

**Accesibilidad:
Técnicas y recomendaciones
para garantizar derechos**

11

Accesibilidad de redes sociales



**Agencia
Nacional de
Discapacidad**

**Accesibilidad:
Técnicas y recomendaciones
para garantizar derechos**

Introducción

En línea con la perspectiva de derechos humanos que la Agencia Nacional de Discapacidad (ANDIS) promueve, la Dirección de Accesibilidad enmarca su trabajo en el modelo social de la discapacidad. Este paradigma corre la mirada del “déficit” individual de las personas con discapacidad y se centra en las barreras que impiden su plena participación en los diferentes ámbitos de la vida social. Se trata del mismo espíritu que impulsa la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, que forma parte de la legislación argentina desde hace más de diez años.

La accesibilidad es un derecho en sí misma y, a su vez, una herramienta para el ejercicio de derechos. Es la condición de posibilidad que debe darse para que todas las personas puedan participar, eliminando las barreras del entorno.

Estas fichas abordan, de forma introductoria, diversas dimensiones y herramientas técnicas de accesibilidad, con la finalidad de incorporar la temática en forma transversal en el Estado.



Accesibilidad de redes sociales

La accesibilidad de redes sociales es el conjunto de criterios que empleamos cuando hacemos publicaciones en distintas plataformas digitales, a fin de que el contenido de los posts sea accesible para todas las personas. Incluye lo referente a la escritura del copy como el material multimedia que lo acompaña.

Copys

- ✓ Redactar los copys utilizando frases cortas y concretas, privilegiando la estructura “sujeto + verbo + objeto”. En general, es recomendable atenerse a las pautas del lenguaje claro.
- ✓ Expresar las ideas de forma sintética, dado que algunas redes ofrecen un número limitado de caracteres para el copy.

Materiales multimedia

- ✓ Procurar que el material multimedia que acompaña el post cuente con medidas de accesibilidad como audiodescripción, subtítulo o Lengua de Señas Argentina (LSA).
- ✓ Si el post está acompañado por elementos multimedia, aclarar si los mismos poseen medidas de accesibilidad. Por ejemplo: “El video cuenta con audiodescripción / interpretación en Lengua de Señas Argentina (LSA)”.

Descripción de imágenes

La descripción de imágenes a partir de la herramienta de texto alternativo permite que las mismas sean accesibles para personas usuarias de lectores de pantalla, tanto en computadora como en dispositivos móviles.

Al describir las imágenes es importante ser concreto, evitar adjetivaciones innecesarias y subjetividades. Será preciso partir de los elementos más importantes a los menos, centrando la descripción en el elemento que más llame la atención. También se podrá aportar información sobre cualquier otro detalle que aporte sentido al conjunto del mensaje.

Las redes sociales proporcionan descripciones automáticas de las imágenes. Dichas descripciones suelen ser inexactas y tampoco se ajustan a los criterios institucionales que se deben adoptar al comunicar. En este sentido, el mejor criterio a la hora de describir una imagen será el de los equipos de comunicación.

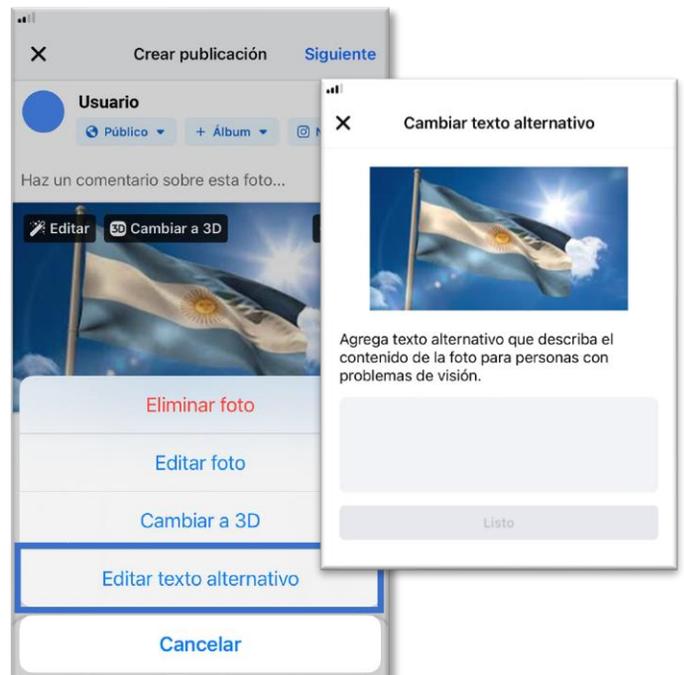


En Facebook:

1. Seleccionar “Editar” una vez cargada la imagen.



2. Insertar texto alternativo. En Facebook no hay límite de caracteres.





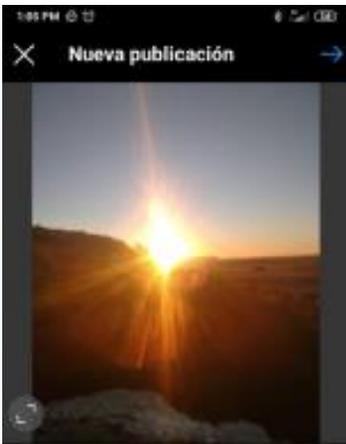
En Twitter:

1. Seleccionar “Agrega descripción”. En Twitter, el límite de caracteres es 1000.

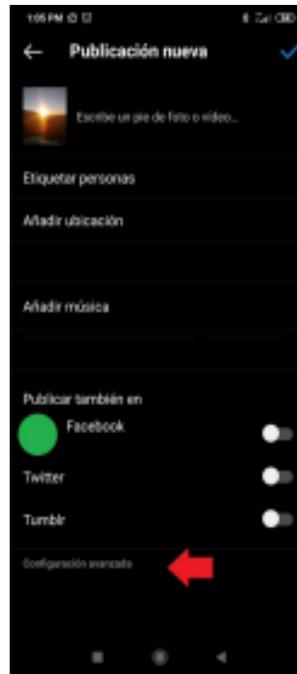


En Instagram:

1. Subir la foto como se hace usualmente.



2. Seleccionar “Configuración avanzada”.



3. Debajo de “Accesibilidad”, seleccionar “Escribir texto alternativo”. En Instagram no hay límite de caracteres para la descripción.

Las storys de Instagram no son accesibles. Una forma posible de sortear esta barrera es compartir, en storys, posts que sí lo sean.

¿Qué imágenes deberán ser descriptas?

Si la información que proporcionan las imágenes es la misma que se lee en el copy, no es necesario repetirla en la descripción.

Por ejemplo, esta pieza:



En el copy se lee: " | **"Bono para prestadores de discapacidad**

Destinado a prestadores que estén en el Registro Nacional de Prestadores, que actúen en la órbita del Programa Federal Incluir Salud, Obras Sociales (Superintendencia de Servicios de Salud) y el PAMI".

La descripción podría ser **"Flyer informativo"**.



Cuando se trate de una fotografía o serie de fotografías que acompañen un posteo, sí será necesario realizar una descripción más detallada. Por ejemplo:



La imagen muestra una niña con barbijo sentada en un pupitre, escribiendo con lápiz en su carpeta.

Hipervínculos

Verificar que los hipervínculos estén correctamente insertados.

Emojis

El uso de emojis puede obstruir la lectura. Deben ser usados moderadamente y al inicio o fin de las oraciones para no interrumpir el mensaje.

Contraste

La combinación de colores elegida para materiales gráficos y flyers deberá ofrecer el mejor contraste posible. El fondo blanco o amarillo y el texto en negro proporcionan un buen contraste (hay otras combinaciones posibles siempre bajo esa premisa).

Una herramienta de utilidad es la web

<https://webaim.org/resources/contrastchecker/>, que permite chequear si el nivel de contraste resulta adecuado y accesible.



**Agencia
Nacional de
Discapacidad**