. La apariencia es de un mosaico de tres columnas de artículos en estado de previsualización, indicando en cada uno la sección a la que pertenece, identificada también por el color que se aplica. Estas noticias pueden ordenarse según su categoría, la fuente de procedencia o en función de su fecha de publicación. Una vez abierta y leída la noticia, el usuario podrá volver a la pantalla del mosaico mencionado.

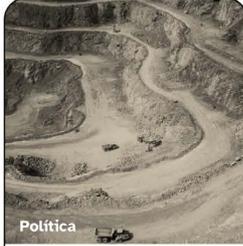
# Artículos que te gustan

Inicio

Mi perfil

Contacto

Ordenar por



Política

El proyecto español puesto como ejemplo por la ONU contra la crisis de la arena

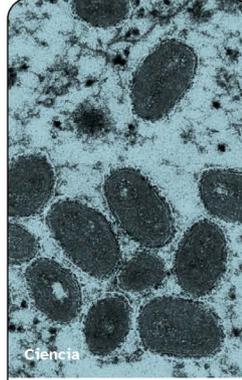
EL PAÍS | 20 DE ABRIL DE 2022



Arte

Criaturas vulnerables: somos frágiles y no es malo. Vida y patógenos centran una muestra en La Casa Encendida

MASDEARTE | 27 DE MAYO DE 2022



Ciencia

Suben los casos de viruela del mono: esto es lo que se sabe hasta ahora

NATIONAL GEOGRAPHIC | 29 DE MAYO 2022



Deporte

El Espanyot reestructura el Femenino tras no ascender

ABC | 28 DE MAYO 2022



Política

La vida secreta en México de dos fugitivos neofascistas de la Transición española

EL PAÍS | 14 DE MAYO 2022



Cocina

Pão de Ló, el delicioso biscocho portugués con yema de huevo que se llamó "Pan de España"

28MINUTOS | 16 DE MAYO 2022



Música

Melodías precisas, propulsiones orquestales y una joya escondida: Germán Salto

EL PAÍS | 29 DE ABRIL 2022

Volver arriba

@batlanoticias

+34 647 12 62 72

@batlanoticias

noticiasbatlan@gmail.com

- **Función 4: “Modifica la apariencia”.**  
La aplicación de esta herramienta tiene como principal objetivo cumplir con los principios de accesibilidad universal. Es, por tanto, en este apartado, donde el usuario tendrá la posibilidad de modificar la apariencia del portal en función de sus necesidades, ya sea por temas de preferencias personales como por limitaciones que genere la posible presencia de una discapacidad. Las herramientas que se ofrecen en este aspecto están relacionadas con el aspecto visual de la interfaz, siendo tres las funciones a mano del usuario. La primera se trata de una serie de botones que enlazan con extensiones de accesibilidad de Google Chrome, de manera que, en el caso de que este sea el navegador de preferencia del lector, tenga la posibilidad de instalarlos y así optar a formas de visualización de la interfaz que intervengan en el contraste de la web, modifiquen los modos de pantalla, ajusten el texto a las necesidades de personas con dislexia o incluyan pies de imagen más descriptivos que los que ofrece la web. La segunda herramienta que se ofrece en este apartado tiene relación con la tipografía; a pesar de que la fuente Atkinson Hyperlegible sea la incorporada en la

web, el usuario podrá modificarla según sus preferencias, pudiendo elegir entre varias fuentes sans serif: Helvetica Neue, Futura, Gill Jans y otras. Por último, se dispone una ventana de selección de cromatismos, cuya función se comparte con la que respecta a las tipografías: existe una paleta de colores establecida, pero se ofrece la opción de seleccionar una que afecte a toda la interfaz de colores más intensos, o bien que se visualice en blanco y negro con imágenes en escala de grises, lo cual resultaría una herramienta de gran importancia para personas con discapacidad visual.



[Inicio](#)
[Mi perfil](#)
[Contacto](#)

## Modifica la apariencia

### Extensiones para mejorar la experiencia

En los siguientes enlaces podrás descargar extensiones de Google Chrome que te permitirán percibir el contenido de nuestra página acorde a tus necesidades.

- [Distexia](#)
- [Imágenes](#)
- [Contraste](#)
- [Pantalla](#)

### Libre elección tipográfica

Al desplegar este menú podrás seleccionar el tipo de letra que te resulte más sencillo leer.

Tipografía

Atkinson  
Hyperlegible

Helvetica Neue

Futura

Gill Sans

### Libre elección de combinaciones de colores

Selecciona una paleta cromática para la visualización de los contenidos según la categoría a la que pertenezcan.

También puedes elegir ver sólo las ilustraciones, sin color.

Color —



 @balunnoticias
  +34 647 12 52 72
  @BalunNoticias
  noticiasbalun@gmail.com



[Inicio](#)
[Mi perfil](#)
[Contacto](#)

## Modifica la apariencia

### Extensiones para mejorar la experiencia

En los siguientes enlaces podrás descargar extensiones de Google Chrome que te permitirán percibir el contenido de nuestra página acorde a tus necesidades.

- [Distexia](#)
- [Imágenes](#)
- [Contraste](#)
- [Pantalla](#)

### Libre elección tipográfica

Al desplegar este menú podrás seleccionar el tipo de letra que te resulte más sencillo leer.

Tipografía —

### Libre elección de combinaciones de colores

Selecciona una paleta cromática para la visualización de los contenidos según la categoría a la que pertenezcan.

También puedes elegir ver sólo las ilustraciones, sin color.

Color

Blanco y negro



 @balunnoticias
  +34 647 12 52 72
  @BalunNoticias
  noticiasbalun@gmail.com

### **1.2.3 Contacto**

La última sección que ofrece la web es el apartado de "Contacto". De la misma manera que funciona en la mayoría de páginas web, incluye un formulario que ofrece un campo de texto en el que el usuario tendrá la posibilidad de enviar a la dirección de correo electrónico de Balún encargada de esta sección recomendaciones, sugerencias, y cualquier tipo de información que resulte útil para el crecimiento del portal. En el pie de página se incluye la información acerca de otras formas de contacto con la marca, a través de redes sociales y un número de teléfono. En los iconos correspondientes a cada red social se ha incorporado un hipervínculo que dirige al usuario a los perfiles de las mismas.



**Noticias  
que te acercan  
la vida**

Inicio

Mi perfil

Contacto

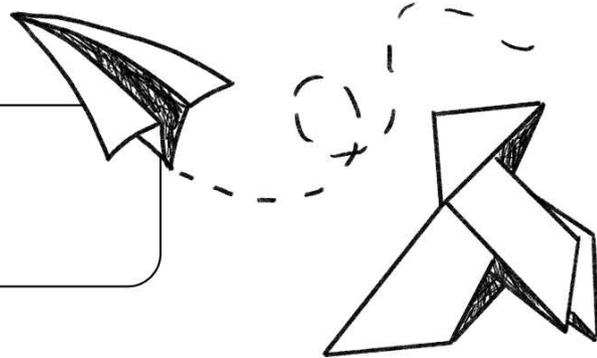
### ¡Nos importa tu opinión!

Puedes escribir aquí  
tu opinión sobre Balún.

Si quieres, también puedes  
hacernos alguna sugerencia,  
o proponernos cambios  
para conseguir un portal  
aún más accesible.

Escribe aquí tu opinión...

Enviar



Encuétranos  
en Instagram

@balunnoticias



Envíanos  
un mensaje

+34 647 12 52 72



Encuétranos  
en Twitter

@BalúnNoticias

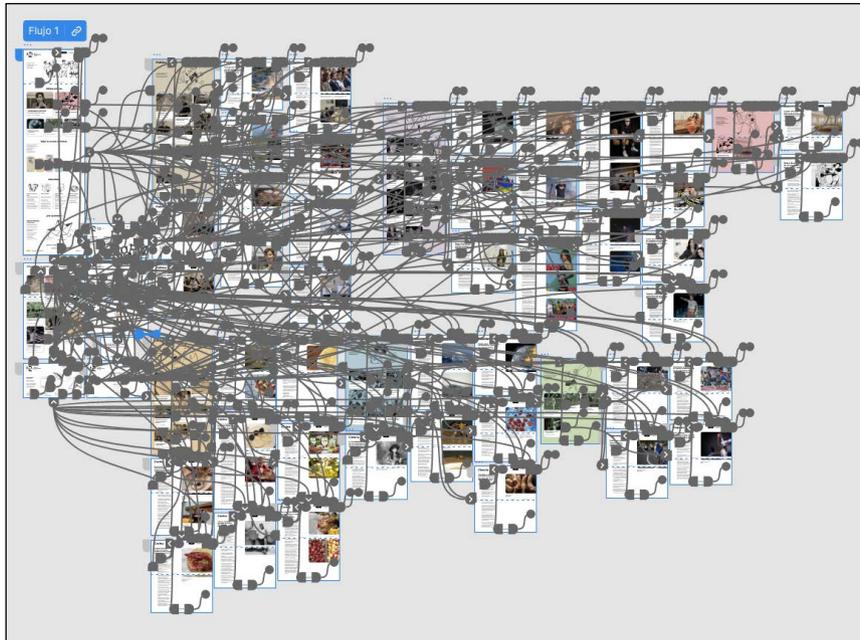
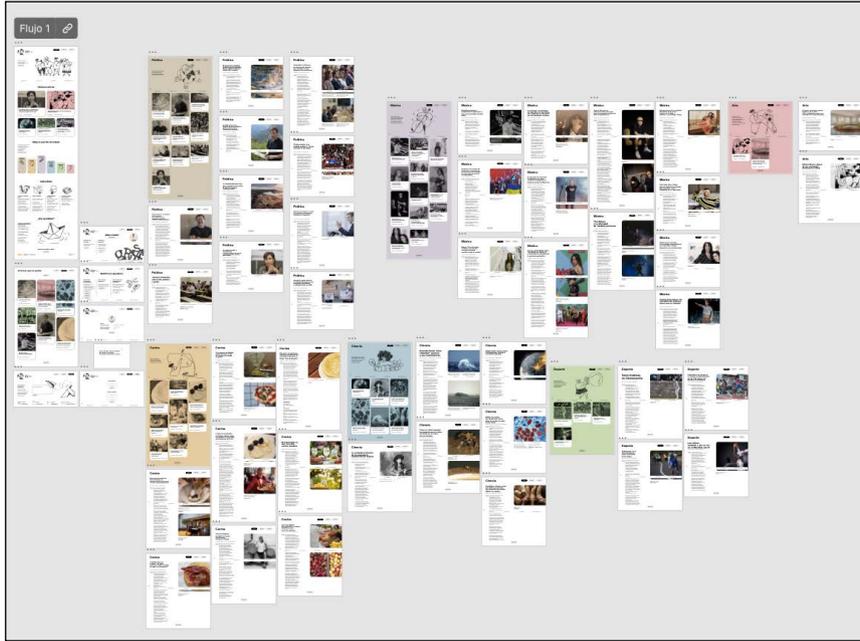


Envíanos  
un correo electrónico

noticiasbalun@gmail.com

### **1.3 Flujo de navegación. Interfaz a través de Adobe XD**

El programa de diseño de prototipos que se ha utilizado se divide en tres apartados: "Diseño", "Prototipo" y "Compartir". En el primero se plantean todos los elementos gráficos y visuales y su disposición, haciendo un diseño individual de cada de las páginas de la web. En la sección de "Prototipo" se lleva a cabo el diseño de la navegación, a través de acciones e interacciones. Por último, en "Compartir", el diseñador tiene la opción de generar enlaces para previsualizaciones web, generar grabaciones de pantalla o compartir el trabajo con otros usuarios. A continuación se observa una captura de pantalla de todas las páginas que contiene la web y de los nodos generados para la navegación, que permiten el funcionamiento de botones y otro tipo de interacciones.

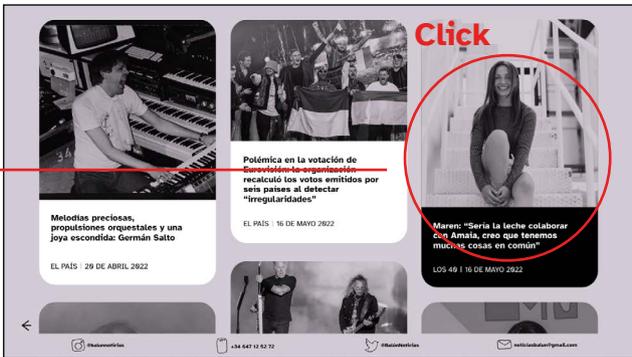
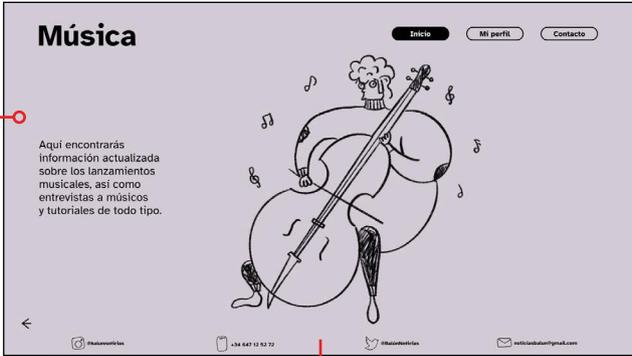
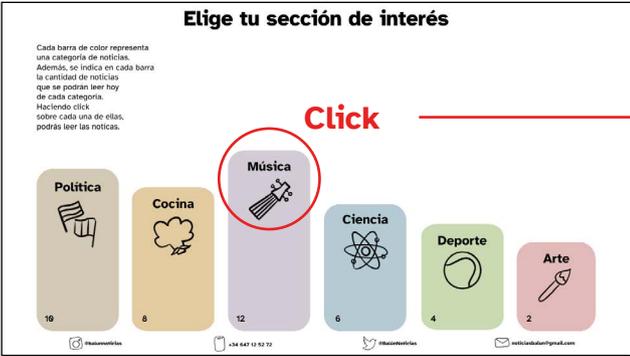


## 2. SECCIONES INFORMATIVAS

Tal y como se expone en el apartado 1.2.1, en el tercer espacio de la *landing page* se encuentran seis barras que representan las seis categorías de noticias que incluye la web, establecidas tras el estudio sobre los intereses más comunes entre PCD, resultando en su mayoría de carácter cultural. Estas secciones constituyen gran parte de la identidad del portal, pues se han tenido en cuenta como elemento identificador en la creación de los materiales corporativos y de promoción. Se pretende que estas seis secciones, con sus respectivos colores e ilustraciones se conviertan en el rasgo más importante en la personalidad de la marca.

### 2.1 Secciones de interés

Una vez el usuario haya clicado sobre cualquiera de las barras, el flujo de navegación seguiría dos ventanas más: una recopilatoria tipo mosaico (similar a las mencionadas anteriormente) que recoge las previsualizaciones de las noticias y artículos del día de dicha sección; y otra que resultaría la noticia en sí, a la que se llegaría clicando sobre cualquiera de dichas previsualizaciones, que presenta la noticia en su desarrollo completo. Estas secciones son: Política, Cocina, Música, Ciencia, Deporte y Arte.



Figuras 26, 27, 28 y 29. Muestra de navegación desde Inicio hasta la lectura de la noticia.

## 2.2 Navegación en las secciones del portal

A continuación se presenta un desarrollo de la navegación dentro de las secciones de interés, mostrando los pasos que llevan al usuario a la pantalla de lectura de la noticia. En los seis casos se sigue un mismo esquema, variando únicamente los contenidos y la apariencia.

### 2.2.1 Panel recopilatorio de noticias

Esta primera ventana que se abre tras clicar sobre la barra de una sección dirige al usuario al panel en el que se disponen las noticias y artículos de dicha sección. Este panel se caracteriza por presentar, en primera instancia, una ilustración que se asocia a la sección, dispuesta sobre un fondo del color también vinculado a la sección y un bloque de texto que ubica al usuario indicándole qué encontrará de ahí en adelante. A partir de un primer *scroll* hacia abajo, se dispone el mosaico de tres columnas de previsualización de noticias, cada una de ellas encapsulada en un rectángulo cuadrado o vertical, atendiendo a las dimensiones originales de la imagen. Cada una de estas figuras incluye la imagen más descriptiva de la noticia que proporcione su fuente oficial, sobre el titular redactado en LF, y en la parte inferior se indica la fuente del artículo y la fecha de publicación. La fecha se repetirá en todos los casos cada día, pero se indica teniendo en cuenta que el artículo puede ser enviado al recopilatorio atemporal de "Artículos que te gustan". Las imágenes son tratadas de manera individual para que, en su previsualización, atiendan a un principio de unidad visual, visualizándose como fotografías monotonos con la gama de tonalidades que resulta del color asociado a la sección. Al hacer *hover*<sup>26</sup> en cada recuadro, los colores de la información

26. Acción de pasar el ratón por encima de un elemento.

escrita se invertirán, dando a entender al usuario cuál es la noticia que está a punto de leer. El número de noticias de cada sección viene determinado por la altura de la barra en la *landing page* y por el número que esta indica en su parte inferior.<sup>27</sup>

**27. Las fechas y contenidos que se incluyen en el prototipo no coinciden en tiempo con el contenido que debería aparecer en la realidad. Se han incluido ejemplos de artículos para simular una visualización de su hipotético uso.**

# Política

Inicio Mi perfil Contacto

Aquí encontrarás todas las nuevas noticias sobre política nacional e internacional de hoy.



←

 @ElPaísNoticias 
  +34 647 12 92 72 
  @ElPaísNoticias 
  info@elpaisnoticias.com



**El proyecto español puesto como ejemplo por la ONU contra la crisis de la arena**

EL PAÍS | 29 DE ABRIL DE 2022



**La vida secreta en México de dos fugitivos neofascistas de la Transición española**

EL PAÍS | 14 DE MAYO 2022



**La metamorfosis de Vigo que comenzó en las botas de Michel Salgado y Valery Karpin**

EL MUNDO | 6 DE MAYO 2022



←

 @ElPaísNoticias 
  +34 647 12 92 72 
  @ElPaísNoticias 
  info@elpaisnoticias.com

# Cocina

Inicio Mi perfil Contacto

Aquí encontrarás recetas de todo tipo y las últimas noticias y tendencias de cocina.



←

 @ElPaísNoticias 
  +34 647 12 92 72 
  @ElPaísNoticias 
  info@elpaisnoticias.com



**Pão de Ló, el delicioso biscocho portugués con yema de huevo que se llama "Pan de España"**

26MINUTOS | 19 DE MAYO 2022



**Tres lugares de Madrid donde celebrar el día del celíaco sin miedo al gluten**

ABC | 27 DE MAYO 2022



**Landa, el restaurante en Burgos donde comer los huevos con morcilla más famosos de la A-1**

EL PAÍS | 15 DE JULIO 2022

←

 @ElPaísNoticias 
  +34 647 12 92 72 
  @ElPaísNoticias 
  info@elpaisnoticias.com

# Música

Inicio Mi perfil Contacto

Aquí encontrarás información actualizada sobre los lanzamientos musicales, así como entrevistas a músicos y tutoriales de todo tipo.



←

 @ElPaísNoticias 
  +34 647 12 92 72 
  @ElPaísNoticias 
  info@elpaisnoticias.com



**Melodías precisas, propulsiones orquestales y una joya escondida: Germán Salto**

EL PAÍS | 28 DE ABRIL 2022



**Polémica en la votación de Eurovisión: la organización recalculó los votos emitidos por seis países al detectar "irregularidades"**

EL PAÍS | 16 DE MAYO 2022



**Maren: "Sería la leche colaborar con Amaia, creo que tenemos muchas cosas en común"**

LOS 40 | 16 DE MAYO 2022

←

 @ElPaísNoticias 
  +34 647 12 92 72 
  @ElPaísNoticias 
  info@elpaisnoticias.com

# Ciencia

Inicio [Mi perfil](#) [Contacto](#)

Aquí podrás leer noticias relacionadas con nuevos descubrimientos, avances científicos y ensayos de especialistas.



←

 @holaNoticias | 
  +34 647 12 52 72 | 
  @holaNoticias | 
  hola@holaNoticias@gmail.com



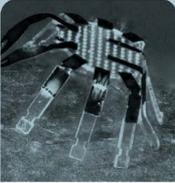
**Podría haber hasta cuatro civilizaciones 'hostiles' en nuestra galaxia**

ABC | 3 DE JUNIO DE 2022



**La verdadera historia de la legendaria tiradora Annie Oakley**

NATIONAL GEOGRAPHIC | 29 DE MAYO DE 2022



**Crean un 'robot-cangrejo' tan pequeño que es capaz de andar por el canto de una moneda**

ABC | 28 DE MAYO DE 2022

←

 @holaNoticias | 
  +34 647 12 52 72 | 
  @holaNoticias | 
  hola@holaNoticias@gmail.com

# Deporte

Inicio [Mi perfil](#) [Contacto](#)

En esta sección encontrarás noticias sobre deportes, desde los resultados más actuales hasta reportajes a deportistas.



←

 @holaNoticias | 
  +34 647 12 52 72 | 
  @holaNoticias | 
  hola@holaNoticias@gmail.com



**Saint Andrews es Disneylandia**

EL PAÍS | 28 DE MAYO DE 2022



**Fred Kerley se corona en el triplete estadounidense de los 100 metros del Mundial de Atletismo**

EL PAÍS | 07 DE JULIO DE 2022



**Pedaleando en el Tour de Francia como si tuvieran 39 de fiebre**

EL PAÍS | 10 DE JULIO DE 2022

←

 @holaNoticias | 
  +34 647 12 52 72 | 
  @holaNoticias | 
  hola@holaNoticias@gmail.com

# Arte

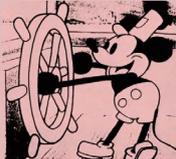
Inicio [Mi perfil](#) [Contacto](#)

En esta sección te informamos sobre todo lo relacionado con el cine, la pintura, el diseño, el teatro y todas las formas de arte que destaquen.



←

 @holaNoticias | 
  +34 647 12 52 72 | 
  @holaNoticias | 
  hola@holaNoticias@gmail.com



**Mickey Mouse dejará de ser propiedad de Disney en 2024**

EL MUNDO | 16 DE JULIO DE 2022



**Cráteras vulnerables: somos frágiles y no es malo. Vida y patógenos centran una muestra en La Casa Encendida**

MASDEARTE | 27 DE MAYO DE 2022

←

 @holaNoticias | 
  +34 647 12 52 72 | 
  @holaNoticias | 
  hola@holaNoticias@gmail.com

## 2.2.2 Pantalla de lectura del artículo

Una vez seleccionada la noticia o artículo que se pretende leer, se accede a la página que muestra la noticia completa, redactada en Lectura Fácil a una columna. En esta pantalla, el usuario podrá, además de leer la noticia desde su titular, pasando por el cuerpo del artículo hasta los pies de foto, marcar con una estrella la noticia, pasando esta a la sección de "Artículos que me gustan" que se incluye en "Mi Perfil". La opción de uso que caracteriza esta página a nivel de accesibilidad es el botón de reproducción de audio, lo cual funciona como herramienta indispensable para personas con una dificultad lectora de alto grado. Este botón lleva a la reproducción en audio del titular y de la noticia como tal, siguiendo un ritmo de lectura fluido. En la parte derecha de la pantalla se incluyen las imágenes asociadas a la noticia, con sus respectivos pies de foto (en caso de tenerlos), distribuidos en dos columnas de texto. En la pantalla de lectura del artículo la imagen se presenta en su formato y color original. Bajo el titular, se indica la fuente de procedencia y la fecha, del mismo modo que en la pantalla anterior, incluyendo además el nombre del redactor o redactora del artículo en su medio de publicación original. Uno de los objetivos que primaron en el diseño de esta pantalla es el contraste, pues la falta de color conlleva que este aspecto

se refleje en otros elementos, en este caso el establecimiento de jerarquías y varios pesos tipográficos. Además, se incorpora, en la parte alta y a gran tamaño, la categoría a la que pertenece el artículo, para favorecer al usuario en lo que respecta a ubicarse dentro del portal.<sup>28</sup>

**28. Los textos que se incluyen en las pantallas del prototipo no están redactados en Lectura Fácil de manera oficial por no disponer de un contacto directo de profesionales para su adaptación. Se trata de ejemplos que pretenden acercarse lo máximo posible a una adaptación real siguiendo las pautas estudiadas.**

# Ciencia

Inicio

Mi perfil

Contacto

## La verdadera historia de la legendaria tiradora Annie Oakley

NATIONAL GEOGRAPHIC | 29 DE MAYO DE 2022 | EMILY MARTIN



Cuenta la leyenda que Annie Oakley era una tiradora tan hábil que frustró sin ayuda robos de trenes, disparó a osos y panteras y mató a un lobo que ya la tenía en sus garras. O, al menos, eso decía la novela de 1887 basada en su vida titulada La reina del rifle.

La fama de Oakley como una de las pistoleras más hábiles de su tiempo inspiró muchos cuentos (la historia del lobo, por ejemplo, nunca ocurrió). Algunos de estos mitos perduran hoy en día gracias al musical de Broadway de 1946 Annie Get Your Gun, cuya escena final muestra a Oakley perdiendo una partida intencionadamente para proteger el ego de su futuro marido, cuando en realidad se ganó su corazón al vencerle en un tiroteo.

Es difícil separar la realidad de la ficción sobre la vida de Oakley. Como atracción principal del Buffalo Bill's Wild West Show (un popular espectáculo ambulante del siglo XIX conocido por su representación romántica de la vida en la frontera) Oakley exhibió su talento en escenarios de todo el mundo durante 17 años. Asombró al público disparando cigarrillos de los labios de su marido, lanzando naipes en el aire y (su principal truco) disparando a un blanco a sus espaldas mientras lo veía desde un espejo.

La reputación de Oakley fue creada en gran parte por su marido Frank Butler y los promotores del Wild West Show. Sin embargo, aún se conservan algunos relatos de la vida de Oakley y de sus descendientes.

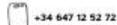


**Imagen:** La tiradora Annie Oakley sostiene una escopeta en un retrato de mediados de la década de 1880. La leyenda que protagonizó Buffalo Bill's Wild West Show ha inspirado programas

de televisión, películas y musicales, y muchos relatos contradictorios sobre su vida. **GETTY IMAGES**



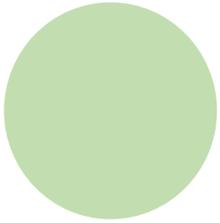
Volver arriba



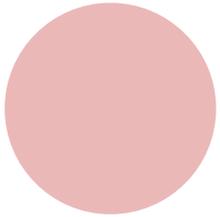
## **3. ESTILO GRÁFICO DEL PORTAL**

### **3.1 Presencia del color**

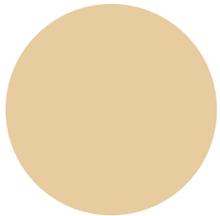
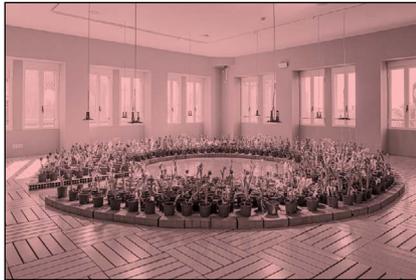
Tal y como se observa en el desarrollo expuesto hasta ahora, la presencia del color en este proyecto forma gran parte de su identidad. Este aspecto indica que los seis colores representan a las seis categorías, siendo estas las potenciales protagonistas y por lo que se pretende que se reconozca el proyecto como portal web y como marca. Así, el color se aplica de manera justificada, haciendo uso de las seis tonalidades únicamente cuando precise, es decir, cuando se haga alusión o referencia a cada una de las seis secciones.



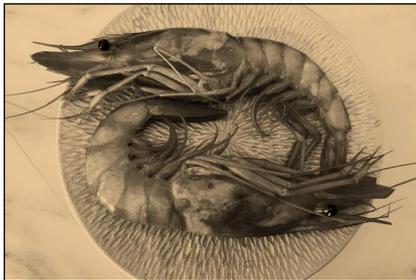
Deporte



Arte

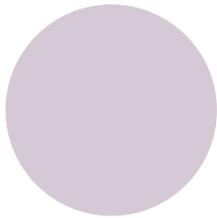


Cocina

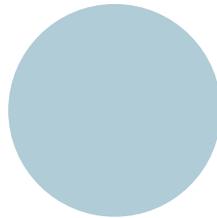




Política



Música



Ciencia



## 3.2 Ilustración y personajes

La ilustración resulta otro de los elementos diferenciadores de la marca. A pesar de que han surgido varias líneas estéticas para abordarla desde un principio, valorando desde una apariencia vectorial hacia otra más minimalista, pasando por el realismo, se ha establecido una personalidad en la ilustración que permite que su visualización fuera del entorno web (en cartelería o material de papelería, por ejemplo) haga que se asocie directamente con Balún.

De esta manera, se ofrecen seis ilustraciones, cada una correspondiente a cada sección, en las que se observa a varios personajes desempeñando funciones relacionadas con ellas. El diseño y desarrollo de los personajes se ha llevado a cabo individualmente, pero siguiendo una serie de pautas para generar una unidad (vista lateral de la cabeza, gran contraste de tamaño entre el cuerpo y la cabeza, hipérbole o exageración en el tamaño de ciertos elementos, trazo negro de lápiz, relleno de rayado en algunos objetos o partes del cuerpo) que conforman una apariencia dinámica y en movimiento, de fácil reconocimiento y gran personalidad.

Por otro lado, se han ilustrado elementos ajenos a las secciones de interés, los cuales se observan en el resto de panta-

llas, que aportan la sensación de encontrarse en un espacio creativo y cercano al usuario. Estas ilustraciones, siempre en trazo negro y siguiendo las mismas pautas determinadas para las demás, tienen relación con el periodismo, la Lectura Fácil, la adaptación, la comunicación y la colaboración, transmitiendo figuras y acciones positivas. Por último, cabe destacar que las ilustraciones se aplicarán siempre sobre fondos de color o blanco, y nunca serán reproducidas con una tonalidad que no sea negro.

Trazado negro  
de lápiz



Rayado  
en ciertos elementos



Exageración en el  
tamaño de ciertos  
elementos



Contraste de tamaño  
entre cabeza  
y cuerpo

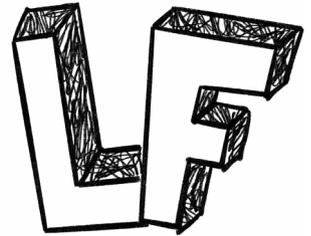


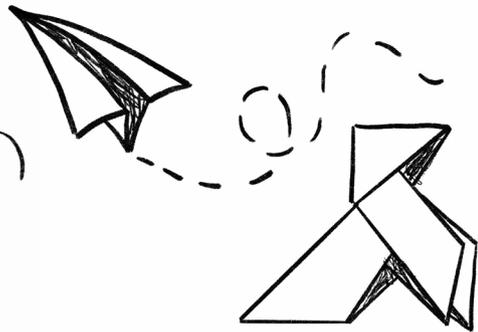
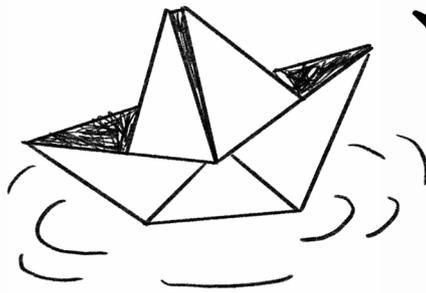
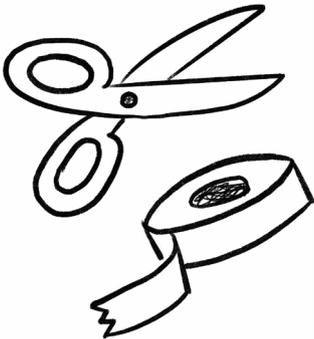
Rayado  
en partes  
del cuerpo



Vista lateral  
de la cabeza







### 3.3 Iconografía

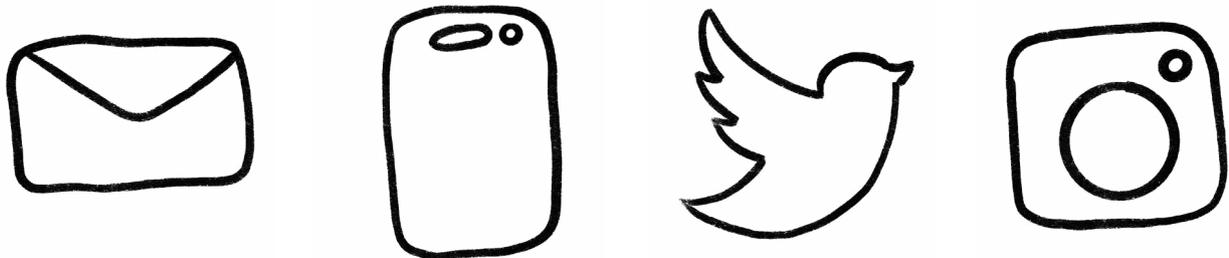
Continuando con la línea de las características ilustrativas del proyecto, la presencia iconográfica resulta crucial para facilitar la ubicación del usuario y para simplificar determinados elementos. Así, se incluyen dos variaciones en la iconografía. La primera recoge los iconos interactivos tales como la flecha (para volver hacia atrás), el altavoz (para la reproducción de audio), y la estrella (para marcar como "favorito") y son de carácter vectorial. La segunda se caracteriza por expresar de manera resumida y sintetizada elementos determinados, como los iconos de las RRSS (presentes en el pie de página y la página de contacto) y los que simplifican las ilustraciones generales de las secciones (presentes en cada una de las seis barras).



Iconografía vectorial de navegación



Iconografía de secciones



Iconografía de contacto

## 4. CONSEJO EDITOR Y PLANTEAMIENTO DE FINANCIACIÓN

Una vez determinado el aspecto de la web y sus contenidos, se han puesto sobre la mesa las opciones a valorar en materia del funcionamiento de la web en lo referente a las fuentes de procedencia de las noticias y artículos y las hipotéticas formas de colaboración y financiación del proyecto.

### 4.1 Plantilla del portal y flujo de trabajo

Una vez determinado el aspecto de la web y sus contenidos, se han puesto sobre la mesa las opciones a valorar en materia del funcionamiento de la web en lo referente a las fuentes de procedencia de las noticias y artículos y las hipotéticas formas de colaboración y financiación del proyecto.

- Periodistas que seleccionan los artículos o noticias que se considere que deban llegar a oídos de PCD. Estos profesionales extraerían este material de las fuentes oficiales de noticias colaboradoras. El carácter de las noticias que se escogen debe responder a las seis secciones diseñadas para el portal.
- Técnicos/as especialistas en redacción en Lectura Fácil. Una vez seleccionado el contenido a publicar, un equipo de especialistas se encargará de hacer un repaso al material original para después elaborar los cambios indicados para convertirlo en material de Lectura Fácil ("re-redactar" el contenido primitivo a nivel sintáctico y de vocabulario, elaborar pies de fotos en los casos que precisen, etc.), además de seleccionar las imágenes que resulten más comprensibles para el público objetivo en su complementación con el texto.

- Técnicos/as informáticos/as o programadores/as responsables de la actualización del portal. Para conseguir una web actualizada y cuyas noticias están "al día", es necesario que varios profesionales, tras recibir el material en LF, la incluyan en el portal siguiendo las bases de diseño manifestadas en una ficha técnica. Su función sería, por tanto, encargarse de que el portal se actualice diariamente y que sus funciones de accesibilidad relacionadas con la navegación (reproducción de audio, aparición de ventanas emergentes, hipervínculos, etc) trabajen correctamente.
- Equipo creativo. Este grupo de personas será el responsable de generar el material corporativo, renovar las ilustraciones y el diseño de la web en caso de que sea necesario y siguiendo las pautas descritas con anterioridad. En caso de que se precise un rediseño completo, será este equipo el encargado de desarrollarlo.



## 4.2 Colaboración y periódicos

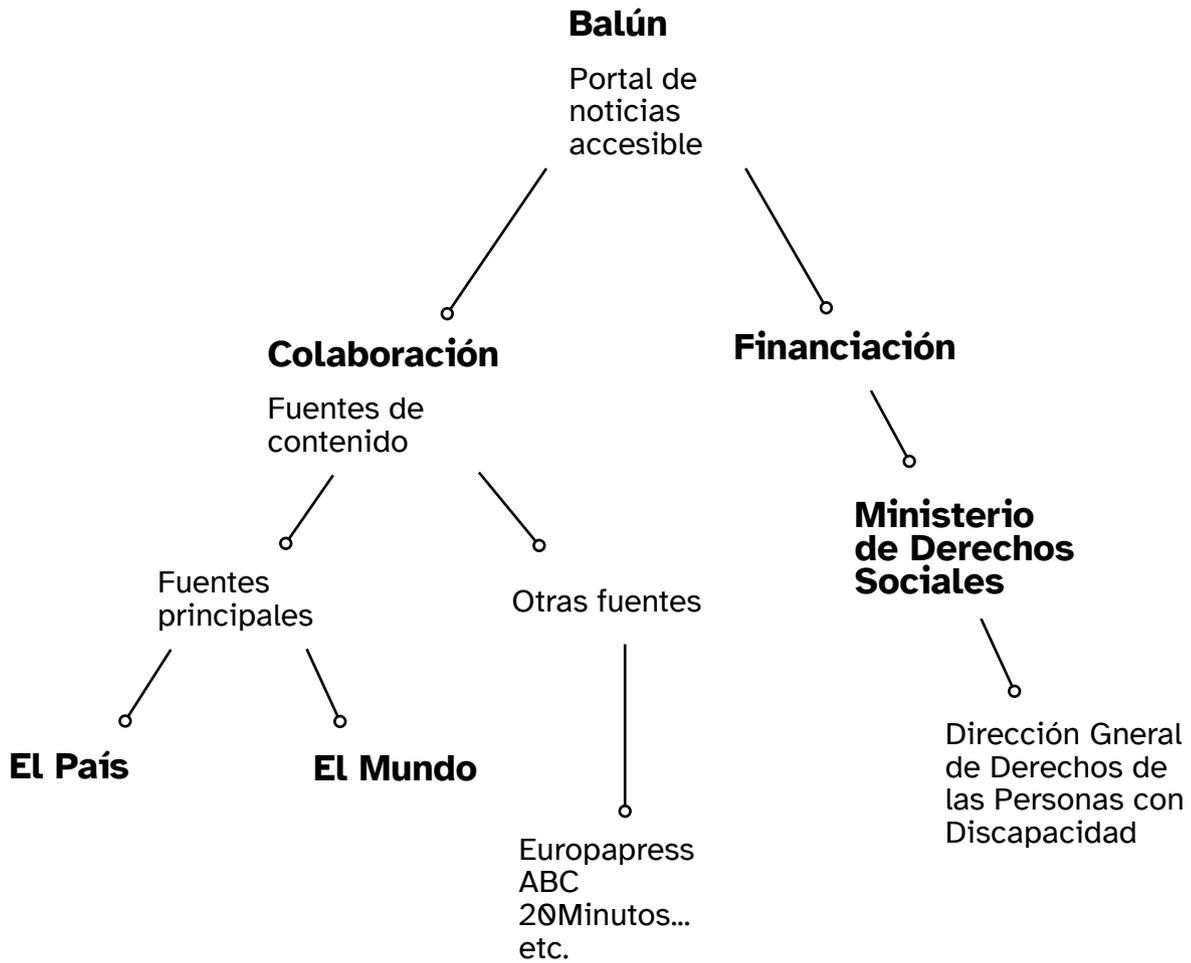
A la hora de recabar noticias y artículos de distintos medios de comunicación oficiales, se proponen los periódicos El Mundo y El País como principales colaboradores, de manera que cedan, de forma desinteresada, sus contenidos diarios a Balún para conseguir satisfacer las necesidades de acceso a la información de PCD. A cambio, el portal incluirá su logotipo en su *landing page* como entidades colaboradoras, del mismo modo que en cada artículo seleccionado, adaptado y publicado en la web constará su fuente de procedencia y redactor/a. La elección de estos periódicos como principales colaboradores viene justificada, además de por su gran influencia y consumo nacional, por resultar de fuentes de información de tendencias ideológicas opuestas (El País representa una ideología progresista a nivel general, mientras que El Mundo tiende hacia el conservadurismo). De esta manera, el portal no se verá condicionado por una tendencia política concreta y cada usuario tendrá la posibilidad de acceder a información de los dos espectros ideológicos que priman en nuestro país según sus preferencias.

Cabe destacar que, además de estas dos fuentes de información, se colaborará con otros periódicos, revistas y medios de información (Europapress, El Español, Na-

tional Geographic, ABC, 20Minutos, etc.), pero las principales entidades colaboradoras continuarían siendo El País y El Mundo.

### **4.3 Ministerio de Derechos Sociales**

Para lograr una financiación del portal que permita mantener un equipo y flujo de trabajo, se propone depender del Ministerio de Derechos Sociales a nivel económico, específicamente de la sección de Dirección General de Derechos de las Personas con Discapacidad. La elección de esta institución como fuente financiera se explica por el propósito de mantener el carácter universal y de acceso a todos los tipos de público, por lo que acudir a un organismo de carácter público como es un Ministerio resultaría de gran apoyo para mantener este objetivo universal. Por lo tanto, una financiación por parte de una entidad pública permitiría un registro del usuario en el portal completamente gratuito.



## **5. RASGOS DE ACCESIBILIDAD EN LA NAVEGACIÓN**

Como bien se expone en varios de los apartados anteriores, se han implementado en la web ciertos rasgos, en su mayoría recomendados por la WCAG 2.0, para facilitar la navegación web a personas con discapacidad tanto visual como cognitiva. A continuación se expresan brevemente.

### **5.1 Reproducción en audio**

Esta herramienta se ha implementado por dos motivos principales: el primero está directamente relacionado con la imposibilidad de incluir material en braille por tratarse de un medio digital. De esta manera, la reproducción en audio del contenido más extenso (el titular y cuerpo de las noticias) resulta la herramienta de mayor utilidad para personas ciegas. Por otro lado, en el caso de personas con alto grado de dificultad lectora, la presencia de una adaptación sonora del texto se percibirá como elemento diferenciador del resto de soportes de noticias, la cual se complementa con la redacción en LF de la totalidad de la web para personas con una mayor facilidad de lectura.

A continuación se dispone una imagen donde se señala su disposición, pero se recomienda su acceso y experimentación a través del enlace a la web proporcionado al comienzo de esta fase de desarrollo.

# Música

Inicio

Mi perfil

Contacto

## Qué tiene Harry Styles que no tuvieron los demás para terminar con la maldición de la 'boy band'

EL PAÍS | 9 DE JULIO 2022 | SERGIO DEL AMO



Harry Styles (Redditch, Inglaterra, 28 años) ha derribado dos maldiciones de la industria musical.

Por un lado, ser uno de los pocos miembros de una boy band (en su caso, One Direction) que ha obtenido el éxito internacional en solitario y el favor de la crítica.

Por otro, sobrevivir al reto comercial del tercer disco.

Su reciente Harry's House, editado el 20 de mayo, entró directamente al número uno en el Reino Unido y Estados Unidos.

Incluso en el competitivo mercado estadounidense, que es el más



 @balunnoticias

 +34 647 12 52 72

 @BalunNoticias

 noticiasbalun@gmail.com

## 5.2 Ventana de estadísticas

Tal y como se comenta anteriormente, esta función presente en “Mi perfil” sirve como elemento que motiva al usuario y le permite percibir el portal de noticias como un lugar con un componente lúdico. Para conseguir esta impresión, se estudió la implementación de juegos online, pero finalmente se optó por incorporar esta herramienta de estadística en su lugar por varios motivos: evitar un acercamiento a un posible carácter infantil, incorporar un contador que motivase al usuario a mantener una rutina de consulta (fomentando del mismo modo el crecimiento de la plataforma), y evitar quitarle protagonismo al carácter informativo que caracteriza el portal.



**Llevas 42 días leyendo en Balún.  
Has leído 134 artículos.  
Tu categoría preferida es Cocina.**

## 5.3 Extensiones de Google Chrome

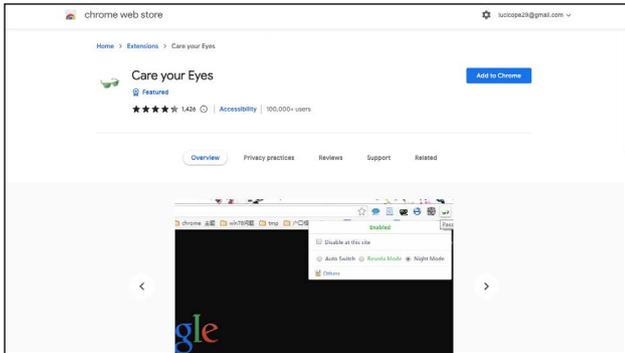
Estas extensiones a las que se accede desde la pantalla de “Modificar apariencia” resultan un apoyo que permite una adaptación personalizada de la interfaz al usuario. Así, las extensiones incorporadas son las siguientes y se podría acceder a través de los botones que se incluyen en esta página:

- **Pantalla: *Care your eyes*.** Esta extensión de Google está directamente relacionada con los modos de pantalla, permitiendo al usuario cambiar los colores de fondo o seleccionar el modo nocturno, ofreciendo así herramientas para fomentar el cuidado de la vista.
- **Dislexia: *OpenDyslexic*.** A pesar de que la fuente que se utiliza en toda la web está diseñada para ser legible con un fácil reconocimiento de sus caracteres, se incorpora un enlace a la extensión *OpenDyslexic*, que sustituye todas las fuentes de cualquier página web por la *OpenDyslexic*, diseñada para su lectura concretamente por parte de personas con dislexia.
- **Descriptor de imágenes: *GenAlt*.** Esta extensión genera descripciones de imagen, que se complementarían con los pies de foto en caso de su presencia. *GenAlt* proporciona estas

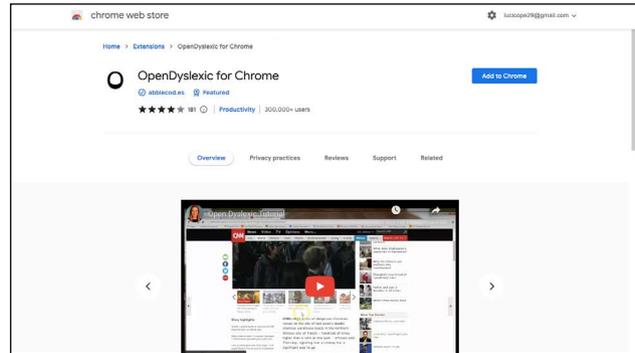
descripciones en inglés, español, japonés, chino y portugués, para facilitar la navegación a personas con discapacidad visual o anomalías en la visión y detección de colores tales como el daltonismo.

- **Contraste: *Color Contrast Analyzer*.** A través de esta extensión, cualquier usuario tendrá acceso a la información relacionada con las normas WCAG, analizando por sí mismo cómo funcionan los requerimientos de contraste del texto y los colores. No se trata de una extensión accesible en sí, pero permite al usuario acceder a información acerca de la accesibilidad web.

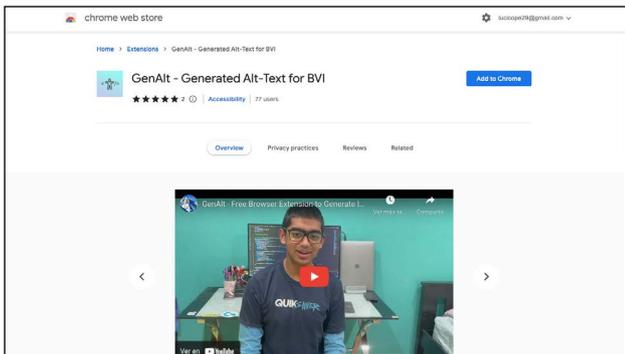
## Pantalla



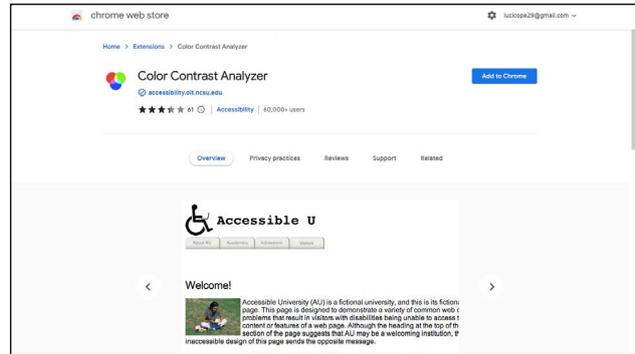
## Dislexia



## Imágenes



## Contraste



## 6. PREVISUALIZACIÓN Y VERSIÓN MÓVIL Y TABLET

Como en todo proyecto de diseño web, es de gran relevancia que exista una versión vertical adaptada a dispositivos móvil y tablet. Por lo tanto, se ha rediseñado el prototipo horizontal y principal de este proyecto, generando una versión simplificada, adaptando la colocación de los elementos a una disposición vertical para su mayor visualización en dispositivos más manejables en el día a día. De esta manera, se ha generado un documento nuevo de Adobe XD que simula la visualización de la web desde un teléfono móvil iPhone 13, pero que podría aplicarse a cualquier dispositivo vertical. En él, se presenta un ejemplo de la previsualización de cada una de las partes que la conforman. Sin embargo, en su formalización incluiría el desarrollo de todas las secciones y sus respectivas noticias.

### 6.1 Vídeo de muestra

En el siguiente enlace se podrá acceder a una demostración en vídeo del funcionamiento de esta versión. Los contenidos serán los mismos que en su versión principal.

<https://drive.google.com/file/d/1aPcaP-N5BtuXLDjymxQVtmOfQwvd4MhE8/view?usp=sharing>



Figura 56. Código QR de acceso directo a un vídeo de presentación de la versión móvil de Balún.

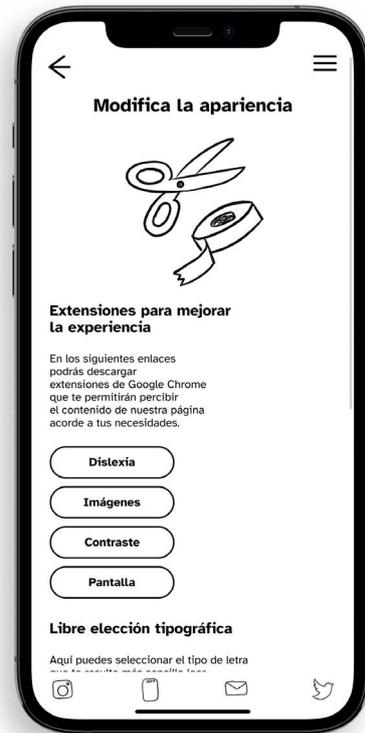
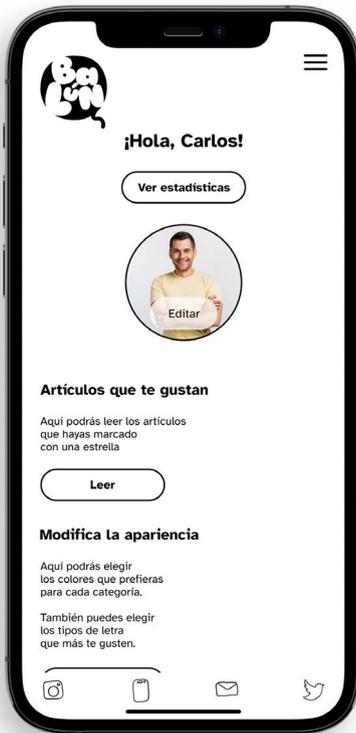
## 6.2 Previsualización de las secciones

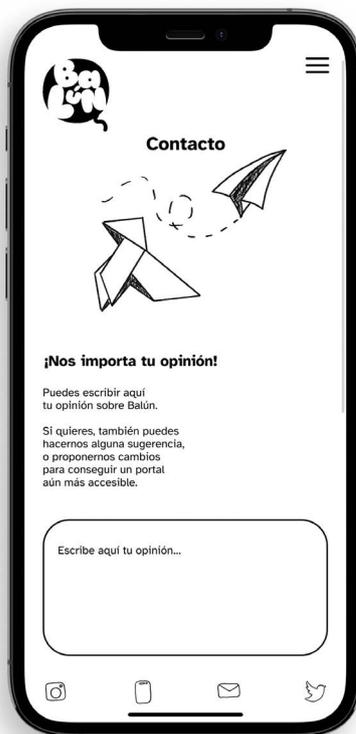
Algunas de las diferencias en el diseño en formato vertical de la web se presentan en casos como:

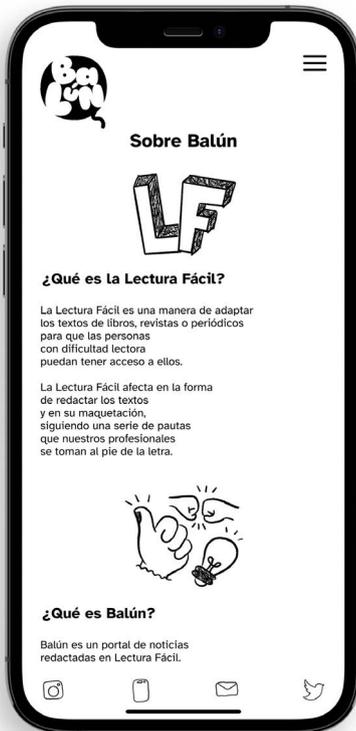
- La implementación de un menú al que se accede a través de un botón, el cual ocuparía toda la pantalla en el momento de su acceso. En su versión horizontal, el menú se dispone en la cabecera de la página.
- La incorporación de una sección adicional en el menú denominada "Sobre Balún", que contiene la información acerca del portal y la desvincula de la *landing page* (como se dispone en su formato original), para evitar un *scroll* demasiado largo y establecer una jerarquía de mayor accesibilidad para su visualización en móvil y tablet.
- La presentación de únicamente dos noticias principales en la *landing page*, a diferencia de su versión de ordenador, que incluye cinco.
- La adaptación de algunas de las ilustraciones (como es el caso de la que se incluye en la parte alta de la *landing page*) a un formato vertical.
- La presentación del logotipo en su versión principal, sin un acompañamiento del *claim*.
- La disposición de las barras de las secciones en formato horizontal y sin la inclusión de su icono correspondiente.
- La disposición de las previsualizaciones de las noticias en una columna vertical, diferenciándose de su presentación en la versión web, que sigue una estructura cuadrangular de tres columnas.











## 7. MATERIAL ADICIONAL

Además del diseño y prototipo de la interfaz en su formato original y móvil, se han diseñado en asociación a la marca una serie de materiales de apoyo, en complementación con el material promocional que se muestra en el manual de IVC, que permiten una mayor difusión entre la sociedad de los contenidos que se abordan en el portal. Para ello se han generado tres elementos adicionales al portal: un *fanzine* sobre la importancia de la inclusividad en el lenguaje; un díptico informativo sobre Balún; y una pequeña campaña de *email marketing*.

### 7.1 *Fanzine* sobre la inclusividad en el lenguaje

Desde las fases iniciales en el planteamiento del proyecto, el tema del correcto uso del lenguaje en el ámbito de la discapacidad ha estado muy presente, cuidando, tanto en la redacción que se incluye en la web como en la de esta memoria de proyecto, el empleo de las palabras para resultar inclusivas y elaborar una proyección universal hacia el público. Es por este motivo por el que se ha querido implementar de alguna manera este tópico en el proyecto. Así, se ha traducido esta ambición en la creación de un *fanzine* en formato A4, incluyendo una serie de ilustraciones elaboradas para este contexto que siguen la línea gráfica de la marca e incluyendo textos extraídos y adaptados a Lectura Fácil procedentes de las "Directrices para un lenguaje inclusivo en el ámbito de la discapacidad" de Unicef.

Se trata de un documento en formato A4 de doble cara, que se pretende subir a algún apartado de la página web con el objetivo de que cualquier usuario pueda tener acceso a él, de manera que tenga la posibilidad de imprimirlo y "montarlo" por su cuenta, reforzando así el carácter participativo de la web y para llamar la atención del consumidor. La parte delantera recoge el contenido del *fanzine*, diseñado según las pautas que es preciso seguir para conseguir un *fanzine* de 8

páginas. En la parte trasera, se ha incorporado una ilustración que el lector podrá utilizar a modo de póster, para colorearlo en caso de que lo prefiera, etc. El objetivo es ofrecer un material tangible que vincule aun más al público objetivo con la marca y cuya manipulación genere una experiencia lúdica y entretenida.

A continuación se muestra un plano de ambas caras del *fanzine* y las instrucciones para su montaje, que se han diseñado como complemento en el caso de que se incluya el *fanzine* en la web para que el usuario tenga acceso a él.

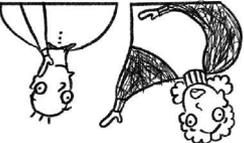
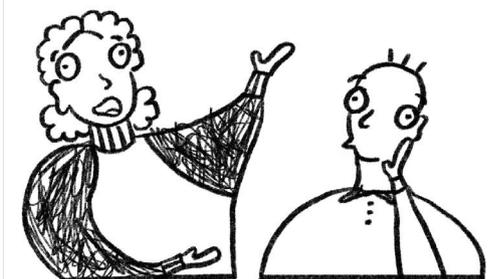
<p>En Balún trabajamos para que nuestras noticias sean fáciles de leer y de entender para todas y todos. En especial, nos dirigimos a personas con dificultad para leer. Del mismo modo que todas las personas tienen el derecho a estar al día de las últimas noticias, es importante que todo el mundo se sienta bien y cómodo a la hora de dirigirse a ellos/as. Por eso, desde Balún queremos que sepas cuál es la mejor manera de hablar y de hacer que estas personas se sientan parte del mundo.</p>	<p><b>¿Por qué es tan importante el lenguaje?</b></p> 	<p><b>La inclusividad en el lenguaje:</b></p>  <p>Guía basada en las "Directrices para un lenguaje inclusivo en el ámbito de la discapacidad" de Unicef</p> <p>www.balun.es Noticias que te acercan la vida</p>	<p><b>¿Hay otras opciones?</b></p> <p>A pesar de que el contenido de este fanzine es muy fácil de comprender y recordar, siempre puedes dirigirte directamente a la persona con la que quieres hablar para que te explique de qué manera te refieres a ella/él. Es fundamental la comunicación y la naturalidad para hacer que todas las personas se sientan a gusto.</p>
<p><b>¿Qué lenguaje es correcto en este ámbito?</b></p> 	<p>Es importante poner a la persona por delante de la discapacidad.</p> <p>Siempre que nos referimos a una persona con discapacidad debemos utilizar la preposición "con". Por ejemplo: persona con autismo, persona con Síndrome de Down, o persona con movilidad reducida.</p> <p>Podemos utilizar expresiones como "¿viste eso?" cuando hablamos con una persona ciega o "vamos a sentarnos allí" cuando nos referimos a alguien en silla de ruedas, estas frases no molestan a las PCD.</p> <p>La clave está en normalizar las discapacidades y saber que forman parte de la vida, de la naturaleza y de la diversidad humana.</p>	<p><b>¿Qué lenguaje es incorrecto?</b></p> 	<p>Debemos evitar utilizar las discapacidades como adjetivo principal de una persona, por ejemplo, decir "es ciego" o "es cojo".</p> <p>También es importante no usar palabras que suavicen la discapacidad, es decir, eufemismos como "especial".</p> <p>Tratar la discapacidad como un hecho trágico o de manera condescendiente tampoco está bien. Las PCD no son "héroes" ni "valientes".</p> <p>Hay que saber que las discapacidades no son enfermedades que hay que curar, así que no podemos utilizarlas como diagnóstico médico.</p> <p>Por último, hay palabras y frases como "minusválido", "deficiente" o "hacerse el sordo", "ser manco"... que afectan a la autoestima de las PCD porque las infantilizan e infravaloran.</p>

Figura 70. Escala del fanzine desplegado, indicando las marcas de doble y de corte.

## La inclusividad en el lenguaje:



Guía basada en las “Directrices para un lenguaje inclusivo en el ámbito de la discapacidad” de **Unicef**



**Noticias que te acercan la vida**

[www.balun.es](http://www.balun.es)

## ¿Hay otras opciones?

A pesar de que el contenido de este *fanzine* es muy fácil de comprender y recordar, siempre puedes dirigirte directamente a la persona con la que quieres hablar para que te explique de qué manera prefiere que la trates o te refieras a ella/él.

Es fundamental la comunicación y la naturalidad, aparte del correcto uso del lenguaje, para hacer que todas las personas se sientan a gusto.

**¿Por qué es tan importante el lenguaje?**



En Balún trabajamos para que nuestras noticias puedan llegar a todas y todos. En especial, nos dirigimos a personas con dificultad para leer.

Del mismo modo que todas las personas tienen el derecho a estar al día de las últimas noticias, es importante que todo el mundo se sienta bien y cómodo a la hora de dirigirnos a ellos/as.

Por eso, desde Balún queremos que sepas cuál es la mejor manera de hablar y de hacer que estas personas se sientan parte del mundo.

## ¿Qué lenguaje es correcto en este ámbito?



Es importante poner a la persona por delante de la discapacidad.

Siempre que nos referimos a una persona con discapacidad debemos utilizar la preposición “con”. Por ejemplo: persona con autismo, persona con Síndrome de Down, o persona con movilidad reducida.

Podemos utilizar expresiones como “¿viste eso?” cuando hablamos con una persona ciega o “vamos a sentarnos allí” cuando nos referimos a alguien en silla de ruedas, estas frases no molestan a las PCD.

La clave está en normalizar las discapacidades y saber que forman parte de la vida, de la naturaleza y de la diversidad humana.

## ¿Qué lenguaje es incorrecto?



Debemos evitar utilizar las discapacidades como adjetivo principal de una persona, por ejemplo, decir “es ciego” o “es cojo”.

También es importante no usar palabras que suavicen la discapacidad, es decir, eufemismos como “especial”.

Tratar la discapacidad como un hecho trágico o de manera condescendiente tampoco está bien.

Las PCD no son “héroes” ni “valientes”.

Hay que saber que las discapacidades no son enfermedades que hay que curar, así que no podemos utilizarlas como diagnóstico médico.

Por último, hay palabras y frases como “minusválido”, “deficiente” o “hacerse el sordo”, “ser manco”,... que afectan a la autoestima de las PCD porque las infantilizan e infravaloran.

## Cómo doblar tu *fanzine*

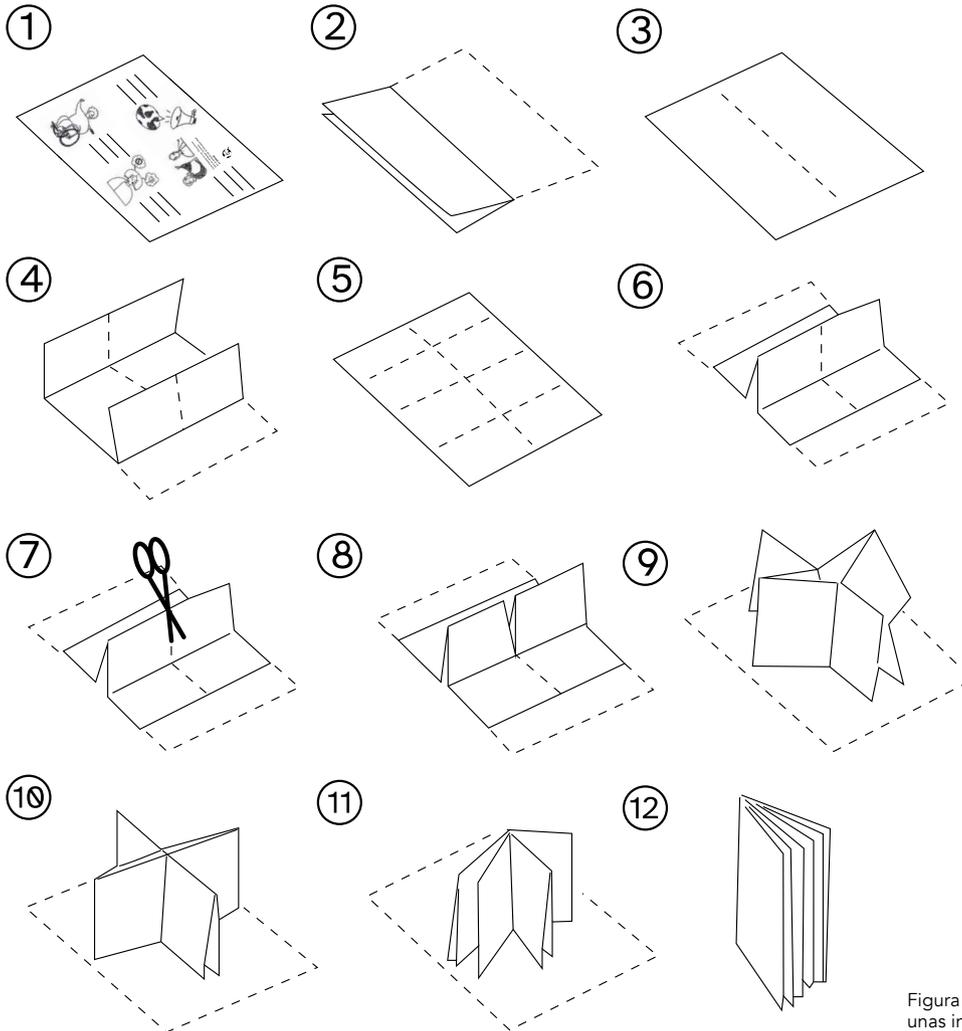
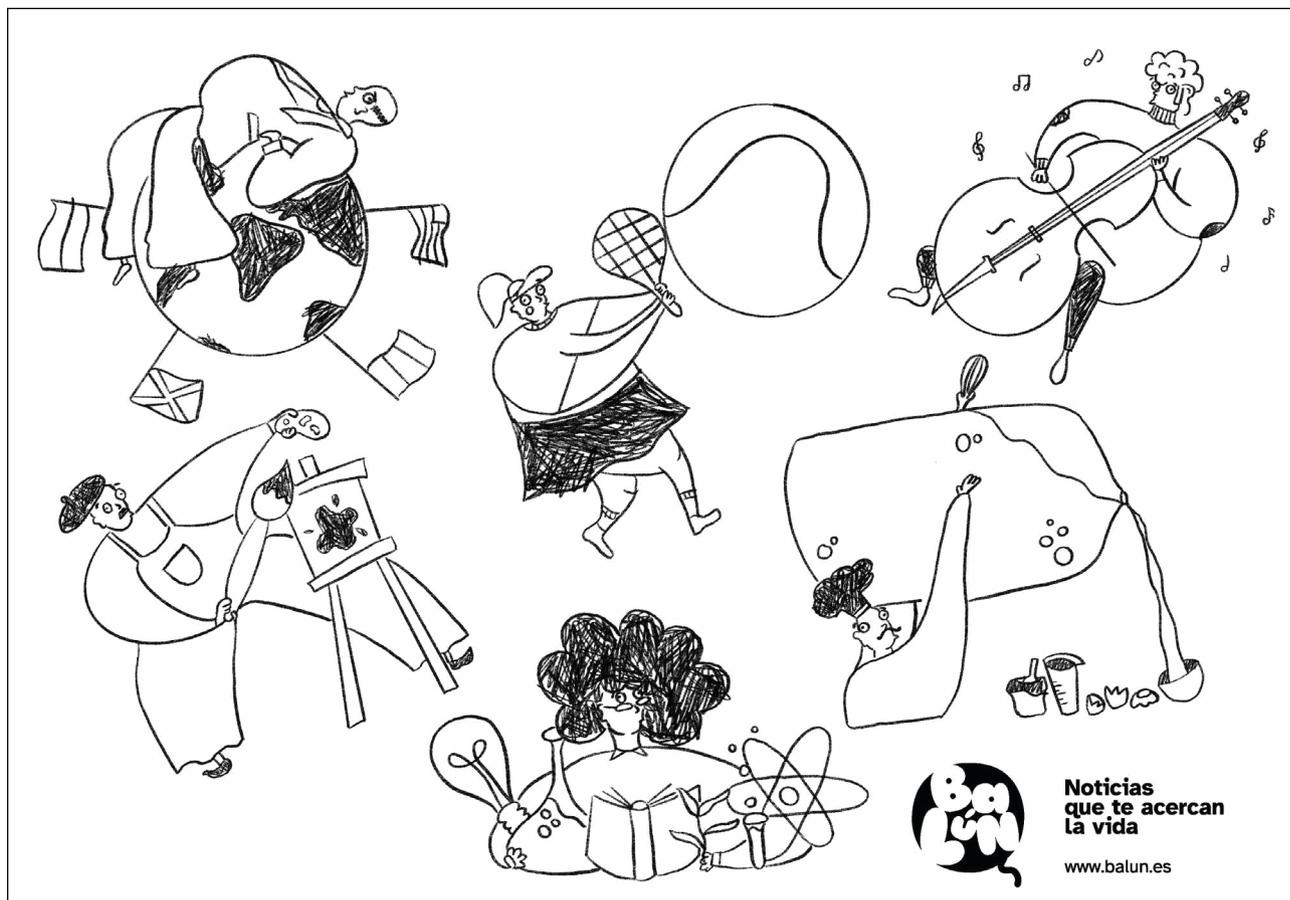


Figura 79. Posible incorporación en la web de unas instrucciones para la creación del *fanzine*.



**Noticias  
que te acercan  
la vida**

[www.balun.es](http://www.balun.es)

Figura 80. Parte trasera del fanzine.

## 7.2 Díptico

Este segundo objeto sigue una finalidad de carácter más promocional, sin embargo, prima la función informativa. Se trata de un un díptico informativo sobre Balún, incorporando la información que se puede consultar en la web. Esto permitiría que, en caso de que se entregue en mano a un usuario, este pueda acceder a la información relativa al portal y tener un acceso directo al contacto con el mismo.

A continuación se muestran la ficha técnica correspondiente al díptico.

260mm

<p><b>¿Gracias a quién existe Balún?</b></p>  <p>Balún está financiado por el Ministerio de Derechos Sociales del Gobierno de España.</p> <p>Con Balún también colaboran periódicos como El País o El Mundo.</p> <p><b>¡Esperamos verte pronto!</b></p> <p><a href="http://www.balun.es">www.balun.es</a></p>	 <p><b>Descubre el nuevo portal web de noticias accesibles</b></p> <p><b>Noticias que te acercan la vida</b></p> <p><a href="http://www.balun.es">www.balun.es</a></p>
--	--

180mm

Figura 81. Reverso del díptico informativo.

260mm

En Balún encontrarás las últimas noticias nacionales e internacionales escritas de manera que todas y todos podamos leerlas



### ¿Qué es la Lectura Fácil?



La Lectura Fácil es una manera de adaptar textos para que las personas con dificultad lectora puedan tener acceso a ellos.

Afecta en la redacción y en el diseño y maquetación, siguiendo unas pautas que nuestros profesionales se toman al pie de la letra.

### ¿Qué es Balún?



Balún es un portal de noticias redactadas en Lectura Fácil

Es una página web que se puede utilizar en ordenador, móvil o tablet

Los artículos que aparecen son adaptaciones de fuentes oficiales de noticias para que todas y todos podamos leerlas fácilmente.

### ¿Quién trabaja en Balún?

En Balún trabajan periodistas que eligen las noticias, y personas que las adaptan para que se lean de forma fácil y se actualicen todos los días.

En Balún también trabaja personal creativo que hace material gráfico para que se comprendan mejor las noticias.



180mm

Figura 82. Anverso del díptico informativo.

### **7.3 Email marketing**

Con un enfoque mayoritariamente promocional e incluido en el Manual, se ha diseñado una pequeña campaña de *marketing* digital, animando, a través de correo electrónico, al público no registrado a crear una cuenta en el portal y así recibir el *Newsletter*. El prototipo que se muestra se ha ideado en Adobe Illustrator, pero se proyecta una difusión de esta campaña a través de MailChimp<sup>29</sup>.

La idea que se propone es elaborar una lista de potenciales consumidores, estudiar sus intereses y enviar las campañas que se adapten a sus preferencias. Se muestra a continuación una primera campaña promocional, que incluye seis versiones, cada una basada en una sección del portal. Si a determinado cliente potencial le interesa el campo del arte, recibirá, tras haber hecho un estudio sobre su perfil para poder elaborar esta hipótesis, la versión de la campaña ambientada en este ámbito.

Estas imágenes serían enviadas a los consumidores a través de correo electrónico, y se muestra una previsualización a través de un *mockup* en el Manual de Identidad.

**29. Mailchimp es un proveedor de servicios de marketing por correo electrónico fundada en el año 2001.**



¿Te interesa el mundo de la política y quieres estar al día de todas las noticias relacionadas con ella?

En Balún ofrecemos las mejores noticias de todos los ámbitos de interés redactadas en Lectura Fácil, para que todas y todos podamos acceder a ellas.

¡Crea ya tu cuenta en Balún y suscríbete a nuestro *Newsletter!*

**Balún,  
¡El nuevo portal de noticias accesible!**

Comienza ya



**Noticias que te acercan la vida**

www.balun.es

C/ San Vicente Ferrer, 63  
28015 Madrid  
Madrid, España  
Tel. 647 12 52 72  
www.balun.es  
noticiasbalun@gmail.com



¿Te interesa el mundo musical y quieres estar al día de todas las noticias relacionadas con él?

En Balún ofrecemos las mejores noticias de todos los ámbitos de interés redactadas en Lectura Fácil, para que todas y todos podamos acceder a ellas.

¡Crea ya tu cuenta en Balún y suscríbete a nuestro *Newsletter!*

**Balún,  
¡El nuevo portal de noticias accesible!**

Comienza ya



**Noticias que te acercan la vida**

www.balun.es

C/ San Vicente Ferrer, 63  
28015 Madrid  
Madrid, España  
Tel. 647 12 52 72  
www.balun.es  
noticiasbalun@gmail.com

Figuras 83 y 84. Campaña de *email marketing* con motivos de política y música.



¿Te interesa el mundo del arte y quieres estar al día de todas las noticias relacionadas con él?

En Balún ofrecemos las mejores noticias de todos los ámbitos de interés redactadas en Lectura Fácil, para que todas y todos podamos acceder a ellas.

¡Crea ya tu cuenta en Balún y suscríbete a nuestro Newsletter!

**Balún,  
¡El nuevo portal de noticias accesible!**

Comienza ya



Noticias que te acercan la vida

www.balun.es

C/ San Vicente Ferrer, 63  
28019 Madrid  
Madrid, España  
Tel. 647 12 52 72  
www.balun.es  
noticiasbalun@gmail.com



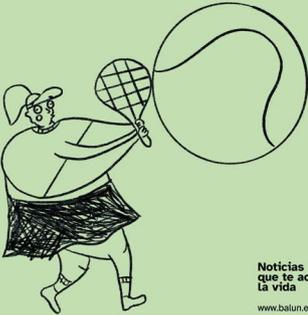
¿Te interesa el mundo del deporte y quieres estar al día de todas las noticias relacionadas con él?

En Balún ofrecemos las mejores noticias de todos los ámbitos de interés redactadas en Lectura Fácil, para que todas y todos podamos acceder a ellas.

¡Crea ya tu cuenta en Balún y suscríbete a nuestro Newsletter!

**Balún,  
¡El nuevo portal de noticias accesible!**

Comienza ya



Noticias que te acercan la vida

www.balun.es

C/ San Vicente Ferrer, 63  
28019 Madrid  
Madrid, España  
Tel. 647 12 52 72  
www.balun.es  
noticiasbalun@gmail.com

Figuras 85 y 86. Campaña de *email marketing* con motivos de arte y deporte.



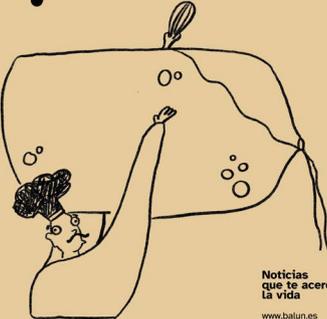
¿Te interesa el mundo de la cocina y quieres estar al día de todas las noticias relacionadas con ella?

En Balún ofrecemos las mejores noticias de todos los ámbitos de interés redactadas en Lectura Fácil, para que todas y todos podamos acceder a ellas.

¡Crea ya tu cuenta en Balún y suscríbete a nuestro Newsletter!

**Balún,  
¡El nuevo portal de noticias accesible!**

Comienza ya



**Noticias que te acercan la vida**  
www.balun.es

C/ San Vicente Ferrer, 63  
28015 Madrid  
Madrid, España  
Tel. 847 12 52 72  
www.balun.es  
noticiasbalun@gmail.com



¿Te interesa el mundo de la ciencia y quieres estar al día de todas las noticias relacionadas con ella?

En Balún ofrecemos las mejores noticias de todos los ámbitos de interés redactadas en Lectura Fácil, para que todas y todos podamos acceder a ellas.

¡Crea ya tu cuenta en Balún y suscríbete a nuestro Newsletter!

**Balún,  
¡El nuevo portal de noticias accesible!**

Comienza ya



**Noticias que te acercan la vida**  
www.balun.es

C/ San Vicente Ferrer, 63  
28015 Madrid  
Madrid, España  
Tel. 847 12 52 72  
www.balun.es  
noticiasbalun@gmail.com

Figuras 87 y 88. Campaña de *email marketing* con motivos de cocina y ciencia.

## 7.4 Vídeo de presentación

Por último, se ha generado, de cara a la presentación del proyecto, un vídeo de corta duración en la que se observa la navegación en la web de manera fluida. Así, el personal que lo visualice podría hacerse una idea preconcebida del funcionamiento de Balún, que termine de aclarar los conceptos expuestos con anterioridad con respecto a la interfaz. En su apertura, se ha incluido una pequeña animación del logotipo, simulando en imagen y sonido del proceso de inflar un globo. En su cierre, suena un pequeño *jingle*, una melodía que pretende funcionar como parte de la identidad corporativa a nivel auditivo, de modo que las personas con discapacidad visual lo asocien a la marca al escucharlo.

A continuación se muestra un enlace para su visualización.

<https://drive.google.com/file/d/1jcOr-JbmHeuDWJ5KpnPJEbS1Qee3sjqHf/view?usp=sharing>



Figura 89. Código QR de acceso directo a un vídeo de presentación de la navegación en la versión principal de Balún y su *jingle*.

## 8. IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

En este último apartado de la memoria se comentarán, de forma simplificada, los aspectos relacionados con la creación de la marca que recoge todo el proyecto. Los detalles se expresarán en el Manual de Identidad Visual Corporativa presente en este documento.

### 8.1 Valores de marca

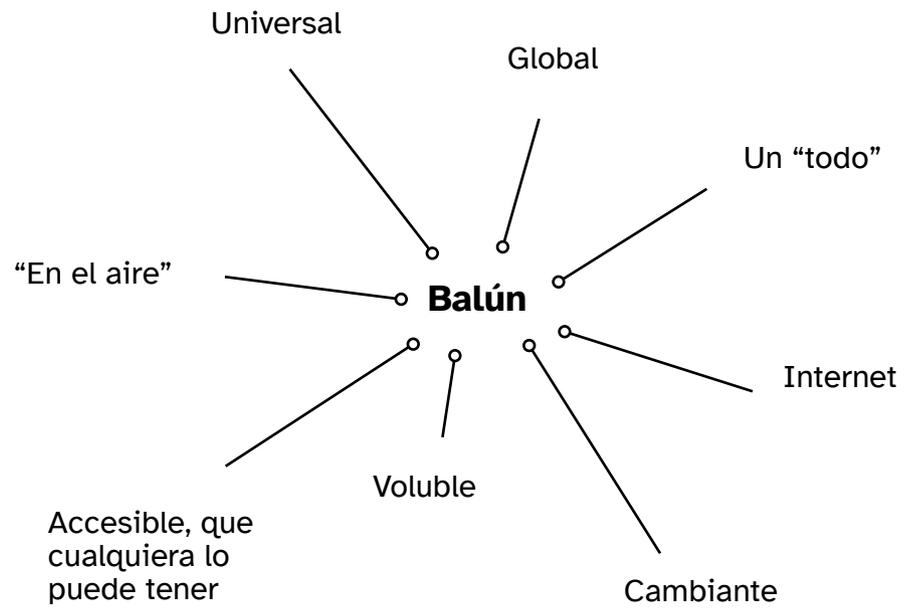
Si bien es lógico que el desarrollo de la marca a nivel visual debe cumplir unos requisitos de accesibilidad, el proceso creativo no ha resultado eclipsado por estas condiciones. Por tanto, los valores marca, además de estar relacionados con la universalidad y la accesibilidad, se han determinado otros valores gráficos tales como la limpieza, la intuición, la sencillez, la pureza, la modernidad, lo voluble y lo "hecho a mano" para conseguir una estética cercana al usuario que se identifique por su diseño. La influencia de las interfaces desarrolladas por Apple ha determinado gran parte de la estética del proyecto.

## 8.2 Naming

El proceso de elección del nombre no resultó del todo sencillo. Se elaboraron varias propuestas hasta llegar a Balún; sin embargo, una vez surgió esta idea, no fueron precisas las elaboraciones de más ideas o variantes. El proceso fue el siguiente. Teniendo en cuenta los valores de la marca, se estableció como punto de partida el concepto de la universalidad y la globalidad para idear el nombre. Se buscaba algo que hiciese referencia a un "todo", y que aludiese de alguna manera a la presencia de información en un espacio tan voluble y cambiante como es internet. Por otro lado, el aspecto relacionado con la actualización diaria y la renovación y la actualización de contenido estaría relacionada con el rasgo de "voluble" en este sentido. Se buscaba algo que representase que el portal está "en el aire" en lo que respecta a la cualidad de cambiante y de alojamiento en la nube que es internet. Por último, se consideró de vital importancia que el nombre de la marca hiciese referencia a que el proyecto se trata de una unión entre la realidad de la sociedad y la vida de las PCD (de ahí surge el *claim*: "Noticias que te acercan la vida"). Fue así como surgió la idea del globo, y su traducción al inglés, por su eufonía, terminó por considerarse, a nivel sonoro, el nombre de la marca. Sin embargo, *Balloon* resultó poco original, por lo que finalmen-

te el nombre oficial del portal web pasó a ser Balún. La formalización de la palabra como un "españolismo", escribiéndola tal y como suena, se consideró un recurso atractivo, que podría ayudar a que resulte memorable.

Una vez establecido el nombre, se descubrió que "balun" (del inglés *balanced-unbalanced lines transformer*) es un dispositivo conductor que convierte líneas de transmisión desequilibradas en líneas equilibradas. Esto resultó clave para terminar de formalizar el *naming*, pues funciona como una metáfora de que el portal actúa como nexo entre la información del día a día, que puede resultar enrevesada, y aquellas personas que tienen dificultad para su acceso.



### 8.3 Logotipo

Tras varias semanas de ideación en el diseño del logotipo, se dio con el que se muestra a continuación. Desde un principio se tuvieron en cuenta los valores de marca también en este aspecto, queriendo jugar con la forma del globo y con la disposición flotante de las letras par evocar volubilidad y cambio. Se elaboraron varias ideas, en boceto y formato vectorial, hasta dar con la definitiva. Se mostrarán en el anexo.



Figura 90. Logotipo oficial de Balún.

## 8.4 Tipografía y cromatismos

La elección tipográfica y de los colores en relación a los valores de marca establecidos se justifica por varios motivos.

- Tipografía. La tipografía principal asociada a la marca es la Atkinson Hyperlegible en todas las variantes y pesos de su familia tipográfica. Además de tratarse de una fuente de gran atractivo visual, su uso en tamaños grandes, que se ve reflejado en varias ocasiones a lo largo de la navegación ofrece un componente que dota de personalidad a la marca. Por último, se trata de una fuente ofrecida por Braille Institute para la creación de materiales adaptados para el espectro de personas con discapacidad visual. Las características formales de esta tipografía podrán leerse en el Manual de Identidad.
- Colores. En la elección de colores ha primado de igual manera las preferencias estéticas como la funcionalidad en cuanto a accesibilidad universal. Se ha prescindido de unas tonalidades demasiado estridentes, buscando un equilibrio entre tonos pastel y colores lo suficientemente intensos como para que resulten identificables. Así surgió la paleta de colores corporativos, una serie de tonos suaves, que

expresan cierta naturalidad y relación con la tierra por tener unos toques de gris y marrón que además permiten una reproducción fiel en materiales impresos.

# Atkinson Hyperlegible







# Conclusión

Una vez concluido este Trabajo de Fin de Grado, además de haber adquirido información contrastada y útil sobre temas relacionados con el propósito principal, es posible afirmar que existe un amplio grupo de personas a las que es preciso comprender y para las que es necesario crear. En proyectos de nivel social, la empatía es uno de los valores protagonistas si se quiere conseguir un entorno útil. De esta manera, ha resultado, además de bonito, necesario el contacto directo con personas con discapacidad y profesionales del entorno para darme cuenta de la escasez que existe de este tipo de proyectos. A pesar de resultar un trabajo académico, considero que Balún serviría como una herramienta a muchísimos tipos de usuario en caso de que se convirtiese en un proyecto real y tangible.

La realización de este proyecto ha llevado consigo meses de investigación, experimentación, buenas ideas (y algunas frustraciones), horas de tutorías, y situaciones de desorientación. Sin embargo, y a nivel algo más subjetivo, ha resultado un proceso enriquecedor, cuyas horas invertidas y esfuerzo han merecido la pena, pues ha llevado a un cambio en mi percepción hacia mí misma como profesional del diseño, abriéndome los ojos y haciéndome ver que soy capaz de resolver problemas, que es la principal misión de esta profesión.

Por último, animo a cualquier creador/a a focalizar sus objetivos en cuestiones sociales, para conseguir un entorno inclusivo, universal y real.

# Bibliografía

Glosario para Referirse a Personas con Discapacidad (PCD) - Vocabulario Inclusivo. (s. f.). En *FRANQUICIA SOCIAL POETA*. <https://fsp.trustfortheamericas.org/es/caja-de-herramientas/recursos/recursosadicionales/vocabulario-inclusivo-glosario-para-referirse-a-personas-con-discapacidad-pcd>

Cómo dirigirse adecuadamente a las Personas con Discapacidad. (s. f.). En *Cerni (Comité de Entidades Representantes de Personas con Discapacidad de la Comunidad) Madrid*. [https://www.aspaym.org/pdf/publicaciones/7\\_guia\\_cermi\\_madrid.pdf](https://www.aspaym.org/pdf/publicaciones/7_guia_cermi_madrid.pdf)

Discapacidad. (s. f.). En *Real Academia Española (RAE)*. <https://dle.rae.es/discapacidad>

Clasificación Internacional del Funcionamiento, de la Discapacidad y de la Salud CIF. (2001, mayo). En *OMS*.

Castillero Mimenza, O. (2018, 16 agosto). Los 6 tipos de discapacidad y sus características. *Psicología y Mente*. <https://psicologiaymente.com/salud/tipos-de-discapacidad>

¿Qué tipos de discapacidad existen? (s. f.). *Fundación Integralia DKV*. <https://dkvintegralia.org/blog/tipos-discapacidad/>

Sobre la discapacidad intelectual. (s. f.). En *Asociación Antares*. <https://asociacionantares.org/sobre-antares/sobre-la-discapacidad/>

Beltrán Prieto, P. (s. f.). Los 10 tipos de Discapacidad Visual (causas, síntomas y tratamiento). *Médico+*. <https://medicoplus.com/oftalmologia/tipos-discapacidad-visual>

¿Qué es el daltonismo y la acromatopsia? (2015, 5 noviembre). En *Asociación D.O.C.E. Discapacidad Otros Ciegos de España*. <https://asociaciondoce.com/2015/11/05/que-es-el-daltonismo-y-la-acromatopsia/>

Universalidad. (s. f.). En *Real Academia Española (RAE)*. <https://dle.rae.es/discapacidad>

¿Qué es la accesibilidad universal? (s. f.). *Incluyeme.com*. <https://www.incluyeme.com/que-es-la-accesibilidad-universal-2/>

*Lectura Fácil*. (s. f.). *lecturafacil.net*. <https://www.lecturafacil.net/es/>

Vázquez, C. (2019, 19 octubre). Lectura fácil: un método para que la gente con dificultades lectoras pueda leer. *El Diario*. [https://www.eldiario.es/consumoclaro/cuidarse/lectura-facil-metodo-dificultades-lectoras\\_1\\_1305019.html](https://www.eldiario.es/consumoclaro/cuidarse/lectura-facil-metodo-dificultades-lectoras_1_1305019.html)

CENTER FOR UNIVERSAL DESIGN. 1997. *The Principles of Universal Design*.

Bettye Rose Connell, Mike Jones, Ron Mace, Jim Mueller, Abir Mullick, Elaine Ostroff, Jon Sanford, Ed Steinfeld, Molly Story, and Gregg Vanderheiden. (1997, 4 enero). The Principles of Universal Design [Conjunto de datos]. En *The National Institute on Disability and Rehabilitation Research* (Versión V2). [https://projects.ncsu.edu/ncsu/design/cud/about\\_ud/udprinciplestext.htm](https://projects.ncsu.edu/ncsu/design/cud/about_ud/udprinciplestext.htm)

Guidelines for easy-to-read materials. (2010). En *The International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA)*.

*Diagrama Diseño Editorial*. (s. f.). <https://diagramaestudio.com/>

Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad & Óscar García Muñoz. (2012, noviembre). Lectura Fácil: Métodos de redacción y evaluación. En *Confederación FEAPS* (NIPO: 689-12-008-9).

Guía: Cómo usar los pictogramas. (2019). En *Plena Inclusión*. [https://www.plenainclusion.org/wp-content/uploads/2021/03/guia\\_como\\_usar\\_los\\_pictogramas\\_lectura\\_facil\\_0.pdf](https://www.plenainclusion.org/wp-content/uploads/2021/03/guia_como_usar_los_pictogramas_lectura_facil_0.pdf)

Cortés, M. (2021, 27 abril). Día mundial del diseño: ¿la accesibilidad y el diseño atractivo pueden ir de la mano? *Tothom*. <https://tothomweb.com/es/blog/dia-mundial-del-diseno-la-accesibilidad-y-el-diseno-atractivo-pueden-ir-de-la-mano>

Departament de Canals Digitals Direcció de Comunicació Digital. (2022, mayo). Bones pràctiques per a la creació d'un disseny web accessible: Guia breu per a dissenyadors web. En *Ajuntament de Barcelona*. [https://ajuntament.barcelona.cat/guia-comunicacio-digital/files/guia\\_per\\_a\\_dissenyadors\\_web.pdf](https://ajuntament.barcelona.cat/guia-comunicacio-digital/files/guia_per_a_dissenyadors_web.pdf)

Irene Gil. (s. f.). Las nuevas tecnologías al servicio de la discapacidad. En *Fundación Adecco*. <https://fundacionadecco.org/azimut/las-nuevas-tecnologias-al-servicio-de-la-discapacidad/>

Heredia, S. (2019, 11 julio). ¿Qué es UX? *Domestika*. <https://www.domestika.org/es/blog/2125-que-es-ux>

Resumen de los estándares de accesibilidad de W3C. (s. f.). En *WEC Web Accessibility Initiative WAI*. <https://www.w3.org/WAI/standards-guidelines/es>

How to Meet WCAG. (s. f.). En *WEC Web Accessibility Initiative WAI*. <https://www.w3.org/WAI/WCAG21/quickref/?showtechniques=246#principle3>

Rodríguez, A. (2020, 18 febrero). ¿Qué son las Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)? *GoDaddy*. <https://es.godaddy.com/blog/que-son-las-web-content-accessibility-guidelines-wcag/>

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y DISCAPACIDAD. (s. f.). *SeproAsistencia*. <https://seproasistencia.com/blog/responsabilidad-social-corporativa-y-discapacidad/>

Accesibilidad en Adobe XD. (2021, 4 mayo). [Software]. En Adobe. <https://helpx.adobe.com/es/xd/help/accessibility-xd.html>

Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno. (2013, 10 diciembre). En *Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática* (BOE-A-2013-12887). <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887>

Biarnès, M. (2021). *La orientación política de las Personas con Discapacidad en la Unión Europea*. Universidad Autónoma de Madrid, Grado en Ciencia Política y Administración Pública. <https://www.researchgate.net/publication/353779927>

DIRECTRICES PARA UN LENGUAJE INCLUSIVO EN EL ÁMBITO DE LA DISCAPACIDAD. (s. f.). En *Unicef*. <https://www.unicef.org/peru/sites/unicef.org/peru/files/2021-10/DIRECTRICES%20PARA%20UN%20LENGUAJE%20INCLUSIVO%20EN%20EL%20C3%81MBITO%20DE%20LA%20DISCAPACIDAD.pdf>

Planeta Fácil. <http://planetafacil.plenainclusion.org/>

Plena Inclusión. <https://www.plenainclusion.org/>

Discapnet. <https://www.discapnet.es/>

ACCEDES. <https://accedes.es/>

Biblioteca BASE. Sinpromi. <https://bibliotecabase.sinpromi.es/>

JMPD Studio. <http://juanmapd.com/#inicio>

Parry, E. (2021) *Introducción a Adobe XD*. Domestika [www.domestika.org](http://www.domestika.org)

# Anexos

## Análisis de la “Lista seleccionada de actividades nacionales de Lectura Fácil” publicada por la IFLA en sus directrices

- **Alemania: “Lebenshilfe Bremen”.** Diseño sencillo, moderno pero poco llamativo. Responsivo. Azules y blancos. *Scroll* vertical, jerarquía. Pictogramas e imágenes, textos en sans. Permite agrandar el tamaño de letra.
- **Austria: “Capito”.** Diseño sencillo, uso repetido de pictogramas. Responsivo. Imágenes grandes, intuitivo. Rojos, grises y blancos. *Scroll* vertical, varias secciones identificables. Logo sencillo. Textos en sans alineados a la izquierda.
- **Bélgica: “VOCB.BE”.** Demasiado blanco y plano. Blancos y negros. Logo colorido. Fácil identificación de secciones, pero falta de *scroll* vertical, escasez de imágenes y mucho texto, con poco contraste con el fondo. Texto en sans a la izquierda.
- **Dinamarca: “Paalet Dansk”.** Demasiado blanco y negro. Color corporativo: magenta. Logo negro. Tipografía moderna. Poco texto, poco *scroll*. Falta de contenido visual. Textos grandes y legibles. En general, poca información. Hecha en Wordpress
- **España: “Lectura Fácil”.** Diseño sencillo, sobre blanco. Pocos recursos de diseño actual (podrían adaptarse a las claves de la Lectura Fácil). Pase automático de imágenes en *índex*. Buena jerarquía, marcada con pictogramas y combinación de colores del texto. Blancos y verdes. Colores llamativos en las imágenes (todo dibujos). Textos sans negros alineados a la izquierda.
- **Finlandia: “Papunet”.** Falta de diseño. Buena tipografía, contraste de negrita y fina. Buena elección de imágenes. Tamaño de letra adaptable. Colores para categorizar los iconos, pero letras muy pequeñas en estos. Blanco y amarillo. *Scroll* vertical, imágenes tipo mosaico.
- **Grecia: “Eseepa”.** Buena distribución de la información. Azul y negro sobre blanco. Pequeña guía sobre otro color (salmón). *Scroll* vertical, alternando imágenes (distorsionadas) con texto. Buena relación imágenes-texto. Falta de iconografía. Permite adaptación del cuerpo de letra. Azules y blancos. Sans negras sobre fondo blanco.
- **Japón: “Dinf”.** Falta de diseño, mal empleo de tipografías, se superponen. Sin menú desplegable. Falta de paleta cromática. Contenido confuso.
- **Letonia:** no deja acceder
- **Noruega: “Leser Joker Bok”.** Gran presencia de diseño. Combinación entre accesibilidad y diseño actual. Fondos de colores en combinación con tipografías legibles y modernas sans alineadas a la izquierda. Fácil identificación de contenido, según colores y disposición de elementos. Logo negro, presencia de varios cromatismos, Menús desplegables. Responsivo. Falta de pictogramas.
- **Noruega: “Klar Tale”.** Falta de diseño. Demasiados tipos. Confusión de contenidos, falta de relación imagen-texto. Es un periódico, permite escucharlo.

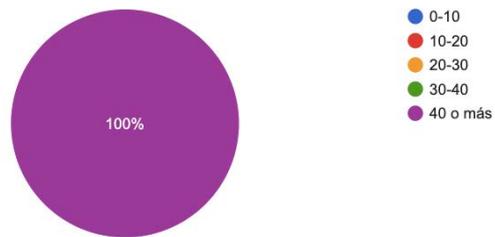
Azul pastel y blanco. Incorporación de colores en menú desplegable. Similitud con un periódico normal. Demasiada información sin jerarquizar. Tipos con remate.

- **Países Bajos: "Y-Publicaties"**. Fácil identificación de contenido, imagen de cabecera, pero falto de diseño. Demasiado sencillo. Una sola tipo, *sans* y negra sobre fondo blanco. Logo Azul, gris y negro. Web blanca y amarilla. Publica revistas y proporciona información relacionada con ellas. Falta de personalidad.
- **Suecia: "MTM"**. Buena identidad, logo original y colores: negro y lila. Secciones identificables con sus respectivas imágenes. Imágenes con bordes redondeados. *Responsive*. Dos tipos *sans*, combinando lila y negro y alineado a la izquierda sobre fondo blanco. *Scroll* vertical sencillo.
- **Suecia: "Fria"**. Permite suscripción: revista o periódico. Incluye sobre todo artículos. Presencia del diseño pero poco actual. Logotipo *serif*, recuerda a un periódico. Negro y naranja, sobre fondo blanco. Jerarquía y fácil relación imagen-titular. Textos en *serif* y combinación con titulares en *sans*. Buena cabecera con secciones. *Responsive* pero con solapación de imágenes sobre texto.

## Encuesta a organizaciones comprometidas con PCD

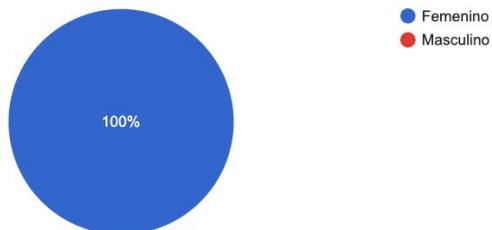
¿Qué rango de edad predomina entre las personas con las que trabajan en la asociación?

1 respuesta



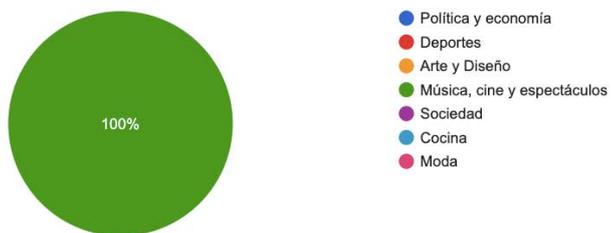
¿Qué genero predomina entre las personas con las que trabajan en la asociación?

1 respuesta



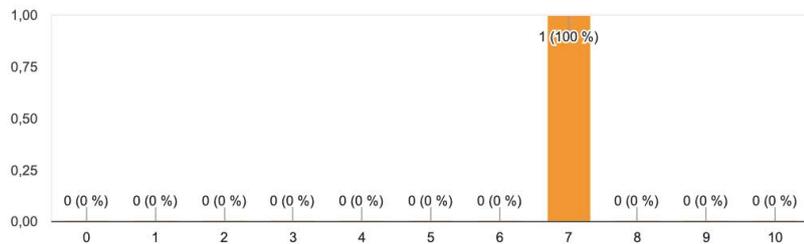
A nivel de intereses, ¿qué campo predomina entre las personas con las que trabajan?

1 respuesta



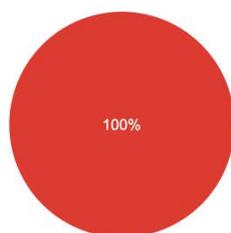
¿Es común el uso de dispositivos electrónicos (tablet, móvil, ordenador,...) entre las personas con discapacidad intelectual que se encuentran en la asociación? Puntúe del 0 al 10, siendo 0 (nada) y 10 (absolutamente).

1 respuesta



En caso de que la respuesta anterior sea mayor que 5, ¿es común el uso de redes sociales, o predominan en mayor medida soportes de información tales como páginas web de interés o plataformas de entretenimiento de otra índole?

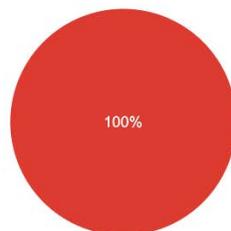
1 respuesta



- Redes Sociales (Instagram, Twitter, Pinterest, Facebook, TikTok,...)
- Otras plataformas (portales de noticias, blogs o páginas web de determinadas temáticas, juegos online, vídeos en Youtube, series o películas,...)

¿Es común el uso de soportes físicos de acceso a información (tales como libros impresos, revistas,...) entre las personas con las que trabajan?

1 respuesta



- Sí, sobre todo libros
- Sí, sobre todo revistas y periódicos
- No

¿Considera un aspecto de relevancia el diseño de contenido (adaptación de textos, colores, tamaño de letra,...) en lo que respecta al material que consumen las personas con discapacidad intelectual?

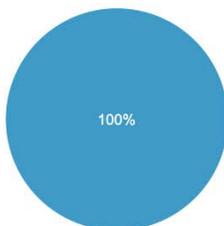
1 respuesta



- Sí, el nivel de comprensión del contenido por parte de la comunidad depende en gran parte de su diseño
- No es del todo relevante

¿A qué dedican la mayor parte de su tiempo las persona con discapacidad intelectual con las que trabajan?

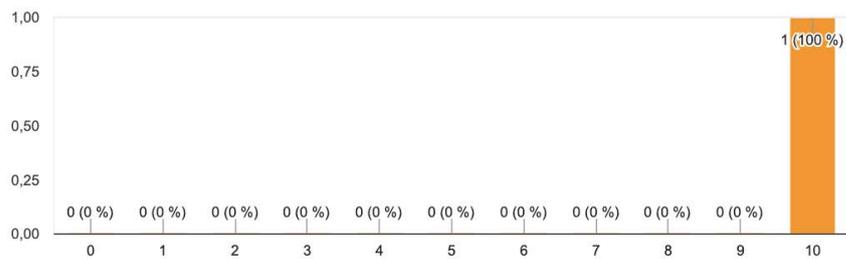
1 respuesta



- A los estudios
- Al trabajo
- A pasar tiempo con su familia
- A sus hobbies (el deporte, la lectura, el cine,...)
- A permanecer en las instalaciones de su asociación
- Participar activamente en actividades de la vida diaria: hacer la cama, poner la lavadora, salir a tomar café, ver la tele...

A aspectos generales y en el caso de su asociación, ¿qué grado de dificultad lectora predomina entre las personas con discapacidad intelectual? Puntúe del 0 al 10, siendo 0 (ningún grado de dificultad) y 10 (máximo grado de dificultad)

1 respuesta



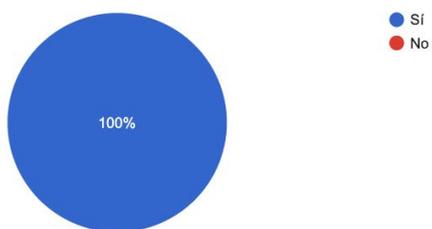
¿Qué tipo de contenido cree que sería de mayor utilidad en el caso de la creación de un portal de noticias accesible para todas las personas?

1 respuesta

Actividades de ocio adaptadas, libros en lectura fácil, recetas adaptadas (con apoyo visual y auditivo)....música....

¿El concepto de Lectura Fácil es conocido por las personas pertenecientes a la asociación (tanto trabajadores como la propia comunidad)?

1 respuesta



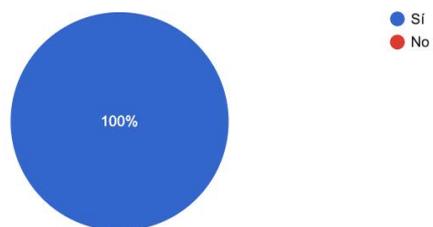
En caso de que la anterior respuesta sea sí, ¿dispone la asociación de material de Lectura Fácil para las personas con las que trabajan?

1 respuesta



¿Dispone la asociación de ordenadores / dispositivos electrónicos para el libre uso de los usuarios?

1 respuesta



¿Considera que sería de utilidad abordar el tema de la Lectura Fácil y el papel de las personas con discapacidad intelectual como concepto a conocer en uno de los apartados del portal web?

1 respuesta

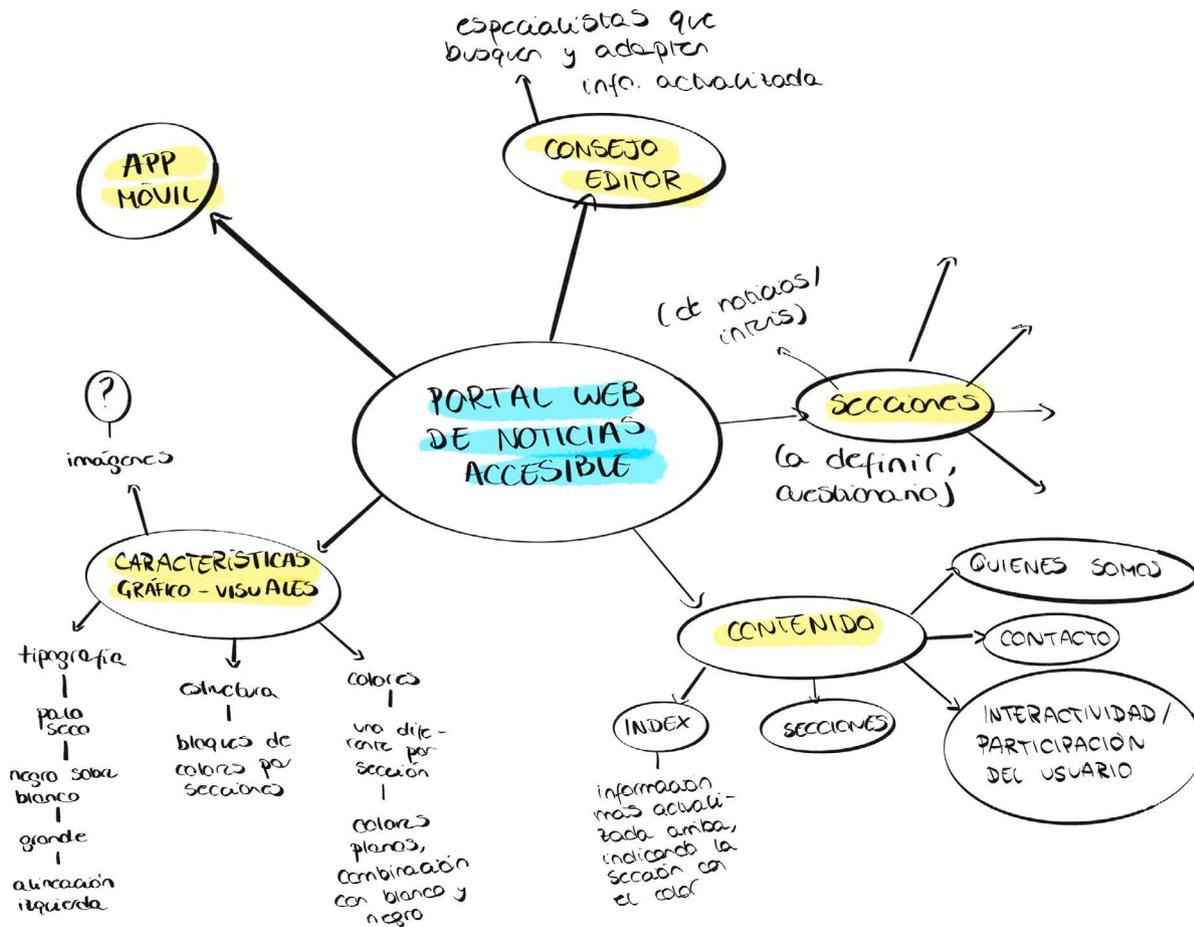


#### Posibles comentarios adicionales

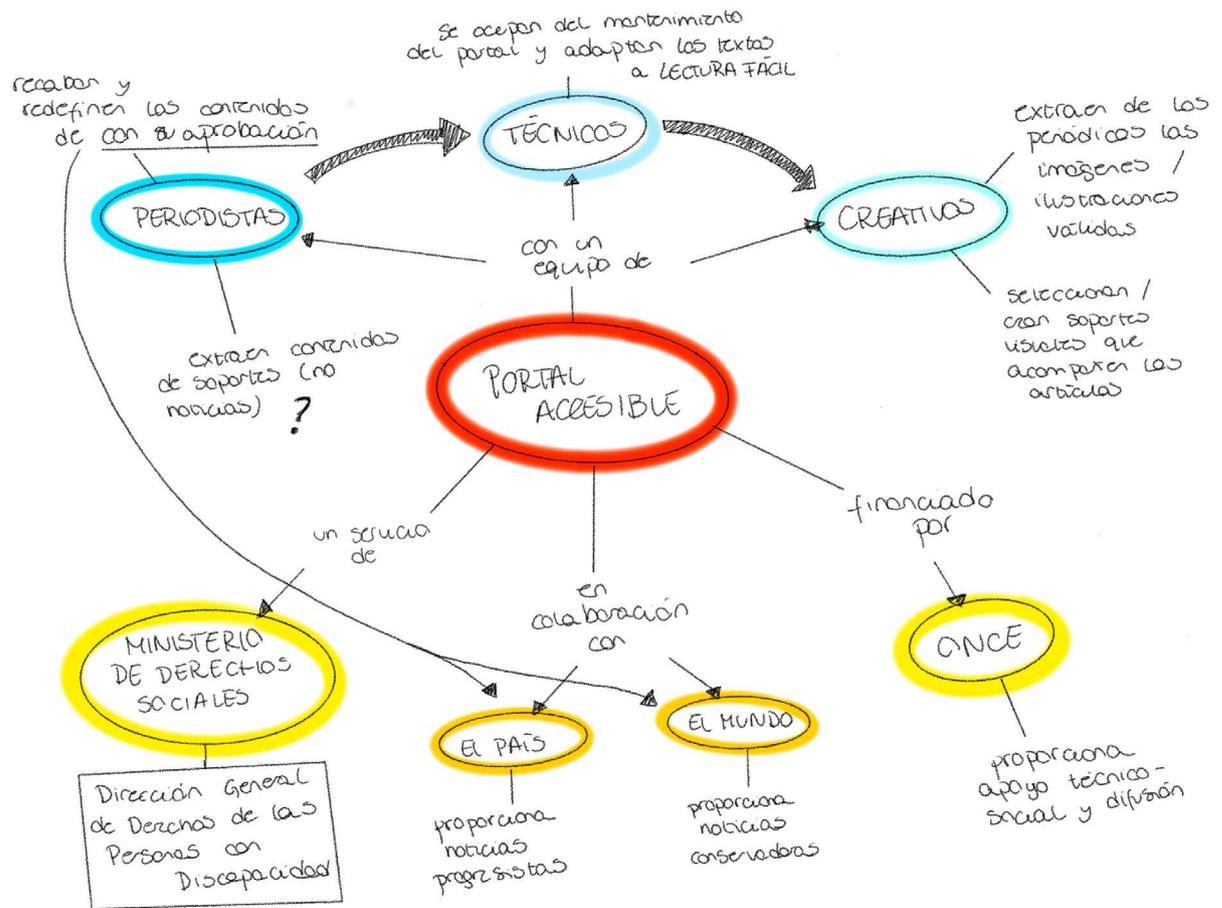
1 respuesta

Además de lectura fácil, las personas que no han tenido acceso a la lectoescritura, incluso las que sí, necesitan no solo modificaciones en cuanto al contenido o formato (letra, fondos...). Precisan, de apoyos visuales que faciliten la comprensión de la información o que den acceso a ella. Gracias por la iniciativa!

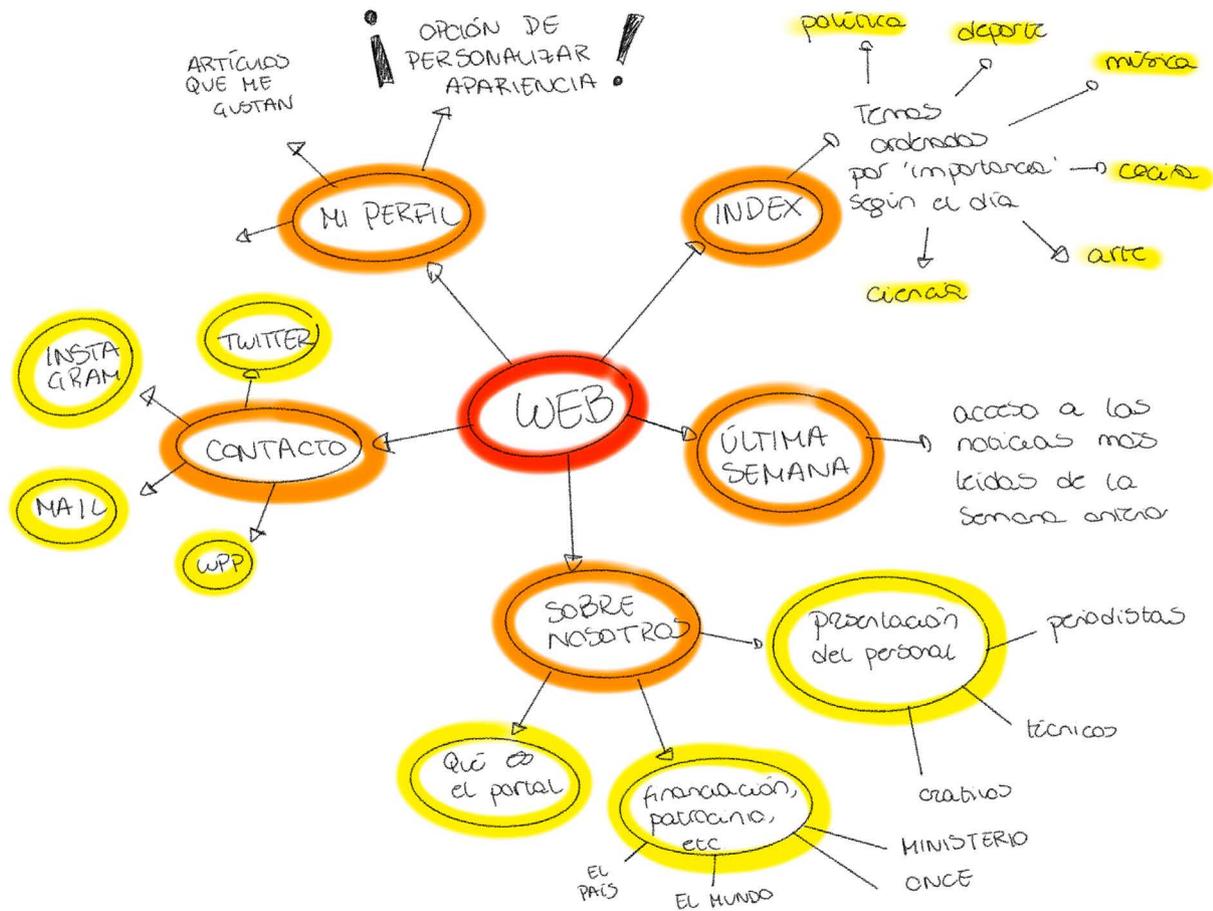
## Ideación del funcionamiento de la web



Organigrama general y provisional de la ideación del funcionamiento del portal.



Organigrama general y provisional del consejo editor, colaboración y financiación del proyecto.



Organigrama general y provisional de los rasgos de navegación en la web.

**Bocetos y pruebas para la creación del logotipo**

Balún Balún  
Balun u Balun  
u Balun Balun  
balun Balún  
Balún Balún

Balún

Balún

Balún

Balún

Balún

Balún

Balún

Balún

Balún



BA  
LUN







Balún  
**Manual de Identidad Visual Corporativa**

Autora  
**Lucía Correa Pedrós**

Tutores académicos  
**Javier Cabrera Correa**  
**María Requena Durán**

Trabajo de Fin de Grado  
Facultad de Bellas Artes  
Grado en Diseño  
Universidad de La Laguna

Curso académico 2021-2022  
**Septiembre 2022**

©Todos los derechos reservados. No se permite la reproducción total o parcial de los textos o imágenes de este documento sin la autorización previa y por escrito de los autores.

# Balún

## Manual de Identidad Visual Corporativa

Este Manual de Identidad Visual Corporativa da respuesta a la necesidad de asegurar un correcto uso de la marca generada correspondiente al portal de noticias accesible Balún, así como de los elementos que la conforman.

El presente documento ha sido elaborado tras un estudio de diseño definido desde un principio con el objetivo de traducir los valores de la marca, su personalidad y el mensaje a emitir.

Su lectura, asimilación y el uso correcto de las directrices que aquí constan permitirán la preservación de la idea como entidad.

Por lo tanto, se exige un uso adecuado del contenido que se expone a continuación. En casos específicos de duda sobre su aplicación se recomienda establecer un contacto directo con la persona creadora de este documento.



# ÍNDICE

<b>1. ELEMENTOS BÁSICOS</b>	<b>177</b>		
<b>2. CONSTRUCCIÓN Y VERSIONES</b>	<b>178</b>		
2.1 Versiones	178	6.6 Sobre bolsa	200
2.2 Construcción	179	6.7 Carpeta dossier	201
2.3 Tamaño mínimo de reducción y máximo de ampliación	180	6.8 Tarjeta de visita	202
2.4 <i>Claim</i>	181	6.9 Invitación	203
2.5 Área de reserva	182	6.10 Marcapáginas	204
2.6 Versión positiva y negativa	183	6.11 <i>Email marketing</i>	205
2.7 Versiones de usos cromáticos	184	6.12 Firma de email	206
<b>3. TIPOGRAFÍAS CORPORATIVAS</b>	<b>185</b>	<b>7. MATERIAL POP Y MERCHANDISING</b>	<b>214</b>
3.1 Tipografía principal	185	7.1 Cartelería promocional	214
3.2 Tipografía complementaria	186	7.2 Pines	220
<b>4. COLORES CORPORATIVOS</b>	<b>187</b>	7.3 Adhesivos	222
4.1 Paleta cromática principal	187	7.4 Textil	223
4.2 Paleta cromática secundaria	188	<b>8. MATERIAL PARA REDES SOCIALES</b>	<b>225</b>
<b>5. ILUSTRACIONES</b>	<b>189</b>	8.1 <i>Feed</i> de Instagram	225
<b>6. PAPELERÍA CORPORATIVA</b>	<b>195</b>	8.2 Publicaciones de Instagram	226
6.1 Primera hoja de carta	195		
6.2 Segunda hoja de carta	196		
6.3 Hoja de factura	197		
6.4 Sobre americano sin ventanilla	198		
6.5 Sobre americano con ventanilla	199		



# 1. ELEMENTOS BÁSICOS

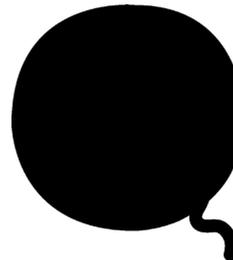
La marca



Elemento tipográfico sans serif. Snigglet ExtraBold

**Aa Bb Cc Dd Ee  
Ff Gg Hh Ii Jj  
Kk Ll Mm Nn  
Ññ Oo Pp Qq Rr  
Ss Tt Uu Vv Ww  
Xx Yy Zz  
0123456789**

Forma orgánica base



Color



## 2. CONSTRUCCIÓN Y VERSIONES

### 2.1 Versiones

Únicamente existe una versión del logotipo, que es la que se muestra a continuación.

Logotipo principal



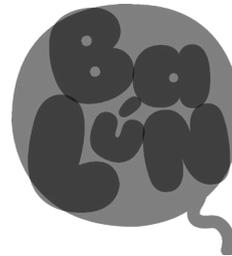
## 2.2 Construcción

El logotipo surge de la forma natural que se genera al disponer el nombre de la marca utilizando una superposición de mayúsculas y minúsculas de la tipografía seleccionada (Sniggle ExtraBold) en la forma orgánica que produce la 'O' de dicha tipografía sin su ojal.

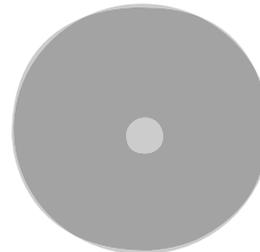
De esta manera, no se observan formas geométricas perfectas que puedan ser construídas en una rejilla base, sino una agrupación de formas que genera espacios de coincidencia, los cuales han sido unidos generando tres formas con su correspondiente contraforma que recoge la palabra.

Así, se han eliminado los espacios sobrantes de la posición de los elementos tipográficos en la forma, originando el resultado que se observa a la derecha.

Formas coincidentes en la construcción



Diferenciación entre el círculo perfecto y la 'O'



Construcción resultante



## 2.3 Tamaño mínimo de reducción y máximo de ampliación

Para su uso en físico, el tamaño mínimo de presentación del logo será de 10 mm de alto y en su forma principal (sin *claim*).

Por otro lado, para su aplicación en soportes web este podrá ser reducido hasta los 20 px de alto.

En los casos en los que el logotipo se reproduzcan a grandes escalas para soportes mayores, se deberá tener en cuenta el uso indicado para respetar su tamaño máximo de aplicación.

De esta manera, se podrá hacer uso del logotipo a cualquier tamaño, siempre que no supere los 4 metros de alto, lo cual correspondería a su uso en una valla publicitaria, por ejemplo.

Tamaño mínimo de logotipo en físico



10 mm

Tamaño mínimo de logotipo en pantalla



20 px

## 2.4 Claim

Además del logotipo, se ha diseñado, utilizando la fuente corporativa, un *claim* o eslogan, que refuerza y alude al significado de la marca. Aparecerá, en su mayoría de veces, siempre que se presente el logo, indicando junto a él el dominio de la página web de Balún. Su disposición no será al lado del logotipo, sino donde precise dependiendo del soporte.

Así, esta frase corporativa es “Noticias que te acercan la vida” y se presentará en la versión *Bold* de Atkinson Hyperlegible, tal como se muestra a continuación. Justo debajo, en versión *Regular* de la fuente, se muestra el dominio de la web.

*Claim* de la marca

**Noticias  
que te acercan  
la vida**

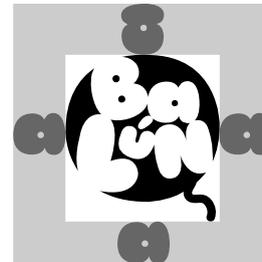
**www.balun.es**

## 2.5 Área de reserva

Es de vital importancia que se establezca un espacio mínimo que rodee a la marca en su convivencia con agentes externos a la misma.

Para ello, se utilizarán las pautas descritas a continuación.

Área de reserva para el uso principal



Se utilizará la medida de la 'a' del logotipo para establecer el espacio de reserva

## 2.6 Versión positiva y negativa

En caso de aplicación del logo sobre fondo blanco se hará uso de su versión principal, en negro. Por otro lado, si se dispone sobre fondo negro, se hará uso de su versión negativa, en blanco.

De esta manera, si la versión en escala de grises de la tonalidad del fondo es superior a un 50% de gris, también se hará uso de su versión negativa.

Versión principal



Versión en negativo.  
Segunda opción



## 2.7 Versiones de usos cromáticos

Como tercera opción de uso, se establece la disposición del logotipo en su versión principal sobre cualquiera de los colores corporativos de la marca. Sobre fondos blancos, tal y como se expone anteriormente, se aplicará la versión principal del logotipo. En caso de que esto no sea posible, se aplicará el logotipo utilizando los colores corporativos (de forma monocromática), en función del contexto.

Para su aplicación sobre imágenes se hará uso por igual de la versión principal como de la versión en negativo del logotipo, en función de la tonalidad de la imagen, escogiendo la versión que ofrezca una mayor legibilidad e identificación.

Versión sobre colores corporativos.  
Tercera opción



Se podrá hacer uso sobre cualquiera de los seis colores corporativos.

Versión en colores corporativos.  
Cuarta opción



Se podrá hacer uso de cualquiera de los seis colores corporativos.

Versión sobre imagen.  
Quinta opción



La versión del logotipo dependerá de la imagen que se utilice.

## 3. TIPOGRAFÍAS CORPORATIVAS

### 3.1 Tipografía principal

A pesar de que en el logotipo se muestre una tipografía determinada que identifica a la marca, esta será exclusiva para su uso en ese contexto.

Como tipografía principal se hará uso de Atkinson Hyperlegible en todas sus variantes. Ofrecida por Braille Institute (y en honor a su fundador, J. Robert Atkinson) y de licencia Open Type, se diferencia de las fuentes tradicionales por ofrecer formas distintivas que aumentan el reconocimiento de sus caracteres, mejorando la experiencia de legibilidad para las personas con baja capacidad de visión.

Así, Atkinson Hyperlegible presenta técnicas de diseño tales como: formas reconocibles (los límites de cada carácter están claramente definidos), contraformas abiertas (permiten una mayor distinción de caracteres), diferenciación entre caracteres similares (exagerando elementos como las colas y determinadas descendentes, así como la incorporación de un travesaño diagonal en el 0), entre otras.

De este modo, se hace uso de esta fuente en todo el contenido de la web en sus dos versiones, alternando entre los estilos que recoge la familia.

Atkinson Hyperlegible  
Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg  
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn  
Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt  
Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
0123456789

Atkinson Hyperlegible  
Italic

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg  
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn  
Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt  
Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
0123456789*

Atkinson Hyperlegible  
Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg  
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn  
Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt  
Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
0123456789**

Atkinson Hyperlegible  
Bold Italic

***Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg  
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn  
Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt  
Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
0123456789***

### 3.2 Tipografía complementaria

Del mismo modo que existe una tipografía de uso preferente relativa a la marca, se incluye una segunda opción de uso en casos en los que no sea posible la implementación de la fuente principal.

Esta tipografía será la Helvetica Neue, una fuente de uso universal *sans serif* caracterizada por el protagonismo de las formas verticales y horizontales, las contraformas y la gran altura de x.

A continuación se presenta la tipografía en sus versiones de uso, las cuales coinciden con los estilos de la familia de Atkinson Hyperlegible.

#### Helvetica Neue Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg  
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ  
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu  
Vv Ww Xx Yy Zz  
0123456789

#### Helvetica Neue Italic

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg  
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ  
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu  
Vv Ww Xx Yy Zz  
0123456789*

#### Helvetica Neue Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg  
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ  
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu  
Vv Ww Xx Yy Zz  
0123456789**

#### Helvetica Neue Bold Italic

***Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg  
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ  
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu  
Vv Ww Xx Yy Zz  
0123456789***

## 4. COLORES CORPORATIVOS

### 4.1 Paleta cromática principal

A pesar de que el color predominante en la marca es el negro, existe una paleta cromática asociada, que consta de seis colores corporativos que hacen alusión a las secciones de interés que contempla el portal de noticias.

Se presentan así colores en tonos pastel, con un efecto "ensuciado" que, además de resultar sencillos de percibir y de identificar, recogen los valores de la marca y sus secciones, del mismo modo que generan una paleta de colores equilibrada, combinando tonos fríos (verde, violeta, azul) con otros más cálidos (beige, amarillo, rosa).

#### Paleta cromática principal

RGB: 211 202 180  
CMYK: 20 18 31 2  
HEX: #D3CAB4

RGB: 234 183 183  
CMYK: 7 35 22 0  
HEX: #EAB7B7

RGB: 195 222 177  
CMYK: 29 0 39 0  
HEX: #C3DEB1

RGB: 213 202 214  
CMYK: 19 22 10 0  
HEX: #D5CAD6

RGB: 230 204 157  
CMYK: 11 20 44 1  
HEX: #E6CC9D

RGB: 176 204 213  
CMYK: 36 11 15 0  
HEX: #B0CCD5

## 4.2 Paleta cromática secundaria

Debido a que el soporte web debe de adaptarse a las preferencias y necesidades del usuario y a pesar de que se contempla una paleta corporativa definida (preferente y exhibida en la página anterior) se incluye en la identidad de la marca una segunda opción de paleta cromática, dotada de una mayor intensidad, que podrá ser seleccionada por parte del usuario para modificar en los colores de la web en caso de que sea de su preferencia.

Sin embargo, no se hará uso de tales colores en ninguna aplicación que concierna a la marca, siendo estos exclusivamente una herramienta de ayuda al usuario para la identificación de las secciones.

Esta paleta será únicamente reproducible en colores RGB.

### Paleta cromática secundaria



RGB: 255 0 0  
CMYK: 0 95 91 0  
HEX: #FF0000



RGB: 255 164 0  
CMYK: 0 43 93 0  
HEX: #FFA400



RGB: 137 0 255  
CMYK: 78 80 0 0  
HEX: #8900FF



RGB: 0 98 255  
CMYK: 85 62 0 0  
HEX: #0062FF



RGB: 10 255 0  
CMYK: 64 0 100 0  
HEX: #0AFF00



RGB: 226 255 0  
CMYK: 22 0 100 0  
HEX: #E2FF00

## 5. ILUSTRACIONES

Ilustración de "Política"



Ilustración de "Arte"



Ilustración de "Deporte"



Ilustración de "Música"



Ilustración de "Cocina"



Ilustración de "Ciencia"



## 6. PAPELERÍA CORPORATIVA

### 6.1 Primera hoja de carta

Formato A4 210x297 mm

Gramaje 90 gr/m<sup>2</sup>

1. Atkinson Hyperlegible Bold, 9/10,8 pt. Alineación derecha.

2. Atkinson Hyperlegible Regular, 9/10,8 pt. Alineación izquierda.

3. Atkinson Hyperlegible Regular, 11/13,2 pt. Alineación izquierda.  
Sangría izquierda 18mm

Márgenes: 20 mm

Alto del logo: 30 mm



C/ Ciprés, 17, 38202  
San Cristóbal de La Laguna,  
S/C de Tenerife, España

En Madrid, a 4 de agosto de 2022

Sr. José Luis Martínez-Almeida Navasqués

Excmo. Alcalde de Madrid,

Reciba un cordial saludo por parte de los miembros de Balún. A través del presente documento queremos hacerle partícipe de la apertura del nuevo portal de noticias accesible y con un fin universal dirigido a personas con discapacidad.

Es de nuestro agrado informarle que está invitado al acto de inauguración, que tendrá fecha y hora en la calle de San Vicente Ferrer, 63, el próximo 13 de septiembre a las 11:00h.

Será de nuestro agrado contar con su presencia, reciba un cordial saludo,

Atentamente,

**María José Sánchez González**  
Organizadora de eventos



C/San Vicente Ferrer, 63  
28915 Madrid  
Tel. 647 126 272  
noticiasbalun@gmail.com

**Noticias  
que te acercan  
la vida**  
www.balun.es

1

3

2

## 6.2 Segunda hoja de carta

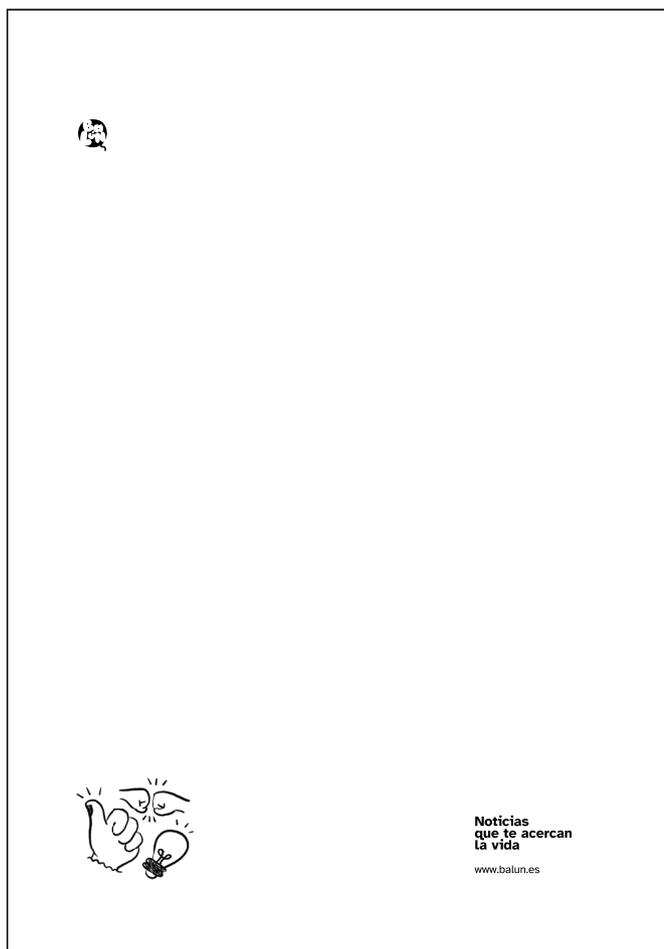
Formato A4 210x297 mm

Gramaje 90 gr/m<sup>2</sup>

Márgenes: 20 mm

Alto del logo: 10 mm

Medidas de la ilustración:  
37,4 x 37,4 mm



## 6.3 Hoja de factura

Formato A4 210x297 mm

Gramaje 90 gr/m<sup>2</sup>

1. Atkinson Hyperlegible Bold, 17/20 pt. Alineación derecha.

2. Atkinson Hyperlegible Regular, 8/9,6 pt. Alineación izquierda.

3. Atkinson Hyperlegible Bold 12/14,4 pt. Alineación izquierda.

4. Atkinson Hyperlegible Regular/  
Bold, 7/8,4 pt. Alineación derecha.

5. Atkinson Hyperlegible Regular, 5/6 pt. Alineación centro.

6. Atkinson Hyperlegible Regular, 8/9,6 pt. Alineación izquierda.

Márgenes: 20 mm

Alto del logo: 25 mm

Medidas de la ilustración:  
35,9 x 35,9 mm

2



C/San Vicente Ferrer, 63  
28015 Madrid  
Tel. 647 125 272  
noticiasbalun@gmail.com

**Factura**

---

**Ciudad**  
Editorial Casals  
Carrer de Casp, 79  
08013 Barcelona

**Nº de factura**  
Nº 738

**Fecha**  
4 de noviembre 2022

---

Cantidad	Producto	Precio	Total
150	Fanzine La Inklusividad en el lenguaje	3€	450€
500	Marcapáginas	0,25€	125€
<b>Subtotal</b>			575€
<b>IVA (21%)</b>			120,75€
<b>Total</b>			<b>695,75€</b>

---

**Observaciones**  
El pago se realizará en un plazo de 2 semanas y a través de una transferencia bancaria

**Nº de cuenta**  
CaixaBanc  
ESXX XXXX XXXX XX XXXXXXXXXXXX



**Noticias que te acercan la vida**  
www.balun.es



**María José Sánchez González**  
Organizadora de eventos

Lowem loque doer et amet, consetetur adipisicing elit, sed diam nonumy rito eudmodi incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut nisi enim ad minim venen, quo nostrud essent labore utamquam suscipit laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan etiam justo. Et amet, consetetur adipisicing elit, sed diam nonumy rito.

## 6.4 Sobre americano sin ventanilla

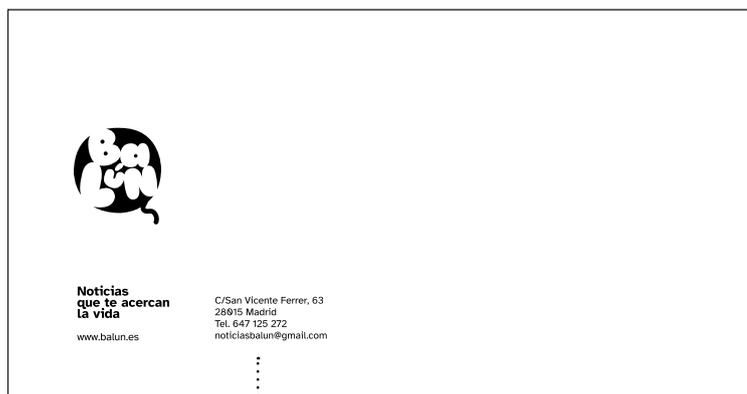
Formato 210x110 mm

Gramaje 100 gr/m<sup>2</sup>

1. Atkinson Hyperlegible Regular,  
7/8,4 pt. Alineación izquierda.

Márgenes: 15 mm

Alto del logo: 27 mm



## 6.5 Sobre americano con ventanilla

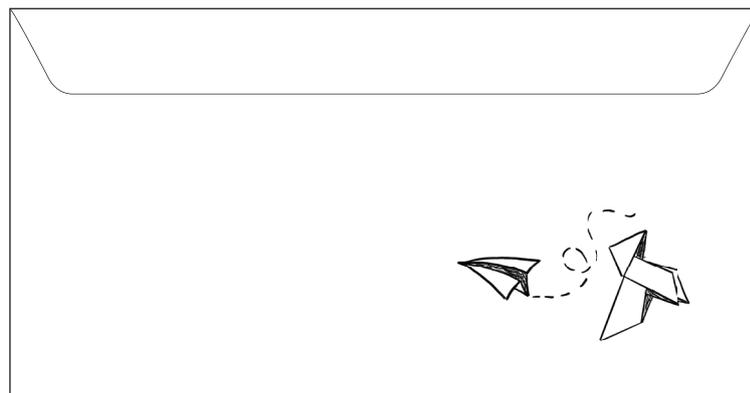
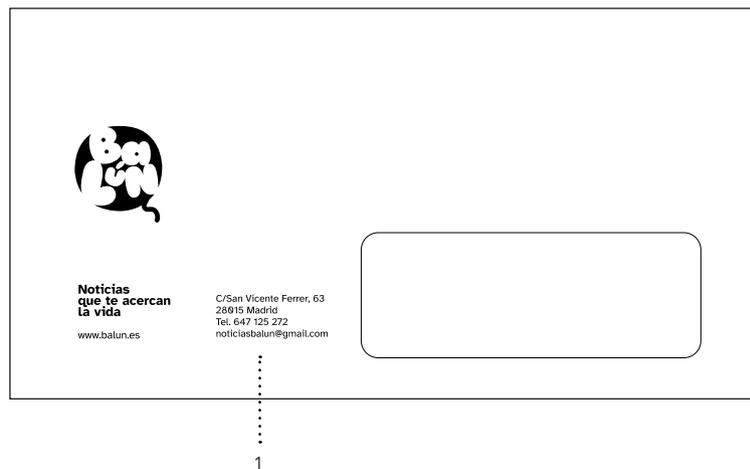
Formato 210x110 mm

Gramaje 100 gr/m<sup>2</sup>

1. Atkinson Hyperlegible Regular,  
7/8,4 pt. Alineación izquierda.

Márgenes: 15 mm

Alto del logo: 27 mm



## 6.6 Sobre bolsa

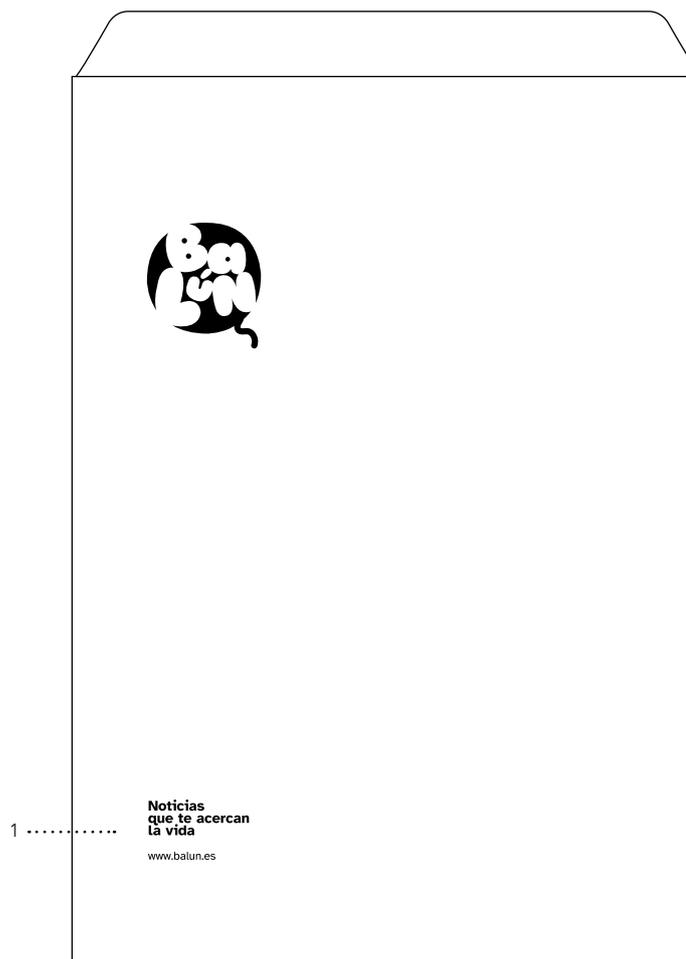
Formato 353x250 mm

Gramaje 110 gr/m<sup>2</sup>

1. Atkinson Hyperlegible Regular,  
17/20,4 pt. Alineación izquierda.

Márgenes: 30 mm

Alto del logo: 50 mm

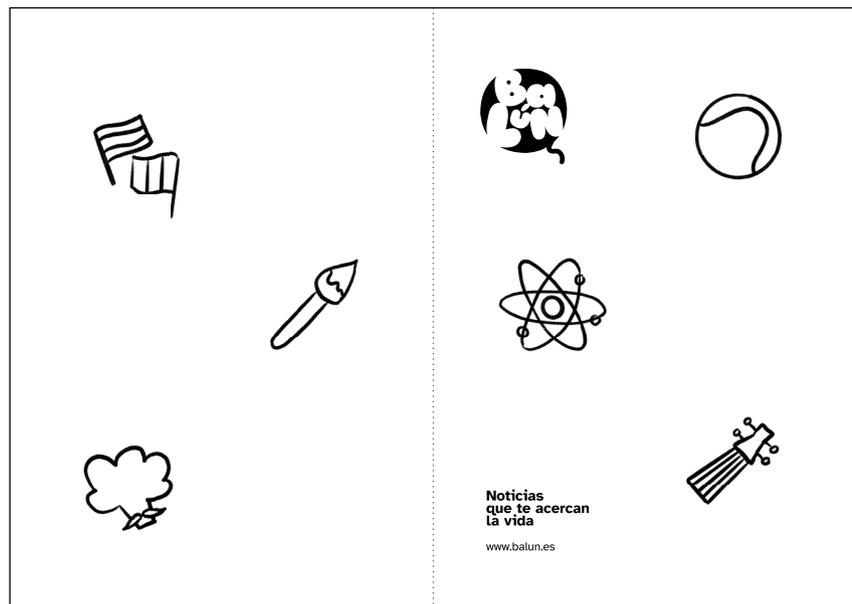


## 6.7 Carpeta dossier

Formato 310x220 mm

Gramaje 220 gr/m<sup>2</sup>

Alto del logo: 35 mm



## 6.8 Tarjeta de visita

Formato 85x55 mm

Gramaje 350 gr/m<sup>2</sup>

1. Atkinson Hyperlegible Bold/Regular 7/8,4 pt

Márgenes: 7/9 mm

Alto del logo: 17 mm

Se harán versiones utilizando los colores corporativos en función del usuario que se refleje en la tarjeta de visita y su cargo en la empresa.



**Noticias  
que te acercan  
la vida**

[www.balun.es](http://www.balun.es)

**María José Sánchez González**  
Organizadora de eventos

C/San Vicente Ferrer, 63  
28015 Madrid  
Tel. 647 125 272  
[noticiasbalun@gmail.com](mailto:noticiasbalun@gmail.com)

..... 1

## 6.9 Invitación

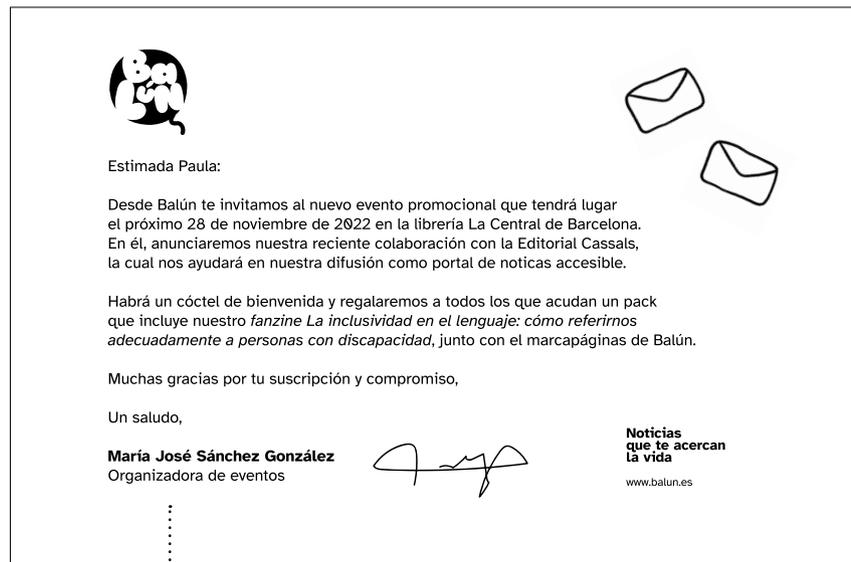
Formato 148x98 mm

Gramaje 100 gr/m<sup>2</sup>

1. Atkinson Hyperlegible Regular,  
8/9,6 pt. Alineación izquierda.

Márgenes: 17 mm inferior/15 mm  
interior

Alto del logo: 15 mm



## 6.10 Marcapáginas

Formato 150x50 mm

Gramaje 200 gr/m<sup>2</sup>

Alto del logo: 28 mm

Medidas del colgante: 13 mm de diámetro

Se reproducirá en todos los colores corporativos y sus respectivos temas.



## 6.11 Email marketing

Formato 595x559 px

1. Atkinson Hyperlegible Regular, 13/12 pt. Alineación izquierda.
2. Atkinson Hyperlegible Bold, 26,3/26,17 pt. Alineación izquierda.
3. Atkinson Hyperlegible Regular, 11,86/12 pt. Alineación al centro.
4. Atkinson Hyperlegible Regular, 8/9 pt. Alineación izquierda.

Alto del logo: 207 px

Se reproducirá en todos los colores corporativos y sus respectivos temas. Tal y como funciona el *email marketing*, se enviará una versión u otra al usuario potencial dependiendo de sus intereses personales.



Formato 753x595 px

1. Atkinson Hyperlegible Bold, 17/21 pt. Alineación izquierda.

2. Atkinson Hyperlegible Bold, 48/58 pt. Alineación izquierda.

3. Atkinson Hyperlegible Regular, 17,77/21,33 pt. Alineación izquierda.

4. Atkinson Hyperlegible Regular, 12/14,4 pt. Alineación izquierda.

5. Atkinson Hyperlegible Regular, 14,25/17,1 pt. Alineación al centro.

6. Atkinson Hyperlegible Regular, 7/9 pt. Alineación izquierda/derecha.

Alto del logo: 175 px

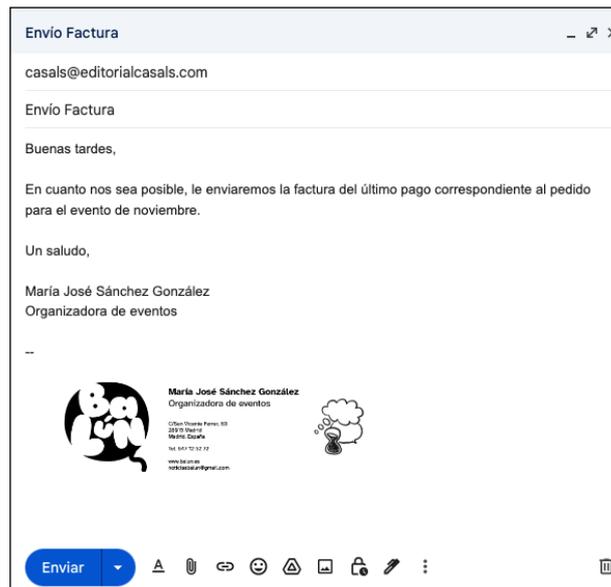
Se enviarán en este formato las noticias más relevantes a todos los usuarios suscritos al *Newsletter*.



## 6.12 Firma de email

1. Atkinson Hyperlegible Regular/  
Bold, 12/14,4 pt. Alineación izquierda.

2. Atkinson Hyperlegible Regular,  
7/8,4 pt. Alineación izquierda.





Noticias que te acercan la vida

**Tonia Pérez Rodríguez**  
Redacción sección de Arte

Noticias que te acercan la vida  
www.balun.es

C/San Vicente Ferrer, 63  
28915 Madrid  
Tel. 647 125 272  
noticiasbalun@gmail.com



**Alicia Cuervo**  
Redacción sección de Arte



**Noticias que te acercan la vida**  
www.balun.es

C/San Vicente Ferrer, 63  
28915 Madrid  
Tel. 647 125 272  
noticiasbalun@gmail.com



**Oliver Marqués Acosta**  
Redacción sección de Deporte



**Noticias que te acercan la vida**  
www.balun.es

C/San Vicente Ferrer, 63  
www.balun.es



**Alejandro Vila González**  
Redacción sección de Cocina

**Noticias que te acercan la vida**  
www.balun.es

C/San Vicente Ferrer, 63  
28915 Madrid  
Tel. 647 125 272  
noticiasbalun@gmail.com

**Alejandro Vila González**  
Redacción sección de Cocina



El Cuerno, 14, 28049  
San Cristóbal de la Laguna  
Tel: 922 30 00 00

En Madrid, a 4 de agosto de 2022

Excmo. Alcalde de Madrid,

Reciba un cordial saludo por parte de los miembros de Balún, la única asociación de personas con discapacidad intelectual en el territorio del ámbito geográfico de Madrid.

Es de nuestro agrado informarle que está invitada al acto de inauguración del taller de teatro a hora en la sala de San Vicente que se celebrará el día 12 de septiembre a las 19:00h.

Siempre le quedamos agradecidos con su presencia, mucho lo valoramos.

Atentamente,  
**Marta José Sáenz Omeñaca**  
Organizadora de eventos

El Cuerno, 14, 28049  
San Cristóbal de la Laguna  
Tel: 922 30 00 00



Noticia por correo electrónico  
El Cuerno, 14, 28049  
San Cristóbal de la Laguna  
Tel: 922 30 00 00



Noticias que te acercan  
la vida  
[www.balun.es](http://www.balun.es)



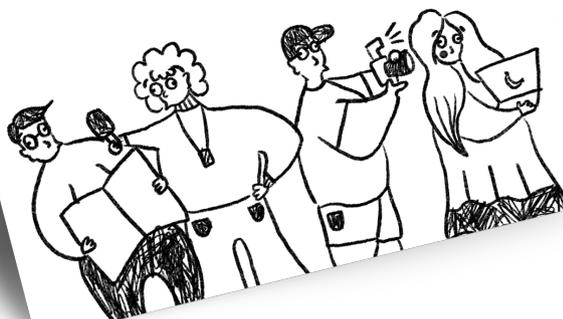


Noticias  
que te acercan  
la vida

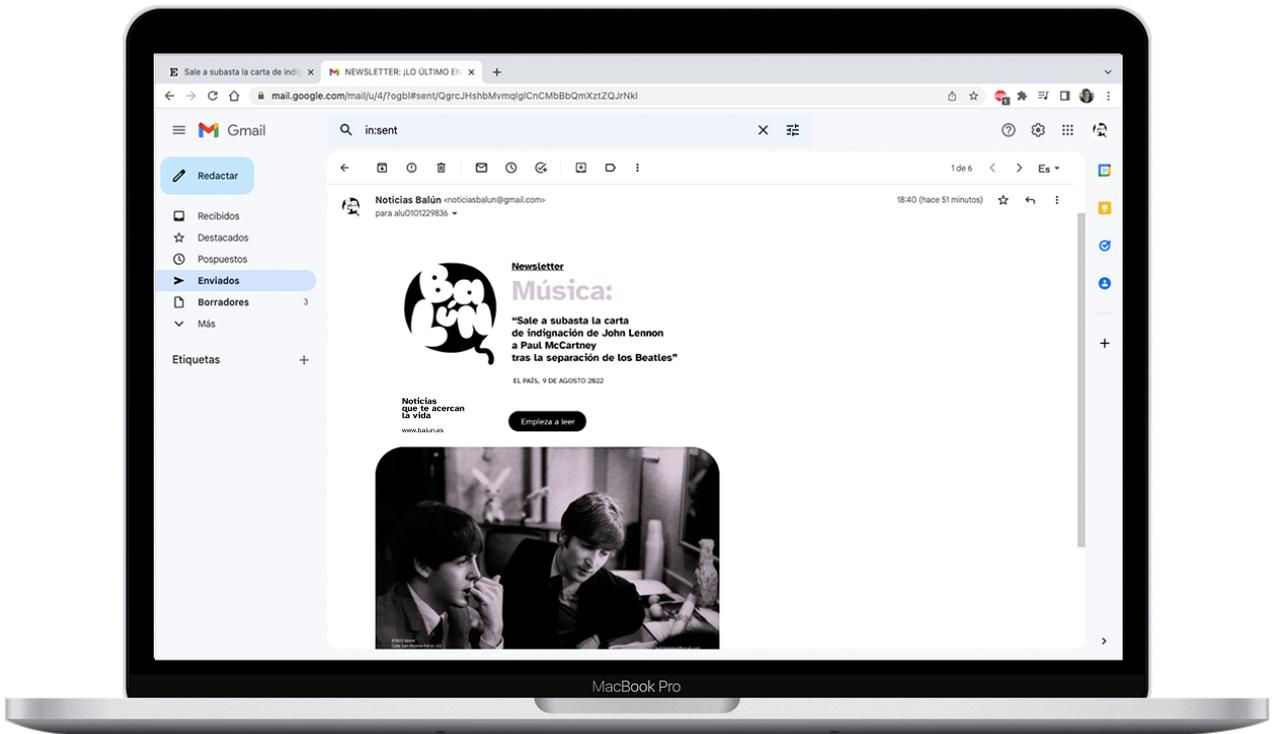
[www.balun.es](http://www.balun.es)

**María José Sánchez González**  
Organizadora de eventos

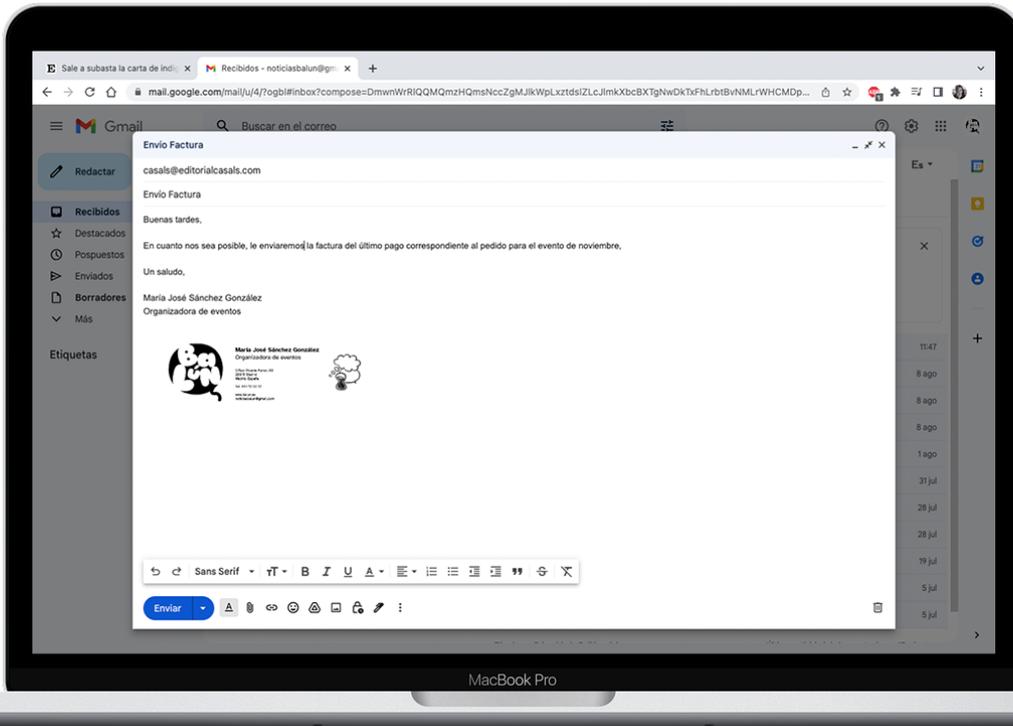
C/É  
281  
Tel  
not







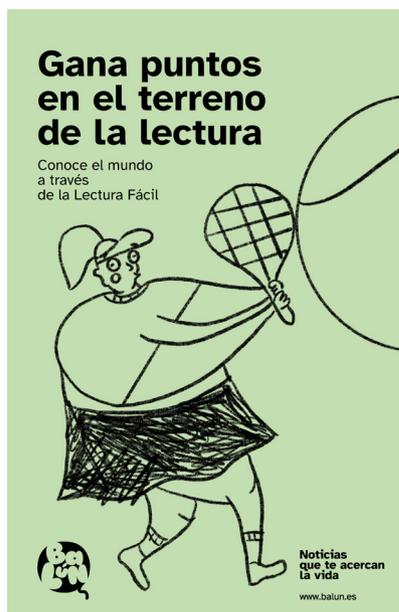
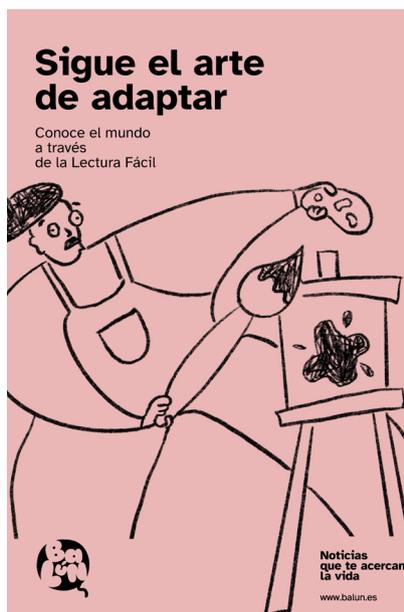
MacBook Pro

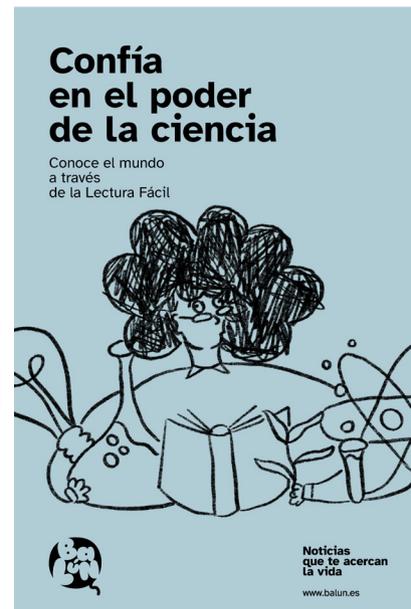
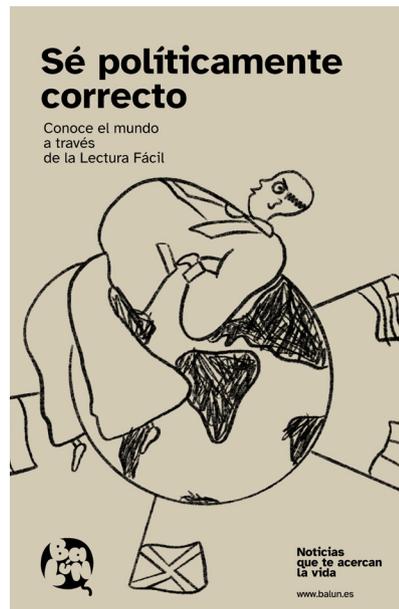
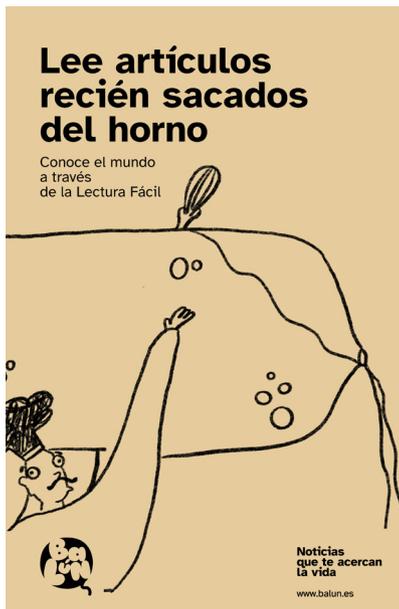


## 7. MATERIAL POP Y MERCHANDISING

### 7.1 Cartelería promocional

Se adaptarán depen-  
diendo del formato





# Sigue el arte de adaptar

Conoce el mundo a través de la Lectura Fácil



Noticias que te acercan la vida

[www.balun.es](http://www.balun.es)

# Gana puntos en el terreno de la lectura

Conoce el mundo a través de la Lectura Fácil



Noticias que te acercan la vida

[www.balun.es](http://www.balun.es)

# Haz que cualquier noticia te suene

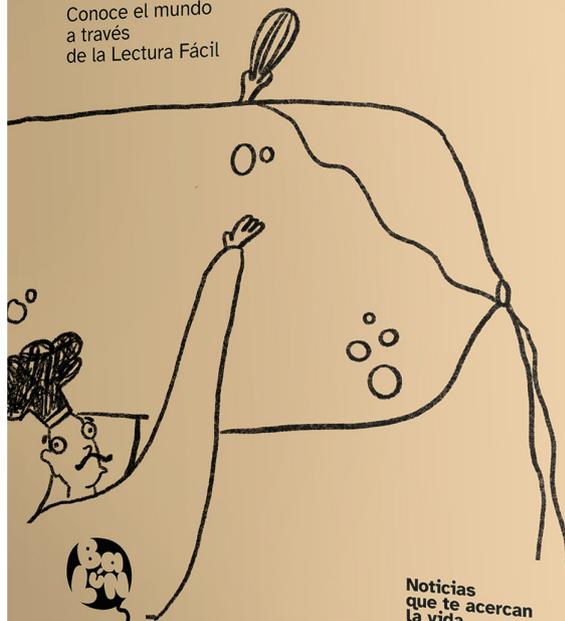
Conoce el mundo a través de la Lectura Fácil



Noticias que te acercan la vida  
[www.balun.es](http://www.balun.es)

# Lee artículos recién sacados del horno

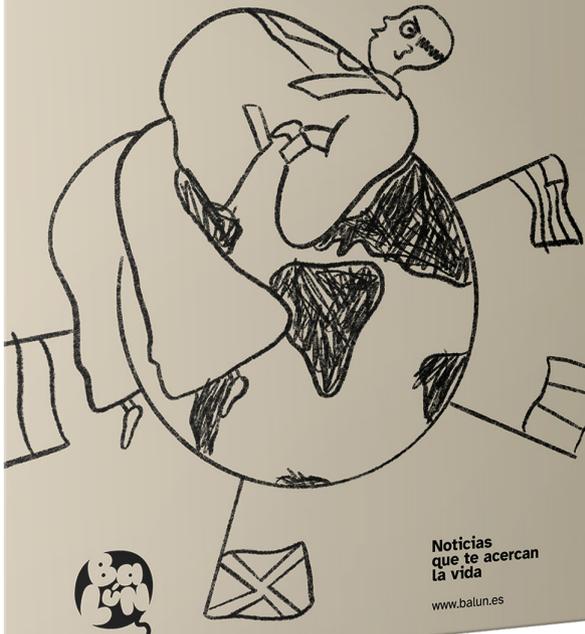
Conoce el mundo a través de la Lectura Fácil



Noticias que te acercan la vida  
[www.balun.es](http://www.balun.es)

# Sé políticamente correcto

Conoce el mundo  
a través  
de la Lectura Fácil



Noticias  
que te acercan  
la vida

[www.balun.es](http://www.balun.es)

# Confía en el poder de la ciencia

Conoce el mundo  
a través  
de la Lectura Fácil



Noticias  
que te acercan  
la vida

[www.balun.es](http://www.balun.es)



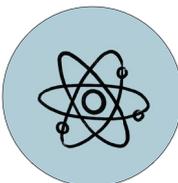
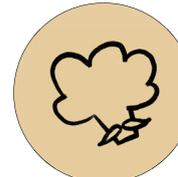
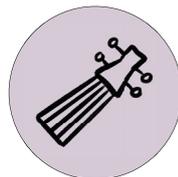
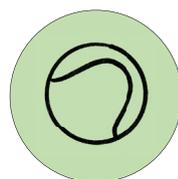
**Noticias  
que te acercan  
la vida**

[www.balun.es](http://www.balun.es)



## 7.2 Pines

Formato 15x15 mm

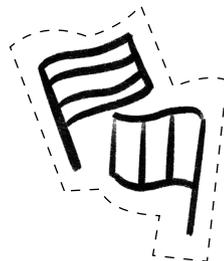
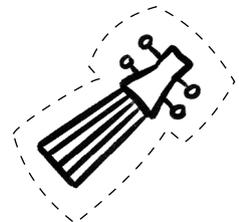
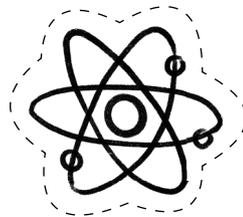
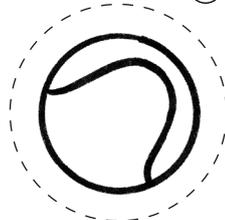
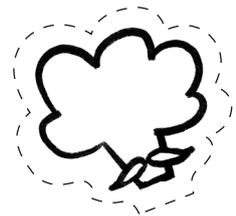




### 7.3 Adhesivos

Serán impresos en vinilo y troquelados por la línea marcada. Existirá, así, una versión del logotipo y de los seis elementos que componen la iconografía de la marca relativa a las seis secciones de noticias.

Formato: 85 mm de alto



## 7.4 Textil

Camiseta básica blanca



*Tote bag con logo  
y claim*



*Tote bag inspirada en  
las categorías*

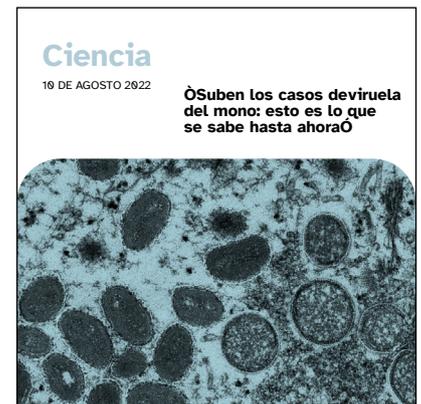


## 8. MATERIAL PARA REDES SOCIALES

### 8.1 Feed de Instagram



## 8.2 Publicaciones de Instagram









**Noticias  
que te acercan  
la vida**

[www.balun.es](http://www.balun.es)

