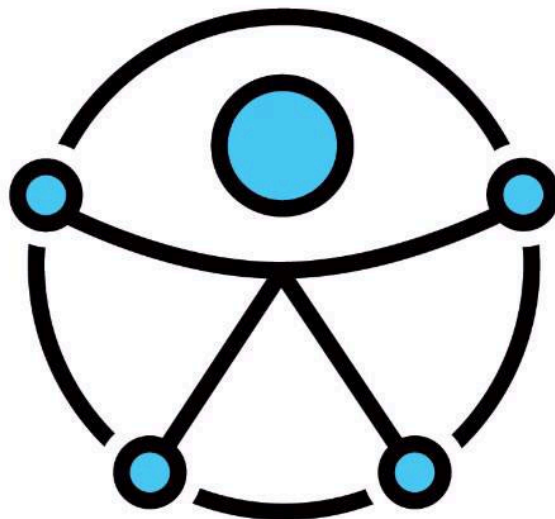




Guía y Checklist para publicaciones accesibles en Redes Sociales accesibles



Índice

Introducción	3
El CiVAT (Centro de Información para la Vida Autónoma).	4
Velocidad del habla	5
Normas UNE relevantes	5
Opinión de personas expertas en accesibilidad audiovisual	5
Estudios de universidades	5
Lenguaje inclusivo.....	6
Subtitulado rápido.....	7
Contraste del color	8
Texto sobre imagen.....	9
Crear enlaces	10
Ejemplos de buenos títulos de enlace.....	10
Diles que se trata de un enlace	10
Imágenes de texto	11
¿Cómo sé si esto es una imagen de texto?	11
¿Qué hago si no tengo una alternativa?.....	11
Tipos de fuentes	12
Fuentes legibles	12
Textos alternativos.....	13
Cómo describir correctamente una imagen.	13
Checklist de publicación accesible	14
Conclusión	15
El derecho de las personas a la información.....	15
Accesibilidad cognitiva	15

Introducción

El derecho a la información en igualdad de condiciones

¿Qué es lo que se muestra en estas infografías?

Esta guía te enseñará **lo básico para publicar contenido en redes sociales de la manera accesible que permiten actualmente las plataformas.**

¿Por qué es importante conocer esto?

El contenido elaborado de manera accesible hace que **un mayor número de personas puedan acceder** a él, favoreciendo difundir el mensaje que intentamos transmitir. De nada sirve publicar un contenido valioso si las personas que reciben tienen dificultades para percibirlo o entenderlo.

¿Estamos obligados a cumplir esto?

Aunque parezca confuso, sí. La Ley 11/2023 obliga a las entidades públicas a que sus productos TIC (digitales y físicos) sean accesibles. Los contenidos que se publican están categorizados como producto o servicio digital.

“Entonces el contenido queda poco atractivo”

Existe un equilibrio entre estética y accesibilidad. Las plataformas de videos cortos, por ejemplo, ofrecen una serie de herramientas para incorporar subtítulos llamativos de manera automatizada para que suponga menos trabajo al creador. Sin embargo, **la norma UNE 123010:2012 marca las pautas necesarias para que los subtítulos de los videos puedan ser leídos adecuadamente.** Esta norma UNE, de obligado cumplimiento por entidades públicas y privadas, **se suele ignorarse por completo**, de manera que **muchas personas omiten los videos en los que no les es posible leerlos o les resultan molestos**, perdiéndose por completo el contenido que intenta transmitir el creador.



El CiVAT (Centro de Información para la Vida Autónoma).

Desde su creación en 2006 tiene como misión asesorar e informar a personas para mejorar su autonomía e independencia en las actividades que desarrolla. En su web <https://civat.es> se puede consultar información actualizada y contrastada, así como solicitar servicios para llevar a cabo asesoramientos, formación y/o préstamo de material.



CENTRO
DE INFORMACIÓN
PARA LA VIDA
AUTÓNOMA

Datos de contacto:

C/ Pepita Serrador, nº 6

38005 Santa Cruz de Tenerife

Teléfono: 664 41 29 14

Correo: civat.sinpromi@tenerife.es

Web: <https://civat.es>

Velocidad del habla

Es común que algunos creadores hablen de manera rápida para mostrar “decisión” o aportar fuerza a sus mensajes, pero...

¿Realmente se entiende? ¿Su mensaje llega a la gente?

¿A qué velocidad debería hablar?

No existe una normativa que regule la velocidad del habla en medios audiovisuales, sin embargo, **existen algunos documentos** a los que podemos usar para hacernos una idea.

Normas UNE relevantes

Las Normas UNE 153010:2012 sobre subtulado y UNE 153020:2005 sobre audiodescripción dicen:

- **Subtitulado:** La velocidad máxima de caracteres es de **15 caracteres por segundo**.
- **Audiodescripción:** Indica en sus pautas que “**la locución debe ser pausada, clara y constante**”.

Opinión de personas expertas en accesibilidad audiovisual

La Guía de Accesibilidad a los Contenidos Audiovisuales (CESyA) advierte que “**velocidades superiores a 160 palabras por minuto dificultan enormemente la comprensión cognitiva**”.

Estudios de universidades

La Universidad Autónoma de Barcelona y la Universidad de Granada han encontrado que **la velocidad del habla en medios españoles, en palabras por minuto es:**

- **Informativos de televisión:** Entre 160 y 190 palabras.
- **Publicidad:** Entre 180 y 210 palabras.
- **Discapacidad y estudios de lectura fácil:** 100 y 120.

Los estudios revelan que la **velocidad del habla en televisión es demasiado rápida** para que los subtítulos sean leídos.

Lenguaje inclusivo

Normativa que aplica

En la fecha en la que elaboramos este documento, **no existe una norma UNE que regule el lenguaje inclusivo**, solo existen guías orientativas que dan algunas pautas. **Estas guías no están estandarizadas** y cada una sigue su propio criterio, **generando dificultades** al sector de las personas con discapacidad. Sin embargo, sí que existen normativas que regulan el acceso y la inclusión de las personas con discapacidad, y en algunos casos, **estas guías no oficiales entran en conflicto con la normativa que regula lo que se considera un trato justo de este colectivo.**

Algunos elementos en conflicto

Guías	Pauta recomendada	Explicación	Colectivo afectado
"Él/ella, Nosotres, Alumnxs, Rápid@"	"La persona, el grupo, estudiantes, veloz".	Ni la Real Academia Española, ni las WCAG, ni las normas UNE de accesibilidad y calidad reconocen estas sintaxis como correctas, por lo tanto, el software de apoyo no puede leerlas.	<ul style="list-style-type: none"> • Personas ciegas. • Capacidad cognitiva afectada. • Bajo nivel académico.
Usar tanto sustantivos masculinos como femeninos	Esta pauta es correcta, deben usarse ambos géneros y no solamente el femenino.	La inclusividad nos engloba a todas las personas de esta sociedad.	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad cognitiva afectada. • Salud mental.
"Los colectivos de personas espectadoras asistentes al evento"	"Las personas que asisten al evento".	El lenguaje debe ser sobrio, claro y directo. Se debe evitar apilar adjetivos de manera innecesaria.	<ul style="list-style-type: none"> • Público general. • Capacidad cognitiva. • Bajo nivel académico.

Subtitulado rápido

Norma UNE 123010:2012

Esta es la norma que regula lo que se considera un buen subtitulado. Aunque la norma es antigua y está pensada para televisiones, sigue estando vigente en el resto de plataformas y debemos seguir sus pautas siempre que se puedan aplicar. Si quieres más información sobre la Norma UNE de subtitulado, puedes consultar nuestro dossier sobre el tema.

Pautas aplicables

- Los textos deben ser blancos con una caja de texto negra.
- Respeta la velocidad de lectura de las personas que los leen, recuerda lo que hemos visto sobre la velocidad del habla.
- Una o dos líneas, más de dos líneas de texto nunca.
- Los caracteres no pueden tener bordes de color.
- Todas las palabras de caja de subtítulo deben aparecer al mismo tiempo, dado que no todas las personas leen igual de rápido.
- Respeta las normas ortográficas de la Real Academia Española.
- La norma UNE prohíbe específicamente el subtitulado automático, debe ser escrito y revisado por el editor.
- No está permitido dividir palabras entre líneas.
- Procura no dividir las frases compuestas a menos que las dividas concretamente en las palabras que sirven de nexos.
- Procura no separar palabras relacionadas entre sí, por ejemplo, en el sintagma "cabina telefónica" deben ir las dos palabras en la misma línea.
- Usa colores que contrasten con el fondo negro si van a hablar personas distintas.

Contraste del color

Definición del contraste del color

El contraste es la diferencia de luminosidad entre los colores del fondo y del texto.

Si hay una luminosidad parecida entre esos dos colores, el texto no será legible.

Ejemplos de niveles de contraste



Recomendamos **la herramienta Color Contrast Checker de WebAIM** para realizar esta comprobación, es una herramienta desarrollada por el World Wide Web Consortium y es la primera en recibir las actualizaciones de **los estándares Web Content Accessibility Guidelines**. Puedes encontrar el enlace debajo.

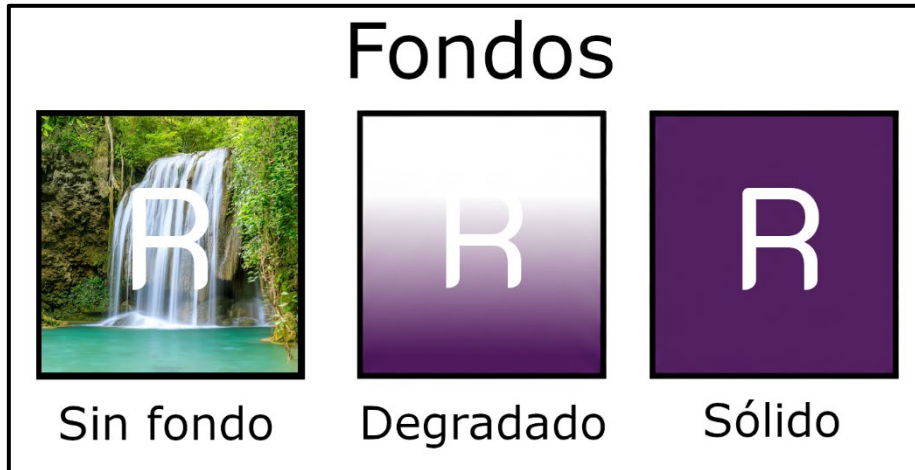
[Utiliza esta herramienta de comprobación para revisar que el contraste cumpla.](#)

Niveles requeridos

- Contraste mínimo **requerido de 4,5:1**
- Contraste reconocido como **muy accesible de 7:1**
- Para **elementos que no son texto**, sus bordes deben tener **3:1 con el fondo** sobre el que se colocan, con la excepción de que el contenido de fondo sea un video.
- El contraste máximo que existe es la combinación de **blanco y negro, y es de 21:1**

Texto sobre imagen

Textos sin fondo de color sólido



Es habitual encontrar contenido con, por ejemplo, letras blancas que sirven de subtítulo o que añaden información al video que carecen de un fondo, de manera que la silueta de los caracteres se distorsiona al combinarse con los colores de fondo.

Combinaciones de colores

Puedes utilizar cualquier combinación de color que hayas revisado y validado con [la herramienta de comprobación de contrastes](#).

Es una gran idea elegir un esquema de colores que se mantenga en todo el contenido para el texto y el fondo de antemano, **y utilizarlos para darle una firma personal tu contenido**, de manera que, si una persona está haciendo scroll en una plataforma, **reconozca que es tu contenido solamente reconociendo el esquema de colores.**

Crear enlaces

¿Por qué no se puede hacer de cualquier manera?

Las personas que utilizan métodos de acceso adaptado a sus necesidades suelen saltar de enlace a enlace, omitiendo el resto del texto. Esto suelen hacerlo cuando ya han leído el texto y quieren acceder de manera rápida a un enlace concreto. Al acceder de esta manera, **el usuario depende de que los títulos de los enlaces sean apropiados para reconocer sus destinos.**

Ejemplos de buenos títulos de enlace

Haz click aquí para [acceder a la web de CIVAT](#)

En este enlace puedes [leer nuestra política de privacidad](#)

[Herramienta de comprobación del contraste de color](#)

Ejemplos de malos títulos de enlace

Haz click [aquí](#) para acceder a la web de CIVAT

[En este enlace](#) puedes leer nuestra política de privacidad

Diles que se trata de un enlace

Muchas plataformas permiten incorporar botones que sirven de enlace. **Aclara en el contenido para qué sirve el enlace**, por ejemplo, **a qué sitio web lleva o qué se puede hacer en el sitio donde lleva.** Es importante también que lo menciones porque las personas que tienen menos habilidad para manejar la plataforma **pueden no saber qué es ese botón que ha salido en la pantalla.**

Hacer click en un botón y que te saque de la plataforma sin saber que eso va a ocurrir, frustra y enfada al usuario.

Imágenes de texto

¿Qué es una imagen de texto?

Una imagen de texto puede ser un documento escaneado o una captura de pantalla de un párrafo de texto. En general, una imagen de texto es texto formado por píxeles y un texto propiamente dicho está escrito con caracteres reconocibles por el software de apoyo y los motores de los servicios de indexado.

¿Cómo sé si esto es una imagen de texto?

Una manera rápida y fácil de reconocer una imagen de texto es intentar seleccionar el texto que estas viendo. Si no te deja, es una imagen de texto. Si puedes seleccionar y copiar el texto, es un texto "real" escrito en caracteres y es reconocible por el software. Prueba intentando seleccionar las dos cajas de texto que se muestran aquí debajo:

Esto es un texto de ejemplo cualquiera, intenta seleccionar alguna palabra, si no puedes hacerlo, es una imagen de texto.

Esto es un texto de ejemplo cualquiera, intenta seleccionar alguna palabra, si no puedes hacerlo, es una imagen de texto.

¿Qué hago si no tengo una alternativa?

Según la norma UNE-EN 301549:2022 y las Web Accessibility Guidelines 2.2, debes incorporar una alternativa textual que sea legible por el software de apoyo.

Puedes hacerlo:

- Incorporando los puntos importantes en tu post.
- Leyéndolo en tu video.
- Incorporando un enlace a la imagen transcrita a texto en un sitio externo.
- Incorporando un documento de texto descargable con el contenido de la imagen mediante un enlace.

Tipos de fuentes

No todas las fuentes valen

La mayoría de las fuentes basadas en Arial presentan dificultades para ciertos usuarios, por eso recomendamos tipos de **fuentes similares a Verdana**, observa:

Times New Roman: Ian luna 1 bdpq
Arial: Ian luna 1 bdpq

Como podrás observar, en algunos tipos de fuente se pueden confundir ciertos caracteres unos con otros.

Fuentes legibles

Recomendadas para el público general. No es necesario que uses específicamente éstas, solamente que tengas en cuenta sus características.

Atkinson Hyperlegible	bdqp Ian luna 1
Verdana	bdqp Ian luna 1

Fuentes orientadas a dislexia

No recomendadas para el público general, **solamente para colectivos específicos.**

Open Dyslexic	bdqp Ian luna 1
Sarakanda	bdqp Ian luna 1

Textos alternativos

¿Qué son?

Un texto alternativo es una **descripción oculta de una imagen que sirve para que las personas invidentes sepan de qué se trata.**

- **No todas las plataformas lo permiten**, si no puedes añadirlo, **describe en una o dos frases el contenido de la imagen en tu video o publicación.**
- Las descripciones **no deben ser excesivamente largas** y deben ir acordes al contexto del contenido.
- Si la imagen solamente **es decorativa, no la describas.**

Cómo describir correctamente una imagen.



Contexto	Correcto	Incorrecto	Por qué es correcto
Catálogo de viajes	Sillas y mesa en un jardín	Sillas de jardín de mimbre y una mesa de caoba con platos encima.	Demasiado largo
Índice de categorías de muebles	Mobiliario de jardín	Jardín con césped, dos árboles y algunos muebles	Datos irrelevantes o innecesarios
Fotografía artística	Un jardín con muebles de mimbre	Sillas en un jardín de un barrio de Madrid, zona norte	Datos incompletos y con detalles innecesarios
Catálogo de un hotel	Almuerzo en un jardín	Almuerzo para dos en un jardín con suelo gris y algunos árboles.	Demasiado largo y con detalles innecesarios.

Checklist de publicación accesible

Recuerda que este checklist es orientativo y no tiene validez legal.

Pauta	Cumplo	No cumplo	No aplica
Mi velocidad al hablar no es demasiado rápida			
No uso un vocabulario que se considera fuera de lo común o que no es habitual para las personas			
Mi estilo de habla y escritura es claro y directo			
Sigo las normas ortográficas y sintácticas marcadas por la Real Academia Española			
Mis subtítulos tienen fondo negro			
Mis subtítulos no aparecen palabra por palabra			
Los subtítulos no han sido generados por una máquina, sino que han sido revisados por mí a mano			
Los colores de la publicación contrastan con sus fondos			
No hay textos sobre imágenes			
Aclaro para qué sirven los enlaces que he incluido			
Mis tipos de letra no tienen caracteres confusos			
Describo el contenido de los textos contenidos en imágenes y de las imágenes			

Conclusión

Nadie debe quedar atrás

La accesibilidad perfecta no existe, y es muy difícil llegar al 100% de la población, ya sea por motivos económicos, de nivel académico, género o discapacidad. Aunque una plataforma esté basada solo en video, audio, texto o imágenes, es importante que, dentro de lo posible, **adaptemos nuestro contenido para que lleguen al mayor número de personas** que podamos.

El derecho de las personas a la información

El artículo 20.1.d de la Constitución Española establece que todos los españoles tienen derecho a:

“Comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión”.

El Real Decreto 1112/2018 establece que:

“Los sitios web y aplicaciones para dispositivos móviles del sector público deberán ser accesibles para los usuarios y, en particular, para las personas con discapacidad”.

Accesibilidad cognitiva

La accesibilidad no trata solo de rampas o de colores que se vean bien. A la hora de redactar **es común utilizar estilos de escritura rebuscados que pueden sonar más “oficiales”, “profesionales” o “demasiado correctos”** que dificultan enormemente la comprensión de la información, especialmente para colectivos vulnerables como pueden ser las personas mayores o personas con un menor nivel académico.

No olvides que, a veces, menos es más.