

Trabajo Fin de Grado

Diseño de la imagen corporativa y conceptualización,
desarrollo e implementación de un sitio web para un
grupo de trabajo de ayudas a la comunicación.

Autor/es

Irene Taulé Calvo

Director/es

Luis Alberto Gambau Rodríguez
Javier Fernández - Carrión Rubio

Escuela de Ingeniería y Arquitectura
2014

Diseño de la imagen corporativa y conceptualización, desarrollo e implementación de un sitio web para un grupo de trabajo de ayudas a la comunicación.

Resumen

El Trabajo Fin de Grado expuesto a continuación consiste en el diseño y desarrollo de la imagen corporativa y sus aplicaciones para grupo de la Universidad de Zaragoza que trabaja creando ayudas para la comunicación aumentativa y alternativa. También se llevó a cabo el diseño y desarrollo de su sitio web, con el fin de aumentar la información sobre cada una de sus aplicaciones, mostrar la relación entre los proyectos del grupo, facilitar la interacción de los usuarios con el grupo de trabajo, y aumentar el número de colaboradores.

Las diferentes fases del proyecto han sido:

- Documentación y análisis: Se buscó información acerca de el ámbito de trabajo del grupo. Se definieron los perfiles de usuarios a los que iría dirigido el sitio web y se obtuvieron sus necesidades para poder definir el contenido. Se analizaron web similares, de las que poder extraer sus aspectos positivos y negativos para tenerlos en cuenta en el diseño. Se analizaron aspectos importantes en el diseño web como la accesibilidad, la usabilidad, y la adaptación a distintos dispositivos.
- Contenido y estructura: Se definieron los contenidos a mostrar en el sitio web atendiendo a los necesidades que se habían descubierto que tenían los usuarios y teniendo también presentes los objetivos del grupo. Se estructuró la arquitectura del sitio organizando estos contenidos y definiendo su navegación entre ellos.
- Diseño de imagen corporativa: Se realizó un estudio de mercado sobre imágenes corporativas del mismo ámbito para saber en qué se relacionaban. Se definió junto con el grupo su identidad corporativa. Se definieron varios conceptos de naming e imágenes que atendían a los valores propuestos. Se fueron desarrollando hasta llegar a presentárselas al grupo y que escogieran. El concepto elegido se terminó de definir y se elaboró un manual de imagen corporativa recogiendo todas sus características y requisitos de uso.
- Diseño del estilo web e implementación: A partir de la imagen corporativa definida se elaboró un estilo web adecuado y coherente en todas las páginas y apartados de la web en el que se adecuó el contenido definido anteriormente. Se implementó el sitio web siguiendo dichas pautas y se crearon modificaciones de las páginas según las diferentes resoluciones de dispositivos.

Tabla de contenidos

1. DOCUMENTACIÓN Y ANÁLISIS	3	4. ESTILO E IMPLEMENTACIÓN	16
1.1. TAREAS REALIZADAS	3	4.1. PAUTAS DE ESTILO	16
1.2. CONCLUSIONES	4	4.2. PAUTAS DE IMPLEMENTACIÓN	16
1.2.1. ÁMBITO DE TRABAJO	4	4.3. PLANTILLA DE LA WEB	17
1.2.2. USUARIOS	4	4.4. IMPLEMENTACIÓN DE LAS PÁGINAS TIPO	18
1.2.3. ENTORNOS DE USO	5	4.4.1. PÁGINA DE INICIO	18
1.2.4. ACCESIBILIDAD	5	4.4.2. PÁGINA DE ARAWORD	19
1.2.5. USABILIDAD	6	4.4.3. PÁGINA DE ARAWORD	19
1.2.6. ESTUDIO DE MERCADO	6	4.4.3. PÁGINA DE CONTACTO	20
2. CONTENIDO Y ESTRUCTURA	7		
2.1. OBJETIVOS DEL DISEÑO DE LA WEB	7		
2.2. DEFINICIÓN DE CONTENIDOS	7		
2.3. ESTRUCTURACIÓN DE CONTENIDOS	8		
2.4. DEFINICIÓN PREVIA DE LAS PÁGINAS	9		
2.5. VALORACIÓN	9		
2.6. DEFINICIÓN FINAL DE LAS PÁGINAS	9		
3. IMAGEN CORPORATIVA	11		
3.1. DEFINICIÓN DE LA IDENTIDAD DEL GRUPO	11		
3.2. DOCUMENTACIÓN Y ANÁLISIS	11		
3.3. NAMING	11		
3.3.1. CONCEPTO 1	12		
3.3.2. CONCEPTO 2	12		
3.3.3. CONCEPTO 3	12		
3.4. DEFINICIÓN Y PROPUESTA DE CONCEPTOS	13		
3.4.1. CONCEPTO 1	13		
3.4.2. CONCEPTO 2	13		
3.4.3. CONCEPTO 3	14		
3.5. ELECCIÓN DE UN CONCEPTO	14		
3.6. CONCEPTO ELEGIDO	14		
3.7. MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA	15		
3.7.1. SÍMBOLO	15		
3.7.2. LOGOTIPO	15		
3.7.3. IMAGOTIPO	15		
3.7.4. CONSTRUCCIÓN	15		
3.7.5. ÁREA DE RESPETO	15		
3.7.6. VERSIONES	15		

1. Documentación y análisis

1.1. Tareas realizadas

Se comenzó por documentarse y realizar una serie de análisis de aquellos aspectos que tuvieran que ver con los objetivos del proyecto. Las áreas estudiadas fueron:

- El ámbito de trabajo del grupo para el que se diseñaba la web, el diseño y desarrollo de herramientas de ayuda a la comunicación, más concretamente sistemas de comunicación aumentativa y alternativa (SAAC). Se realizó un estudio de la importancia de la comunicación en la sociedad así como una definición concreta de que eran los SAAC y sus características para saber con qué se iba a trabajar.
- Análisis de los distintos usuarios que iban a visitar la web. Se definieron sus perfiles y con ellos se llegó a conocer los objetivos y necesidades de cada uno de ellos. A continuación se pensaron las posibles soluciones a mostrar en la web que resolvería las necesidades de cada uno de los usuarios.
- Estudio del entorno de uso. Se analizaron los entornos físicos en los que, con más frecuencia, los usuarios accederían al sitio web. Pero se profundizó más en el estudio de los entornos virtuales y los distintos dispositivos desde los cuales se podía acceder a Internet.

El sitio web debía poderse ver correctamente desde cualquier dispositivo, por lo que se analizaron las distintas maneras en las que el diseño web llevaba esto a cabo: el diseño adaptable y el responsive; y aquellas pautas a seguir para hacerlo posible.

- Estudio de la accesibilidad web, y la normativa existente. Se analizaron todas aquellas pautas para construir un sitio accesible, es decir, que pueda ser utilizado por la mayoría de personas.
- Estudio de la usabilidad web, entendida como la eficiencia y satisfacción con la que debe ser posible que los usuarios de una web alcancen sus objetivos. Se analizó los principios en los que basaba, y las reglas y pautas a tener en cuenta para hacer un sitio “usable”.
- Se llevó a cabo un estudio de diferentes web que también estaban relacionadas con los SAAC y las ayudas a la comunicación. Primero se realizó el análisis por separado de las web. Esto sirvió principalmente para conocer el contenido que suelen tener los sitios de ayuda a la comunicación. Esto también sirvió para conocer sus puntos fuertes (aquellos que se intentarían mantener y utilizar en el diseño del sitio), y sus puntos débiles (aquellos a evitar e intentar mejorar).

A continuación, con esas mismas webs se realizó una tabla comparativa en la que se puntuaron los factores que se habían estudiado anteriormente que eran importantes para el diseño web. Se buscaba con esto tener una visión global de aquellos aspectos que se solían cuidar en el diseño web y cuáles no.

Toda estos análisis realizados se pueden consultar en el [Anexo A - Documentación y Análisis](#).

En el apartado a continuación aparecen las conclusiones obtenidas de toda esta documentación y análisis. Éstas que definía los siguientes pasos a seguir en el diseño de la web, fueron la base de la definición de su contenido y estructura.

1. Documentación y análisis

1.2. Conclusiones

1.2.1. Ámbito de trabajo

Al tratarse de una web que ofrece ayudas a la comunicación, debe estar muy presente que los contenidos y estructura de la web deberán permitir una navegación sencilla e intuitiva. La búsqueda de ayudas y soluciones no debe ocasionar en ningún caso problemas y dificultades.

En algunos casos el acceso a esta web será el primer contacto de los usuarios con los SAAC, por lo que la información que aparezca deberá estar correctamente redactada, equivaliendo a la información que daría un profesional. Esto también será importante para los usuarios con mayores conocimientos de los SAAC, puesto que sino el sitio web perderá credibilidad frente a ellos.

1.2.2. Usuarios

Los principales usuarios del sitio web tendrán 2 perfiles: los profesores y pedagogos, y los padres y familiares directos.

Hay que tener en cuenta además, que para estos dos perfiles, existirán dos tipos de usuarios:

- Un **usuario inicial**: el cual buscará principalmente información, acceso rápido a la descarga y recursos para las herramientas.
- Un **usuario experto**: que buscará la posibilidad de configurar las herramientas a su situación particular, con explicaciones más específicas. También le interesarán el poder aportar mejoras en el uso de las herramientas o comentar con otras usuarios las experiencias de uso.

PROFESORES O PEDAGOGOS

Buscarán ante todo tecnologías y herramientas pedagógicas que les ayuden a llevar a cabo su trabajo y que sean útiles para el desarrollo de las distintas capacidades comunicativas en cada uno de sus alumnos.

Estos usuarios sabrán las capacidades que quieren potenciar en sus alumnos por lo que buscarán herramientas que les convenzan para realizar su labor pedagógica. Deberá quedar muy claro el modo de uso así como todas las posibilidades que ofrecen.

También buscarán que esas herramientas puedan ser adaptadas y utilizadas con todos sus diferentes alumnos.

PADRES Y FAMILIARES DIRECTOS

Buscarán alguna herramienta que les ayude a comunicarse con su hijo y que le permitan desenvolverse por sí mismo. Deberá quedar muy claro a qué usuarios va destinada esa herramienta y su forma de uso.

Estas personas no conocen muy bien los tipos y las características de los SAAC por lo que buscarán la opinión y conocimientos de un experto sobre qué herramienta utilizar.

También buscarán la posibilidad de utilizar recursos, ya elaborados por profesionales, para que las herramientas que utilicen de verdad sean eficientes. Además de un manual de uso para que puedan utilizarlas sin problemas.

1. Documentación y análisis

1.2.3. Entornos de uso

Al tratarse del diseño de un sitio web será imprescindible un lugar con acceso a Internet, aunque eso en la sociedad actual no supone un problema.

Hoy en día se puede acceder a Internet desde muchísimos entornos distintos debido a la multitud de dispositivos desde los que se puede conectarse a la red.

ENTORNOS FÍSICOS

Como principales entornos físicos destacan:

- **LA CASA**, desde donde accederán las familias, siendo muchas veces su primer contacto con los SAAC. Buscarán información y recursos para poder comunicarse con sus familiares y amigos.
- **EL COLEGIO O ASOCIACIÓN**, desde donde accederán los profesores y pedagogos que conocerán más en profundidad los SAAC y buscarán nuevos recursos que les sirvan de ayuda para comunicarse y transmitir conocimientos a sus alumnos.

ENTORNOS VIRTUALES

El diseño web deberá poder adaptarse y variar según las características de los distintos dispositivos para permitir una correcta navegación por la web.

Actualmente existen dos tendencias en el diseño web que posibilitan ésto, el diseño fluido (adaptable) y el diseño responsive (sensible). Tras analizar ambas propuestas se decidió optar por seguir los patrones del diseño responsive ya que aportaba una serie de mejoras frente al diseño fluido.

La principal ventaja competitiva del diseño responsive es que en una misma web, con un sólo archivo HTML (los contenidos de la web) y otro CSS (sus estilos) es posible diseñar distintos estilos para adaptarlos a los diferentes resoluciones de pantalla. Lo que ahorra bastante tiempo de desarrollo y mantenimiento.

También se analizaron una serie de pautas que hacen posible el crear un diseño responsive, las cuales se tendrán en cuenta y se aplicarán a la hora de implementar la web.

1.2.4. Accesibilidad

Una correcta accesibilidad en la web permite que un determinado sitio web pueda llegar a ser utilizado por la mayoría de personas, incluyendo personas con discapacidad y personas de edad avanzada, de forma autónoma o mediante las ayudas técnicas pertinentes.

Será necesario pensar al inicio de su diseño en los requisitos a cumplir sobre: qué contenidos mostrar en la web, la manera de mostrarlos, cómo será su estructuración y forma de navegar entre ellos. También habrá que pensar en los elementos interactivos que puedan aparecer y como se relacionan con el contenido. Y por último que tecnologías utilizar para realizar todo esto, y qué hacer si no se puede cumplir con todos los requisitos.

Se analizaron los requisitos de accesibilidad para contenidos en la web (Norma UNE 139803 (2012)). Éstos se clasifican en 3 prioridades según lo importantes que sean para que un determinado grupo de personas pueda utilizar la web. En la fase de diseño y desarrollo se tendrá en cuenta que se cumplen todos los apartados incluidos como prioridad 1 y la gran mayoría de los de la prioridad 2, de todas las áreas mencionadas anteriormente.

1. Documentación y análisis

1.2.5. Usabilidad

La usabilidad ayuda a que las tareas que deben llevar a cabo las personas se realicen de una forma sencilla analizando el comportamiento humano, y los pasos necesarios para ejecutar la tarea de una forma eficaz.

En el caso de los sitios web, la usabilidad está muy relacionada con los contenidos que se muestran, la arquitectura del sitio, la interfaz que ve el usuario, y su modo de interacción con los distintos elementos.

El utilizar correctamente las pautas de usabilidad es un factor clave para conseguir llegar a los usuarios y conseguir sus visitas. A la hora de diseñar y desarrollar la web se tendrá muy presente el aplicar sus principios, y pautas estudiadas:

El diseño de la web debe satisfacer en todo momento las necesidades del usuario por lo que ya se analizaron previamente.

También se valorará la facilidad de aprendizaje e interacción de los usuarios, que llevará a crear sitios con contenidos simplificados, en los que se destaque lo importante y que estén familiarizados con los conocimientos del usuario.

Será muy importante la flexibilidad del sitio, creando diferentes tareas que sigan un mismo patrón, además de múltiples vías para realizarlas. Las vías de interacción deberán ser lo más rápidas y claras posible.

No habrá que olvidarse de la robustez y seguridad del sitio, creando una navegación consistente entre pantallas que funcione correctamente en todo momento.

1.2.6. Estudio de mercado

Del análisis de diferentes web que también estaban relacionadas con los SAAC y las ayudas a la comunicación se observó una serie de características que podían mejorar.

La mayoría de estas web contenían mucha información, tanto de lo que es la comunicación aumentativa y alternativa como explicaciones sobre SAAC y otras ayudas a la comunicación. En la mayoría de los casos esta información no está bien estructurada ni organizada por lo que no se llega a percibir bien por los usuarios, los cuales se pierden entre tantas cosas al no existir una navegación clara por la web.

Otro aspecto que se echa en falta en muchos casos es la falta de un estilo gráfico en la web. No por el hecho de hacerla más o menos atractiva, sino por la utilidad de un estilo gráfico para crear consistencia en la navegación, separar y jerarquizar contenidos y llamar la atención de diversos aspectos.

2. Contenido y estructura

2.1. Objetivos del diseño de la web

Tras la documentación y análisis realizados sobre los aspectos relevantes a tener en cuenta en el diseño y desarrollo del sitio web, se fue a hablar con el grupo de trabajo para el que iba a diseñar. Con esta reunión se buscaba dejar definidos los objetivos que debía cumplir el diseño de su web así como la relevancia de cada uno de ellos.

Los principales objetivos que se buscaban cumplir con el diseño y desarrollo de la web, ordenados por relevancia eran:

- Aumentar el conocimiento sobre cada una de las aplicaciones desarrolladas por el grupo de trabajo del Departamento de Informática e Ingeniería de Sistemas de la Universidad de Zaragoza (a quién van dirigidas, sus formas de uso, funciones, beneficios que aportan...).
- Crear un sitio web simple y fácil de actualizar y mantener. Debe necesitar las mínimas actualizaciones posibles, y que en el caso de que haya que realizarlas sean lo más simples posibles de realizar.
- Reducir el número de dudas sobre la instalación y funcionamiento de las aplicaciones.
- Dar a conocer la relación existente, como parte del mismo grupo, de las aplicaciones creadas. Especialmente entra las aplicaciones TICO y AraWord que forman el grupo Arasuite.
- Facilitar el contacto e interacción del usuario de las aplicaciones con el grupo de trabajo, aumentando el conocimiento sobre sus características, dudas y opiniones.
- Aumentar el número de colaboradores con el desarrollo de las aplicaciones.
- Aumentar el número de visitas a la web y de descargas de las aplicaciones.
- Desarrollar un sitio siguiendo los principios de accesibilidad y usabilidad web.

Además de esto, también sería interesante que la nueva web sirviera para:

- Dar a conocer el grupo de trabajo de las aplicaciones, los colaboradores y las entidades participantes.
- Dar a conocer los SAAC, sus usuarios y beneficios.

2.2. Definición de contenidos

Una vez conocidos estos objetivos el siguiente paso fue empezar a definir los contenidos que debían aparecer en el sitio web.

Para ello, se empezó por pensar en las acciones que deberían realizar los usuarios de la web para cumplir con cada uno de los objetivos. A continuación, a partir de estas acciones se pensó en las posibles soluciones que podían aparecer en la web para que los usuarios llegaran a cumplir dichas acciones y por lo tanto los objetivos definidos.

Las acciones de los usuarios respecto a cada uno de los objetivos junto con sus posibles soluciones se recogió en una tabla que se puede consultar en el **Anexo B - Contenido y estructura**, dentro del apartado **“Objetivos / Acciones / Soluciones”**.

A continuación, estas soluciones propuestas para alcanzar los objetivos de la web a partir de las acciones que deberían realizar los usuarios, se compararon con las soluciones propuestas anteriormente a las necesidades de los usuarios respecto a los SAAC.

2. Contenido y estructura

Se observó que las acciones que debían realizar los usuarios para cumplir con los objetivos de la web tenían mucha relación con las acciones que debían realizar para cumplir con sus necesidades. Esto sirvió para confirmar que los objetivos propuestos para el diseño de la web eran los adecuados.

Con estas acciones mencionadas se elaboró un listado con todos los posibles contenidos que deberían aparecer en la web y se habló con el grupo de trabajo sobre cuáles les parecían que debían aparecer en la web y cuáles no.

El resultado de esa reunión se puede observar en una tabla del **Anexo B - Contenido y estructura**, dentro del apartado “**Selección de contenidos**”.

2.3. Estructuración de contenidos

Una vez se hubo hablado de los contenidos que aparecerían en la web se continuó pensando en la arquitectura del sitio web, es decir, cómo estructurarlos dentro de la web.

La información tenía que estar accesible de forma rápida, sin tener que navegar apenas en la profundidad del sitio para llegar a todos los contenidos.

Había que pensar también que las páginas tenían que tener una apariencia limpia, con sólo los elementos necesarios y sin enlaces a contenidos que no tuvieran una relación directa.

Se pasó entonces a estructurar los contenidos en los diferentes bloques que formarían las páginas de la web:

- Herramienta con una sola aplicación (araword y mice)
- Herramienta con varias aplicaciones (tico y araboard)
- Ayudas
- Saac
- Colaboradores
- Contacto
- Descargas
- Inicio

El contenido previo pensado para cada una de estas páginas aparece en el **Anexo B - Contenido y estructura**, dentro del apartado “**Estructuración de contenidos - Bloques de contenido**”.

Estos bloques de contenidos se representaron en dos árboles distintos de navegación: uno unitario y otro formado por un sitio web principal con acceso a “micrositios” de cada una de las herramientas desarrolladas.

Estas dos propuestas se pueden ver en el **Anexo B - Contenido y estructura**, dentro del apartado “**Estructuración de contenidos - Árboles de navegación**”.

En el árbol de navegación unitario, se daba más relevancia al conjunto del grupo de trabajo viéndose las herramientas como parte de su labor de trabajo. Mientras que en el árbol de navegación con micrositios lo que se estaban potenciando eran las aplicaciones desarrolladas, al encontrarse cada una definidas de manera individual, aunque dejándose ver también que formaban parte de un grupo al tener contenidos comunes e identica estructura..

Se les propuso las dos opciones al grupo, que tras valorarlas, su decisión fue la de decantarse por la del árbol de navegación unitario. Al ser un grupo nuevo que se creaba y que nadie conocía preferían que estuviese todo bajo la misma web y así darse a conocer cómo equipo. Si se separaban las aplicaciones en micrositios pensaban que no se vería tan claramente esta unidad. Al no conocer al grupo de trabajo, nadie iría a navegar a la pagina principal y no se darían a conocer.

2. Contenido y estructura

2.4. Definición previa de las páginas

Tras haber decidido los contenidos de la web y tener clara su estructura dentro de la web se pasó a organizarlos de forma esquemática por tener una idea de lo que serían la web y un prototipo de su estructura.

Este esquema mostraba el contenido de cada uno de los apartados, sus elementos y los enlaces a los que tendrá acceso cada página, pero no la estructura definitiva que tendría. Eso se definirá más adelante, I comprobar que los contenidos de cada página efectivamente son los correctos.

Los esquemas se pueden consultar en el **Anexo B - Contenido y estructura**, dentro del apartado **“Definición previa de las páginas”**.

2.5. Valoración

Al verlos el grupo estos esquemas, les dio la sensación que así aparecería demasiada información en la web y opinaron que había que simplificarla y mostrar aquello más relevante.

Sus valoraciones también sirvieron para definir más en profundidad la estructura de cada uno de los apartados. Buscando conseguir con ello jerarquizar los contenidos y destacar aquellos más importantes.

Las valoraciones de esta reunión aparecen en el **Anexo B - Contenido y estructura**, dentro del apartado **“Valoraciones”**.

2.6. Definición final de las páginas

Los contenidos de cada una de las páginas del sitio web se volvieron a definir tras las valoraciones obtenidas después de comentar los contenidos y estructura previos con el grupo de trabajo.

En ese momento ya se decidió más en profundidad la estructura que tendría cada una de las páginas del sitio. Aunque había que tener en cuenta que la definición final de su estructura dependería del estilo que se le diera a la web y de los recursos empleados para su implementación.

Las diferentes páginas de la web se quedaron cada una con el siguiente contenido:

- HERRAMIENTA CON UNA O VARIAS APLICACIONES

Descripción, slider de imágenes (con pantallas de la herramienta), botón de descarga, definición de sus características, acciones que se pueden realizar con la aplicación (junto a un ícono descriptivo), usuarios y beneficios, ayudas (preguntas frecuentes, manuales de instalación y uso, enlace a materiales elaborados), información técnica de aplicación y nombres de sus creadores.

- SAAC

Breve definición de los SAAC (acompañada de imágenes) y enlace a la página de ARASAAC.

- GRUPO DE TRABAJO

Aparecerá la descripción de la labor del equipo de trabajo, la definición de su identidad corporativa, y la identificación de las entidades que forman el grupo.

- CONTACTO

Datos y formulario

- INICIO

Enlaces a todos los apartados de la web. Las herramientas con su logo, nombre, breve descripción, enlace a más info, y botón de descarga. Enlace a los apartados de grupo de trabajo, información sobre los SAAC y Contacto.

2. Contenido y estructura

Los esquemas que definen el contenido y estructura que va a tener la web se encuentran en el **Anexo B - Contenido y estructura**, dentro del apartado “**Definición final de las páginas**”.

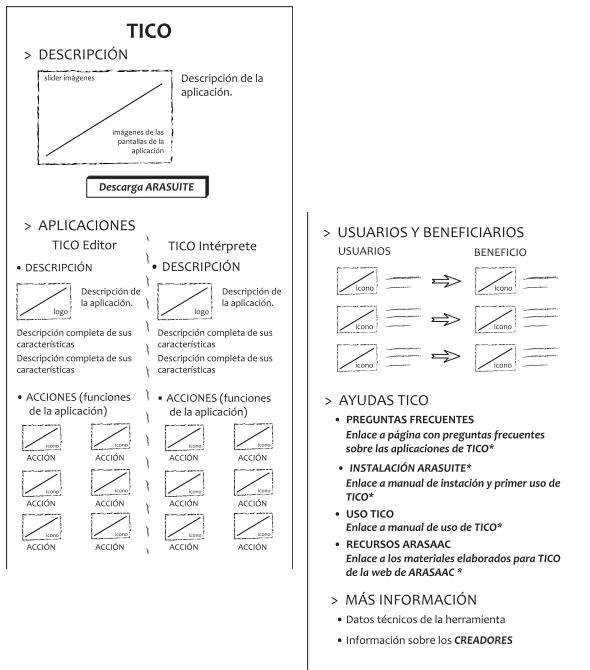


Imagen 1 - Esquema de la estructura de contenido de la página de una herramienta

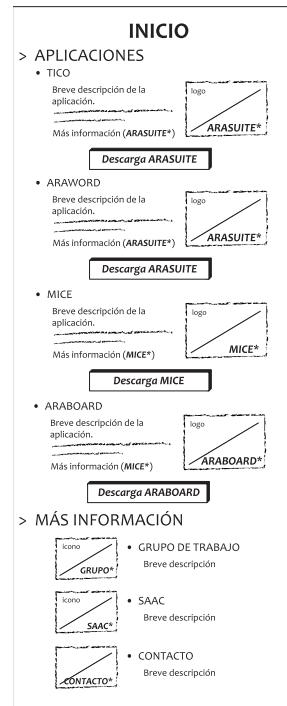


Imagen 2 - Esquema de la estructura de contenido de la página de inicio

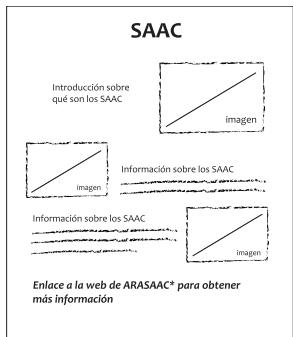


Imagen 3 - Esquema de la estructura de contenido de la página de SAAC

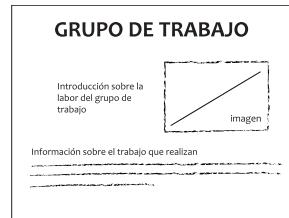


Imagen 4 - Esquema de la estructura de contenido de la página de que define al grupo de trabajo



Imagen 5 - Esquema de la estructura de contenido de la página de Contacto

3. Imagen corporativa

3.1. Definición de la identidad del grupo

El primer paso a realizar en el diseño de la imagen corporativa fue hablar con los miembros del grupo de trabajo para definir su identidad corporativa. Había que conocer las cualidades por las que querían ser conocidos, para saber que valores serían los que debían dar reflejados en la imagen a diseñar.

Como valores y características más relevantes se obtuvo que:

- Es un grupo de trabajo encargado del diseño y desarrollo de tecnologías para la información (TIC). En concreto en herramientas específicas para el apoyo a la comunicación de personas con necesidades especiales, (SAAC).
- Sus proyectos se centran en la creación sistemas interactivos de ayuda a la comunicación.
- Sus aplicaciones están desarrolladas como software libre y gratuito.
- Los objetivos fundamentales de su trabajo son la mejora, ampliación y mantenimiento de las herramientas ya desarrolladas, así como el impulso de nuevos desarrollos que, a través de la comunicación aumentativa y alternativa, puedan ayudar a mejorar la vida de las personas con algún tipo de disminución física o psíquica.

La definición completa de su identidad corporativa aparece en el **Anexo C - Identidad corporativa**, dentro del apartado “**Definición**”, o también en el **Anexo E - Manual de Imagen Corporativa**, dentro del apartado “**Identidad corporativa**”.

3.2. Documentación y análisis

El diseño de la imagen continuó con un proceso de documentación y análisis específica de imágenes corporativas.

Se analizaron las aplicaciones desarrolladas por el grupo de trabajo, con el fin de conocer en profundidad sus características, e identificar las cualidades que podrían representar la imagen del grupo.

Se realizó un estudio de imágenes corporativas de grupos relacionados. Se analizó la imagen de asociaciones SAAC, de asociaciones de trastornos de la comunicación y también de otros grupos que tenían que ver con la comunicación.

Como resultado a estos análisis se obtuvieron los iconos y elementos gráficos que se identificaban con la comunicación y los valores de estas asociaciones. También se obtuvieron otros patrones que cumplía el nombre, la tipografía, los colores, y la composición general de estos logos.

Toda esta información aparece en el **Anexo C - Identidad corporativa**, dentro de los apartados “**Análisis de aplicaciones**”, “**Análisis de imágenes corporativas**”, y “**Conclusiones**”.

3.3. Naming

Con todo esto ya se pudo empezar con el naming del grupo de trabajo. A partir de los valores a representar se realizó un listado con todas las palabras que podían tener relación. Posteriormente mediante, uniones, relaciones forzadas, asociaciones y otras técnicas de creatividad se obtuvieron varias propuestas.

Se eligieron tres de estas propuestas para utilizar en cada uno de los conceptos de imagen corporativa.

Los pasos realizados en el proceso del Naming aparecen descritos en el **Anexo C - Identidad corporativa**, dentro de los apartados “**Naming**”.

3. Imagen corporativa

3.3.1. Concepto 1

cliCAA

El nombre propuesto para el concepto 1 fue **cliCAA**, con el cual se buscó unir un par de ideas.

Por un lado la onomatopeya “clic” haría referencia a la acción seleccionar un botón o un enlace en un medio interactivo, y en este caso es el medio de interacción en las aplicaciones desarrolladas por el grupo, “estas aplicaciones permiten a la gente comunicarse mediante clics”. La palabra *clica* expresa la petición al usuario de que interaccione con el sitio web y las aplicaciones que en él se encuentran.

Por otro lado, el nombre también hace referencia a que las aplicaciones desarrolladas por el grupo son ayudas a la comunicación aumentativa y alternativa y por eso el nombre termina en CAA (Comunicación Aumentativa y Alternativa).

Este nombre es breve, fácil de leer y recordar. Además no supone problemas al intentar traducirlo o leerlo en otros idiomas ya que la palabra “clic” se ha convertido en una onomatopeya y significa lo mismo en todos ellos.

3.3.2. Concepto 2

araTOOLS

El nombre propuesto para el concepto 2 fue **araTOOLS**. Para crearlo se ha seguido el mismo patrón utilizado para el naming de algunas de las aplicaciones desarrolladas por el grupo de trabajo.

La palabra *aratools* está formada por el prefijo “ara” el cual hace referencia a Aragón que es donde está ubicado el grupo de trabajo además de recibir parte de sus ayudas del Gobierno de Aragón. A continuación le sigue la palabra inglesa “tools” que traducida en español significa “herramientas” expresando la tarea del grupo de trabajo que es generar herramientas que ayuden a la comunicación a personas que les suponga alguna dificultad.

Este nombre es breve, fácil de leer y recordar. Además se puede relacionar intuitivamente con el nombre de alguna de las herramientas como AraWord y AraBoard, también formadas por el mismo prefijo y una palabra en inglés para definirlas.

3.3.2. Concepto 3

Aumentativa y Alternativa

El nombre propuesto en el concepto 3 es **aumentativa y alternativa**.

Este nombre hace referencia a la labor del grupo de trabajo ya que consiste en el desarrollo de ayudas para la comunicación aumentativa y alternativa.

Por lo tanto, las personas que conozcan este tipo de ayudas de comunicación (la mayoría de los usuarios de la web) reconocerán la labor del grupo de trabajo al leer el nombre. Las personas que no sepan de qué se trata, al entrar en la web e informarse tendrá una idea clara del trabajo del grupo y de ese tipo de ayudas, por lo que les será fácil recordar el nombre.

3. Imagen corporativa

3.4. Definición y propuesta de conceptos

Para el desarrollo de la imagen se partieron de los iconos y elementos gráficos que se habían identificado anteriormente y a partir de combinaciones y técnicas de creatividad se generaron diferentes ideas que se fueron desarrollando.

Se generaron tres conceptos representando diferentes ideas que se siguieron desarrollando hasta que finalmente se les presentaron al grupo de trabajo.

El desarrollo y la evolución de cada uno de los conceptos se puede ver en el **Anexo C - Identidad corporativa**, dentro de los apartados “Concepto 1”. “Concepto 2”. y “Concepto 3”.

3.4.1. Concepto 1



Imagen 6 - Propuesta 1 de imagen corporativa

En este concepto se ha buscado representar la idea de las ayudas a la comunicación mediante dos símbolos muy representativos.

Por un lado, con una mano con el dedo índice estirado que representa la posibilidad de seleccionar una opción (como un botón o un enlace) dentro de entornos interactivos.

Por otro lado, con un bocadillo de viñeta de comic, uno de los símbolos más características de la comunicación ya que se asocia a una serie de palabras escritas en él y por lo tanto indica la transmisión de un mensaje.

Se han combinado estos dos símbolos para representar la idea de que en las aplicaciones desarrolladas por el grupo de trabajo hay que seleccionar (*clicar*) diferentes opciones para que la comunicación sea efectiva.

3.4.2. Concepto 2



Imagen 7 - Propuesta 2 de imagen corporativa

En este concepto se buscaba un carácter más corporativo, para ello se intentó representar mediante geometrías la labor del grupo de trabajo.

Este dibujo podemos identificarlo con las ideas de comunicación, unión, intercambio e interacción que posibilitan las aplicaciones desarrolladas.

Además el círculo grande representaría el grupo de trabajo que desarrolla las aplicaciones interactivas (círculo mediano) mediante las que conecta con los usuarios (círculo pequeño), es decir, éstos quedarían conectados unos a otros y podrían comunicarse gracias a las aplicaciones. Aparte, los usuarios también pueden interactuar con el grupo de trabajo a través de su web, mails... por lo que el círculo pequeño (los usuarios) también queda unido con el grande (grupo de trabajo).

En el nombre se ha buscado el uso de mayúsculas y minúsculas y la utilización de distintos colores para distinguir y hacer más evidente el juego de palabras del nombre.

3. Imagen corporativa

3.4.1. Concepto 3

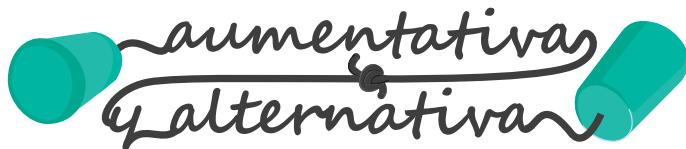


Imagen 8 - Propuesta 3 de imagen corporativa

En este concepto aparece un dibujo algo más elaborado como símbolo del logotipo, en vez de un icono o geometría como en los otros casos.

El elemento utilizado en este caso para representar la comunicación son dos vasos unidos por una cuerda. Además, en los casos en los que la cuerda de los vasos está unida con un nudo se ha representado que la comunicación (los vasos unidos) estaba rota pero se ha conseguido unir (gracias al nudo). Desde el punto de vista del grupo de trabajo, esto mismo es lo que harían las aplicaciones que desarrollan, conseguir unir y conectar a personas que tienen problemas de comunicación con otras.

La tipografía es de estilo caligráfico, sus curvas y su irregularidad simulan el cable que une los vasos integrándose correctamente en conjunto de la imagen corporativa. Al representar un cable, también se puede entender que es el nombre del grupo de trabajo, *aumentativa y alternativa*, el que posibilita la unión, y por lo tanto, la comunicación entre los vasos.

3.5. Elección de un concepto

En la presentación que se realizó, los tres conceptos les parecieron válidos ya que en los tres se apreciaba correctamente los valores de su identidad corporativa por lo que las valoraciones que realizaron fueron para elegir aquel concepto que más les atraía.

El nombre que más les convenció fue el del segundo concepto, *araTOOLS*, ya que al seguir el mismo patrón que sus aplicaciones, *araWord* y *araBoard*, pensaban que se identificaba mejor con la idea de grupo.

Sin embargo, el símbolo por el que más se decantaron fue el del bocadillo por ser el más simple y por tanto, fácil de recordar y asociar a ellos (característica muy importante en un logo).

Respecto a los colores, les gustó que la imagen estuviera formada por tonos azules y que no se abusara del número de colores sino que aparecieran los justos.

Las valoraciones completas sobre los conceptos se encuentran en el **Anexo C - Identidad corporativa**, dentro de los apartados “**Elección de un concepto**”.

3.6. Concepto elegido

La conclusión a la que se llegó para seguir adelante con el diseño de la imagen corporativa fue la de combinar los conceptos 1 y 2 seleccionando de cada uno de ellos las características que más les habían gustado por representar mejor al grupo.

Ésto suponía utilizar el nombre del segundo concepto, *araTOOLS*, con el símbolo del primero, el bocadillo con la mano. A partir de esta imagen se realizó un rediseño de las imágenes de las aplicaciones para que se identificaran como parte del mismo grupo.

A continuación se combinaron estas dos ideas y se realizaron ligeras modificaciones para definir el concepto final.

3. Imagen corporativa



Imagen 9 - Imagen corporativa grupo araTOOLS

El proceso de definición final de la imagen corporativa aparece en el **Anexo C - Identidad corporativa**, dentro de los apartados “**Concepto elegido**”.

3.7. Manual de imagen corporativa

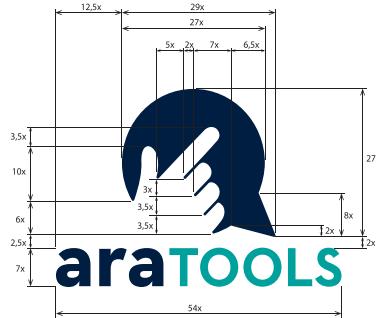
Una vez diseñada y definida la imagen corporativa de araTOOLS, se elaboró su manual de marca en el que se recogen todas las normas para su correcto uso.

Este manual de imagen completo se puede consultar en **Anexo E - Manual de Identidad corporativa**.

3.6.1. Símbolo



3.6.4. Construcción



3.6.2. Logotipo

araTOOLS

3.6.5. Área de respeto



3.6.3. Imagotipo



3.6.6. Versiones



araTOOLS



araTOOLS



araTOOLS

4. Estilo e implementación

4.1. Pautas de estilo

Al diseñar la web se pensó desde un primer momento que lo más importante sería la facilidad de navegación por la misma. Por ello, se ha buscado que en ella aparezcan únicamente los elementos necesarios, con muchos espacios vacíos para poder identificarlos fácilmente. Evitando así posibles dudas que pudiera tener el usuario al encontrarse muchos elementos juntos.

Para reforzar una sencilla navegación, todas las páginas del sitio web se han creado siguiendo la misma estructura:

Una cabecera donde aparecería el mismo menú de navegación en todas las páginas. A excepción de la de inicio ya que el contenido de la misma sería el propio menú de navegación.

Un pie de página con las imágenes corporativas de los entidades colaboradoras con araTOOLS.

Un cuerpo en el que aparece el contenido de cada una de las páginas. Este contenido está dividido en varios bloques por lo que se ha buscado diferenciarlos de una manera clara alternando el color del fondo de la página cuando se pasa a otro contenido.

Tras el diseño de la imagen corporativa del grupo araTOOLS se buscó que el aspecto de la web fuera acorde a la misma. Por ello, se han utilizado las mismas tipografías definidas en el manual así como la misma gama de colores.

Todo esto potencia un aspecto de unidad y cohesión que ayuda a crear la visión de un grupo de trabajo sólido y preocupado por mostrar una imagen acorde a sus valores.

4.2. Pautas de implementación

Al implementar el sitio web, las tecnologías utilizadas para ello han sido: HTML5, para definir la estructura de los elementos de la web; y CSS3, para definir el aspecto de estos elementos.

Se han utilizado por ser las tecnologías más actualizadas para ello. Intentando por ello desarrollar la web con las opciones más adecuadas a estas tecnologías.

Un aspecto que se analizó y el cual se ha priorizado en el diseño y desarrollo de la web es el hacer que esta sea adaptable a cualquier dispositivo desde el que se visite.

Para ello se ha utilizado una hoja de estilo con tres media queries, lo que permitía definir distintos estilos para tres rango de resoluciones distintas.

Los rangos de resoluciones se han definido siguiendo los estándares para dispositivos más utilizados.

Vista en smartphone: entre 320 y 480 px.

Vista en tablet: entre 481 y px

Vista en ordenador: entre

Con esto se ha podido cambiar la distribución de los elementos del sitio web atendiendo a la pantalla en la que se estén visualizando.

Además las dimensiones definidas para las anchuras de todos los elementos han sido %, consiguiendo mantener las proporciones en todo momento.

4. Estilo e implementación

4.3. Plantilla de la web

El primer paso para llevar a cabo la implementación de la web fue crear una plantilla con la estructura de todos los contenidos de la web:

CABEZA

Aquí aparecerá principalmente el menú de navegación el cual ocuparía el 100% de la anchura de la web.

Se definió que podrían aparecer diferentes elementos acompañándolo como títulos o un slider con imágenes, pero estos elementos también ocuparían el 100% de la anchura.

CUERPO

Todos los elementos de la web estarán distribuidos en secciones de contenido.

Habrá dos secciones de diferentes colores que se irán alternando para diferenciar bloques de contenido.

La característica de estos bloques es que tendrán un margen lateral del 10% en cada lado y un margen vertical del 5% para conseguir un aspecto de limpieza y sencillez de contenidos. Por lo tanto, todos los elementos introducidos en las secciones respetarán esos márgenes.

Las dimensiones de los elementos que se coloquen dentro de las secciones será variable. En el esquema de esta página se representan todas las posibilidades definidas.

PIE DE PÁGINA

Aquí aparecerá siempre un bloque más estrecho donde se colocarán un enlace a todos los contenidos de la web junto a la imagen corporativa.

En el otro contenedor más amplio aparecerán los logos de las entidades colaboradoras con el grupo araTOOLS.



4. Estilo e implementación

4.4. Implementación de las páginas tipo

Una vez definidas todas las pautas anteriores se pasó ha implementar cada una de las “páginas tipo” que forman el sitio web a partir de los contenidos ya definidos.

Las páginas que se implementaron fueron

- La página de Inicio
- Una “página tipo” de una herramienta (TICO, araWORD, araBOARD y MICE seguirán la misma estructura)
- Una “página tipo” de información (SAAC y araTOOLS siguen la misma estructura)
- La página de contacto.

A continuación se muestra el diseño de cada una de las páginas para el entorno de ordenador.

Para ver los cambios realizados en cada una de las resoluciones se puede consultar el anexo **Anexo D - Estilo e implementación, o el Anexo F - Estilos de pantallas.**

4.4.1. Página de inicio

The screenshot shows the arATOOLS homepage. At the top, there is a logo featuring a hand pointing up next to the word "arATOOLS". Below the logo, the text "Aplicaciones para la Comunicación Aumentativa y Alternativa" is displayed. The main content area is divided into four sections, each representing a tool: TICO, ARAWORD, ARABOARD, and MICE. Each section includes a small icon, a brief description, a "Más información" link, and a "Descarga" button. Below this main grid, there are three footer sections: "¿Qué son los SAAC?", "¿Quiénes somos?", and "Contacto". The "Contacto" section includes icons for email and phone. At the bottom, there is a footer bar with links to TICO, ARAWORD, ARABOARD, MICE, arATOOLS, SAAC, CONTACTO, and several logos for funding agencies and the Government of Aragon.

<http://webdiis.unizar.es/~itaule/index.html>

4. Estilo e implementación

4.4.2. Página de ARAWORD



Araword es una aplicación informática de libre distribución consistente en un procesador de textos que permite la escritura simultánea de texto y pictogramas, facilitando la elaboración de materiales de comunicación aumentativa, la elaboración de materiales curriculares accesibles, y la adaptación de documentos para personas que presentan dificultades en el ámbito de la comunicación funcional y de la lectoescritura.

AraWord resulta también una herramienta muy útil para ser utilizada por usuarios que están adquiriendo el proceso de la lectura y de la escritura, ya que la apariencia del pictograma, a la vez que se escribe, es un refuerzo muy positivo para reconocer y evaluar que la palabra o la frase escrita es correcta.

Acciones

- Escritura
- Pegar texto
- Cambiar pictogramas
- Cambiar todo de los pictogramas
- Componer y descomponer pictogramas
- Cambiar tamaño de los pictogramas
- Insertar nuevos pictogramas o imágenes
- Cambiar de idioma
- Guardar y abrir archivos

Usuarios

- Profesionales y familias
- Personas con diversidad funcional
- Personas con autismo
- Personas con afasia
- En general personas con dificultades muy graves e el ámbito de la comunicación

Beneficios

- Adaptación de textos y documentos a pictogramas con texto.
- Aprendizaje y refuerzo de la lectura y la escritura.
- Utilización como sistema aumentativo/alternativo de comunicación.

Ayudas y recursos

Manual de uso e instalación de araWORD
Materiales elaborados con araWORD de ARASAAC

Información adicional

Datos de ARAWORD

Versión: 2.0
Fecha de modificación: Junio 2014
Licencia: GNU General Public License.

Autores de ARAWORD

Estudiantes: Joaquín Pérez Marco
CARE: Javier Marco Rubio
Universidad de Zaragoza: Joaquín Espeleta
Colegio Alborada: José Manuel Marcos Rodrigo

Otros enlaces de interés

ARASAAC es el portal aragonés de la comunicación aumentativa y alternativa, aquí puedes consultar la información que aparece en el sobre araWORD. [araWORD en ARASAAC](#)
Aquí puedes consultar la [web del proyecto araWORD](#).

araTOOLS

TICO
ARABOARD
ARABOARD
MICE
ARATOOLS
SAAC
CONTACTO

© araword 2014

<http://webdiis.unizar.es/~itaule/araword.html>

4.4.3. Página de ARAWORD



¿Qué son los SAAC?

Los Sistemas Aumentativos y Alternativos de Comunicación (SAAC) son formas de expresión distintas al lenguaje hablado, que tienen como objetivo aumentar (aumentativos) y/o compensar (alternativos) las dificultades de comunicación y lenguaje de muchas personas con discapacidad.

La comunicación y el lenguaje son necesarias para todo ser humano, para relacionarse con los demás, para aprender, para disfrutar y para participar en la sociedad y hoy en día, gracias a estos sistemas, no deben verse frenadas a causa de las dificultades en el lenguaje oral. Por esta razón, todas las personas, ya sean niños, jóvenes, adultos o ancianos, que por cualquier causa no han adquirido o han perdido un nivel de habla suficiente para comunicarse de forma satisfactoria, necesitan usar un SAAC.

Entre las causas que pueden hacer necesario el uso de un SAAC encontramos la parálisis cerebral (PC), la discapacidad intelectual, los trastornos del espectro autista (TEA), las enfermedades neurológicas tales como la esclerosis lateral amiotrófica (ELA), la esclerosis múltiple (EM) o el parkinson, las distrofias musculares, los neurotrastornos cráneo-encefálicos, las afasias o las pluridecapacidades de tipologías diversas, entre muchas otras.

Los Comunicadores Aumentativos y Alternativos (CAA) nos incomunicados sin complementarlos a la rehabilitación del habla natural, y además nos ayudan al inicio de la misma cuando ésta es posible. No debe pues dudarse en introducirla a edades tempranas, tan pronto como se observen dificultades en el desarrollo del lenguaje oral, o poco después de que cualquier accidente o enfermedad haya provocado su deterioro. No existe ninguna evidencia de que el uso de CAA inhiba o interefiera en la recuperación del habla.

Carmen Basil
Unitat de Tècniques Augmentatives de Comunicació (UTAC)

Más información

Para saber más sobre los SAAC puedes consultar el [Portal aragonés de la Comunicación Aumentativa y Alternativa, ARASAC](#).

araTOOLS

TICO
ARABOARD
ARABOARD
MICE
ARATOOLS
SAAC
CONTACTO

© araword 2014

Carretera de la Investigación e Innovación
Instituto de Investigación en Ingeniería de Aragón
Universidad de Zaragoza

Departamento de Informática e Ingeniería
Universidad de Zaragoza

Gobierno de Aragón

European Union

<http://webdiis.unizar.es/~itaule/saac.html>

4. Estilo e implementación

4.4.3. Página de CONTACTO

 araTOOLS TICO ARAWORD ARABOARD MICE ARATOOLS SAAC CONTACTO

Contacta con nosotros

Para tratar con el equipo de **araTOOLS** puedes acudir a las oficinas del CIRI



Edificio Rosa Arjo (antiguo colegio público Rosa Arjo)
Calle San Antonio Abad, 38 50010 Zaragoza

Mañana: de 9 a 14 horas
Tardes: de 17 a 19 horas

976 71 30 25 976 54 12 89 carei@aragon.es

¿Tienes alguna duda sobre el uso de alguna de nuestras herramientas?
¿Quieres obtener más información sobre nuestro trabajo?
¿Te gustaría colaborar con nosotras?

Desde **araTOOLS** valoramos mucho estar en contacto e interaccionar con las personas para poder mejorar nuestro trabajo.
No dudes en contactar con nosotros completando y enviando el siguiente formulario.

Nombre
Correo electrónico
Asunto
Consulta

Enviar

araTOOLS
TICO
ARAWORD
ARABOARD
MICE
ARATOOLS
SAAC
CONTACTO







<http://webdiis.unizar.es/~itaule/contacto.html>