

GUÍA PRÁCTICA DE Accesibilidad en Redes Sociales

Objetivo

Garantizar que todo el contenido digital del evento sea inclusivo y accesible para personas con discapacidad visual, auditiva, cognitiva o motora.

Videos y Reels

- **Incluir** subtítulos sincronizados y revisados (no solo automáticos).
- **Incluir** audiodescripción cuando sea necesario.
- **Publicar** transcripción completa para videos o audios largos.
- Si hay información importante solo en el audio, **incluirla** también en texto.
- **Asegurar** el contraste y legibilidad de los textos sobre el video.
- **Usar** lenguaje claro en el audio.
- **Evitar** transiciones visuales bruscas o elementos que parpadeen.
- **Evitar** música de fondo que dificulte la comprensión del habla.

Historias

1

Usar fuentes legibles (evitar cursivas o decorativas).

2

Mantener el texto en pantalla el tiempo suficiente para ser leído.

3

Asegurarse que las encuestas, preguntas y botones sean grandes y fáciles de tocar.

4

Incluir subtítulos o resumen escrito si hay habla o música con algún mensaje.

5

Evitar elementos que parpadeen o se muevan rápidamente.

Texto

Usar un lenguaje claro, directo y sin jerga.

Complementar la información visual en el texto. Ej.: si la imagen contiene datos, repetirlos en el texto.

Evitar usar frases ambiguas, tecnicismos o construcciones complejas.

Escribir hashtags con mayúscula inicial en cada palabra: #AccesibilidadDigital.

Verificar la ortografía antes de

Evitar el uso excesivo de emojis. Si se usan, colocarlos al final del texto.

Imágenes y Gráficos

- **Incluir** texto alternativo (alt text) descriptivo y conciso.
- **Usar** fuentes sin serifas, tamaño mínimo de 16px y espaciado.



- **Asegurarse** de que exista un buen contraste entre texto y fondo (mínimo 4.5:1).
- Audiodescripción en imágenes estáticas (además del alt text): en publicaciones con imágenes ricas en detalles visuales o simbólicos (ej.: arte, fotos de eventos), **incluir** una descripción ampliada en el pie de imagen si el alt text no es suficiente.
- **Evitar** texto incrustado en imágenes. Si es necesario, repetirlo en el copy.
- **Evitar** usar solo colores para transmitir información.
- **Evitar** superponer texto en imágenes complejas o con textura.

Contenido en carrusel

Instagram/LinkedIn

- **Asegurarse** que cada imagen tenga texto alternativo individual.
- **Evitar** que la información esencial esté solo en una imagen (sin repetirla en el texto general o pie de imagen).

Accesibilidad en enlaces

- **Evitar** usar enlaces de tipo “hacé clic aquí”. Es preferible usar: “Accedé al formulario de inscripción”.

Animaciones y GIFs

- Es preferible **usar** GIFs con movimiento suave y controlado.
- **Describir** siempre el contenido visual del GIF en el texto.
- **Evitar** contenido con destellos o transiciones muy rápidas (pueden provocar crisis en personas con fotosensibilidad).



Recomendaciones específicas por red social

Facebook

- **Completar** el texto alternativo al subir imágenes desde el menú de edición.
- **Agregar** texto alternativo en configuraciones avanzadas antes de publicar.
- **Editar** subtítulos automáticos para corregir errores.
- **Enviar** archivos de subtítulos (formato SRT) para videos o editar los subtítulos automáticos.
- **Usar** subtítulos en videos (reels, publicaciones o stories).
- **Usar** stickers accesibles (como los de subtítulos automáticos o encuestas descriptivas).

Instagram

- **Describir** imágenes en el copy.
- En videos, **indicar** si el contenido incluye subtítulos o agregar una breve transcripción en el copy.

LinkedIn

- **Agregar** texto alternativo en el editor de imágenes al crear una publicación.
- Aunque LinkedIn ofrece subtítulos automáticos, se recomienda **revisarlos y corregirlos**.
- **Enviar** archivos de subtítulos (formato SRT) en videos.
- **Acompañar** videos o documentos (PDFs) con descripciones claras en el cuerpo de la publicación.

Tiktok

- **Activar** subtítulos automáticos en configuraciones y corregirlos antes de publicar.
- **Usar** la opción de agregar texto alternativo en publicaciones con imágenes.

YouTube

- **Enviar** subtítulos personalizados (formatos SRT o VTT) o transcripciones completas.
- Si se **usan** subtítulos automáticos, editarlos en YouTube Studio para mejorar precisión y puntuación.
- **Agregar** audiodescripción si hay contenido visual importante no explicado en el audio.
- **Usar** marcadores de tiempo en la descripción para crear un índice del contenido.

Publicación y Revisión

- **Activar y verificar** funciones de accesibilidad (alt text, subtítulos, transcripción).
- **Probar** el contenido con lector de pantalla, zoom y en dispositivos móviles.
- **Revisar** el contraste de colores y legibilidad del texto sobre imágenes y videos.
- **Editar** subtítulos automáticos antes de publicar.
- **Verificar** que el texto alternativo esté correctamente cargado en la plataforma.

Transmisiones en Vivo

Antes del evento

- **Informar** si habrá subtítulos en vivo o intérpretes de Lengua de Señas.
- **Compartir** una agenda accesible (PDF accesible o imagen con descripción).



Durante

- **Contar** con subtítulos en vivo (automáticos o humanos).
- **Contar** con intérpretes de Lengua de Señas visibles en pantalla.
- **Contar** con una persona que lea en voz alta las preguntas del chat.

Después

- **Publicar** la grabación con subtítulos revisados.
- **Incluir** descripción del contenido en la publicación.

Recursos adicionales



Contrast Checker
(WebAIM)



Consejos de Alt Text
(Instagram)



Subtítulos en Reels
(Meta)

Recomendamos que, siempre que sea posible, los contenidos sean validados por personas con discapacidad que utilicen tecnologías de asistencia.

