

Aprende con nosotros

# LUCKY

Olga Martínez Ruiz

Imaginemos  
juntos una  
nueva forma  
de leer

TFG  
BIBLIA  
TRANSMEDIA  
2023



Cuento

Lucky

Este manual es propiedad exclusiva de "DYS-LEXIA S.A." y ha sido proyectado para uso exclusivo de los destinatarios designados de DYS-LEXIA S.A. que son empleados, licenciarios y agencias. Cualquier uso no autorizado o copia de este material puede conducir a enjuiciamiento civil o penal. Las siguientes marcas comerciales utilizadas en este documento son propiedad de DYS-LEXIA S.A. y afiliados: logotipo corporativo, logotipo internacional, Global Graphics Logo, Sports Arch Logo, Drive-Thru Logo, Golden Arches Logo, Web Sign Logo.

TFG  
BIBLIA TRANSMEDIA

Diseño:  
Olga Martínez Ruiz

DYS-LEXIA S.A. ©  
Copyright 2023 Todos los derechos reservados sobre el producto.  
Política de privacidad

DyS - LEXIA  
Biblia Transmedia





4

DYS - LEXIA S.A.  
Información de contacto  
+34 605559270  
dyslexia@gmail.com  
www.dyslexia.es

 @dislexia.org  
 [www.facebook.com/Dys-lexia](https://www.facebook.com/Dys-lexia)

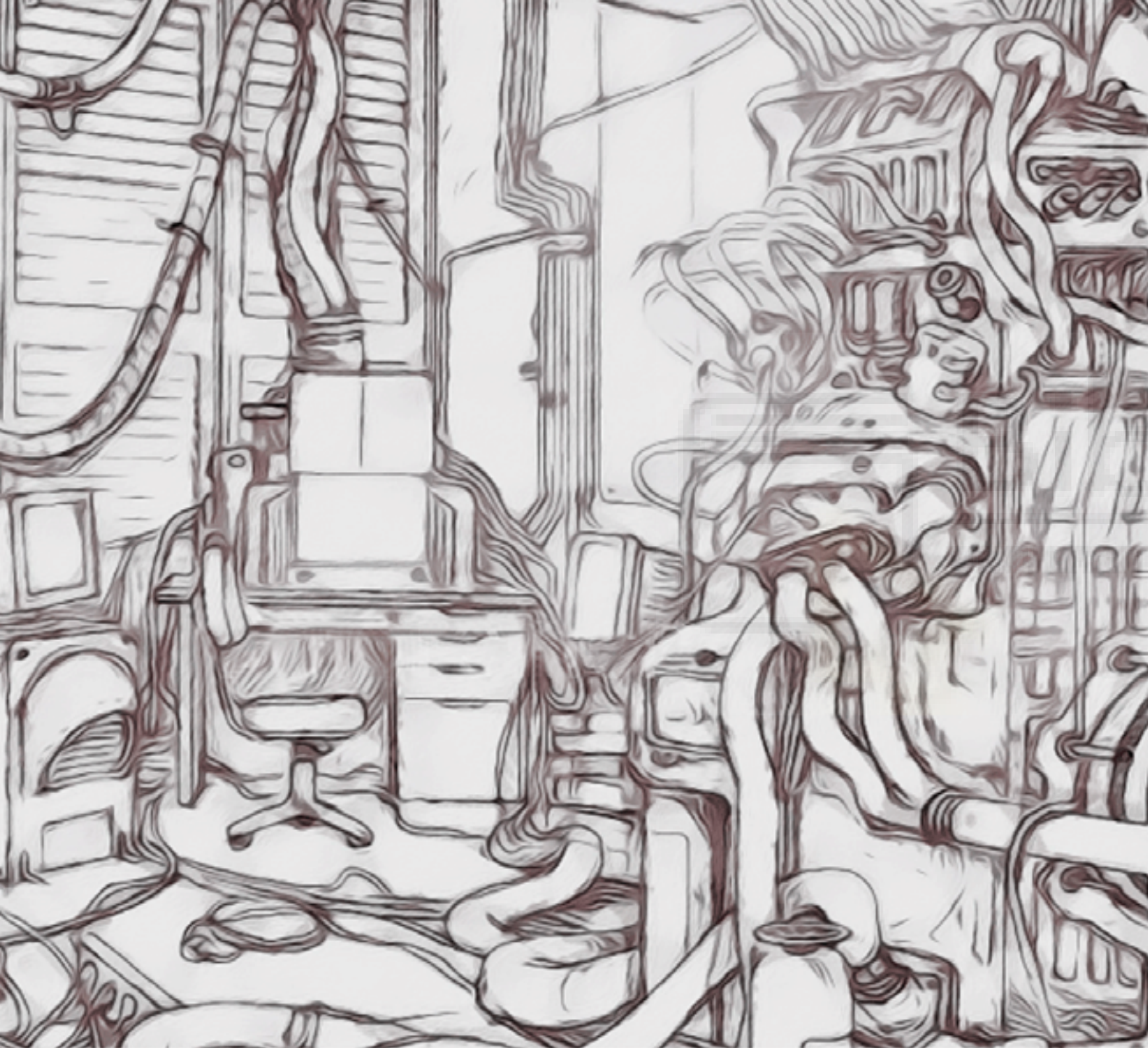
Aprende con nosotros

# Lucky

5

Imaginemos  
juntos una  
nueva forma  
de leer





# MUNDO TRANSMEDIA

Los mundos transmediales son “sistemas abstractos de contenido” que tienen un número de características distintivas, denominadas “worldness”, que son compartidas por la audiencia y el diseñador del universo. Esa idea de mundo (conjunto de características que lo conforman), según entendemos, es creado en el primer producto cultural y puede ser alimentado por otras

expansiones, tales como las películas, libros, cómics, música, videojuegos, Apps, webs, etc. “El punto es que al encontrarse con una de estas actualizaciones, el constructo imaginario del mundo es evocado en la imaginación de los participantes y cada simple acto gana un significado más abarcador”. De aquí el porqué de mi primera elección: “El Cuento”, donde se define el mundo narrativo.



Características del worldness:

**Mythos:** es el establecimiento de los conflictos y batallas, que incluye a los personajes, las historias, las tradiciones y criaturas propias del mundo. Es el conocimiento esencial para interactuar e interpretar los eventos que ocurren en el mundo.

**Topos:** es el establecimiento del mundo en un determinado periodo histórico y una detallada geografía. La relación espacio temporal de una actualización del mundo puede cambiar, pero generalmente se mantiene inmutable. Sin embargo, algunas actualizaciones tienen lugar antes o después del “tiempo cero” con el objeto de no interferir con el mythos.

**Ethos:** es la ética implícita o explícita del mundo y los códigos de comportamiento (moral) que los personajes deben seguir. Cómo se comportan los buenos y los malos, y qué comportamiento puede ser aceptado como parte del personaje o rechazado como fuera del mismo en ese mundo. Es el conocimiento indispensable para saber cómo comportarse en el mundo.

A través de la definición de estos tres componentes para el caso de “El Cuento”, lograré identificar las características del worldness para luego poder rastrear su evocación y coherencia en producciones o narrativas derivadas de la obra original.

## EXPANSIONES NARRATIVAS Y MEDIÁTICAS

El segundo objeto de análisis, que en realidad es plural, consiste en las expansiones o actualizaciones de ese mundo. En un libro clave para entender la arqueología transmedia, Carlos Scolari, Paolo Bertetti y Matthew Freeman identifican dos tipos de expansiones posibles: la mediática (media expansion) aquella en la que la narrativa se expande de un medio a otro, y la narrativa (narrative expansion) aquella que ocurre en el mismo medio e incorpora nuevos personajes y/o eventos. (Scolari et al; 2014: 17).

Siguiendo esta caracterización, por un lado analizaré aquellas precuelas, secuelas y otras historias derivadas de la obra originaria.

Por el otro, abordaré las expansiones mediáticas, es decir, las narrativas que se extienden a través de medios y plataformas distintas a la original. Aquí entra en escena el concepto de transmedia, que será empleado para analizar el movimiento de textos y sentidos a través de los medios.



<b>1. TRATAMIENTO</b>	<b>12</b>	<b>3. ESPECIFICACIONES DE DISEÑO</b>	<b>82</b>
1.1 Lema	15	3.1 Introducción a las directrices de branding y diseño	85
1.2 Historia de fondo y contexto	16	3.2 Diseño estético	126
1.3 Sinopsis	30	3.3 Storyboard	130
1.4 Plots points	31	3.4 Wireframes	132
1.5 Caracterización y actitud	35	3.5 Diseño de estilos en medios	134
1.6 Guiones	39	3.6 Lista de activos completa	142
1.7 Argumentos centrados en el usuario	51		
<b>2. ESPECIFICACIONES FUNCIONALES</b>	<b>54</b>	<b>4. NEGOCIO Y MARKETING</b>	<b>146</b>
2.1 Formulario multiplataforma	57	4.1 Objetivos	148
2.2 Normas de engagement	61	4.2 Necesidades del usuario	159
2.3 Plataformas y canales	64	4.3 Target de la audiencia y marketing	160
2.4 Visión general del servicio	70	4.4 Modelos de negocio	161
2.5 Viaje del usuario	72	4.5 Equipo de producción	166
2.6 Eventos clave	75	4.6 Derechos de autor, propiedad intelectual y licencias	167
2.7 Cronogramas	76		
2.8 Interfaz y branding	78		



# 1. TRATAMIENTO







Biblioteca  
UNIVERSIDAD Miguel Alemán

## 1.1 Título y Lema

a) TÍTULO

**Lucky**

b) LEMAS: Hay dos lemas para el cuento.

- El primero se usará para designar a la colección de cuentos infantil.

**Aprende con nosotros**

- El segundo lema se aparecerá siempre que tratemos el tema de la dislexia.

Imaginemos  
juntos una  
nueva forma  
de leer



## 1.2 Historia de fondo y contexto

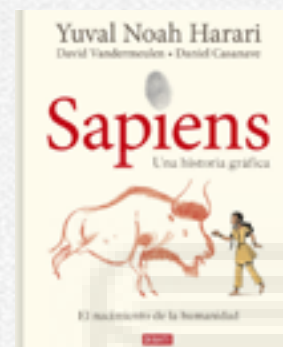
### CONTEXTO HISTÓRICO

Para empezar, debo señalar la relación entre el lenguaje oral y la escritura, y cómo cada una de ellas se desarrolla en el ser humano.

Según el autor, [Steven Pinker](#), **el lenguaje (oral) es una facultad innata** de la mente del ser humano, es como un “instinto” (una adaptación biológica del ser humano) que se desarrolla de manera espontánea en los niños; mientras que la lectura y la escritura se relacionan rápidamente con el lenguaje, pero se trata de un aprendizaje adquirido, el ser humano tiene que aprender. Los bebés humanos pueden discriminar diferentes lenguas a los pocos meses de su nacimiento, y también discriminar sonidos (ritmos y fonemas), así un bebé comienza a adquirir estructuras lingüísticas en muy poco tiempo para comenzar a comunicarse en la lengua oral que los rodea.

A pesar de que existen diferencias fundamentales entre ambas modalidades, en las sociedades altamente alfabetizadas, la lectura y la escritura se relacionan rápidamente con el lenguaje. Sin embargo, sólo una reducción de las más de 7000 lenguas naturales que existen en el mundo poseen un sistema de escritura.

Según el historiador [Yubal Harari](#), un lenguaje más evolucionado y abstracto dio la ventaja definitiva al *Homo Sapiens*.



En resumen, el ser humano durante más del 98% de su cronología ha utilizado únicamente la modalidad oral del lenguaje.



[Tablillas de Tartaria](#) encontradas en excavaciones neolíticas en Transilvania, Rumanía, que datan aproximadamente del año 5300 a. C

En las sociedades alfabetizadas, la capacidad de aprender a leer depende de la adquisición de una gran variedad de diferentes tipos de conocimientos y habilidades.

En una revisión bibliográfica de los trabajos sobre dislexia, [Vellutino](#) y sus colegas (Wolf, Vellutino y Gleason, J. B, 2000) realizaron una extensa revisión bibliográfica sobre los estudios sobre dislexia y concluyeron que los problemas de identificación de palabras están relacionados casualmente con deficiencias en la conciencia fonológica, y mapeo alfabético y decodificación fonológica.

### La dislexia en diferentes sistemas escritos.

La dislexia afecta a la expresión escrita del lenguaje y la lectura, es principalmente una habilidad lingüística que requiere el funcionamiento preciso de muchos procesos cerebrales.

Quiero **mencionar estudios muy interesantes sobre la dislexia en otros idiomas** que ponen de manifiesto la importancia de la realización de estos trabajos que **comparan diferentes ortografías** y que estaría justificada por el hecho de que las características particulares de cada sistema escrito podrían afectar al modo en el que se desarrolla la lectura en ellos:

Serrano, Francisca, Defior Sylvia. *Dislexia en Español: estado de la cuestión*. Electronic Journal of Research in Educational Psychology [en línea]. 2004, 2(2), 13-34 [fecha de Consulta 13 de mayo de 2023]. ISSN. Revista Electrónica de Investigación Psicoeducativa y Psicopedagógica. N° 2 (2), 13-34. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=293152879003>

Centrándome en el idioma español, debo reseñar el artículo de investigación: “*Dislexia del Desarrollo en España*”, 2017. Escrito por [Manuel Soriano Ferrer](#) y Manuel R. Morte Soriano. Recibido: 26 de octubre de 2016 Revisado: 5 de abril de 2017 Publicado: 29 de noviembre de 2017. DOI: 10.5772/intechopen.69009

En la historia de la dislexia podemos reconocer cuatro etapas:

1. Hasta finales del siglo XIX. Comenzó la identificación de personas con problemas de lenguaje y de lectura, que en general eran pacientes con afasia adquirida, debido a traumas cerebrales que afectaban al lenguaje.

2. Hoy entre 1895 y 1950. se descubrió la condición de dislexia de desarrollo y se comenzaron a analizar sus causas y características. Es entonces cuando comienza el concepto de dislexia que tenemos en la actualidad.

3. etapa de evolución (1950-1970). El campo de la dislexia se abrió a un mayor número de profesionales de la medicina y la educación. El concepto fue evolucionando en función de cómo iba avanzando la ciencia.

4. Finalmente, las teorías modernas (desde 1970 hasta la actualidad) han sentado la base de nuestro conocimiento actual sobre la dislexia.



El neurólogo alemán [Adolf Kussmaul](#), fue quien utilizó en 1977 el concepto “ceguera de palabras” para describir dificultades para usar vocablos en el orden correcto, encontradas en personas con daño neurológico. La define como “una ceguera total del texto...aunque la capacidad de ver, el intelecto y los poderes del habla están intactos”.

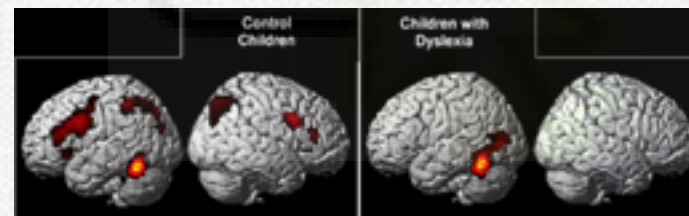
### ¿Dificultades en el aprendizaje de la lectura? ¿Qué causa la dislexia?

En la definición de la dislexia no es el único punto donde existen desacuerdos sobre el tema.

Quiero hacer algunos comentarios breves sobre los **factores causales de la dislexia**, ya que se han señalado muchas causas que podrían explicar los déficit que se dan y que van desde rasgos biológicos hasta otros más lingüísticos, aportando la **explicación de lo que sucede a nivel neuronal en cerebros de niños con dislexia** (ver Dehaene, 2018; Richland, 2020). Las neuroimágenes revelan que el cerebro de los niños presenta una desorganización y una subactivación de las regiones del lóbulo temporal del hemisferio izquierdo del cerebro que sustentan la lectura. Todo ello **tiene un componente genético**: se han identificado genes que controlan la migración neuronal hacia la corteza durante el embarazo, con lo que cualquier problema que afecte a ese proceso puede conllevar una desorganización de los circuitos corticales. Se baraja la implicación de determinados cromosomas, aunque los datos no son

definitivos (Fargerheim, Tonnessen, Raeymaekers y Lubs, 1999; Olson, 1999). También podemos ver la investigación centrada en los estudios familiares y con gemelos (DeFries, Alarcón y Olson, 1997), que nos sugiere el carácter hereditario.

Prácticamente todos los niños pueden aprender a leer (cerebro único), pero **gracias a los mayores mecanismos cerebrales compensatorios (cerebro plástico) que se dan sólo durante la infancia es lo que garantiza que los niños con dislexia puedan beneficiarse de una intervención temprana que tenga en cuenta sus necesidades específicas**. Porque, al igual que otros déficits de desarrollo, la dislexia puede presentar diferentes perfiles, es decir, cada caso es único con sus particularidades personales.



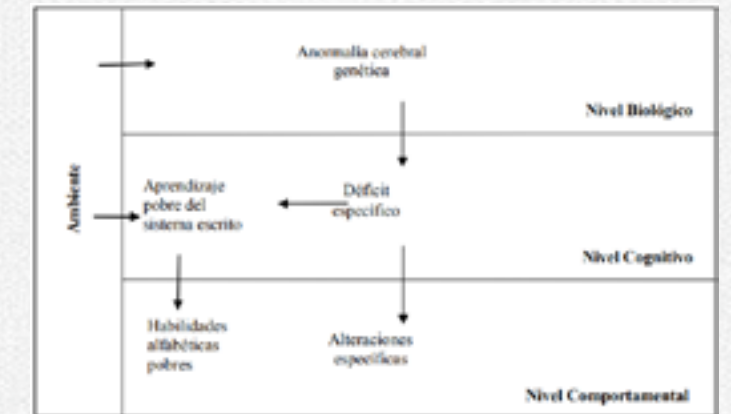
En niños lectores sin dificultades se da la adecuada conectividad entre los sistemas ventral, dorsal y anterior, pero no en los niños disléxicos (Van der Mark et al., 2011).

La dislexia se caracteriza por un rendimiento bajo en lectura, sin embargo, no hay problemas en el resto de las habilidades, que son normales

e incluso superiores en algunos casos, sin tener en cuenta el Coeficiente Intelectual (Jiménez & Rodrigo, 1994; Siegel, 1990).

Según la Sociedad Internacional de la Dislexia en 1994 y, más tarde, por el Instituto Nacional de la Salud, esta **definición** puede ser resumida diciendo que **la dislexia es un problema específico de lenguaje con una base constitucional que se caracteriza por dificultades en la decodificación de palabras simples y refleja una habilidad de procesamiento fonológico insuficiente**. Esta definición se centra primeramente en el nivel de reconocimiento de palabras; por otro lado, a nivel de los módulos de procesamiento que se consideran claves en lectura, esto es, que es posible el funcionamiento inadecuado del sistema de procesamiento fonológico (Lundberg & Høien, 2001), mientras que permanecen intactos otros sistemas cognitivos más generales. Por ello, hay que destacar que la definición no se apoya en el CI (Coeficiente Intelectual) para la determinación de los problemas de dislexia, sino precisamente en las dificultades concretas que el problema lleva asociado (descodificación, procesamiento fonológico).

[El sistema de procesamiento visual](#) sería la primera causa subyacente a la dislexia. Hay diferentes ideas al respecto ([Samuel Orton en 1925](#), o la de Pavlidis, 1981), pero actualmente no se mantienen tal cual, aunque sí **es importante la relación entre el sistema visual y la dislexia**.



Representación del modelo causal de dislexia de Frith (1997)

**Los especialistas no hablan de dislexia hasta que se descartan problemas sensoriales** (visuales o auditivos, básicamente), déficits de inteligencia global o una educación de calidad o cantidad inadecuada (véase artículo de referencia sobre dicha problemática: [Conocimientos de los maestros acerca de la dislexia del desarrollo: implicaciones educativas](#)).

Otro predictor de variaciones en el desarrollo de la lectura, menos conocido, es la RAN. Los déficits de RAN también se observan con frecuencia en niños con o en riesgo de tener dificultades de lectura (ver [Araújo et al., 2015](#) ; [Araújo y Faisca, 2019](#), para una revisión).



Las tareas de RAN requieren nombrar elementos familiares (objetos, colores, letras o dígitos) que se presentan visualmente lo más rápido posible. Estudios concurrentes y longitudinales han demostrado que RAN se correlaciona con la precisión de lectura y la fluidez de lectura temprana ( [Norton y Wolf, 2012](#); Araújo et al., 2015 ). ( [ver estudio completo](#) ). Una enseñanza paciente e intensiva de las correspondencias entre grafemas y fonemas permite compensar gran parte del déficit.

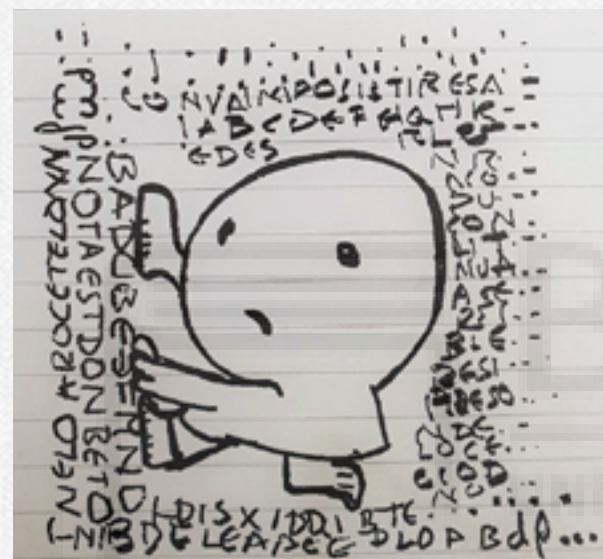
Efectivamente hay **muchos mitos erróneos** sobre la dislexia:

- Primero, que está relacionado con la inteligencia (o eres tonto o eres un genio), y eso no es así.

- El segundo mito es que se trata de dar la vuelta a las letras y sin embargo, se han analizado miles de errores en personas con dislexia, y los errores de “transposición de letras” son solamente el 2%.

- El tercero, que el disléxico es zurdo. Y sí se sabe que entre los disléxicos hay más zurdos que entre los no disléxicos, pero ser zurdo no implica ser disléxico ni viceversa.

**Los síntomas más comunes de dislexia serán diferentes en función de la edad** y se manifiestan en cada niño de una manera única:



1. **Leer** supone un **gran esfuerzo**. Comprensión lectora baja.

2. **Errores en la lectura y en la escritura:** adición, omisión, sustitución y transposición de números, letras y palabras. Algunas personas ven como las letras “saltan de un lado a otro”, otras ven las palabras o las letras incompletas, al revés o boca abajo, o pueden tener dificultades para diferenciar ciertas letras.

3. **Errores gramaticales** en la escritura y **ortografía deficitaria**.

4. **Dificultad en conectar letras** (grafemas) **con sonidos** (fonemas). Inseguridad en la pronunciación de las letras.

5. **Dificultad para rimar**.

6. Dificultad para **acceder al léxico**; por ejemplo, dificultad en nombrar números o letras.

7. **Desarrollo asimétrico:** puede presentar gran habilidad manual o gran creatividad en comparación con la habilidad lingüística.

8. **Problemas conductuales;** por ejemplo, falta de atención o impulsividad.

9. Puede mostrar **problemas de autoestima** o dificultades para sentirse integrado.

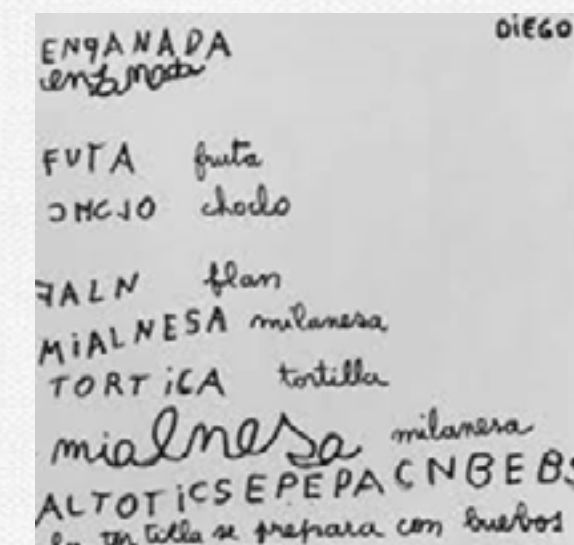
10. Las **dificultades** en su lengua materna pueden trasladarse al **aprendizaje de otras lenguas**.

11. Puede presentar **problemas con las matemáticas** (véase [Dislexia y otras condiciones relacionadas: comorbilidades y fortalezas](#)).

Según la [Dra. Luz Rello](https://www.luzrello.org/) (<https://www.luzrello.org/>), investigadora de Change Dyslexia y autora del libro «**Superar la dislexia**», afirma que **entre el 5 y el 9% de los niños en España tiene dislexia**.

Es decir, que, en una clase con 25 alumnos, 2 o 3 pueden tener problemas con el aprendizaje de la lecto-escritura.

Para que el niño se transforme en un lector fluido debe adquirir las principales subdestrezas del lenguaje: identificación total de palabras, decodificación fonética y comprensión de frases. En este sentido, **quiero recomendar la lectura sobre el aprendizaje de la lectura en los niños y concretamente con dislexia de Carmen Fusca: ¿DISLEXIA? DECONSTRUYENDO UN CONSTRUCTO QUE SUBSISTE**



Fuente: Fusca, C., 2016



## RASGOS DISTINTIVOS DE LAS PALABRAS

### 1. Rasgos gráficos de una palabra:

compuestos por los patrones visuales particulares formados por el ordenamiento especial de las letras que integran esa palabra. Tales rasgos se presentan al niño con una variedad de claves para discriminar las palabras, algunas obvias (como "gato" y "Mississippi"), otras sutiles (como "mal" / "tal"; "cata" / "chata"). Por esto, la tarea inicial es la de almacenar información de rasgos que permitan al niño distinguir adecuada y confiablemente entre las palabras impresas que encuentra.

### 2. Rasgos ortográficos:

definen su estructura interna y, en sistemas de escritura alfabética, están caracterizados por regularidades estructurales tales como dependencias secuenciales ("pra" / "prs"), correspondencias sonido-letra ("ma" en "mamá" y "mal") y otras similares. El niño descubre las regularidades y redundancias comprendidas en la ortografía, dando el primer paso para llegar a realizar una discriminación fina entre palabras visualmente similares (por ejemplo: "mal" / "tal" / "sal") y en la reducción de la cantidad de información visual necesaria para hacerlo.

En los estudios iniciales de la lectura, el niño debe tratar de adquirir primeramente facilidad en la identificación de la palabra completa y en la decodificación fonética, ya que ambas son esenciales para tener éxito en la lectura inicial.

A medida que aumenta la capacidad del niño para identificar rápido las palabras con la mirada, puede interesarse más en el procesamiento de textos interrelacionados y en la comprensión de la lectura.

### 5. Rasgos fonológicos:

son definidos según el orden único de los fonemas contenidos en las palabras y su utilidad en la identificación de ellas proviene del hecho de que muchas palabras en el inglés escrito contienen fonemas y grafemas que se corresponden invariablemente.

### 4. Rasgos sintácticos:

Se refieren a cualidades abstractas, es decir, las reglas gramaticales que limitan su uso en la frase. Palabras de tipos sintácticos particulares (por ejemplo, nombres, verbos, adjetivos, adverbios, etc.). Sólo pueden ser usadas en frases de una estructura dada y el niño de desarrollo normal aprende pronto a distinguir entre palabras que tienen sentido en determinados lugares dentro de la oración y las que no lo tienen.

El conocimiento implícito de esos marcadores ayuda a hacer recordables las palabras. Tomados juntos, los rasgos semánticos y los sintácticos definen su significado o significados. Cuanto más ampliamente elaborado está el significado de la palabra, más fácil es recordarlo tanto en el lenguaje escrito como en el lenguaje oral.

### 3. Rasgos semánticos:

definen el concepto o entidad particular simbolizado por esa palabra y son dinámicos dado que la comprensión que tiene el niño está sujeta a cambios y perfeccionamientos provocados por la experiencia (Clark, 1973). Son estas propiedades las que añaden sustancia a la palabra como unidad lingüística y, por eso, le ayudan a que sea **recordable**.



### Los cuentos para niños con dislexia

Una de las formas más entretenidas para practicar la lectura es mediante cuentos, ya que les resulta una actividad divertida y tienen la ayuda de los dibujos para seguir la historia.

La lectura de cuentos desempeña un papel importante en el tratamiento de la dislexia, especialmente en las edades más tempranas.

Esto se debe a que ayuda a promover la comprensión y la fluidez lectora, además de desarrollar el vocabulario y la comprensión de los conceptos. Los cuentos también pueden ayudar a los niños con dislexia a desarrollar habilidades narrativas y mejorar su expresión escrita.

Desde el punto de vista del **diseño del texto**, se ha estudiado cómo afecta el tamaño de la letra, el tipo de letra (la tipografía que se utiliza), el interlineado, el interletraje, el ancho de columna y cómo intervienen los diferentes colores en la lectura.

Gracias al **tipo de letra**, al **color de fondo bajo el texto** y al **glosario incluido al final del libro**, los niños con dislexia y aquellos niños que se inician en la lectura, pueden acercarse a estos libros de manera **más accesible**, y así sumergirse en la historia empatizando con los personajes.

**Las tipografías** encontradas especialmente para la dislexia usan **líneas más gruesas en algunas partes de las letras. Las letras están un poco inclinadas**. Y las letras que tienen trazos ascendentes o descendentes (**b, d y p**) **varían en longitud**.

Por ejemplo, La empresa [MiCuento](#) ha lanzado una colección especial de cuentos para niños con dislexia en colaboración con Change Dyslexia. Esta colección se compone de ediciones especiales de algunos libros favoritos, adaptadas para que la lectura sea más sencilla para los niños con dislexia y aquellos que se están iniciando en la lectura.

La adaptación se ha realizado en colaboración con expertos y siguiendo los resultados de la investigación de Luz Rello. Se ha utilizado una tipografía especial, un color de fondo bajo el texto y se ha incluido un glosario al final del libro para que los niños puedan identificar.

#### [Véase también los tipos de dislexia](#)

Siguiendo esta línea, la colección que yo propongo estará centrada en historias reales, no cuentos adaptados, pero sí lleva las adaptaciones en el diseño y el contenido, siguiendo dichas recomendaciones científicas para conseguir que estos niños puedan disfrutar de la lectura sin barreras. Todo esto lo desarrollo más adelante en “Especificaciones del diseño”.

### CREATIVIDAD

Al ser la creatividad una cualidad innata del ser humano debe ser estimulada en los primeros años de vida, pues son los niños seres dotados de amplia capacidad imaginativa, espontaneidad, curiosidad, originalidad; habilidades que desaparecen con el paso de los años por factores escolares, sociales, políticos y religiosos.

#### • Creatividad en Educación Preescolar

La creatividad no sólo se trata de aptitudes, sino que **se relaciona con rasgos de personalidad, intereses y factores motivacionales**. (Perkins, D. 1993. *La creatividad y su desarrollo: Una aproximación disposicional*. Madrid: Pirámide).

Tenemos que destacar la importancia de la creatividad en la educación preescolar y debe estar orientada por estrategias artísticas y literarias para fortalecer habilidades como la expresión, la imaginación y el pensamiento divergente en niños de 5 y 6 años. Es importante trabajar en la implementación de políticas y estrategias concretas para fomentar la creatividad en la educación preescolar. **Los primeros años de educación preescolar son fundamentales para el desarrollo de la creatividad**, ya que es el momento en que el niño acumula el capital creativo que utilizará el resto de su vida (Gardner, H. 1998. *Mentes creativas: una anatomía de la creatividad*. Barcelona: Paidós).

La creatividad en preescolar contribuye al **fortalecimiento del pensamiento divergente** y a una serie de variables, como la fluidez de ideas, la flexibilidad del pensamiento, la originalidad de las producciones y el uso de detalles creativos en actividades verbales y gráficas (Barraca & Artola, 2004, p. 78. *La identificación de alumnos con altas capacidades a través de la EDAC*. Edu Psyké, 3(1), 3-18).

#### • Arte y creatividad

**El arte posibilita las habilidades creativas**, permite integrar las experiencias de vida o que sucede tanto en el entorno educativo como en otros espacios de la vida de los niños. De esta manera, las experiencias artísticas se convierten en vitales. Los lenguajes artísticos que se vivencian en la educación preescolar son: la expresión dramática, la expresión musical, las artes plásticas y visuales (MEN, 2014, p.15. *El arte en la educación inicial*. Recuperado de [http://www.colombiaaprende.edu.co/html/familia/1597/articles-341487\\_doc21.pdf](http://www.colombiaaprende.edu.co/html/familia/1597/articles-341487_doc21.pdf)).

#### • Literatura infantil y creatividad

La literatura infantil abarca todas las formas de lenguaje, no solo el escrito, pues involucra todas las construcciones de lenguaje — oral, escrito, pictórico—y fomenta la interacción y expresión en los niños (MEN, 2014, p.16. *La literatura en la educación inicial*. Recuperado de [http://www.colombiaaprende.edu.co/html/familia/1597/articles-341487\\_doc23.pdf](http://www.colombiaaprende.edu.co/html/familia/1597/articles-341487_doc23.pdf)).



**Es importante en la educación inicial para fomentar la creatividad y la flexibilidad del pensamiento.**

La literatura y su conexión con la creatividad se definen en la medida que la literatura infantil posibilita en los niños la interacción con los diversos lenguajes y expresiones, y ofrece un contacto con la forma y sonoridad de la lengua, al tiempo que le permite estimular al niño a contar, cantar, crear, expresar y jugar con su lengua, sin imponerles un significado único, aportando así a la flexibilidad y riqueza de su pensamiento. (MEN, 2014. [Fortalecimiento Institucional para las Modalidades de Educación inicial. Bogotá: Rey Naranjo Editores](#)).

En esta línea, propongo un proyecto artístico y literario para estimular la creatividad en los niños a través de estrategias pedagógicas lúdicas.

Teniendo en cuenta el target al cual va dirigido este proyecto, es necesario centrarse en el arte y la literatura infantil, siendo estos dos tipos de expresiones un abanico de posibilidades que se pueden complementar como herramientas para el diseño de estrategias lúdicas que permitan al niño expresarse por medio de espacios destinados a la imaginación, inspirados en lo artístico y literario.

**• Creatividad y dislexia**

En los últimos años se han realizado algunas investigaciones científicas para estudiar la relación

entre creatividad -esto es, la capacidad de generar nuevas ideas y conceptos conocidos, lo que lleva generalmente a encontrar soluciones novedosas- y la dislexia, y se han encontrado muchos resultados significativos y algunos contradictorios.

No es fácil unificar criterios sobre la definición de creatividad y conocer si realmente la dislexia se relaciona con un aumento de la creatividad en general o con algún aspecto específico de esta.

En otro estudio que he podido leer, realizado por Everatt y otros investigadores (1999), también se encontraron niveles más altos de creatividad en los niños con dislexia en las pruebas figurativas, usando tareas de dibujo. Los niños con dislexia muestran un rendimiento más rápido y una mayor riqueza de detalles.

Además, **se han encontrado patrones de correlación negativa entre creatividad y las habilidades de lectura entre los estudiantes con dislexia.**

Cabría esperar que esa relación apareciese en estudiantes con un cociente intelectual alto. Sin embargo, no fue así, no se encontró relación alguna entre el nivel intelectual general y el vínculo entre creatividad y dislexia, ni tampoco con las habilidades de atención y memoria de trabajo.





## PSICOLOGÍA

La lectura consigue mejorar la memoria, la imaginación y activa procesos cognitivos en el cerebro que ayudan a mantener una buena salud mental. Esto quiere decir que leer libros puede ser una de las mejores formas de mantenerse saludable. De acuerdo con un estudio realizado por la Universidad de Leipzig, **la lectura activa el área del cerebro responsable de la memoria, la imaginación y la comprensión.** Esto significa que **cuando leemos, nuestro cerebro se estimula y nos ayuda a desarrollar nuevas habilidades y conocimientos.**

Además de mejorar la memoria y la imaginación, leer libros también ayuda a mejorar la atención y la concentración. Esto se debe a que la lectura requiere que el cerebro se esfuerce para comprender el contenido, el cerebro se enfoca en una tarea y desarrolla la aptitud de prestar atención a los detalles.

Además, los cuentos pueden ayudar a los niños a aprender a controlar y enfrentar sus emociones. Esto es especialmente importante para aquellos con dislexia que pueden sentirse ansiosos o frustrados al intentar leer.

Un estudio realizado por la Universidad de Sussex descubrió que leer libros puede reducir los niveles de estrés en un 68%. Esto se debe a

que la lectura actúa como una forma de escape de la **rutina diaria** y **les ayuda a relajarse.** Los cuentos también pueden ayudarlos a desarrollar la autoestima, al sentir que pueden lograr sus metas, incluso si no son lectores tan avanzados como otros niños.

## EFFECTOS QUÍMICOS

Los numerosos estudios han demostrado que **leer cuentos produce cambios en el nivel de dopamina** en el cerebro de los niños. Esto ocurre cuando los niños se sienten emocionalmente conectados a los personajes y tramas de los cuentos. Además, leer cuentos también puede aumentar los niveles de otras sustancias químicas, como endorfinas, que ayudan a reducir el estrés y la ansiedad.

## RUTINA

La lectura es una de las formas más simples y efectivas de entrenar el cerebro. Estudios realizados por la Universidad de Emory y Stanford han demostrado que **la lectura diaria mejora la memoria, el flujo sanguíneo a áreas del cerebro relacionadas con la función cognitiva y la comprensión.**

Investigaciones de la Universidad Carnegie Mellon también han mostrado que los niños con habilidades de lectura inferiores pueden mejorar significativamente su lectura con el entrenamiento adecuado y constante.

Para obtener los beneficios completos de la lectura, es importante que nos alejemos de las distracciones y reservemos tiempo para leer.

“PACIENCIA ES PODER”.

*Diferentes objetivos, pero mismas sensaciones.  
Solo así se genera adherencia.*

## SALUD Y EFECTOS FÍSICOS

En resumen, leer libros puede ser una gran forma de mantenerse saludable. La lectura activa procesos cerebrales necesarios para la memoria, la imaginación y la atención, lo cual nos ayuda a prevenir enfermedades mentales y físicas.

**Los cuentos son una herramienta valiosa para ayudar a los niños con dislexia:** les ayuda a desarrollar habilidades importantes para la lectura, como la comprensión, la fluidez lectora, el vocabulario y la expresión escrita. Además, también puede ayudarles a enfrentar sus emociones y aumentar su autoestima.

Por ello, para los niños es una forma sana y divertida de entretenerse, aprender y mantenerse saludable.

*Supongo que en parte es porque se implica el único músculo capaz de sentir EMOCIONES:*

*Tu corazón late más fuerte cuando tienes miedo, sientes euforia, alegría...*

*Se ralentiza cuando estás en paz, concentrado, tranquilo...*

*Se retrae cuando estás deprimido o sientes dolor...*

*Es el único que lo hace y por tanto es capaz de hacernos sentir vivos de muchas formas. Y es que hay muchas formas de gestionar las emociones.*



## 1.3 Sinopsis

Lucky es un pequeño gatito callejero, peludo y miedoso, que un día estaba comiendo unas sardinas en la puerta de un restaurante junto a otros gatitos, cuando un grupo de niños tiró petardos en la calle asustándolos y haciendo que Lucky se escondiera debajo de un coche.

Al rato llegó Pedro, el dueño del coche, no se dio cuenta de que el gato estaba dentro del motor y empezó a moverse con el vehículo por la ciudad. Pedro llegó con el coche a su casa, metió el coche en el garaje y subió a su casa sin escuchar al gatito que maullaba sin poder salir.

Una vecina lo escuchó y llamó al dueño del coche para que le ayudara a salir.

Finalmente, el dueño del coche consiguió sacarlo del motor y el gato fue llevado al veterinario para comprobar que no había sufrido daños.

Más tarde, la vecina se lo quedó para cuidarlo y le puso el nombre de *Lucky*, que significa “afortunado”.

La moraleja de esta historia es que la suerte siempre está de nuestro lado, y que en los momentos más difíciles siempre hay alguien que nos ayuda.

A veces, nos enfrentamos a situaciones que nos asustan y nos parecen imposibles de superar, pero siempre hay alguien que nos ofrece su ayuda para salir adelante.

Esta historia también nos enseña la importancia de respetar a los animales y a tratarlos con amor y compasión. María se preocupó por él y se encargó de llevarlo al veterinario para que le examinaran. Esto nos demuestra que, si nos preocupamos por los demás, incluso por los animales, podemos lograr grandes cosas.

## 1.4 Plot points

### PLOT POINTS USADOS PARA EL CUENTO

Leyenda:

- **PRIMARIOS**
- **Secundarios**
- Terciarios

- **EL NARRADOR COMIENZA A NARRAR LA HISTORIA.**

Los gatos son unos animalitos peludos y miedosos, tienen un oído muy fino y cualquier ruido les asusta, así que se buscan escondites en sitios que a ellos les parecen seguros pero que a veces son peligrosos.

- **GRUPO DE GATOS CALLEJEROS EN LA PUERTA DE UN RESTAURANTE** que estaban dando buena cuenta de los restos de sardinas que les habría puesto el dueño.

- Cuando de pronto se oyó un fuerte estruendo. ¡PLOF! ¡PLOF! ¡PLOF!

- **GRUPO DE NIÑOS TIRANDO PETARDOS EN LA CALLE.**

- Los pobres gatitos asustados huyen despavoridos...

Y nuestro protagonista, un pequeño y peludito gatito gris atigrado, se metió debajo de un coche que estaba aparcado muy cerca de donde estaban ellos.

- **APARECE EL GATO PROTAGONISTA JUNTO AL VEHÍCULO.**



- Se acurrucó y se durmió plácidamente...
- Al rato, le despertó un ruido... "Run Run Run". Era el motor del coche que se había puesto en marcha y circulaba por la ciudad.
- INTERIOR DEL MOTOR DEL COCHE: GATO DENTRO DEL MOTOR DEL COCHE ATRAPADO Y CON CARA DE SUSTO.
- El pobre gato empezó a maullar ... "¡miau! ¡miau! ¡miau!". Pero nadie le oía, ya que estaba en el motor.
- Al poco tiempo el coche entró en el garaje, su dueño salió del vehículo y subió a su casa.
- El gatito trató de salir de su escondite, pero le fue imposible: ¡estaba atrapado!
- Y volvió a maullar y a maullar... "¡miau! ¡miau! ¡miau!"
- Hasta que una vecina que bajó a por su coche y le escuchó maullar.
- Empezó a buscar y a buscar hasta llegar al coche de su vecino.
- Al oírle maullar dio golpecitos en el capó, pero el gato no salía, así que decidió llamar a Pedro (que así se llamaba el vecino).
- "¿Puedes bajar un momento? ¡Hay un gato en tu coche y no puede salir!"
- PEDRO: "¡Enseguida bajo María!"
- MARÍA Y A PEDRO ABREN EL CAPÓ DEL COCHE DE PEDRO Y DESCUBREN AL PEQUEÑO GATITO SUCIO Y ASUSTADO.

- Entonces Pedro se puso unos guantes que tenía en el coche para prevenir que le arañara el minino, ya que estaba muy asustado y nervioso.
- Y con mucha suavidad fue acercando sus manos hasta que lo pudo liberar.
- PEDRO le dijo a María: "¿Por qué no le llevamos al veterinario que le examinen el ojito?"
- MARÍA: "Me parece muy bien, así también descartamos que tenga otros daños."
- MARIA Y PEDRO ESTÁN EN LA CONSULTA DEL VETERINARIO CON EL GATITO.
- VETERINARIO: "No tiene nada, se podía haber quemado con el motor o se podía haber roto una patita luchando por salir del escondite. Milagrosamente solo tiene un ojo irritado por los gases del motor, pero no es grave, con unas gotitas mañana estará como nuevo."
- CASA MARÍA: APARECE MARÍA EN SU CASA COLOCANDO AL GATITO AGUA Y COMIDA
- María se lo quedaría esa noche para cuidarlo. Ya al día siguiente hablarían de qué hacer con él.
- La chica lo limpió, le puso agua y comida, le echó las gotitas en el ojo y se fueron a dormir.
- CASA MARÍA - CAMA: A LA MAÑANA SIGUIENTE EL GATITO DESPIERTA A MARÍA CON SU COLITA.
- María vio que ya tenía el ojito bien y se puso muy contenta.
- Se levantó, fueron a desayunar a la cocina y el gatito feliz se relamía con el desayuno.



• INT. CASA MARÍA - SALÓN: EL GATITO MIRA A MARÍA MAULLANDO MUY ALEGRE Y MOVIENDO SU COLITA.

• Al terminar, María se fue a la ducha, el gatito la siguió y esperó para jugar con ella. Los dos estaban muy contentos de estar juntos.

• María le preguntó: "¿Qué te parece si te quedas a vivir conmigo?, aquí estarás calentito, comerás bien y a mí me harás compañía".

• Y el pequeño gato le contestó con un "miau" muy alegre, como si lo hubiera entendido todo, mientras le movía la colita.

• "Bueno, pues ahora tenemos que buscarte un nombre... a ver qué te parece si te llamo ... Umm, ¡SUERTUDO!, porque la verdad es que has tenido mucha suerte de que te encontráramos... ¡No!, es un poco largo, tiene que ser un nombre más corto... a ver a ver ... ya sé, te llamaremos Lucky qué justo significa afortunado y suena muy bien, ¿a que sí Lucky?"

• Y el gatito volvió a mover su colita con alegría.

• DESDE ENTONCES SE HICIERON MUY BUENOS AMIGOS. MARÍA LE CUIDÓ MUCHO Y ASÍ FUE COMO LUCKY ENCONTRÓ UN HOGAR Y NUNCA MÁS TUVO QUE ESCONDERSE EN SITIOS PELIGROSOS.

• Así termina la historia de un pequeño gato callejero que se convirtió en el rey de la casa de María.

## 1.5 Caracterización y actitud

### PERSONAJES PRINCIPALES

Es un cachorro de gato callejero de color gris atigrado. Ojos saltones, inquieto, juguetón y arriesgado, le encanta investigar cosas.

Pertenece a una camada de gatitos que han nacido en la calle, pero ellos son felices, y gracias a los vecinos que les dan de comer pueden sobrevivir.



**Lucky**



Tiene 30 años. Trabaja en una oficina como responsable de RRHH. Es una mujer de estatura media, complexión normal, de pelo castaño, largo, ondulado natural y ojos castaños.

Es una mujer muy cariñosa y empática, amiga de sus amigos y comprometida con el medio ambiente. Vive sola, no tiene pareja y dedica su tiempo libre a ver películas, ir al teatro con sus amigas y hacer deporte al aire libre, pero no sólo a su propio disfrute, sino también el de su familia, a la que ama y aprecia con todo su corazón.

Es una mujer con un alto coeficiente intelectual y muy soñadora, su pasión por su trabajo la ha llevado a la dedicación total por ayudar a las personas.

No se preocupa por ganar más dinero, sino por el reconocimiento de las personas a las que ayuda con liderazgo y motivación.



Tiene 42 años. Es un hombre moreno, de estatura media, de complexión fuerte y con ojos marrones.

Es Directivo de una empresa. De primeras, aparenta ser muy serio y reservado, pero cuando más lo conoces más descubres que en realidad es alguien muy educado y carismático.

Es celoso de su intimidad y por eso le cuesta abrirse, no confía su vida a cualquiera, por eso debes tener paciencia con él.

Es el vecino de María, pero con ella no hay problema, porque ella precisamente sabe cómo tratar a todas las personas y se ha ganado su confianza.



## PERSONAJES SECUNDARIOS

Es un hombre moreno, de unos 44 años, con uniforme médico. Es el dueño de la clínica veterinaria.

Es licenciado en veterinaria y cuenta con una trayectoria profesional de más de 15 años, en los que ha trabajado también como voluntario en asociaciones de animales abandonados.

## Veterinario



Grupo de niños entre los 6 y 12 años que juegan en la calle.



## Niños

## 1.6 Relato novelado y Guión

### CUENTO

PORTADA

CONTRAPORTADA

CRÉDITOS

- PÁG. 6-7. EL NARRADOR **COMIENZA A NARRAR LA HISTORIA.**

NARRADORA

Queridos amiguitos:

Los gatos son unos animalitos peludos y miedosos, tienen un oído muy fino y cualquier ruido les asusta, así que se buscan escondites en sitios que a ellos les parecen seguros pero que a veces son peligrosos.

Ésto fue lo que le ocurrió a nuestro protagonista...

- PÁG. 8-9. EXT. DÍA - **GATOS COMIENDO**

Viñeta: aparecen unos pequeños gatos en la calle comiendo unas sardinas en la puerta de un restaurante al medio día.



NARRADORA

[DESCRIBE LA ACCIÓN]

Había una vez un grupo de gatos callejeros que estaban dando buena cuenta de los restos de sardinas que les habría puesto el dueño de un restaurante, cuando de pronto se oyó un fuerte estruendo:

- **PÁG. 10-11. EXT. DÍA - NIÑOS TIRANDO PETARDOS.**

Viñeta: aparecen unos niños en la calle encendiendo unos petardos.

NARRADORA

¡Plof! ¡Plof! ¡Plof!

Unos gamberretes habían tirado petardos muy cerquita de ellos y los pobres gatitos asustados huyeron despavoridos...

Cada uno tiró hacia un lado y nuestro protagonista, un pequeño y peludito gatito gris atigrado, se metió debajo de un coche que estaba aparcado muy cerca de donde estaban ellos.

- **PÁG. 12-13. GATO JUNTO A UN COCHE.**

Viñeta: aparece el gato protagonista junto a un vehículo.

GATO

"Aquí además estaré a salvo y calentito" - se dijo, y viendo un agujero en el motor se subió de un brinco y se quedó allí agazapado.

NARRADORA

Se acurrucó y se durmió plácidamente...

- **PÁG. 14-15. INTERIOR DEL MOTOR DEL COCHE**

Viñeta: gato dentro del motor del coche atrapado y con cara de susto maullando.

NARRADORA

Al rato, le despertó un ruido...

"Run Run Run"

Era el motor del coche que se había puesto en marcha y circulaba por la ciudad.

NARRADORA

El pobre gato empezó a maullar ...

"¡Miau! ¡Miau! ¡Miau!"

Pero nadie le oía, ya que estaba en el motor.



- PÁG. 16-17. INT. GARAJE.

Viñeta: Una viñeta grande donde se ve el coche aparcado en un garaje subterráneo de una comunidad de vecinos y el pobre gatito maullando.

NARRADORA

Al poco tiempo el coche entró en el garaje, su dueño salió del vehículo y subió a su casa. El gatito, trató de salir de su escondite, pero le fue imposible:

*¡estaba atrapado!*

Hasta que una vecina que bajó a por su coche le escuchó maullar:

*¡Miau!, ¡Miau!, ¡Miau!"*

- PÁG. 18-19. INT. GARAJE

**Sin viñeta**

MARÍA

*"Parece un gato..., pero no sé dónde está metido"*

NARRADORA

Y empezó a buscar y a buscar hasta llegar al coche de su vecino; al oírle maullar dio golpecitos en el capó, pero el gato no salía, así que decidió llamar a Pedro (que así se llamaba el vecino).

MARÍA

*"¿Puedes bajar un momento?"*

*¡Creo que hay un gato en tu coche y no puede salir!"*

PEDRO

*"¡Enseguida bajo María!"*

- PÁG. 20-21. INT. GARAJE.

Viñeta: Viñeta donde se ven a María y a Pedro abriendo el capó del coche de Pedro y descubriendo al pequeño gatito sucio y asustado.

NARRADORA

Pedro bajó, abrió el capó y allí vieron a un pequeño gatito sucio y asustado que maullaba sin parar y tenía un ojito medio cerrado. Entonces Pedro se puso unos guantes que tenía en el coche para prevenir que le arañara el minino, ya que estaba muy asustado y nervioso.

PEDRO

*"Tranquilo, que no te vamos a hacer nada malo."*



- PÁG. 21-22. INT. GARAJE.

NARRADORA

Y con mucha suavidad fue acercando sus manos hasta que lo pudo liberar.

PEDRO

*"Ya estás a salvo pequeño",*

y dirigiéndose a María le dijo: *"¿Por qué no le llevamos al veterinario que le examinen el ojito?"*

MARÍA

*"Me parece muy bien, así también descartamos que tenga otros daños.",*  
dijo María.

NARRADORA

Y allí que se fueron.

-PÁG. 24-25. INT. VETERINARIO - DÍA

Viñeta: María y Pedro están en la consulta del veterinario con el gatito.

NARRADORA

El veterinario les tranquilizó...

VETERINARIO

*"No tiene nada, se podía haber quemado con el motor o se podía haber roto una patita luchando por salir del escondite. Milagrosamente solo tiene un ojo irritado por los gases del motor, pero no es grave, con unas gotitas mañana estará como nuevo."*

-PÁG. 26-27. INT. CASA MARÍA - DÍA - SALÓN

Viñeta: aparece María en su casa colocando al gatito agua y comida.

NARRADORA

Así que volvieron a casa con el gatito y decidieron que María se lo quedaría esa noche para cuidarlo. Ya al día siguiente hablarían de qué hacer con él.

La chica lo limpió, le puso agua y comida, le echó las gotitas en el ojo y se fueron a dormir.

-PÁG. 28-29. INT. CASA MARÍA - DÍA - CAMA

Viñeta: El gatito despierta a María con su colita.

NARRADORA

A la mañana siguiente, María se despertó al sentir cosquillas en la cama, abrió los ojos y allí estaba el gatito rozándole una y otra vez con su suave colita.



MARÍA

*"Hola pequeñín!, ¿qué tal has dormido?"*

NARRADORA

Al cogerle vio que ya tenía el ojito bien y se puso muy contenta. Se levantó, fueron a desayunar a la cocina y el gatito feliz se relamía con el desayuno.

**-PÁG. 30-31. INT. CASA MARÍA - SALÓN**

46 Viñeta: El gatito mira a María maullando muy alegre y moviendo su colita.

NARRADORA

Al terminar, María se fue a la ducha, el gatito la siguió y esperó para jugar con ella. Como los dos estaban muy contentos de estar juntos, María le preguntó:

MARÍA

*"¿Qué te parece si te quedas a vivir conmigo?, aquí estarás calentito, comerás bien y a mí me harás compañía",*

y el pequeño gato le contestó con un "miau" muy alegre, como si lo hubiera entendido todo, mientras le movía la colita.

**-PÁG. 31-32. INT. CASA MARÍA - SALÓN**

NARRADORA

Así que María le dijo: MARÍA

*"Bueno, pues ahora tenemos que buscarte un nombre... a ver qué te parece si te llamo ... Umm, ¡SUERTUDO!, porque la verdad es que has tenido mucha suerte de que te encontráramos... ¡No!, es un poco largo, tiene que ser un nombre más corto... a ver a ver ... ya sé, te llamaremos Lucky qué justo significa afortunado y suena muy bien, ¿a que sí Lucky?"*

NARRADORA

Y el gatito volvió a mover su colita con alegría.

Desde entonces se hicieron muy buenos amigos. María le cuidó mucho y así fue como Lucky encontró un hogar y nunca más tuvo que esconderse en sitios peligrosos.

Así termina la historia de un pequeño gato callejero que se convirtió en el rey de la casa de María.

DIBUJO

CONTRAPORTADA







## REDES SOCIALES

Las redes sociales, en concreto Instagram, también serán **utilizadas para promover la página web**.

Se compartirá **contenido relevante y recursos** sobre la dislexia y otros trastornos del niño, además de **enlaces a los cuentos** y otros recursos de la página web.

También **enlaces a los videos** del canal de **YouTube** y se promoverá el foro para estimular la participación.

Y se usarán las redes sociales **para conectar con otros expertos** en la dislexia y para **construir una comunidad de apoyo para los padres** y los niños con dislexia.



## 1.7 Argumentos centrados en el usuario

Esta sección se centrará en **4 hipotéticos individuos** (diferentes usuarios), definidos psicológicamente. Describiré sus rutas cronológicas e individuales a través de este proyecto, indicando sus particulares estilos de vida y cómo el proyecto es relevante para ellos.

Además, están claramente definidos sus puntos de entrada en cada servicio (canales) y los elementos que les motivan y les llaman a la acción.

NOTAS:

Perfiles:

1. Niños con dislexia
2. Niños con autismo
3. Niños con TDAH
4. Niños con otros trastornos de conducta (TOC)

*“No se puede comprar compromiso. Tienes que generar compromiso “*

— Tara-Nicholle Nelson

*“Sucederán cosas asombrosas cuando escuche al consumidor”*

— Michael Hyatt



10-12 AÑOS

**CASO 1**  
**Espectro Autbta**  
**Beltrán, 12 años.**

Ruso.

**Perfil psicológico:** sufre de trastorno del espectro autista.

**Detonante:** Sus padres están separados y tiene un hermano gemelo (sin ningún trastorno). Ellos viven desde muy pequeños con su madre en España, la cual busca siempre recursos educativos y consejos prácticos para ayudar al niño a mejorar en sus habilidades sociales.

Ella, en su intensa lucha por los derechos de una adecuada educación para estos niños especiales, propone a los profesores del Colegio donde lleva a sus hijos, que investiguen la nueva web **"Aprende con nosotros"**, donde se proponen varias herramientas y proyectos para ayudar a las familias de estos niños y a los docentes a través de sus redes sociales y demás plataformas digitales como su web.

RSS / web

Aprende con nosotros

6 - 9 AÑOS

**CASO 3**  
**Disléxicos**  
**Olga, 7 años.**

España

**Perfil psicológico:** niña con dislexia. Ha estado luchando con la lectura durante años.

**Detonante:** Sus padres han buscado ayuda profesional y están buscando recursos en línea para ayudar al niño a mejorar su fluidez lectora. Descubren que acaba de salir una nueva colección de cuentos llamados **Aprende con nosotros**, los cuales son muy dinámicos y fáciles para leer, que le apasionan por las grandes ilustraciones que hay en ellos y todas las historias que cuentan a través de diferentes animales.

Pero además, los padres han descubierto el **DocuMental** es tv de estos cuentos, que les ayuda a entender mejor a su hijo y poder ayudarlo, así que están encantados.

DOCU TV / CUENTOS

**CASO 2**  
**TDAH**

Diana, 10 años.

Origen ucraniano, vive en Benidorm.

**Perfil psicológico:** es un niño con TDAH que está luchando para concentrarse en la escuela.

**Detonante:** Sus padres están buscando recursos para ayudar al niño a mejorar su capacidad de concentración y autocontrol. **Aprende con nosotros**, parece una muy buena opción que les genera cierto interés a investigar. Así deciden consumir su **Canal de Youtube**, que ofrece información actualizada de los diferentes trastornos y descubren que también disponen de una **App** donde su hija puede ver los cuentos en un formato distinto al físico y más contenido audiovisual en las **RSS**.

YOUTUBE / APP

CUENTOS

**CASO 4**  
**Trastornos de conducta (TOC)**

Ángel, 9 años.

Español, nacido en Madrid. Niño con otro trastorno de conducta.

**Perfil Psicológico:** un niño con trastornos obsesivo-compulsivos que está luchando para controlar sus compulsiones.

**Detonante:** Sus padres están buscando recursos para ayudar al niño a controlar su ansiedad y mejorar su capacidad de autocontrol. Precisamente, una de sus profesoras les recomendó particularmente el **Canal de Youtube de Aprende con nosotros**, donde se podrá entretener viendo los videos sobre los cuentos de este Proyecto, y además encuentra varias historias en **Audi-cuentos** que pueden calmarle.

Audi-Cuentos

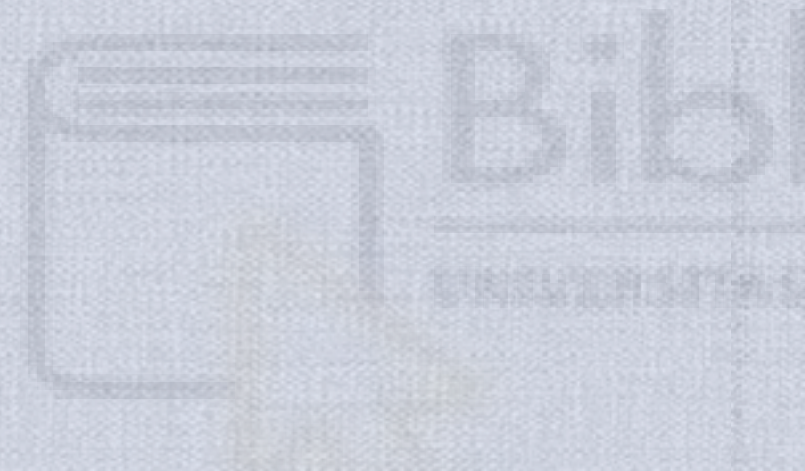




## 2. ESPECIFICACIONES FUNCIONALES







## 2. 1 Formulario multiplataforma

Estos elementos multiplataforma forman parte de la estrategia de DyS-LEXIA para llegar a una amplia audiencia a través de diferentes canales y plataformas, permitiendo así una mayor participación y compromiso de la comunidad de usuarios interesados en el proyecto. Asignando cada trama a la plataforma. Cada elemento cumple un papel único y complementario en la difusión de información, la creación de comunidad y la generación de experiencias interactivas.

### 1. Webisodio (CÁPSULAS DE INFORMACIÓN)

Presento cápsulas de información cortas y temáticas relacionadas con la dislexia. Estas cápsulas de información **proviene del documental**. Pueden abordar diferentes aspectos de la dislexia, como los síntomas, las estrategias de apoyo, las historias de éxito, consejos para los padres, etc. El objetivo es proporcionar información clara y concisa en un formato de video fácilmente accesible y digerible para los usuarios.

En estas cápsulas, presento a expertos en el tema, testimonios de personas con dislexia, ejemplos prácticos y recursos útiles. El contenido será educativo, informativo y atractivo visualmente para captar la atención de la audiencia. Además, el lenguaje y el tono utilizado será comprensible y accesible para las personas con dislexia.

Estas cápsulas de información **serán publicadas en la página web de DyS-lexia y también compartidas en YouTube**. Es una forma efectiva de brindar conocimientos, consejos y recursos a las familias de niños con dislexia, así como de generar conciencia y comprensión sobre este trastorno de aprendizaje.



## 2. Eje de la comunidad (PÁGINA WEB / REDES SOCIALES DEL PROYECTO)

**La página web actúa como un centro de información y recursos** para los usuarios, brindando detalles sobre el proyecto, los cuentos, los servicios y la comunidad en general.

Las redes sociales, como **Facebook y Instagram, se utilizan para interactuar** con los seguidores, compartir contenido relevante, promocionar eventos y generar participación de la comunidad.

## 3 Casual Games (TIPOLOGÍA DE PRUEBAS Y RETOS ON-LINE)

Los casual games **son juegos en línea** que están diseñados para ser fáciles de jugar y disfrutar sin una curva de aprendizaje complicada.

Estos juegos **se pueden encontrar en la página web de DyS-LEXIA**. Estos juegos pueden incluir desafíos relacionados con la lectura, la escritura, la ortografía u otras habilidades relevantes para los niños con dislexia.

## 4 Presentación Física (LOS CUENTOS)

Consideraré organizar eventos de lanzamiento o presentaciones físicas de la colección de cuentos especiales para niños con dislexia como producto principal en librerías, escuelas, centros educativos o incluso en eventos temáticos relacionados con la dislexia.

Durante estas presentaciones, se pueden realizar actividades interactivas, como lecturas de cuentos, sesiones de preguntas y respuestas, talleres creativos o demostraciones relacionadas con la dislexia y la importancia de la lectura inclusiva.

El objetivo sería brindar a los niños, padres, educadores y profesionales la oportunidad de conocer de cerca mis cuentos especiales, interactuar con ellos, obtener información adicional y generar conciencia sobre la dislexia y la importancia de abordarla de manera inclusiva.

Estas presentaciones físicas pueden complementarse con el uso de materiales visuales, como carteles, folletos informativos y exhibiciones que muestren los beneficios y características de tus cuentos.

Además, de aprovechar estas oportunidades para recopilar comentarios y testimonios de aquellos que han experimentado la lectura de mis cuentos, lo que podría ayudarme a mejorar y promocionar aún más mi producto.

Adaptaré mis estrategias según mis recursos y posibilidades, siempre enfocándome en generar un impacto positivo en la comunidad de niños con dislexia y sus familias.



## 5 Social TV

El “Social TV” es un enfoque en el que **se utiliza la televisión** o contenido audiovisual para generar participación y conversación en las redes sociales. En este caso, promocionaré **el documental** a través de mis plataformas de redes sociales y animaré a los espectadores a comentar, compartir y discutir el contenido del documental.

Además, **utilizaré el documental como material para generar los webisodios** (contenido adicional): fragmentos destacados, entrevistas con expertos o participantes del documental, preguntas y respuestas en vivo, entre otros. Esto ayudaría a mantener la conversación en línea y a involucrar a la comunidad en torno al tema de la dislexia.

**El objetivo del “Social TV” es generar interacción y participación de la audiencia a través de las redes sociales**, por lo que es importante utilizar estrategias de promoción, como hashtags relevantes, invitaciones a comentar y compartir, y la creación de contenido relacionado para mantener viva la conversación en línea.

## 2. 2 Normas de engagement

A través de estos canales de engagement, como las redes sociales, la página web, el documental y el spot publicitario, busco generar interés y captar la atención de los niños con dislexia, así como de los centros de educación Asociaciones de Dislexia y profesionales especializados en niños con problemas con dislexia.

Cada canal ofrecerá diferentes formas de interactuar y obtener información sobre los productos y servicios, permitiendo a los usuarios escoger la opción que mejor se adapte a sus necesidades e intereses.

Además, se buscará generar un creciente interés y atraer potenciales clientes a través de la estética, la experiencia inmersiva y el impacto emocional de los cuentos y otros elementos de la marca.

→ **Diseño de los cuentos:** los cuentos estarán diseñados de manera accesible y atractiva para los niños con dislexia, utilizando tipografías y lenguaje visual adecuado. Se enfocará en fomentar la comprensión lectora y el desarrollo de valores.

→ **Aportación del usuario:** se permitirá a los usuarios compartir sus experiencias, comentarios y sugerencias relacionadas con los cuentos y otros productos. Esto fomentará la participación y el sentido de comunidad.

→ **Suscripción:** Se ofrecerá la opción de suscripción a través de la cual los usuarios podrán recibir actualizaciones, noticias y promociones de la colección de cuentos y otros productos relacionados.

→ **Enlaces a API con otros servicios:** Se podrán incluir enlaces a servicios externos como Facebook Connect para facilitar el acceso

y la interacción de los usuarios con las redes sociales.

→ **Privacidad de los datos:** se garantizará la protección y confidencialidad de los datos personales de los usuarios de acuerdo con las leyes y regulaciones vigentes. Se establecerán políticas claras de privacidad y se informará a los usuarios sobre el uso de sus datos.

→ **Comunicación del usuario:** se promoverá la comunicación abierta y respetuosa entre los usuarios y la marca. Se animará a los usuarios a compartir sus opiniones, preguntas y testimonios.

→ **Términos y condiciones:** se establecerán los términos y condiciones para el uso de los servicios y productos ofrecidos. Esto incluirá información sobre derechos de autor, propiedad intelectual, responsabilidades legales y cualquier otra consideración relevante.



## APORTACIÓN DE USUARIO

### ENLACES DE INTERÉS

Web: [www.dyslexia.es](http://www.dyslexia.es)

Instagram: [@dislexia.org](https://www.instagram.com/dislexia.org)

Facebook: [www.facebook.com/Dys-lexia](https://www.facebook.com/Dys-lexia)

Canal de Youtube: **DYS - LEXIA S.A.**

Gmail: [dyslexia@gmail.com](mailto:dyslexia@gmail.com)

### PRIVACIDAD DE DATOS

#### Responsable – ¿quién es el responsable del tratamiento de los datos?

Identidad: **DYS - LEXIA S.A.**

Domicilio social: Avinguda Mestral, 2. Villajoyosa (ALicante)

DNI: 49001642G

Información de contacto: 605559270

Correo Electrónico: [dyslexia@gmail.com](mailto:dyslexia@gmail.com)

Contacto: Olga Martínez

Nombre del dominio: [www.dyslexia.es](http://www.dyslexia.es)

## TERMINOS Y CONDICIONES

### INFORMACIÓN GENERAL

Este sitio web es operado por DyS-LEXIA. En todo el sitio, los términos “mi” y “mis”, se refieren a DyS-LEXIA S.A. DyS-LEXIA ofrece este sitio web, incluyendo toda la información, herramientas y servicios disponibles para ti (el usuario) en este sitio, está condicionado a la aceptación de todos los términos, condiciones, políticas y notificaciones aquí establecidos.

Al visitar nuestro sitio y/o comprar algo, participas en mi “Servicio” y aceptas los siguientes términos y condiciones (“Términos de Servicio”, “Términos”), incluidos todos los términos y condiciones adicionales y las políticas a las que se hace referencia en el presente documento y/o disponible a través de hipervínculos. Estas Condiciones de Servicio se aplican a todos los usuarios del sitio, incluyendo sin limitación a usuarios que sean navegadores, proveedores, clientes, comerciantes, y/o colaboradores de contenido.

Por favor, lee estos Términos de Servicio cuidadosamente antes de acceder o utilizar nuestro sitio web. Al acceder o utilizar cualquier parte del sitio, estás aceptando los Términos de Servicio. Si no estás de acuerdo con todos los términos y condiciones de este acuerdo, entonces no deberías acceder a la página web o usar cualquiera de los servicios. Si las Términos de Servicio son considerados una oferta, la aceptación está expresamente limitada a estos Términos de Servicio.

Cualquier función nueva o herramienta que se añada a la tienda actual, también estará sujeta a los Términos de Servicio. Puedes revisar la versión actualizada de los Términos de Servicio, en cualquier momento en esta página. Nos reservamos el derecho de actualizar, cambiar o reemplazar cualquier parte de los Términos de Servicio mediante la publicación de actualizaciones y/o cambios en nuestro sitio web. Es tu responsabilidad chequear esta página periódicamente para verificar cambios. Tu uso continuo o el acceso al sitio web después de la publicación de cualquier cambio constituye la aceptación de dichos cambios.

Nuestra tienda se encuentra alojada en Shopify Inc. Ellos nos proporcionan la plataforma de comercio electrónico en línea, que nos permite vender nuestros productos y servicios.



## 2. 3 Plataformas y canales

### CANALES OFFLINE

**1. Cuentos para niños con dislexia:** se trata de una colección de cuentos pensada y diseñada especialmente para niños con problemas de comprensión lectora, en particular aquellos que enfrentan la dislexia.

Esta colección de cuentos está destinada a niños de diversas edades:

**Nivel I (de 5 a 6 años): El abuelo.**

**Nivel II (de 6 a 8 años): Mozart y Soñador.**

**Nivel III (de 8 a 10 años): Lucky**

**Nivel IV (de 10 a 12 años): Meg**

Tiene como objetivo principal fomentar el desarrollo de la narración y la comprensión lectora en estos niños, al tiempo que promover su habilidad creativa, además de inculcar valores fundamentales como la empatía, el respeto, el cuidado, la diversidad y la sensibilidad.

Utilizo un lenguaje sencillo, divertido y adaptado a las necesidades de estos niños, con frases breves, y un vocabulario cotidiano, acompañado de un diseño visual especial que incluye tipografía

especial, uso del color de fondo y dibujos.

El enfoque visual es fundamental, ya que las ilustraciones ayudan a todos los niños, especialmente a aquellos con dislexia, a comprender mejor la historia.

He optado por historias reales protagonizadas por animales para captar su atención y despertar su interés, con un estilo único y diferente al que se encuentra en el mercado actual. Esta propuesta ofrece una forma creativa de trabajar con los niños para desarrollar sus habilidades narrativas y de lectura. Además, resulta altamente motivadora, ya que fomenta su interés por aprender y mejorar su capacidad lectora y de comprensión.

En resumen, mi colección de cuentos personalizados están diseñados para brindar una experiencia enriquecedora a niños con dificultades de lectura y comprensión, particularmente aquellos que se enfrentan la dislexia.

A través de un lenguaje y diseño adecuados, les ofrezco historias cautivadoras protagonizadas por animales, estimulando su desarrollo narrativo, su habilidad lectora y fomentando valores fundamentales para su crecimiento personal.

**2. Merchandising:** basado en la colección de cuentos personalizados, ofreciendo una variedad de productos que complementarán y ampliarán la experiencia de los niños con las historias. El diseño de los productos debe estar alineado con el estilo visual de los cuentos, utilizando las ilustraciones y tipografías especiales que caracterizan a la colección. Además, debo considerar la calidad de los materiales y la durabilidad de los productos para asegurar la satisfacción de los usuarios.

El merchandising basado en los cuentos personalizados no solo será atractivo para los niños, sino que también servirá como una forma de promoción de la colección, generando interés y difundiendo el mensaje sobre la importancia de la narración, la comprensión lectora y los valores que se promueven en los cuentos.

- **Agendas:** con portadas personalizadas que representen los cuentos. Serán útiles para que los niños puedan tomar notas, escribir sus propias historias, etc.
- **Juegos de cartas y tarjetas de vocabulario:** para ayudar al aprendizaje del vocabulario en cualquier lengua que se aprenda y basado en los personajes y temáticas de los cuentos.

Se adaptarán una serie de tarjetas con las ilustraciones de los animales protagonistas y elementos interactivos que promuevan el aprendizaje y la diversión, para que puedan usarse en los mismos centros y en las casas de cada niño.

- **Tazas:** con ilustraciones y frases inspiradoras de los cuentos. Estas tazas serán ideales para acompañar momentos de lectura o para disfrutar de una bebida mientras se sumergen en el mundo de las historias.
- **Material educativo especial:** como cuadernos de actividades y libretas con las hojas impresas en los colores de base estudiados para que puedan escribir mejor, láminas didácticas o fichas de ejercicios relacionados con los cuentos. Esto permitirá que los niños refuercen su comprensión lectora y desarrollen habilidades específicas mientras se divierten.

**3. Tiendas físicas:** serían el último eslabón de la cadena, para vender todo el merchandising y el material especial para niños con dislexia. Seguirían un diseño que invite a realizar un recorrido a través de toda la tienda para verlo todo hasta llegar al mostrador. Espacios agradables donde los niños se sientan agusto y puedan disfrutar de material educativo diseñado para ellos.



## CANALES ONLINE

**Sitio Web:** Página web general de la organización. Está compuesta por:

Menú superior principal: TEST DE CRIBADO - ALTAS CAPACIDADES - CUENTOS - INTELIGENCIA EMOCIONAL - JUEGOS - AUDIOCUENTOS - VIDEOTECA - APRENDIZAJE - RECOMENDACIONES - SOBRE MÍ - CONTACTO

Página de inicio: descripción del documental y su objetivo principal. Se destaca la importancia de comprender y apoyar a los niños con dislexia y su impacto en las familias, al igual que otros trastornos.

Sobre la dislexia: sección dedicada a la dislexia, donde se explica qué es, sus características, cómo se diagnostica y cómo afecta a los niños en su aprendizaje.

Otras secciones: Testimonios de padres y niños con dislexia para brindar perspectivas personales. Recursos para profesores. Talleres. Historias de éxito. Valores.

Además de enlaces para acceder a las redes sociales Instagram y Facebook y el canal de YouTube.

**RRSS** (Instagram, Facebook): destinadas para complementar el contenido del canal de YouTube y ampliar el alcance compartiendo y publicando:

- Noticias, curiosidades y mitos que se han ido contando sobre las dislexia.

- Citas motivadoras relacionadas con la dislexia, resaltando el potencial y las fortalezas de los niños con dislexia, con imágenes atractivas y llamativas.

- Infografías educativas: crearé infografías visuales que presenten datos interesantes, consejos prácticos o información educativa sobre la dislexia.

- Historias destacadas: para organizar contenido relevante, como testimonios de familias, consejos prácticos, eventos o recursos recomendados.

- Sesiones en directo con algunos profesionales sobre la dislexia para que compartan sus conocimientos y las personas puedan enviar sus preguntas. Esto fomentará la interacción y la participación de la comunidad.

- Recomendaciones de libros y recursos, aplicaciones, juegos y otros recursos que sean útiles para las familias de niños con dislexia. Incluyendo reseñas breves y los enlaces de compra o descarga a mi web.

**Canal de YouTube:** incluye una variedad de contenido educativo, informativo y de apoyo. Contenido del canal:

- Entrevistas: se publicarán entrevistas completas con familias, expertos en dislexia, profesionales de la salud y educadores que nos puedan ofrecer información valiosa y consejos prácticos sobre la dislexia.

- Testimonios personales: se compartirán historias inspiradoras tanto de niños como de adultos famosos y personas importantes con dislexia que han superado desafíos y han logrado el éxito en diferentes áreas de sus vidas. Estas historias pueden brindar esperanza y motivación a las familias.

- Consejos y estrategias: videos cortos para ofrecer consejos prácticos para las familias sobre cómo apoyar a sus hijos con dislexia: temas como técnicas de estudio, adaptaciones en el aula, uso de tecnología de asistencia y manejo de emociones.

- Recursos y herramientas: se compartirán recursos útiles, como aplicaciones, programas de software, libros adaptados y materiales de aprendizaje específicos para niños con dislexia. Con reseñas y recomendaciones basadas en la experiencia y las opiniones de expertos.

- Tutoriales y demostraciones: videos que mostrarán técnicas de enseñanza específicas para ayudar a los niños con dislexia a mejorar sus habilidades de lectura, escritura y ortografía. Se pueden incluir actividades interactivas y juegos educativos.

- Preguntas y respuestas: invito a la audiencia a enviar preguntas relacionadas con la dislexia y responder a ellas en videos dedicados. Esto puede ayudar a abordar inquietudes comunes y brindar orientación adicional a las familias.

- Eventos y conferencias: Si tengo la oportunidad de asistir a conferencias o eventos relacionados con la dislexia, puedo compartir resúmenes de las charlas y talleres más relevantes, destacando los puntos clave y las ideas principales.

- Colaboraciones y testimonios de expertos: buscaré oportunidades para colaborar con organizaciones o expertos en el campo de la dislexia para realizar entrevistas conjuntas, compartir recursos y ampliar la visibilidad de tu canal.

Debo mantener publicaciones regulares, interactuar con mi audiencia a través de los comentarios y preguntas y promover mi contenido en las redes sociales para ayudar a construir una comunidad comprometida y llegar a más familias que puedan beneficiarse de la información.



**Documental:** dirigido a las familias de los niños con dislexia, de una duración aproximada de 2h para emitir en Tv. Contenido del documental:

- Investigación y conocimiento: una investigación exhaustiva sobre la dislexia, sus causas, síntomas, diagnóstico y formas de apoyo. Familiarízate con las dificultades específicas que enfrentan los niños con dislexia y cómo impacta en su vida académica y emocional.

- Historias personales: incluye testimonios reales de familias con niños disléxicos. Entrevista a padres, hermanos y a los propios niños para que compartan sus experiencias, desafíos y logros. Esto ayudará a crear empatía y comprensión hacia las dificultades que enfrentan.

- Expertos en dislexia: entrevistas con profesionales especializados en dislexia, como psicólogos, pedagogos, terapeutas o neurólogos. Estos expertos brindan información más detallada sobre la dislexia, estrategias de apoyo y recursos disponibles.

- Educación y concienciación: documental destinado a educar a las familias sobre cómo pueden apoyar a sus hijos disléxicos. Con consejos prácticos, estrategias de aprendizaje y recursos disponibles, como programas de intervención

temprana, tecnología de asistencia y terapia especializada.

- Aspectos emocionales y sociales: esta sección explora cómo la dislexia puede afectar emocionalmente a los niños y a sus familias. Habla sobre los desafíos en la autoestima, la ansiedad y la interacción social, y ofrece consejos para manejar estos aspectos y fomentar una mentalidad positiva.

- Recursos y organizaciones: se destacan las organizaciones, grupos de apoyo y recursos disponibles para las familias de niños con dislexia. Proporciono información sobre programas educativos, terapias, tutorías y los materiales de aprendizaje específicos para disléxicos.

- Esperanza y éxito: Muestra ejemplos de personas exitosas con dislexia en diferentes campos, como el arte, la ciencia o los negocios. Esto ayudará a transmitir un mensaje de esperanza y a mostrar que la dislexia no limita el potencial de los niños.

- Accesibilidad: documental accesible para todos, incluye subtítulos, traducciones.

La información se muestra de manera clara, visualmente atractiva y comprensible para las familias.

**Spot publicitario:** un video atractivo y convincente que transmite el mensaje central de mi producto. Es importante reflejar que estas historias que los niños van a poder disfrutar en los cuentos proceden de la realidad y que sus padres van a poder leerlas con ellos una y otra vez.

Narrativa clara: basada en una de las historias reales narradas en la colección de cuentos especiales para la dislexia. Mostrará la necesidad de proporcionar información y recursos a las familias para que puedan ayudar a sus hijos de manera efectiva.

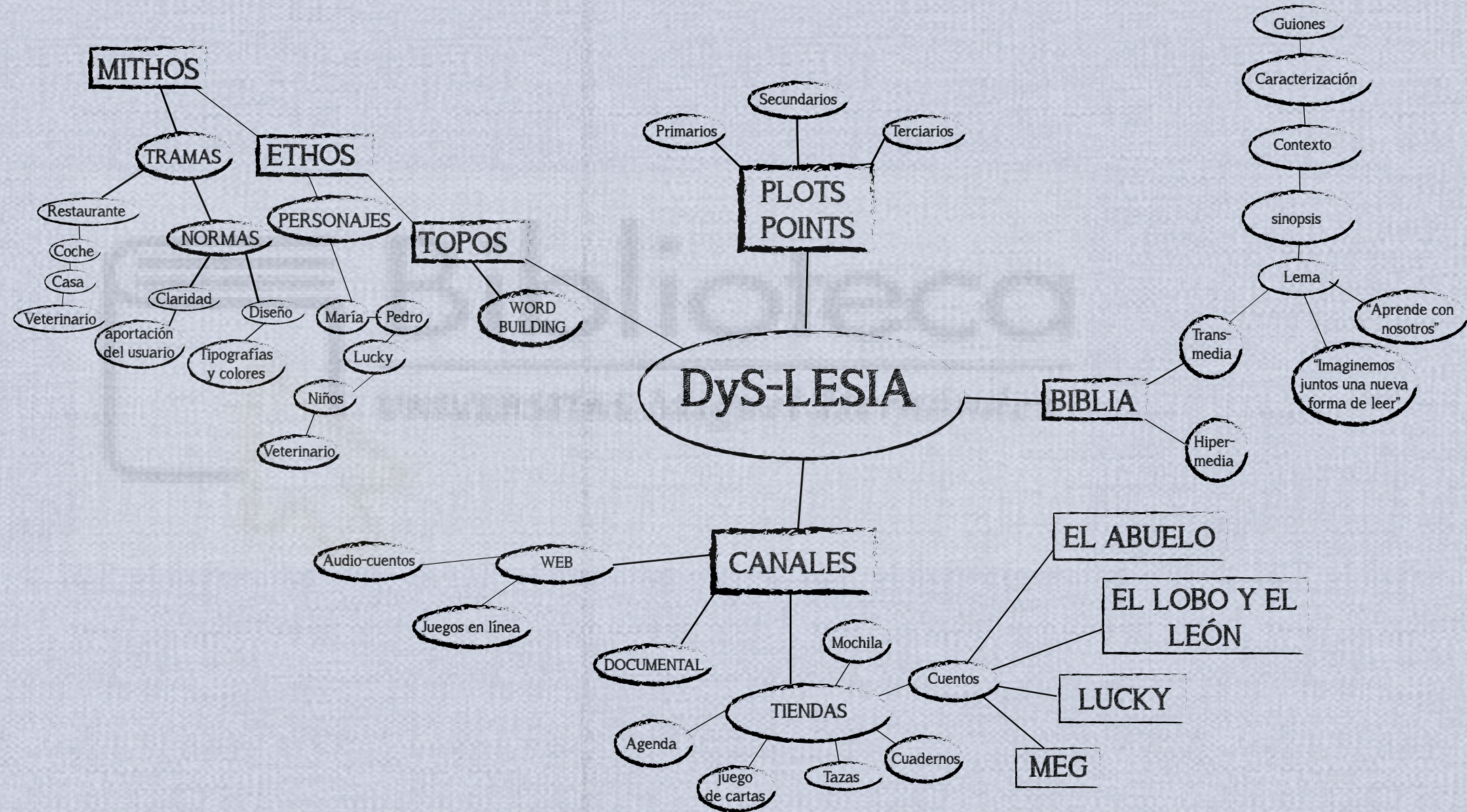
Imágenes emocionales: utiliza imágenes emotivas que muestran las experiencias y los desafíos a los que los protagonistas se enfrentan en cada una de las historias que se verán en los cuentos para niños con dislexia. Esto ayudará a crear empatía y generar conexión con el público objetivo.

Mensaje positivo: me enfocaré en transmitir un mensaje de esperanza y empoderamiento. Destacando los logros y las capacidades de los protagonistas y enfatizando que con el apoyo y esfuerzo adecuado, pueden alcanzar su máximo potencial y sus metas.

Llamado a la acción: Al final del spot publicitario, incluiré un llamado a la acción claro, visitar la página web, suscribirse a tu canal de YouTube y unirse a la comunidad en las redes sociales, para que las personas interesadas puedan obtener más información.



## 2. 4 Visión general del servicio





## 2. 5 Viaje del usuario

El ‘viaje del usuario’ es un diagrama que refleja las rutas que puede hacer el espectador/consumidor a través del servicio. Muestra, por tanto, una multiexperiencia en una plataforma multicanal.

### EXPERIENCIA DE USUARIO

El viaje del usuario puede variar de un individuo a otro, y es importante adaptar tus estrategias y canales de comunicación para brindar una experiencia personalizada y satisfactoria en cada etapa del viaje.

**Descubrimiento:** El usuario se encuentra con mi servicio a través de diferentes canales, como redes sociales, recomendaciones de amigos, búsqueda en línea o eventos relacionados con la dislexia. Aquí es donde se capta su atención inicial y se interesa por conocer más.

**Investigación:** El usuario realiza una investigación más profunda sobre mi servicio. Puede visitar la página web, explorar las redes sociales del proyecto, leer reseñas y testimonios, e informarse sobre los beneficios y características de mis cuentos especiales para la dislexia. Esta etapa es crucial para que el usuario comprenda el valor y la relevancia de mi servicio para niños con dislexia

**Interacción:** Una vez que el usuario ha decidido involucrarse con mi servicio, puede realizar diferentes acciones interactivas. Esto incluye la suscripción a tu boletín informativo, participación en la comunidad en línea, descarga de muestras de cuentos o la adquisición de los cuentos completos a través de la tienda online. Aquí, el usuario comienza a experimentar mi propuesta de valor.

**Consumo:** El usuario se sumerge en la experiencia de lectura de los cuentos especiales. Puede leer los cuentos en formato impreso si los compra o en digital, según su elección. Durante este proceso, los niños con dislexia encuentran un lenguaje sencillo, divertido y adecuado que les ayuda a comprender y disfrutar de las historias.

**Retroalimentación:** Después de consumir los cuentos, el usuario tiene la oportunidad de brindar retroalimentación sobre su experiencia. Esto puede hacerse a través de reseñas en línea, comentarios en redes sociales, encuestas de satisfacción o incluso comunicación directa conmigo. Esta retroalimentación es valiosa para evaluar el impacto de mi servicio y realizar mejoras continuas.

**Compromiso continuo:** Una vez que el usuario ha experimentado tu servicio y ha proporcionado retroalimentación, es importante mantener un compromiso continuo. Esto implica mantener una comunicación activa a través de actualizaciones, nuevos lanzamientos de cuentos, eventos temáticos y contenido relevante en los canales de redes sociales. El objetivo es mantener el interés y la participación del usuario a largo plazo.

### BENEFICIOS Y UTILIDADES

DyS-LESIA es la organización que formo para englobar mi proyecto de cuentos especiales para niños con dislexia, donde se incluye el ejemplar de “Lucky”, además de ofrecer muchos otros beneficios prioritarios.

**Amplia oferta de contenido:** la empresa ofrece una amplia gama de recursos relacionados con la dislexia, incluyendo la colección de cuentos especiales para niños, merchandising, videos en el canal de YouTube, entrevistas con expertos y el documental. Esta variedad de contenido permite abordar diferentes aspectos de la dislexia y proporcionar a las familias y educadores una fuente completa de información y recursos.

**Acceso a información especializada:** A través del canal de YouTube, las RRSS y el documental, doy acceso a la información especializada sobre la dislexia. Los espectadores y seguidores pueden obtener conocimientos más profundos sobre la condición, comprender sus desafíos y descubrir estrategias y consejos para apoyar a los niños con dislexia.

**Sensibilización y concienciación:** la empresa desempeña un papel crucial en la sensibilización y concienciación sobre la dislexia. A través de los contenidos, puedo educar a la sociedad en general, romper estigmas y promover una mayor comprensión y empatía hacia las personas con dislexia.

**Comunidad de apoyo:** el canal de YouTube y las RRSS permitirán construir una comunidad de apoyo para las familias y personas interesadas en la dislexia y otros trastornos del niño. Los seguidores pueden conectarse entre sí, compartir experiencias y obtener consejos, creando un espacio de apoyo y comprensión.

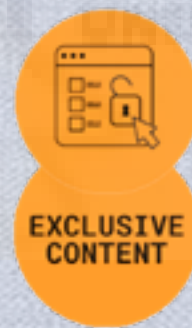
**Generación de oportunidades educativas:** El contenido ofrecido brinda oportunidades educativas para las familias y los educadores. Pueden aprender nuevas estrategias, técnicas y enfoques para apoyar a los niños con dislexia en su desarrollo de habilidades de lectura, comprensión y narración.

**Promoción de la inclusión:** mi proyecto promueve la inclusión al proporcionar recursos y contenido adaptado para los niños con dislexia. Ayudo a romper barreras y proporciono igualdad de oportunidades al ofrecer contenido accesible y diseñado específicamente para satisfacer sus necesidades.



**Crecimiento y desarrollo personal:** A través de los contenidos, la empresa contribuye al crecimiento y desarrollo personal de los niños con dislexia. Los cuentos, videos y entrevistas promueven el desarrollo de habilidades cognitivas, emocionales y sociales, y fomentan valores como la empatía, el respeto y la sensibilidad.

En resumen, los beneficios y utilidades incluyen una amplia oferta de contenido especializado, acceso a información y recursos, sensibilización y concienciación, una comunidad de apoyo, oportunidades educativas, promoción de la inclusión y contribución al crecimiento y desarrollo personal de los niños con dislexia.



## 2. 6 Eventos clave

Hará hincapié en los call to action de cada evento clave, detallando aquellos factores desencadenantes que motiven al usuario a través de las diferentes plataformas. Se refiere a cómo cada usuario entra en el contexto de la narrativa en general.

**Lanzamiento de la colección de cuentos:** este evento clave marca el inicio de mi servicio. A través de mi página web y redes sociales, promociono el lanzamiento de la colección de cuentos especiales para niños con dislexia. El *call to action* sería invitar a los usuarios a explorar los cuentos, obtener más información sobre ellos y realizar una compra si están interesados.

**Publicación del documental:** el lanzamiento del documental es otro evento clave. Promociono el documental en el canal de YouTube y en mis redes sociales, y animo a los usuarios a verlo para obtener una visión más profunda de la dislexia y cómo apoyar a los niños que la tienen. El *call to action* aquí sería invitar a los espectadores a ver el documental y compartirlo con otras personas que podrían beneficiarse de la información.

**Webisodios informativos:** a través de la cápsulas de información en la página web y canal de YouTube, proporciono contenido educativo y consejos sobre la dislexia. Los *call to action* podrían incluir suscribirse al canal para recibir actualizaciones sobre nuevos webisodios, comentar y compartir el contenido, y acceder a recursos adicionales relacionados con la dislexia.

Actividades interactivas en RRSS: para involucrar a la comunidad y fomentar la participación. Publico desafíos, preguntas o actividades relacionadas con la dislexia y animo a los seguidores a participar. Los *call to action* pueden incluir responder a las preguntas, compartir sus experiencias, etiquetar a otros usuarios y utilizar hashtags específicos relacionados con la dislexia.

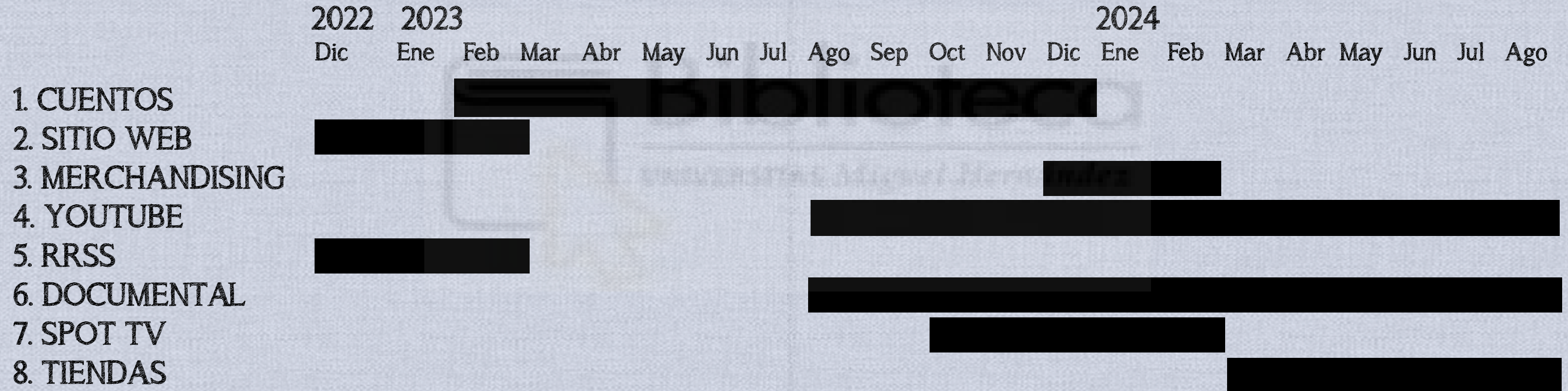
Invitación a eventos y talleres: puedo organizar eventos y talleres relacionados con la dislexia, como charlas, conferencias o sesiones de capacitación en las tiendas físicas. A través de mis canales de comunicación, invito a los usuarios a asistir (online y offline) a estos eventos para aprender más sobre la dislexia y compartir experiencias. Los *call to action* aquí serían registrarse para el evento, obtener más información sobre los temas a tratar y compartir el evento con otras personas interesadas.

Colaboraciones con influencers o expertos: me asocio con influencers o expertos en el campo de la dislexia y realizo colaboraciones, como entrevistas o charlas conjuntas. A través de mis plataformas, promociono estas colaboraciones y animo a los usuarios a verlas para obtener conocimientos y perspectivas adicionales. Los *call to action* pueden incluir ver la colaboración, seguir a los influencers o expertos y participar en la conversación compartiendo comentarios o preguntas.



## 2. 7 Cronograma

Los distintos medios se irán publicando en el tiempo durante casi 2 años, combinándose entre sí algunos de ellos.





## 2. 8 Interfaz y Branding

En 2017, una estudiante de Bellas Artes inició, dentro del proyecto **Lucky**, con la marca “**DyS-LEXIA**” un viaje muy especial a través de las experiencias de niños con dislexia.

Esta marca sienta las bases de un **cuento** que, hoy por hoy, nos permite experimentar y conocer las principales características de la dislexia, en sus diferentes espectros.

Ahora comienza aquí tu propio viaje...

DyS - LEXIA

DX

### Carta de Identidad.

#### Esencia corporativa de la marca

DyS-LEXIA es una marca comprometida con el desarrollo y bienestar de los niños con dislexia. La esencia de la organización se basa en la inclusión, la creatividad y el empoderamiento de estos niños a través de los cuentos personalizados para la dislexia y productos.

Busca ser un referente en el ámbito de la dislexia, brindando soluciones innovadoras y de calidad que promuevan la comprensión lectora, estimulen la imaginación y transmitan valores fundamentales.

#### Personalidad de la marca:

**Cercana:** a los niños con dislexia y sus familias, comprendiendo sus necesidades y brindando un apoyo afectivo y comprensivo.

**Inspiradora:** inspirando a los niños a través de las historias y productos, fomentando su creatividad y motivándolos a desarrollar su potencial.

**Confiable:** compromiso de ofrecer productos de alta calidad y accesibilidad, generando confianza en nuestras soluciones para el aprendizaje y la diversión.

**Innovadora:** Nos destacamos por nuestra constante búsqueda de soluciones innovadoras que se adapten a las necesidades específicas de los niños con dislexia.

**Positiva:** transmitir una actitud positiva hacia la dislexia, promoviendo la superación de desafíos y resaltando las fortalezas y habilidades de estos niños.

Slogan de la marca:

Aprende con nosotros

Imaginemos  
juntos una  
nueva forma  
de leer



## MISIÓN

Contribuir al desarrollo y bienestar de los niños con dislexia, proporcionándoles herramientas de aprendizaje y entretenimiento a través de mis cuentos y productos. Me esfuerzo por mejorar su comprensión lectora, estimular su creatividad y promover valores como la empatía, el respeto, el cuidado y la sensibilidad.

## VISIÓN

MI visión es convertirme en una referencia en el ámbito de la dislexia y la educación inclusiva, brindando soluciones innovadoras y de calidad para apoyar el desarrollo integral de los niños con dislexia. Busco ser reconocida por mi capacidad de generar impacto positivo en la vida de estos niños y sus familias, aportando valor a la comunidad educativa.

## VALORES

1. Compromiso y calidad: me esfuerzo por brindar productos de la más alta calidad, tanto en contenido como en diseño, que cumplan con los estándares de accesibilidad y contribuyan al desarrollo de los niños con dislexia, garantizando una experiencia enriquecedora para mis usuarios.

2. Empatía: valoro la comprensión y empatía hacia las dificultades a las que se enfrentan los niños con dislexia, y me esfuerzo por ofrecer soluciones que se adapten a sus necesidades.

3. Creatividad: promuevo la creatividad en el diseño de mis cuentos y productos, buscando despertar el interés y la imaginación de los niños con dislexia.

4. Inclusión: abogo por la inclusión educativa y social de los niños con dislexia, promoviendo la igualdad de oportunidades y la valoración de sus capacidades.

5. Colaboración: fomento la colaboración con expertos, profesionales de la educación y familias para asegurar que nuestros productos se ajusten a las necesidades reales de los niños con dislexia.

6. Impacto social: busco generar un impacto social positivo, ofreciendo recursos que ayuden a los niños con dislexia a superar obstáculos y desarrollar su potencial.



### 3. ESPECIFICACIONES DE DISEÑO





## 3.1 Introducción a las directrices de branding y diseño

Ésta es una guía de estilo y diseño de tratamiento en la que se describe la filosofía de la marca de la propiedad a través de las diferentes plataformas. Se tratarán aspectos como el diseño de tipografías y otros elementos como el color que puede tener explicaciones precisas para su uso en cada plataforma. También se incluirá la primera vista del look & feel de interfaces clave en el servicio.

El siguiente **Manual de Identidad Corporativa** contiene todas las directrices acerca de la imagen de **la marca DYS-LEXIA**. Es esencial, ya que reúne los elementos visuales y comunicativos que distinguen a la organización, a la vez que comunica la cultura de la compañía y cómo ésta se refleja en los productos o servicios que ofrecemos (su uso interno y externo). Nuestra imagen debe perdurar en el público.

Es mucho más que una expresión gráfica: es una representación de cómo nos comunicamos ante nuestros stakeholders, "es el ecosistema de nuestra empresa".

Esta guía de diseño será útil para muchas personas, desde los mismos creadores de contenido internos hasta todos los colaboradores externos que podamos tener, pasando por los diseñadores y demás especialistas.

**El color y las tipografías** son los elementos más rotundos para la eficacia, la diferenciación y la identificación de este proyecto, tanto es así que lo hará un 80 % más reconocible.

Para comunicar, debemos usar los mismos colores en todos los mensajes, desde los que se imprimen (como los documentos oficiales) hasta los que se usan en la Web o se utilizan en los rótulos o en la señalética, para crear una "**experiencia de marca**" absoluta.

Cada color provoca una emoción diferente: **vendemos un producto cuyas cualidades son "legibilidad, acceso a personas con dislexia, problemas para la comprensión lectora"** y por ello he seleccionado un **esquema de color** acorde a esta industria:

DYS - LEXIA



En la actualidad la problemática de la dislexia no ha sido abordada desde la disciplina del Diseño Gráfico.

Mi objetivo en este punto es poder determinar qué combinación entre la tipografía y el **color de fondo** ofrece mejores resultados **en textos base impresos**, tomando como parámetro la legibilidad, en función de contribuir en el desarrollo de los procesos de aprendizaje de niños/ as con dislexia para disminuir las dificultades a las que se enfrentan en el momento de la lectura.

Con esta problemática, todas las investigaciones precedentes que he podido encontrar han abordado **la combinación entre tipografía y color** en formato digital, sin embargo, esta combinación **en formato impreso aún no ha sido investigada** y los distintos profesionales que realizan terapias o que trabajan con estas personas generan sus propios materiales gráficos a través de la propia práctica con los pacientes y en el intercambio entre profesionales en distintos espacios de encuentro.

En la Educación Primaria, el material con el que se trabaja mayormente es formato impreso, y no se encuentra diseñado para usuarios con dislexia, sino que está centrado en un usuario genérico, no atendiendo a necesidades específicas.

En resumen, no existen piezas que provengan del Diseño Gráfico que sirvan como herramienta para aplicar en estos contextos.

## DISLEXIA Y LECTURA

Primero voy a explicar cómo leen las personas con dislexia, los diferentes factores que existen en el diseño y el contenido del texto y cómo afectan a la legibilidad y a la comprensión; y posteriormente voy a explicar cómo los errores que hay en el texto son captados y cómo afectan a la comprensión de personas con y sin dislexia.

**Quiero resaltar** que, a pesar de ser un problema muy común, **los estudios sobre dislexia y accesibilidad son bastante confusos**.

Tal y como he desarrollado al principio de este documento, la dislexia es un trastorno específico del lenguaje que afecta a la lectura y a la escritura pero que no afecta para nada a la inteligencia general. **Tiene un origen neurobiológico**, es decir que en los cerebros de las personas con dislexia se activan diferentes áreas al leer y al escribir a los cerebros de las personas sin dislexia, pero no afecta a la inteligencia general, lo que sí que **afecta es a la lectura y a la escritura**.

No debo pasar por alto mencionar que las **tipografías específicas para** el texto de los **cuentos** de los niños **sin dislexia** o libros de texto, según varias investigaciones, **son las tipografías sin serifa con “infant character”** (como la Gill Sans o Bembo Infant). **Son las mejores para los niños en general porque se asemejan a la forma que se les enseña a escribir. Y esto es algo en común en los niños con dislexia.**

Después de esta explicación, y sabiendo que un texto tiene por un lado lo que sería el diseño y por otro el contenido del texto, he contemplado diferentes estudios de varios autores sobre este campo y que voy mencionando a lo largo de todo el documento, sin embargo, en este punto, he querido centrarme en **una serie de experimentos que se han llevado a cabo por parte de la Universidad Pompeu Fabra durante 4 años utilizando la técnica del eye tracking** (técnica del seguimiento ocular, totalmente desde el punto de vista científico) de cómo **afectan diferentes parámetros, tanto del diseño del texto como del contenido**.



[10 años de Tecnología con Propósito | Dyetective de Change Dyslexia](#)

– Se trata del primer modelo para personas con dislexia que presenta sinónimos de las palabras complejas del texto (Rello et al., 2013a) y que incluye cambios en el diseño de la presentación de texto fundamentados en estudios cuantitativos con personas con dislexia ([Rello, Kanvinde, y Baeza-Yates, 2012](#)).



Este estudio vio la luz en el 2018 a través del trabajo de investigación realizado por Luz Rello durante su Doctorado como investigadora en el laboratorio de Interacción Persona-Ordenador de la Universidad Carnegie Mellon desde 2014 hasta 2018. Rello es Licenciada en Lingüística y Doctora en Informática por la Universitat Pompeu Fabra, fundadora de [Change Dyslexia](#), una organización social para detectar y tratar la dislexia utilizando [Dyetective](#) (plataforma gratuita basada en la investigación para la dislexia) y autora del libro [“Cómo superar la dislexia”](#).



# Luz Rello

## Superar la dislexia

Una experiencia personal a través de la investigación



Estos estudios se llevaron a cabo con un total de más de 300 personas con dislexia diagnosticada y otro grupo de personas de control (personas sin dislexia diagnosticada).

Los diferentes experimentos consistían en exponer a estas personas a diferentes textos y cada uno de ellos cambiando una serie de parámetros (condiciones), tanto a nivel de diseño como de contenido del texto. Y por cada condición se realizó un estudio.

Viendo estos parámetros en estos experimentos, desde el punto de vista de diseño del texto se ha estudiado cómo afectaba el **tamaño de la letra**, cómo afectaba el tipo de letra (la **tipografía** que se utilizaba), cómo afectaba el **interlineado**, el **interletrado**, el **ancho de columna** y cómo intervienen los diferentes **colores** en la lectura.

Y desde el punto de vista del contenido del texto, estos experimentos recogen también **cómo afecta que una palabra sea más o menos frecuente durante el texto**, que los conceptos o palabras importantes estén puestos **en negrita**, que haya **mapas conceptuales** a partir del texto, como afectan las diferentes **expresiones numéricas**, textos con **palabras más o menos largas** y también se estudiaron la **presencia de errores en el texto**.



### Change Dyslexia presenta Dydetective en Zoomnet TVE

YouTube · Change Dyslexia · 25 sept 2021





## CONCLUSIONES

- En estos experimentos se vio que, lo primero y lo más importante dentro de lo que sería el diseño del texto, es que la manera en la que el texto se presenta tiene un efecto significativo en la legibilidad, es decir, en cómo de rápido se lee el texto.



Fuente: <https://www.tagusbooks.com/leer?isbn=9788449335150&li=1&idsource=3001>

- Para los niños disléxicos, el tamaño crítico a partir del cual llegaba la bajada en el rendimiento era más grande que para los no disléxicos.

- Un espaciado mayor en los textos conllevó un menor número de errores y una mayor velocidad de lectura en niños disléxicos. (Zorzi et al., 2012) (Schneps et al., 2013)

- La posibilidad de personalizar el diseño del texto mejoraba subjetivamente la legibilidad de las personas con dislexia. Gregor y Newell (2000) y Kurniawan y Conroy (2006).

- Las tipografías que hacen que personas con dislexia y sin dislexia lean significativamente más rápido **en pantalla** sean **tipografías de palo seco** (san serif, tipografías que no tengan serifa) y **que no estén en cursiva**. De entre las 12 fuentes de palo seco que se estudiaron, se vio que las que conseguían una lectura significativamente más rápida fueron las tipografías **Arial, Helvetica y Verdana**.

- También se vio que **el tamaño de las tipografías** influye significativamente hoy en cómo una persona con y también sin dislexia lee un texto. Y cuanto más grande es la tipografía más rápido leen. El tamaño al que se llegó como conclusión es que **para una pantalla de 17 pulgadas** el tamaño medio ideal sería de **18 puntos**. Esta conclusión se llevó a cabo experimentando con varios tamaños de textos y también en la web, en diferentes páginas de la Wikipedia. De hecho, el autor Acevedo (2013) explica que **mientras menos edad tenga un niño, más grande se debe colocar el tamaño de la tipografía en textos, ya que le resulta más legible**.

Acevedo realizó un estudio donde los resultados obtenidos mostraron que entre las edades de 6 – 8 años y el tamaño ideal para la visualización era

de 24 pts. Fuente: [Acevedo \(2013\) Erase una vez, Manual tipográfico para cuentos de niños.](#)

- Desde el punto de vista del **contenido del texto**, se vio que las personas con dislexia comprenden mejor el texto si **las palabras que se utilizan en los textos son más frecuentes y más cortas**. Y también se pudo comprobar que **si los conceptos clave o palabras más importantes se ponen en negrita las personas con dislexia comprenden muchísimo mejor el texto**. Esto último no afecta a la rapidez de lectura, pero sí que afecta a la comprensión del texto. Este dato es una herramienta muy útil de cara a los profesores o docentes, ya que si marcan las palabras clave en negrita sabemos que afecta significativamente a la comprensión.

- En referencia a las expresiones numéricas, se vio cómo influye también mucho a la comprensión y a la legibilidad del texto, si un mismo número estaba expresado en número, en porcentaje, en fracción o en letra. Con este parámetro se comprobó que **los números expresados en dígitos**, es decir, en número, **umentan la legibilidad** del texto, es decir, ayudan a las personas con dislexia a descodificar el texto y por lo tanto a la rapidez de lectura.

- En el resto de las variables o condiciones que fueron estudiadas no se encontraron ningún efecto significativo.

**Por último, la presencia de los errores en el texto.** En este caso, el experimento se realizó con más de 300 personas CON dislexia y SIN dislexia, a las que se le presentaron varios textos con errores, incluso con letras dadas la vuelta, pero sin que ellas supieran que había errores en esos textos. Tras su lectura se les realizó un test de comprensión completo (con preguntas referenciales, literarias, etc.) y luego se les preguntó cuántos errores tenía el texto.

Se descubrieron **3 fallos** importantísimos. El primer descubrimiento fue que los **fallos de las personas con dislexia no son arbitrarios**. Tras analizar miles de errores se descubrió que existían patrones en las faltas y esto convertía los errores en algo útil y muy valioso que no se sabía antes. El segundo descubrimiento fue ver que, **si se combinan estos patrones con inteligencia artificial, se puede detectar el riesgo de dislexia**, llegando a patentar el primer modelo que se usa en juegos informáticos e inteligencia artificial para detectarla. Finalmente, el tercer descubrimiento fue que estos patrones encontrados en los errores también eran útiles para superar la dislexia si se integraban en juegos informáticos que se personalizan en función de los patrones generales y únicos de cada persona. De hecho, un estudio longitudinal demostró que los niños que usaron este método mejoraron significativamente.



Errores:

Omisión: Cuando el/la niño/a no lee uno o varios de los grafemas de la palabra (“chiste” - “chite” “mandamiento” - “madamiento”)

Sustitución: El/la niño/a cambia un grafema por otro (“giro” - “guiro” / “gitano” - “guitano” / “aduana” - “aduano”)

Inversión: El error se produce por un cambio en el orden de dos grafemas (“pupitre” - “pupiter”).

Adición: El/la niño/a lee un grafema más al leer la palabra (“dedal” - “dendal”, “cera” - “cerra” / “prensa” - “perensa”).

Velocidad Lectora: Duración de tiempo en el que se desarrolla la lectura de los distintos pasajes o textos.

De este modo, se comprobó que las personas SIN dislexia veían o detectaban muchos errores, mientras que **las personas CON dislexia no eran capaces de percibir esos errores. Sin embargo, se comprobó que eso no interfería en la comprensión**, ellos entendían perfectamente el texto con o sin errores, mientras que en las personas SIN dislexia la comprensión decrecía a medida que los errores aumentaban.

Tras estos resultados se comprobó que, ambos grupos veían los errores, solamente que, en el procesamiento interno de las palabras, en las personas SIN dislexia se hace de forma consciente y en las personas CON dislexia no los veían de forma consciente y no influía en su comprensión.

**Este resultado es importantísimo, ya que evidencia de manera científica que esta es la única condición en la que la comprensión de las personas con dislexia es MAYOR que en las personas sin dislexia.** Las personas con dislexia procesan los errores escritos de manera diferente a una persona sin dislexia, ese procesamiento el cerebro lo hace de forma distinta y no los ven conscientemente.

En este sentido, de cara a los profesores y a los padres que tienen niños con dislexia, hay que incidir a la hora de enseñar a estos niños a corregir las faltas de ortografía de otra forma, ya que no las ven por procesarlas de manera diferente. Y con estos resultados hay que pensar que quizás se puede conseguir ayudar a estos niños desde edades muy tempranas gracias a tipografías y colores que ayuden a corregir esos errores.

**Y el Diseño Gráfico como disciplina es capaz de contribuir** a los procesos de lectura en niños/as con dislexia.

## ¿POR QUÉ LA INVESTIGACIÓN DE LUZ RELLO?

La investigación de [Luz Rello](#), [Ricardo Baeza](#) y su equipo de investigación de la [Universidad Pompeu Fabra](#) ES DIFERENTE porque Investigaron el efecto del diseño del texto en el rendimiento lector, avanzando a partir de todos los trabajos previos existentes y proporcionando evidencias gracias a datos cuantitativos obtenidos a través del eye-tracking (tecnología de rastreo ocular). Además, desarrollaron la herramienta de cribado gratuita [Dyctective](#) que mezcla unos ítems (200 variables) en forma de juego o test y traslada toda la información recogida en las respuestas a un motor de IA, de aprendizaje automático, el cual es procesado, dando un resultado de riesgo o no de dislexia, con un 81% de sensibilidad.

Llevaron a cabo 9 Experimentos, consiguiendo un número importante de participantes, mayor que en los estudios anteriores, sobre niños con dislexia. Todos estos resultados se muestran en su blog debidamente desarrollados: <https://blog.changedyslexia.org/facilitando-la-lectura-a-las-personas-con-dislexia/>



Ver charla impartida por Luz Rello:

[Dislexia: los sueños no se leen, se hacen realidad. Luz Rello, investigadora y lingüista.](#)



## ¿QUÉ TIPOGRAFÍAS USAR PARA DISLEXIA?

Quiero destacar mi estudio sobre las tipografías específicas para la dislexia de otros autores, para poder obtener más datos y saber cuáles son **las mejores opciones tanto en formato digital como físico**.

Testimonio consultado:

“En cuanto al tipo de letra: Existen herramientas que ya están en internet y de forma gratuita que funcionan bastante bien, si no recuerdo mal, la más extendida es el open dyslexia. Los colores... Ahí hay mucha discusión y teorías para todo. Recuerdo un filtro que se usa desde finales de los 90, pero se usaba para niños bastante pequeño, como para enseñar a leer. El problema de los disléxicos es el baile de letras, literal... Se les mueven, se cambian, y aunque es una condición neurológica no es homogéneo y eso ha creado debate.”,

Laura Pérez, Logopeda, autónoma con consulta propia en Valencia, España.

- **Cunningham (2012)**, recomienda también tipografías comunes (Comic Sans, Arial, Helvetica, Verdana o Tahoma) que **facilitan la lectura en personas con dislexia en formatos digitales**. El autor también menciona que se debe de hacer uso de cuerpo de **textos cortos y texto gris sobre fondo blanco**.

- **Riona Moore (2015)** construyó un tipo de letra que se adapta a la dislexia para su proyecto final para BBAA en Diseño Gráfico y estudios de Comunicación en la Universidad de las Artes de Londres. Es otra opción en tipos de letra que enfatizan la legibilidad y formas de caracteres únicas. Incluso tiene en cuenta algunas de las sugerencias hechas a OpenDyslexic a lo largo de los años. El tipo de letra es un diseño único: “*Mi fuente tiene ascendentes y descendentes largos en t, y, p, f, j, así como amplias aberturas en e y c. Ciertas letras se han diseñado para garantizar que no se vean similares y se distinguen fácilmente, como a de o/d, G de C, rn de m, u/v, Q de O, b/d, Capital L de minúscula l.*”

“Para mi proyecto final de carrera, he estado diseñando una tipografía para personas con dislexia. Entiendo que ya hay otros tipos de letra que se han diseñado para este propósito, como Dyslexie, Open Dyslexic, etc., pero **he descubierto que estos tipos de letra no resultan útiles para todos los lectores. Los lectores disléxicos tienen diferentes preferencias de fuentes y diferentes problemas con la lectura, por lo que un tipo de letra nunca será perfecto para todos.** Creé una fuente con un estilo diferente a los tipos de letra disléxicos anteriores teniendo en cuenta las características de fuente enumeradas en el [sitio web de la Asociación Británica de Dislexia](#) como preferibles para los lectores disléxicos. así como en base a lo que a la gente no le gustaba de los tipos de letra disléxicos anteriores para darles a las personas una opción de fuente alternativa.”

Character Set

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789  
!@#\$%^\*( )\_- +=  
: ; . . . / ? < >

Uppercase

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Lowercase

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Symbols/Punctuation/Numbers

0123456789  
!@#\$%^\*( )\_- +=  
: ; . . . / ? < >

any specific letters' you like or hate?  
I've purposely made certain letters  
easily distinguishable from one another  
like G C . O Q . p q . b d . rn m . h n .  
o a. I've lengthened the descenders  
(tails) on p q j y. I hope to hear  
from you soon!

Fuente: <https://opendyslexic.wordpress.com/2015/05/29/another-dyslexia-typeface-built-from-feedback/>



- **EasyReadingPRO**, una tipografía que supera las barreras de lectura incluso para aquellos que son disléxicos. La licencia de la fuente EasyReading® es de uso privado gratuito solo para fines personales y no comerciales (incluidos solo 2 de los 6 estilos disponibles) **excluye estrictamente el uso para la enseñanza y preparación de materiales didácticos, emprendimiento, comercio, artesanía, actividades profesionales.** También se excluye cualquier actividad de organizaciones o asociaciones, incluidas las sin fines de lucro. Para estos y otros usos, se puede solicitar información sobre la licencia de uso comercial, incluyendo fuentes y fuentes web en los seis estilos, rellenando este [FORMULARIO](#).

## El proyecto

Partimos de la idea de ayudar a descifrar palabras escritas de forma fluida e inmediata.

El resultado de casi una década de estudios es EasyReading, una tipografía que supera las barreras de lectura incluso para aquellos que son disléxicos.

El curso da sus primeros pasos en la Editorial Comer Manzoni de Turín y ve salir al campo a Federico Alfonsetti, Enzo Bartolone y Nino Troglio con sus ideas y una experiencia en el campo de la legibilidad, del texto escrito, capaz de traer ante un regalo que hasta entonces solo había sido revelado a unos pocos: la legibilidad para todos.

Hoy la empresa EasyReading Multimedia es responsable de difundir el poder de la tipografía en todo el mundo junto al inversionista Marco Canali.

**El creador de la fuente es Federico Alfonsetti**, es de Turín y siempre se ha dedicado a la tipografía como diseñador gráfico y editor. Ha recibido una valoración positiva de la Asociación Italiana de Dislexia (AID) por sus características gráficas específicas. En 2006 Alfonsetti, junto a su editorial, publicó un libro sobre la dislexia, creando así conciencia sobre los problemas que conlleva esta patología.

*«Mi pasión por los caracteres tipográficos, que por aquel entonces se hacían “solo” a mano, nació en 1969, cuando iba a la escuela de “Cartelismo publicitario”.»*



Fuente: <https://www.easyreading.it/>

*«Como en todos los proyectos de diseño, la primera fase fue la del estudio científico y de mercado. Después le siguió la fase motivacional, a través de una comparación con niños disléxicos y sus familias. Fue precisamente esto último lo que desencadenó la decisión final de crear la fuente»,*

Arial EasyReading®  
Bibliolecila

Fuente: <https://www.pixartprinting.es/blog/font-easyreading/>

*«Como en todos los proyectos de diseño, la primera fase fue la del estudio científico y de mercado. Después le siguió la fase motivacional, a través de una comparación con niños disléxicos y sus familias. Fue precisamente esto último lo que desencadenó la decisión final de crear la fuente»,*

Asimismo, la fuente se ha sometido a una investigación científica, llevada a cabo por Christina Bachmann y publicada en la revista científica «Dislessia. Giornale italiano di ricerca clinica e applicativa» en 2013, que se puede encontrar en esta dirección, donde se afirma que EasyReading es una herramienta compensatoria válida para los lectores con dislexia, además de una fuente que facilita la lectura a todas las categorías de lectores.

**Es una fuente híbrida**, presenta a la vez letras con Serifa y letras Sans Serif, y gracias a ello **evitan el denominado amontonamiento perceptivo**. Las letras tienen **amplios espacios calibrados**, dando así un mayor margen a la palabra y a la línea.

Por otro lado, **los ascendentes y los descendentes son más largos que la media**, dejando así más margen a la interlínea. Actualmente, incluye 811 glifos, entre ellos letras, números, acentos, símbolos y signos de puntuación.

EasyReading se ha diseñado precisamente para evitar la confusión entre letras diferentes. **Ninguna de ellas es especular de otra** (por ejemplo, la «p» y la «q»), incluso si se reduce el espaciado entre las letras, tienden a no confundir la lectura (dos letras «n» juntas o una «rn» no forman, por ejemplo, una «m»).

design

La palabra «diseño» escrita con la fuente EasyReading. Créditos: EasyReading Multimedia S.r.l.



### SPAZIO TRA LE LETTERE E TRA LE PAROLE

- 1 Prendiamo una parola con la lettera d e la lettera r (che hanno "grazie dedicate")
- 2 Riduciamo lo spazio tra le due lettere fino a farle quasi toccare
- 3 Applichiamo la stessa riduzione tra tutte le lettere che compongono la parola

Lucida Sans	adrenalina	dr	adrenalina
Calibri	adrenalina	dr	adrenalina
EasyReading	adrenalina	dr	adrenalina

Lucida Sans	The quick brown fox jumps over the lazy dog
Calibri	The quick brown fox jumps over the lazy dog
EasyReading	The quick brown fox jumps over the lazy dog

Applichiamo la stessa riduzione degli spazi a una frase contenente tutte le lettere dell'alfabeto

### SPAZIO TRA LE RIGHE (INTERLINEA)

Tutti i font con la rispettiva spaziatura automatica tra le righe. Riduciamo lo spazio tra le righe fino a farle quasi toccare:

Lucida Sans	Calibri	EasyReading
The quick brown fox jumps over the lazy dog	The quick brown fox jumps over the lazy dog	The quick brown fox jumps over the lazy dog

Créditos: EasyReading Multimedia S.r.l.

- **Sylexiad** [R. Hillier. *Sylexiad: A typeface for the adult dyslexic reader. Journal of Writing in Creative Practice*, 1(3):275–291, 2008.]

Sylexiad Sans fue desarrollada por el Dr. Robert Hillier, un profesor titular semi-retirado de la Universidad de las Artes de Norwich.

La investigación involucró el diseño y la prueba de un nuevo tipo de letra desarrollado e informado desde una perspectiva disléxica frente a otros tipos de letra recomendados por organizaciones de dislexia.

Para la mayoría de los lectores disléxicos adultos evaluados, la evidencia indicó una clara preferencia por los tipos de letra Sylexiad.

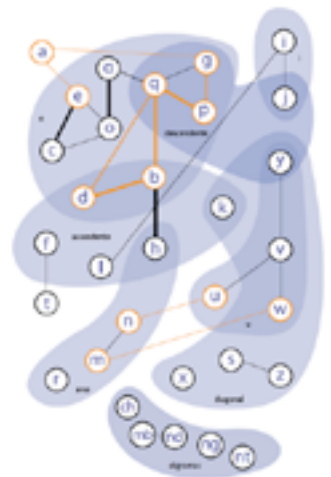
Se puede leer más sobre el trabajo en el tipo de letra PhD A para el lector disléxico adulto.

Serif Sylexiad  
Sylexiad Sans

<https://www.sylexiad.com/>

- **Sarakanda**, está diseñada por Alejandro Valdez Sanabria. Nació en 1985 en Asunción, Paraguay. Es diseñador gráfico, realizó su proyecto final de grado sobre tipografía y dislexia. Lamentablemente **no está disponible su descarga**.

En naranja aparecen los signos que pueden tener problemas de percepción por las recomendaciones pedagógicas. En cuanto a sus proporciones, la propuesta de ascendentes y descendentes largos se fundamenta en la importancia de reforzar la forma exterior de la palabra.



HIPERTEXTUAL

RA'E

d b q p n u y h

Mburukuja

folk

bdqp

<https://graffica.info/sarakanda-tipografia-y-dislexia/>



- **Read Regular** (Zwijsen Dyslexie Font) es un tipo de letra diseñado en 2003 por la diseñadora gráfica **Natascha Frensch, del Royal College of Art**, específicamente para ayudar a las personas con dislexia a leer y escribir de manera más efectiva, desarrollando la fuente sobre la base de la investigación y sus propias experiencias como persona con dislexia.

Hay ejemplos de Read Regular en su sitio web [www.readregular.com](http://www.readregular.com), y la editorial infantil Chrysalis ahora lo usa para dos tercios de los 150 títulos infantiles que publica cada año.

En mayo de 2012, las editoriales educativas holandesas Zwijsen adoptaron el tipo de letra Read Regular, donde **se conoce como Zwijsen Dyslexie Font**. Todos los derechos están ahora con el editor. Para solicitar la publicación 'Read Regular™ para una lectura y escritura más eficaces', comunicarse con: [natascha.frensch@readregular.com](mailto:natascha.frensch@readregular.com)

# Read Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz &  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0123456789 (!@#\$%^\*\_+{;} " |"  
 ' ? ' < ... > ) { é â ù î ø ñ ß ç ...



Fuente: <https://www.natascha-frensch.nl/projecten/read-regular/>

Cada letra se sostiene por sí misma: Los palos (**b d f h k l**) y las colas (**g j p q y**) son relativamente más largos para aumentar su legibilidad.

Las formas internas de 'a', 'e', 'o' y 'u' se mantienen grandes y las aberturas en 'e' y 'g' están abiertas para que no se cierren y estas letras no se 'obstruyan'.

Esto le da a Read Regular un carácter amigable con un agradable equilibrio entre el blanco y el negro.

Fuente: <https://www.zwijsen.nl/dyslexie/zwijsen-dyslexie-font-lettertype-voor-dyslectici/>



© 2014 - Natascha Frensch - MA Royal College of Art  
 Comunicación, Arte y Diseño - Términos y Condiciones





- **OpenDyslexic**. Esta es una tipografía sanserif seleccionada específicamente para personas con dislexia. **Incluye** características especiales, como una **base más ancha** para las letras, **lo que ayuda a prevenir la inversión de letras**, y una diferencia de altura más clara entre las letras minúsculas **b, d, p** y **q**. Las letras son más diferenciadas en comparación con las fuentes normales. Por ejemplo, la forma de la letra 'b' no es una imagen especular de la 'd'.

Además, **los caracteres tienen un mayor espacio entre ellos**, lo que facilita la lectura.

La fuente Open Dyslexic **fue diseñada por Abelardo González Jr.**, un diseñador de aplicaciones móviles basado en New Hampshire, EE.UU., que lanzó proyecto a finales del año 2011. El autor trabaja en la empresa Abelardo González. También puede visitar el sitio web del autor: <https://abbiecod.es>.



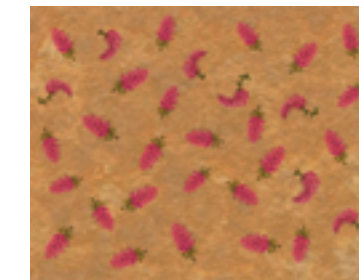
El tipo de letra incluye estilos regulares, negrita, cursiva y negrita-cursiva. Se está actualizando de forma continua y mejorada en función de las aportaciones de usuarios disléxicos. **OpenDyslexic es gratuito para uso comercial y personal**. Hay estudios universitarios ([PDF](#)) de Luz Rello que analizan esta fuente para tratar el problema.



Fuente: <https://antijingoist.gumroad.com//OpenDyslexic>



La asociación cultural Yachaypucllaypacha ya cuenta con tres títulos con esta tipografía: "[Sumaq Asiri, la niña de la hermosa sonrisa](#)", "Sumaq Ayara y el Espíritu de la Quinoa" y "Los pelícanos de las islas ichma", los tres en formato digital, en tapa dura y tapa blanda.





- **Dyslexie Font** [R. Leeuw. *Special font for dyslexia? Master's thesis, University of Twente, 2010*].

El estudio con esta fuente se llevó a cabo entre estudiantes con una prueba de lectura EMT y Klepel dos veces, una impresa en la fuente Arial y otra en la fuente "Dyslexie".

El orden fue asignado al azar y también se cumplió una tarea auditiva. Las conclusiones a las que llegaron es que la precisión aumenta al leer textos que están impresos en la fuente "Dyslexie" y se mejoraron algunos errores específicos como el intercambio de letras que se parecen (ej.: bad – dad). Existe una extensión de Chrome de fuente Dyslexie de uso gratuito disponible.



Ejemplos de adaptaciones para la fuente "Dyslexie"

<https://www.youtube.com/watch?v=VLtYFcHx7ec>

A **Christian Boer** le diagnosticaron dislexia cuando tenía 6 años. Y a pesar de la ayuda extra que recibía en la escuela, le costaba entender las páginas con mucho texto. Años después, mientras estudiaba arte en la Universidad de las Artes HKU en Holanda, decidió hacer algo: **diseñó su propia tipografía**. Al principio, Boer creó la fuente como un proyecto para graduarse de la universidad. Pero encontró que **había una demanda real para su producto**, lo que lo llevó a crear una familia tipográfica utilizable que pudiese instalarse en los ordenadores.



Según el propio Boer:

*"Debido a la forma en la que los cerebros con dislexia procesan la información visual, a menudo cambian y rotan las letras de manera subconsciente, haciendo que sea más difícil reconocer los caracteres. Se cree que sus cerebros comienzan a procesar letras bidimensionales como objetos de tres dimensiones que pueden ser libremente manipulados. Cuando esto ocurre, la letra "b" puede verse como una "d"...o la "p" como una "q"."*

*Tradicionalmente en el diseño tipográfico, hay 'reglas' que dicen que es mejor hacer las letras lo más uniformes posible. Si hace el arco de la letra 'h' igual al de la 'n', esto produce una tipografía que es limpia para los lectores regulares. Pero para mí, estas letras se convierten en tridimensionales, entonces puedes voltearlas y allí comienzan a parecerse. Lo que quise hacer fue aplastar estas letras en 3D"*

It only takes one reading mistake to change the meaning of a word, a sentence or a whole book!

Christian Boer designed the Dyslexie font specially to help make reading easier for people with dyslexia. A dyslexic himself, he designed the font to counter rotation, flipping and the reversal of letters by making each letter unique in its own form. In addition, the font has extra space between the letters and words. Capital letters are bolder so readers can identify the beginning of a new sentence easier too.

So – how does this feel to read?? Try it and share it to see if Dyslexie font can help you and your loved ones! [www.dyslexiefont.com](http://www.dyslexiefont.com)

Muchas de las letras de la fuente Dyslexie también tienen remates o serifas



Sans serif font

Typeface: dyslexie / regular, point: 12

The quick brown fox jumps over the lazy dog

Typeface: Arial / regular, point: 12

The quick brown fox jumps over the lazy dog

Typeface: Comic Sans MS / regular, point: 12

The quick brown fox jumps over the lazy dog

Comparación de fuentes Sans Serif: Dyslexie, Arial y Comic Sans MS



Boer empezó a estudiar sobre formas que permitieran que fuese más sencillo distinguir las letras. En esta [fuente](#), cada letra tiene una forma única, y a diferencia de las familias de fuentes tipográficas más tradicionales, la **Dyslexie es muy asimétrica** para evitar el intercambio de las letras y los errores de lectura comunes de la dislexia.

**Las mayúsculas también son más gruesas que otras letras para ayudar a que destaquen**, un cambio que añadió Boer para abordar sus propias dificultades.

"Con frecuencia olvido o me equivoco cuando escribo mayúsculas, así que hacerlas resaltar me ayuda", señala.

Pero después de enviar la fuente a otros disléxicos descubrió que tenía que reajustarlas:

"A los que tienen dislexia leve les costó leer estas mayúsculas, así que las reduje ligeramente para que no perjudique su lectura, pero que aun así pueda ayudar a las quienes tienen una dislexia más severa".

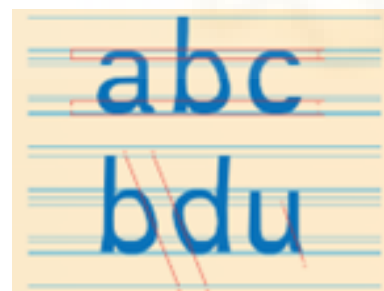
Un cambio clave fue hacer las letras con la parte de abajo voluminosa, para que el centro de gravedad esté en la base y evitar girar las letras boca abajo.

"Es como ajustar un ladrillo en una rueda de bicicleta", señala, "si gira la rueda, el ladrillo siempre va a caer al fondo. Con las letras, si las pones boca abajo, se ven antinaturales, pues el lado pesado debería estar en la parte inferior".

Las aberturas de las letras se agrandan para que las letras se parezcan menos y se reconozcan mejor: las formas de las letras también son asimétricas, con la parte superior de la "b" siendo más estrecha que la de la "d", lo que hace más sencillo distinguirlas.

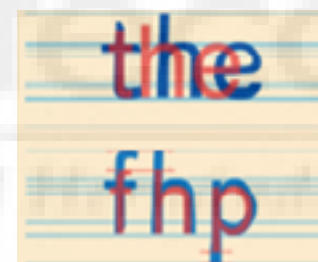
En la letra "u", por ejemplo, la barra vertical en la parte derecha de la letra tiene un adorno que la hace más larga que el lado derecho de la letra n.

"Hace que la 'u' se vea antinatural cuando la pones boca abajo", dice Boer.



La distancia entre letras y palabras individuales se amplía, lo que hace que la lectura sea más cómoda y evita el efecto de hacinamiento.

En lugar de mantener las letras en un tamaño uniforme, algunas tienen "palos" más largos que ayudan a que resalten más en las palabras, lo que ayuda a disminuir el cambio de letras durante la lectura.



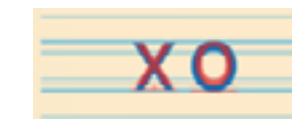
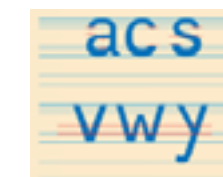
Los signos de puntuación y las letras mayúsculas están en negrita, haciendo hincapié en los descansos, finales y comienzos de las frases.

Algunas «letras gemelas» se colocan ligeramente inclinadas, lo que las hace más fáciles de distinguir.



Las aberturas de las letras Dyslexie Font están agrandadas. Aquí las letras se pueden reconocer fácilmente por su forma.

De igual modo, las letras que se parecen, como la "v", la "w" y la "y", varían en altura cuando se escriben.



Para uso particular la fuente es gratuita, aunque hay precios especiales para escuelas y para más de un ordenador. Cuentan también con editor de textos y hasta con una extensión Chrome para cambiar el tipo de letra de las páginas que leemos.

Una investigación realizada por la Universidad de Twente (Holanda), mostró que los lectores disléxicos cometen menos errores cuando leen textos con la fuente creada por Boer, mientras que experimentos de seguimiento ocular hechos en la Universidad de Lille (Francia) también mostraron que la mirada de los niños con dislexia fluyó más fácilmente con la fuente de Boer en lugar de con fuentes más tradicionales.



- **Lexie Readable** (anteriormente Lexia Readable) se diseñó teniendo en cuenta la accesibilidad y la legibilidad, una mezcla de la fuerza y la claridad de Comic Sans con un toque infantil. **Tiene caracteres más claros y diferenciados, con una mayor separación entre ellos y un tamaño de letra ligeramente más grande.** Características como la **b** y la **d** no simétricas y las formas manuscritas de la **a** y la **g** pueden ayudar a los lectores disléxicos.

Se puede leer más sobre la historia detrás de Lexie Readable en : <https://www.k-type.com/lexie-readable/>

La fuente Lexie Readable Bold fue diseñada por **Keith Bates**. El autor trabaja en la empresa 2015 K Type.

Lexie Readable ahora incluye todos los caracteres Latin Extended-A y numerosas mejoras sutiles en el contorno.

Los pesos **Regular** y **Bold** pueden **descargarse y utilizarse libremente sin licencia** por parte de instituciones educativas y benéficas, así como por particulares.

La Familia Básica incluye Regular, Cursiva, Negrita y Negrita Cursiva.

El paquete Heavy incluye una versión Heavy Outline.



<https://www.k-type.com/lexie-readable/>

## COLORES PARA LA DISLEXIA

En cuanto al **uso de diferentes colores para mejorar el rendimiento del lector con dislexia** ha sido ampliamente discutido por instituciones como la British Dyslexia Association. Autores como **Bradford**, por ejemplo, **no recomienda usar un texto negro puro sobre un fondo blanco puro, debido a su alto contraste, ya que muchas personas con dislexia son muy sensibles al brillo.**

Los estudios para las combinaciones de color más adecuadas **en los formatos digitales**, en general, han variado en sus recomendaciones, pero parece haber un consenso en que **los tonos desaturados** hacia el blanco, en especial la combinación de **texto en color negro sobre fondo de color amarillo**, son los más adecuados.

[Rello, Luz y Mari Marcos, Carmen \(2012\). Seguimiento ocular sobre la personalización del texto para el rendimiento y la preferencia del usuario.](#) Esta investigación presenta un estudio realizado en usuarios donde se compara el rendimiento de la lectura respecto a la preferencia del usuario en la personalización del texto. **Se estudiaron los parámetros de escalas de grises para la fuente y el fondo, combinaciones de colores, tamaño de la fuente, ancho de columna y espaciado de caracteres, líneas y párrafos.**

Los **resultados en cuanto al color para web** fueron los siguientes:

Colores

Con la excepción del par de colores blanco hueso/negro hueso, **los participantes tienden a preferir pares de colores con un color alto y contraste de brillo.** Las siguientes **parejas de colores** fueron las **más seleccionadas** (entre paréntesis el número de participantes que prefirieron esa opción): blanco/negro (33), amarillo/negro (23), crema/negro (16), blanco roto/negro roto (12) y blanco/azul (11). Aunque el binomio **blanco roto/negro roto es popular y tiene la media más alta para las duraciones de fijación.**

2012 Eighth Latin American Web Congress

[Como se puede ver, el resultado del estudio de Rello es diferente al de Bradford.](#)

**En los formatos impresos no se han encontrado evidencias científicas, aunque algunas Asociaciones de Dislexia recomiendan la utilización de colores “crema o pastel suave”, y evitar los altos contrastes y los fondos de color blanco, sin embargo, no ofrecen mucha información sobre la fundamentación de sus directrices.**



En este sentido, **sólo puedo mostrar un trabajo** realizado por estudiantes de Licenciatura de Arte y Diseño de La Universidad Provincial de Córdoba, Argentina.

[Battistutti, Irina, Galbo, Jeannette, Sastre, Agustina. Director Mgtr. Echegaray, Renato \(2021\). Colores de fondo y su influencia en la legibilidad de textos base impresos, en niños/as con dislexia.](#)

Realizaron un estudio con las recomendaciones extraídas de las entrevistas que realizaron a diferentes profesionales a los que consultaron y con la participación un grupo de niños, y dejaron demostrado cómo influye el color de fondo en la legibilidad del texto base en niños con dislexia.

La **investigación práctica** la llevaron a cabo finalmente **con 24 niños/as de entre 9 y 12 años con dislexia diagnosticada**, durante la cual se evaluó la legibilidad a través de velocidad y exactitud lectora.

La actividad consistía en la lectura en voz alta de cada una de las 11 tarjetas mientras el/la participante era filmado/a, de frente, de manera que permitiese tener una imagen clara de su rostro para el posterior análisis por parte de los profesionales (fonoaudiólogos/ psicopedagogos) implicados en el proceso de la extracción de los datos.



Fuente: [https://www.academia.edu/47518619/TFL\\_Dislexia\\_Diseño\\_UPC](https://www.academia.edu/47518619/TFL_Dislexia_Diseño_UPC)

TEST

**TARJETAS DE LECTURA**

11 tarjetas doble faz, de 23,5 x 8,5 cm de diferentes colores. Cada una de éstas contiene un texto diferente de similar complejidad, de entre 32 y 35 palabras, dispuestas en 3 líneas de entre 9 y 12 palabras cada una. El contenido fue seleccionado junto a los profesionales quienes revisaron la adaptación de los mismos a la longitud y complejidad requerida. En una faz el texto se presenta en caja alta y en la otra, en caja baja para que el usuario pueda elegir según su preferencia. El texto se presenta en color negro, tipografía Arial, cuerpo 12 e interlineado de 18 puntos y el justificado hacia la izquierda.

Los márgenes de las tarjetas son de 4 cm, respecto a la caja alta, lo cual permite sostenerla desde sus extremos laterales e inferior, sin dificultar la lectura.

El soporte es papel obra 250 grs. Impresión láser a color.

Los colores fueron seleccionados del fichaje bibliográfico y se realizó la conversión correspondiente a CYMK debido a que las tarjetas serán en formato impreso.

#ffff C: 0 R: 255 M: 0 G: 255 Y: 0 B: 255 K: 0	#dbef1 C: 16 R: 219 M: 10 G: 225 Y: 2 B: 241 K: 0	#e0a0ab C: 11 R: 224 M: 42 G: 166 Y: 24 B: 171 K: 1	#99a0d C: 45 R: 152 M: 30 G: 169 Y: 0 B: 215 K: 0
#fjed8b C: 9 R: 243 M: 0 G: 237 Y: 57 B: 140 K: 0	#d8d3d0 C: 18 R: 215 M: 16 G: 211 Y: 13 B: 214 K: 0	#eed2b0 C: 7 R: 239 M: 20 G: 211 Y: 24 B: 176 K: 0	#aed292 C: 39 R: 174 M: 0 G: 210 Y: 54 B: 145 K: 0
#e0d0d C: 11 R: 217 M: 8 G: 221 Y: 67 B: 109 K: 0	#ab0bd C: 38 R: 174 M: 53 G: 41 Y: 0 B: 124 K: 0	#afdaz2 C: 36 R: 175 M: 0 G: 218 Y: 22 B: 210 K: 0	

Papel obra 250grs.  
Impresión Láser.

Márgenes 4cm

Textos entre 32 a 35 palabras.  
Arial 12/18.  
Alineado a la izquierda.

Una faz de cada tarjeta con texto en caja alta y la otra faz de la tarjeta en caja baja.

Muestra de las tarjetas de lectura y los colores de fondo utilizados.



## CONCLUSIONES

La ficha de control se apoya en los parámetros extraídos del fichaje del test LEE, evaluando los errores cometidos durante la lectura: Omisión, sustitución, inversión y adición, además de la velocidad lectora.

A partir de las investigaciones realizadas se extrae, respecto a la tipografía, que la fuente **Arial en cuerpo 12, color negro, interlineado de 18 puntos y el justificado hacia la izquierda presenta mejores resultados de legibilidad en niños con dislexia.**

- **Los fondos de colores cálidos** en contraste con la **tipografía de color negro** permiten mejorar el rendimiento en los parámetros de legibilidad: relación entre la velocidad y la exactitud lectora (disminuyen los errores como la sustitución, sustracción, omisión y adición).

RESULTADOS POSITIVOS	08 07 02
RESULTADOS CON VALORES NO SIGNIFICATIVOS	01 03 04 05 06 09 11
RESULTADO NEGATIVO	10

Y según explican desde Federación Española de Dislexia (FEDIX): el azul turquesa es el color que se identifica con la dislexia. Fue elegido porque está vinculado con la calma, la serenidad, la tranquilidad de conciencia, y la claridad mental. El turquesa promueve la creatividad. Es un color ligado al océano. También está asociado con el equilibrio y la estabilidad emocional.



El actor Orlando Bloom dice que, para él, que es disléxico, las hojas verdes le resultan “cómodas para poder leer.”

El color es ser uno mismo, sentirse natural, nos hacen soñar, sentirte fuerte, vibrar... el color es libertad.

Los colores transmiten e incentivan a las personas y son aún más efectivos en el caso de los niños, por ello, la selección de unos colores que conecten con los más pequeños y les ayuden a la lectura, es de gran importancia. De esta forma se puede lograr mayor legibilidad y mayor velocidad, provocándoles una mayor familiaridad y confianza.

He basado la gama de colores del logotipo y los usos de fondo para los textos de los cuentos en las investigaciones mencionadas en este proyecto.

El Diseño tiene la oportunidad de generar un importante impacto social, recordando que la naturaleza, el color, los sentimientos y la acción se encuentran conectados. En este caso pretendo además visibilizar la dislexia existente entre la población más pequeña.

Las tonalidades elegidas irradian sensación de calidez, familia, tranquilidad, delicadeza, cariño y confianza.

El **AMARILLO**, aunque es un color enérgico, en su tono pastel tiene un efecto más relajante. Puede evocar sentimientos de serenidad y tranquilidad, calidez y amabilidad, acogedor y amigable.

Se utiliza a menudo en contextos infantiles y juveniles para transmitir una sensación de inocencia y vitalidad.

El **FUCSIA** tiene este nombre por la inspiración que surge del color natural de los sépalos de flores como lo son las fuchsia magellánicas, aunque también se conoce como color magenta.

Se asocia ampliamente con lo femenino, pero debido a la intensidad vibrante que posee, también con poder, capaz de destacar por sí solo. En gran medida resulta color excitable, y no en el buen sentido, además de ostentoso por lo llamativo que llega a ser.

El **NEGRO** es un color fuerte, asociado con la elegancia. Evoca una sensación de autoridad y seriedad. En contextos formales o profesionales, el uso de tipografías negras puede ayudar a comunicar un mensaje de confianza y credibilidad. Puede proporcionar un fuerte contraste en relación con un fondo claro, lo que facilita la legibilidad de la tipografía.



## IDENTIFICADOR PRINCIPAL: LOGOSÍMBOLO

Articulación principal

Dys - LEXIA

La articulación principal irá destinada para la presentación del cuento, también para escritos, tarjetas de visita y cualquier packaging corporativo.

El identificador principal de DyX-LEXIA se compone de:  
Logotipo, formado exclusivamente por el nombre de la organización.  
No tiene símbolo en su articulación principal.

## IDENTIFICADORES SECUNDARIOS: SÍMBOLO, FAVICON E INDIANA

### Símbolo

Se ha creado para que funcione por sí solo de manera independiente y así poder para enunciar a la organización.

DX

### Favicon

a) WEB



b) RRSS





## INDIANAS

### Indiana principal

Destinada para la aplicación en medios impresos, artículos de merchandising (bolígrafos, gorras, etc.), packaging corporativo, al igual que en fondos para los cuentos, web y RRSS.



## COLORES CORPORATIVOS

### Colores corporativos principales

El sistema de Identidad Visual de DyS-LEXIA está constituido por un grupo principal de 3 colores principales planos, que se utilizarán para identificar a la compañía en todos los usos. Son utilizados en el identificador principal de la organización. Su especificación (referencias y combinaciones) está detallada en esta carta de color.

**DyS - LEXIA**

R: 21    C: 100  
G: 21    M: 94  
B: 45    Y: 45  
#15152d   K: 67

**DyS - LEXIA**

R: 230    C: 0  
G: 16    M: 97  
B: 104    Y: 29  
#e61068   K: 0

**DyS - LEXIA**

R: 244    C: 6  
G: 243    M: 4  
B: 237    Y: 8  
#f4f3ed   K: 0

### Indianas secundarias

Destinadas para los stands de feria, artículos de merchandising (bolígrafos, gorras, etc.), material de oficina como sobres, y otros usos como packaging de productos y dentro del medio audiovisual y de marketing..



### Color corporativo secundario o ambiental

Usado en aquellos formatos necesarios según el fondo.

**DyS - LEXIA**

R: 243    C: 10  
G: 231    M: 0  
B: 40    Y: 87  
#f3e728   K: 0

**Imag inemos**

R: 0    C: 65  
G: 242    M: 0  
B: 108    Y: 81  
#00f26c   K: 0



## FONDOS CORPORATIVOS

### Colores corporativos secundarios

Utilizados como colores de fondo de base de textos tanto en los cuentos como en la web.

R: 224 C: 11  
G: 166 M: 42  
B: 171 Y: 24  
#e0a6ab K: 1

R: 239 C: 7  
G: 211 M: 20  
B: 176 Y: 34  
#f1d5b1 K: 0

R: 243 C: 9  
G: 237 M: 0  
B: 140 Y: 57  
#f3ed8b K: 0

R: 152 C: 45  
G: 169 M: 30  
B: 215 Y: 0  
#99aad8 K: 0

He decidido seleccionar estos 4 colores de fondo base para los textos de los cuentos en formato impreso y digital según los resultados de los estudios reflejados al principio de este punto.

## NORMAS DE FRAGMENTACIÓN

La norma de fragmentación define aquellos identificadores susceptibles de ser fragmentados y aquellos en los que esta práctica no está permitida. Por supuesto, no se pueden fragmentar ni el logotipo (nombre de la organización) ni el favicon. Y sólo sería posible en el símbolo.

Dys - LEXIA

~~DYS~~  
~~LEXIA~~

Las fragmentaciones suelen plantearse para aplicarlas en documentos como manuales o en la presente Biblia Transmedia. Podría utilizarse también en documentos escritos o en tarjetas de visita, por ejemplo. Sin embargo, en este caso no es posible realizar ninguna fragmentación.

Expongo el uso incorrecto de la fragmentación para evitar que suceda.



## TIPOGRAFÍAS SELECCIONADAS

El sistema de Identidad Visual de DyS - LEXIA está constituido por la tipografía corporativa principal y por 5 tipografías secundarias:

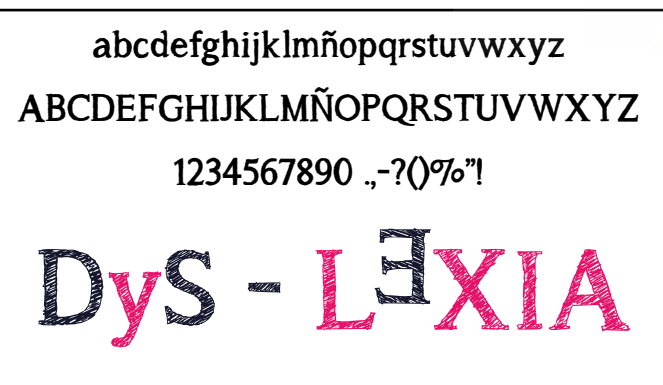
### 1. Tipografía principal

Es la utilizada en el logotipo para escribir el nombre de la organización.

#### a) A song for jennifer bold Regular \*

Será utilizada únicamente para el logotipo de la organización y su uso fuera de éste no estará permitido.

\* En la Web se utiliza la fuente similar : Fredericka the Great (web)

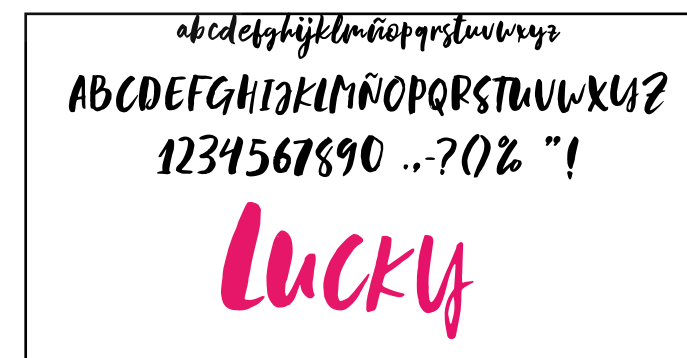


### 2. Tipografías secundarias

Las siguientes tipografías serán utilizadas para los Manuales, publicaciones escritas, medios impresos y en la web oficial.

#### b) Blastpink Script

Será utilizada en los títulos de los cuentos, tanto impresos como en formatos digitales. Algunos caracteres pueden ser susceptibles de algunos cambios (por ejemplo la "y"), para adaptarlas a una mejor legibilidad según las características estudiadas de la dislexia para una mejor legibilidad.





c) OPEN DYSLEXIC

Será utilizada para los textos generales, y en los narrativos de los cuentos en su versión “alta” y tamaño 30 pt en las versiones impresas.

OpenDyslexicAlta Regular  
**OpenDyslexicAlta Bold**  
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890 .,-?()%”!  
 “Unos gamberretes habían...”

d) EasyReadingPRO

Destinada a los diálogos en primera persona en cuentos, en su versión Italic y tamaño 26 pt (salvo alguna excepción).

EasyReadingPRO Regular  
*EasyReadingPRO Italic*  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 1234567890  
*¡Plof! ¡Plof! ¡Plof!*



e) Lexie Readable

Destinada a textos formales de los documentos (como los créditos).

El tamaño dependerá del soporte.

Lexie Readable Regular  
**Lexie Readable Bold**  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 1234567890  
 Olga Martínez Ruiz

f) Sylexiad Sans Spaced Med

Destinada a textos narrativos dentro de los cuentos como los diálogos en primera persona en combinación con EasyReadingPRO.

Sylexiad Sans Spaced Med Regular  
 Sylexiad Sans Spaced Med Italic  
 Sylexiad Sans Spaced Bold  
 Sylexiad Sans Spaced Bold Italic  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890



## VERSIONES CROMÁTICAS

a) Monocromático en escalas de grises y tinta negra, en positivo y negativo respectivamente.



PANTONE 11-0601 TCX  
blanco brillante  
0C 0M 0Y 0K  
244R 249G 255B  
# FFFFFFFF WEB



PANTONE black 6C  
100C 61M 32Y 96K  
0R 0G 0B  
# 000000 WEB

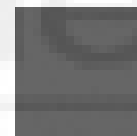
DyS - LEXIA

DyS - LEXIA



## VERSIONES CROMÁTICAS

b) Monocromático con un color de fondo en positivo y negativo respectivamente.



PANTONE 18-0306 TCX  
bronce de cañón  
58C 47M 48Y 38K  
92R 93G 91B  
# 5C5D5B WEB



PANTONE 11-0601 TCX  
blanco brillante  
0C 0M 0Y 0K  
244R 249G 255B  
# FFFFFFFF WEB

DyS - LEXIA

DyS - LEXIA



Se disponen las versiones cromáticas de aplicación transversal al sistema de identificadores corporativos y articulaciones secundarias de los mismos.

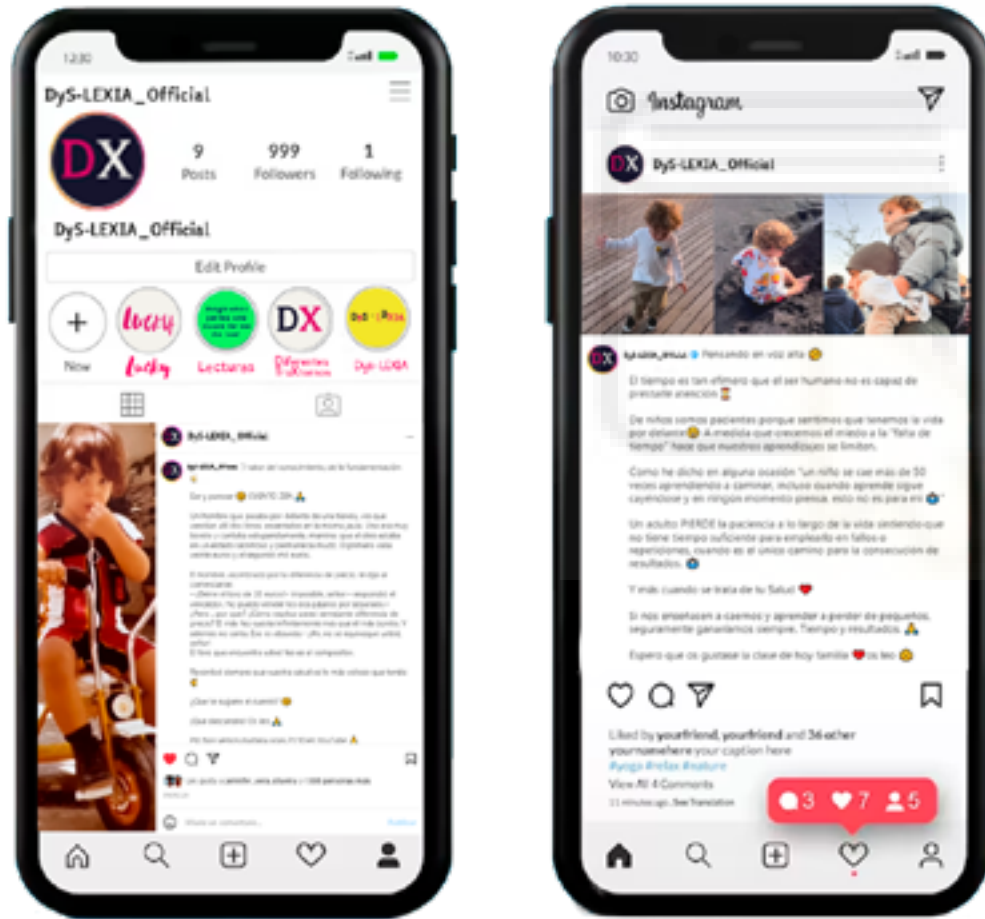
Se especifican en previsión a las diferentes necesidades de aplicación que se pudieran derivar en base a las restricciones de reproducción de color, o compatibilidad con otras imágenes en los soportes de comunicación que DyS-LEXIA estime oportunos.



### 3. 2 Diseño estético

En esta sección describo el diseño de las interfaces de las RRSS, el canal de You Tube y la Web.

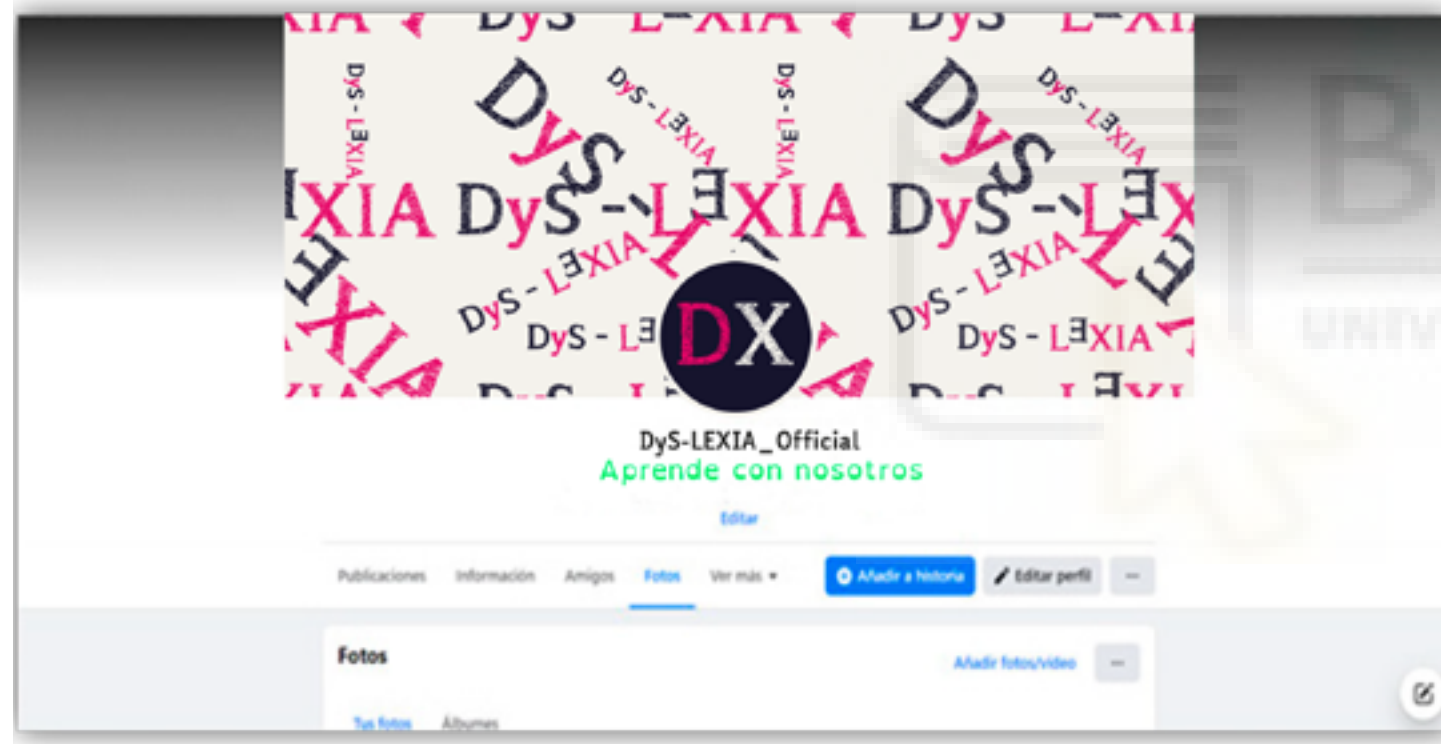
INSTAGRAM



CANAL DE YOU TUBE









### 3.3 Story board

#### Croquis básico

CONTRA PORTADA 44	PORTADA 1	Niños petardos. 10		capó coche garaje. 20		Gato mira alegre a María 30		Vocabulario 40	Vocabulario 41
23			Gato junto al coche. 13	sólo diálogos 22	sólo diálogos 23		María y el gato 33	42	43
45	CRÉDITOS	14	Gato dentro del motor cara de susto. 15	Veterinario 24	25	34	María, Pedro y el gato 35		
Queridos amiguitos... 67	Dibujo Lucky.	Gato atrapado maulla 16	17	26	Casa de María 27	Vocabulario 36	Vocabulario 37		
Gatos comiendo. 89		sólo diálogos 18	sólo diálogos 19	28	Gato en la cama 29	Vocabulario 38	Vocabulario 39		



### 3. 4 Wireframes

"Esquemas de diseño" o "wireframes", son representaciones visuales básicas. Se utilizan para mostrar la estructura y el diseño de una manera simplificada, sin preocuparse demasiado por los detalles estéticos.

Los wireframes suelen ser representaciones en blanco y negro. El propósito principal de los wireframes es definir y comunicar la estructura y el flujo de información de un proyecto digital.

Es importante destacar que los wireframes son una etapa temprana en el proceso de diseño y desarrollo de un proyecto digital. A medida que avanza el trabajo, los wireframes se pueden convertir en diseños más detallados, utilizando elementos gráficos, colores, tipografías y otros aspectos visuales. Los wireframes son una herramienta clave para la planificación y la comunicación efectiva en el diseño de interfaces digitales.





### 3.5 Diseño de estilo en medios

Anuncios para RRSS

Dado que el producto principal son los cuentos para los niños con dislexia, se creará **anuncio o story** en torno a ellos. Está destinado a las RRSS; servirá para generar un atractivo que pueda llamar a la acción a los clientes potenciales. Se mostrarán los cuentos, tanto las portadas como un ejemplo del interior, mostrando los diseños especiales que los caracteriza y los hace especiales; también se mencionarán las edades a las que van dirigidos, para así generar curiosidad e interés en el espectador.

Empezaré primero con el primer ejemplar y se irá variando el contenido para ir generando diferentes stories cada semana.

Primer ejemplo:

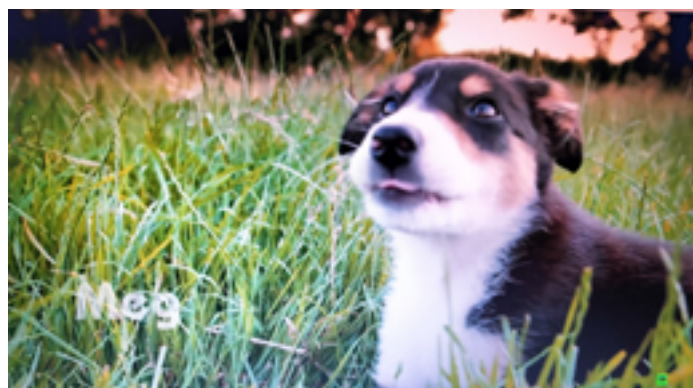




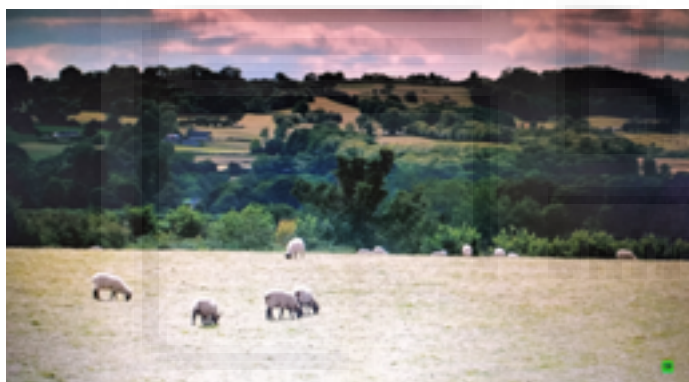
### Spot Publicitario

Me gustaría diseñar un **Spot Publicitario** basado en una de las historias reales narradas en la colección de cuentos especiales para la dislexia. Es importante reflejar que estas historias que los niños van a poder disfrutar en los cuentos proceden de la realidad y que sus padres van a poder leerlas con ellos una y otra vez. Recuerdo que los protagonistas son animales y pretendo transmitir un mundo de sensaciones reales a los niños para que aprendan y sientan sin ninguna barrera. De esta forma presento la colección de cuentos.

“... Para la mayoría de los cachorros adoptados, establecerse con su nueva familia es un desafío. Pero nuestro protagonista se enfrenta a una tarea aún mayor: estará destinado a una vida como



Vicktoria, de 16 años, vive en Summerset (UK) con su padre Alistair, su madre Ela y su hermano Tom y más de 500 ovejas.



*"La vida en una granja siempre es ajetreada, siempre hay cosas que hacer. Tienes que saber qué está pasando, no puedes... estar mirando las musarañas"*



*"Es un estilo de vida, la mayoría de mis amigos viven en ciudades."*

*"Están un poco hartos de que hable todo el rato de ovejas, pero es de lo me gusta hablar."*

Vicktoria ha pasado todo su tiempo libre trabajando en la granja familiar desde que su padre sufrió una lesión grave.





"Hace 3 años mi padre sufrió un accidente: un buey golpeó la puerta abriéndola hacia atrás y golpeando a mi padre en la cabeza. Pensé que no lo conseguiría, era realmente aterrador. Así que mi hermano y yo nos pusimos manos a la obra. Ni siquiera lo pensamos, simplemente lo hicimos."

"Di un paso al frente por mi padre."



Son las vacaciones de verano, Vicktoria está trabajando a tiempo completo en la granja y quiere entrenar a un nuevo cachorro para aliviar la carga de trabajo de su perro Ben.

"Ben, nuestro perro pastor, necesita descansar, porque cuando trabajas todos los días en invierno con las ovejas, siempre pastoreando, moviéndolas de un campo a otro, es agotador para un solo perro pastor. Sería bueno tener un segundo perro que pudiera respaldar a Ben."

Y Vicktoria está decidida a que el nuevo cachorro tenga éxito:

"Dedicaré más tiempo y esfuerzo a entrenar a mi cachorro. Soy una persona bastante decidida: ¡¡sí me propongo hacer algo lo hago bien!!"

Vicktoria regresó a la granja después de recoger junto a sus padres a su nueva cachorra Meg.

"Éste es tu nuevo hogar, tu nuevo jardín."

"Por fin está en casa. Es como mi propio perro, está a mi cuidado, así que sí, es mucha responsabilidad pero estoy lista para asumirla."

Esta es Meg, un cachorro de Border Colie de 9 semanas, con un coeficiente intelectual récord y una resistencia inmejorable. Este dinámico perro es la raza número 1 del mundo para el pastoreo de ovejas.



Por suerte, Ben está contento con su nueva compañera...

Víctor Peach, un adiestrador de perros pastores local con más de 40 años de experiencia, ha venido para ayudar a Vicktoria con Meg, para ver si tiene instinto natural para el pastoreo:

"Supongo que vas a trabajar en casa y ayudar a tu padre, no?"

Víctor, ha traído sus 2 perros pastores premiados, Tía e Ily, para enseñar a Vicktoria y a Meg el oficio.



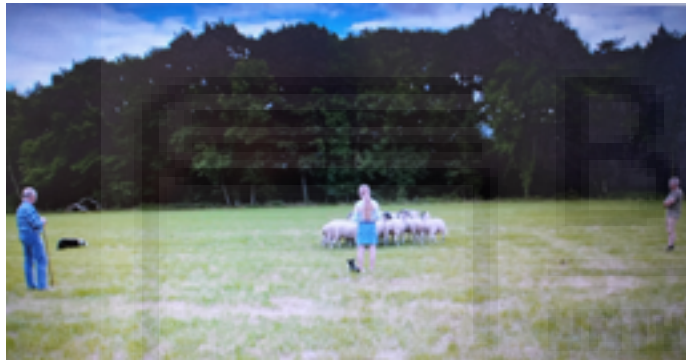
Meg necesitará adoptar la postura de acecho instintiva del Colie.



Un comportamiento, que refleja la técnica de caza de sus ancestros los lobos. Aunque el instinto de matar se ha ido quitando en los perros pastores, siguen intimidando gracias a su famosa mirada intensa conocida como "el ojo". Algo que meg aún debe aprender...



*"Vicktor dijo que soy la líder y la jefa de Meg, así que tengo que establecer las reglas de juego."*  
- Dijo Vicktoria



Vicktoria y su nueva cachorra Meg aún tienen muchos obstáculos que cruzar...Sólo es el comienzo del viaje para ser un perro pastor y una pastora.



### **Meg**

Es un cachorro hembra de Border Colie de 9 semanas, con un coeficiente intelectual récord y una resistencia inmejorable. Este perro es super dinámico y por ello es la raza número 1 del mundo para el pastoreo de ovejas. La raza del Border Colie es originaria precisamente de UK y allí es donde desarrollan todo su potencial.

Nuestra protagonista es adoptada por una familia que posee una granja familiar. Ella tendrá que ayudar a otro Border Colie llamado Ben y con las más de 500 ovejas que posee la familia. Va a ser entrenada muy duro por su dueña Vicktoria y descubriremos cómo será ese proceso...

### **Vicktoria**

De 16 años, vive en Summerset con su padre Alister, su madre Ela y su hermano Tom y más de 500 ovejas. Sus amigos están un poco hartos de que ella sólo hable de ovejas, pero es de lo que le gusta hablar.

Ella ha pasado los últimos 3 años trabajando en la granja familiar, después de que su padre sufriera un grave accidente con un buey. Ella y su hermano se pusieron manos a la obra sin pensárselo dos veces. Es una chica decidida y segura de sí misma.

Ella será la responsable de entrenar a la nueva cachorro Meg para que ayude a su otro perro Ben.

### **Alister**

Es el padre de Vicktoria. Él sufrió un grave accidente en su granja mientras trabajaba: un buey pateó la puerta hacia atrás y le dio fuertemente en la cabeza. No se acuerda de nada, sólo que despertó en el hospital. Estuvo muy grave en cuidado intensivos durante bastante tiempo hasta que consiguió recuperarse y volver.

### **Ela**

Mujer de Alister y madre de Vicktoria.

### **Tom**

Hermano de Vicktoria. Es mayor que ella y se responsabilizó junto a su hermana de la granja familiar tras el accidente de su padre.

### **Víctor Peach**

Es un adiestrador de perros pastores local con más de 40 años de experiencia, que ayudará a Vicktoria a adiestrar a Meg.

### **Música:**

<https://www.youtube.com/watch?v=bnaNG4mZC7U>

<https://www.youtube.com/watch?v=llMn4MswqSw>



### 3.6 Lista de activos completa

#### 1. Juego de tarjetas



#### 2. Agenda



#### 3. Cuadernos especiales





#### 4. Mochila



#### 5. Tazas



Biblioteca  
UNIVERSITAS Miguel Hernández



## 4 . NEGOCIO Y MARKETING





## 4.1 Objetivos

Quiero incidir en la importancia de producir un **contenido de valor**, el cual es esencial para fortalecer mi marca. Quiero que sea **coherente, auténtico y que mantenga una continuidad a través de todos los medios digitales (y no digitales)**.

**1. Ampliar la visibilidad y reconocimiento de la marca:** mi primer objetivo será dar a conocer DyS-LEXIA a nivel nacional e internacional, implementando estrategias de marketing digital, participando en eventos relacionados con la dislexia y estableciendo alianzas con organizaciones y centros educativos para llegar a un público más amplio.

**2. Aumentar las ventas de los productos y servicios:** Buscaré incrementar las ventas de mis cuentas personalizadas, merchandising y otros productos relacionados, implementando estrategias de promoción, descuentos especiales y paquetes de productos para incentivar las compras. Además, ofreceré servicios adicionales como talleres y asesoramiento para familias por profesionales.

**3. Mejorar la experiencia del cliente:** me esforzaré por brindar una experiencia excepcional a mis clientes, desde el momento de la compra hasta el uso de nuestros productos. Implementaré un servicio de atención al cliente eficiente y amigable, estaré abierta a recibir sugerencias y retroalimentación para mejorar mis productos y servicios.

**4. Establecer alianzas estratégicas:** Buscaré colaboraciones con Instituciones Educativas, Asociaciones de dislexia, profesionales especializados y otros actores clave en el campo de la dislexia. Estas alianzas me permitirá ampliar el alcance y acceder a nuevos públicos, así como enriquecer nuestros contenidos y servicios con la experiencia y conocimientos de expertos en la materia.

**5. Generar conciencia y educación sobre la dislexia:** me comprometeré a educar y concienciar a la sociedad sobre la dislexia, sus desafíos y fortalezas. A través de campañas de sensibilización, contenido educativo en mis plataformas y participación en eventos, promoveré la comprensión y el apoyo hacia las personas con dislexia.

Estos objetivos me permitirán consolidar la organización como una **marca referente en el ámbito de la dislexia, alcanzar un crecimiento sostenible y, lo más importante, contribuir de manera significativa al desarrollo y bienestar de los niños con dislexia.**

### La super digitalización post-covid

La expectativa del consumidor ha crecido, y tengo claro que, como marca, debo priorizar **la experiencia de cliente y servicio** en el centro, o de lo contrario pronto tendré un problema ante las nuevas expectativas y “exigencias” básicas del consumidor.

**Mi producto es el corazón de la experiencia de cliente:** reduciendo procesos y fricción en todo el ciclo de compra, así como enriqueciéndolo con nuevas funcionalidades digitales.

Construyo experiencias digitales que conectan la marca y las personas a través de la combinación de **los datos, el diseño, la creatividad y la tecnología.**

DIRECT-TO-CONSUMER ( mercado D2C ) es una tendencia creciente que representa una oportunidad para nosotros precisamente con el fin de retomar parte de la relación con el cliente que se ha perdido.

DATOS: el eCommerce representa menos del 5% de las ventas en CPG, pero el movimiento de D2C corresponde al 40% del crecimiento en ventas de todo el sector.

Por otro lado, los bytes se comen al ladrillo y lo harán más en el futuro. El Covid-19 ha supuesto un **proceso de aceleración de eCommerce sin precedentes, aumentando hasta un 40% en España YTD frente a 2019\***.

online → offline





Tengo claro que la **estrategia de online-to-offline (O2O)** es una de las mecánicas que debo desarrollar para generar tráfico en la venta de la colección de **Cuentos DyS-LEXIA**, pero también supone un primer paso intermedio ineludible para todos aquellos que buscan **mantener la experiencia física**.

Por ello, levanto las barreras de entrada a aquellos niños con dislexia y que son digitales que poco a poco empiezan a recorrer el camino a la inversa, de lo online a lo offline.

Utilizo la presencia en línea, como la página web y RRSS, para promover y generar tráfico hacia las tiendas físicas. Ofrezco incentivos especiales a los clientes que compren en línea y recojan sus productos en las tiendas físicas, como descuentos adicionales, regalos o servicios personalizados. Proporciono información clara y detallada sobre la ubicación y horarios de las tiendas físicas en el sitio web y redes sociales.

- **Experiencia física atractiva:** Diseño las tiendas físicas de manera que reflejen la identidad y estética de mi marca. Utilizaré elementos visuales, como ilustraciones y colores relacionados con la dislexia, para crear un ambiente acogedor y atractivo. Organizaré eventos y charlas educativas en tus tiendas físicas, en colaboración con

profesionales y expertos en dislexia. Estos eventos pueden atraer a padres, educadores y personas interesadas en el tema, generando tráfico adicional a tus tiendas. Ofreceré servicios personalizados en las tiendas físicas, como asesoramiento especializado sobre los productos, demostraciones interactivas o actividades prácticas relacionadas con los cuentos y juegos. De esta forma mantengo y cultivo la relación con mis clientes, lo que me permite controlar toda la cadena de la experiencia: desde la website a las tiendas.

- **Mejora de márgenes:** con esta estructura, los costes de distribución se reducen y aparece un margen con el que captar tráfico y aportar valor y, por qué no, ganar más dinero. Las ineficiencias de la distribución se convierten en ingresos extra en la relación directa.
- **Inteligencia y control de los datos:** mantener la relación directa con el cliente implica tener en tiempo real acceso a los datos. Me ayudará a identificar patrones, tendencias, conocer mejor sus gustos, necesidades y sus preferencias. Utilizaré estas estrategias de *marketing automation* para personalizar la comunicación y las ofertas según el perfil de cada cliente. Esto me ayudará a generar ventas adicionales y fidelizar a los clientes existentes.



- **Nuevas posibilidades de marketing:** la marca entra en el terreno global de todos los canales ampliando a aquellos donde el objetivo es la conversión final. Se cierra el círculo de la comunicación para ser 360°.

Brindar un servicio de atención al cliente excepcional en todas las plataformas, tanto en línea como en las tiendas físicas. Responder rápidamente a las consultas, solucionar problemas y facilitar la experiencia de compra para generar confianza y lealtad.



## Customer Experience (CE) Comenzar en digital y finalizar en físico.

• Construyo una experiencia de marca través de la personalización y el diseño para atender a un **usuario que debe ser visualizado** que demanda herramientas que les ayuden en su comprensión en dispositivos digitales.

• Cuento con un producto que digitalmente va a enriquecer la experiencia de mis usuarios. Incorporará una capa digital: web que potenciará la información y ayuda, servicios añadidos de herramientas, contenidos extra, etc. **Lo digital debe aportar valor a lo físico.**

• **Nuevos canales de compra.** Creación de una nueva forma de enfocar la compra. Con el objetivo de maximizar la experiencia del cliente multicanal, diseño una campaña Online y Offline, que comienza generando tráfico en Instagram y YouTube y se cierra directamente con la compra de cuentos y otros materiales en formato físico en las tiendas o a través de la web, para su uso a nivel particular o para profesionales de la Educación y Centros especializados.

## Ventas: definición del servicio

• Diversificar canales para estar presente donde el cliente demanda. Utilización de los canales de comercialización digitales y físicos adecuados. Cada forma de comercializar me permite dar respuesta a diferentes clientes y generar *engagement*.

• Aplico estrategias de precio y extras de valor. Formas de mantener un precio unitario que aparece como público ante el canal tradicional. Ideas que deben “ocultar” el precio y hacerlo incomparable con el resto.

• Cultura de “*Direct 2 Consumer*”: me permitirá adaptar mi oferta a los hábitos y tendencias del momento, jugando con el precio, para obtener la máxima rentabilidad. Gestionar de manera directa la relación con nuestros clientes y su necesidad de atención y gestión de incidencias.

## Tecnología: Optimización de procesos y canales

La clave está en la construcción de un conjunto de soluciones tecnológicas (Martech) que permita la optimización de la relación con nuestro cliente a través de la automatización de los procesos y con una escalabilidad suficiente en volumen y canales de venta.

• Integro a la empresa en el *eCommerce* a través de las Plataformas de comercio electrónico.

• CRM (Customer Relationship Management) Gestión de cliente automatizada con máximo conocimiento y perfilado a través de los formularios y su participación en nuestras RRSS.

• Automation. Uso de las herramientas de comunicación automatizada que me permitirá segmentar el perfil de los clientes y el momento de consumo. Con todo esto conseguiré tener agilidad de implementación ante nuevas oportunidades.

## Marketing: Atracción y activación de cliente. Del branding a una performance geolocalizada.

• Campañas de máxima efectividad tras conectar datos geolocalizados, consumidor y producto.

• De campañas de imagen a campañas de resultados, llevaré a cabo acciones de captación enfocadas a la transacción y resultado. Me veo obligada a medir el ROI de forma directa en cada venta. La analítica se convierte en clave. A partir de segmentaciones exhaustivas de mi BBDD, podré crear campañas vinculadas a un mix de datos demográficos y segmentaciones geográficas.

• *Engagement* gracias a la propiedad del dato. Conexión y fidelización de los clientes basada en la experiencia global. Generar relación con el cliente en todos los puntos de contacto: desde social a teléfono o email. Para lograrlo debo contar con la propiedad del dato, lo que me permitirá construir una oferta única.

• CRO (Chief Revenue Officer). Optimización de conversión en todos los puntos de contacto. La rentabilidad de las inversiones en marketing depende directamente de este factor.



### Palancas de actuación

- Estrategias de marketing digital: campañas publicitarias en línea, optimización de motores de búsqueda (SEO), marketing de contenidos, redes sociales y marketing por correo electrónico para aumentar la visibilidad de la marca y atraer a un público interesado en la dislexia.
- Alianzas estratégicas: colaboraciones con Centros Educativos, Asociaciones de dislexia, terapeutas y otros profesionales del campo para promover conjuntamente los productos y servicios de DyS-LEXIA, compartir recursos y conocimientos, y llegar a un público más amplio.
- Desarrollo de contenidos: cuentos personalizados y otros materiales educativos adaptados a las necesidades de los niños con dislexia. Estos contenidos se enfocarán en mejorar la narración, la comprensión lectora y el desarrollo de valores, utilizando un lenguaje sencillo, tipografía adecuada, colores de fondo para los textos probados y un diseño visual atractivo.
- Experiencia del cliente: servicio de atención al cliente eficiente y amigable, con respuestas rápidas y soluciones a medida. Además, se recopilará y analizará la retroalimentación de los clientes para mejorar continuamente los productos y servicios de DyS-LEXIA.
- Eventos y colaboraciones educativas: participación en ferias, conferencias y eventos relacionados con la dislexia para promover la marca y compartir conocimientos. También se ofrecerán en las tiendas físicas talleres y sesiones de capacitación para padres, maestros y profesionales, con el objetivo de difundir información y herramientas útiles para apoyar a los niños con dislexia.
- Comunicación y concienciación: concientizar sobre la dislexia a través de diversos canales de comunicación, incluyendo redes sociales, blogs, videos y artículos. Busco educar a la sociedad sobre las características y necesidades de las personas con dislexia, fomentando la empatía y el respeto.

Estas palancas de actuación proporcionan un enfoque estratégico y concreto para alcanzar los objetivos de DyS-LEXIA, permitiendo impulsar el crecimiento de la marca, fortalecer las relaciones con los clientes y generar un impacto positivo en la comunidad de personas con dislexia.







### Hook Marketing

En la era de la atención, donde el tiempo del espectador es la moneda más valiosa, dominar este tipo de Marketing se ha convertido en una habilidad esencial. En una era repleta de mensajes publicitarios, es esencial entender el 'hook' y su importancia en las campañas de Marketing de éxito.

En esencia, un 'hook' es un elemento atractivo al inicio de mi contenido que capta la atención de la audiencia e incita a seguir interactuando.

Es como el acto de apertura de mi Marketing, un señuelo que captura y mantiene el interés. La traducción literal de 'hook' al español sería 'gancho'.

Jay Abraham, famoso consultor de Marketing, afirmó una vez:

*“Cuando limitas tu negocio a hacer las cosas de la misma manera que todos tus competidores solo puedes producir, en el mejor de los casos, ganancias modestas e incrementales.*

*En el peor de los casos, podrías perder terreno fácilmente. Al ayudarte a estudiar e identificar los principios fundamentales que impulsan el éxito en cientos de otras industrias, podrás seleccionar y adoptar los enfoques más poderosos, efectivos y vanguardistas para introducir en tu industria.*

*Un enfoque que puede ser tan común como la tierra, en una industria puede tener el poder de una bomba atómica en una industria no relacionada”.*





## 4. 2 Necesidades del usuario

Al comprender en profundidad las necesidades del usuario, podré desarrollar productos, servicios y experiencias que sean relevantes, útiles y significativos para los niños con dislexia y sus familias. La empatía y la colaboración con la comunidad de usuarios serán fundamentales en este proceso.

Los puntos clave respecto a las necesidades del usuario al que va destinado el producto que se presenta se estructura entorno a la visión artística sobre un tema real que ofrece mi servicio y un cambio en la **visión de los cuentos para niños con dilexia distinta a la que ofrecen la mayoría de productos similares**, de modo que la narrativa de estas historias se estructura bajo el protagonismo de animales y sus historias reales, en contraposición a la costumbre de contenido que existe en el mercado.

Se trata de desarrollar la lectura y la comprensión gracias a las historias que cuentan sus personajes, además de fomentar la creatividad al ofrecer la oportunidad de participar e inventar nuevas aventuras gracias a la web y las RRSS.

- Acceso a contenidos adaptados y diseñados específicamente para niños con dislexia, que les ayuden a mejorar su comprensión lectora y habilidades narrativas.

- Recursos educativos y herramientas interactivas que faciliten el aprendizaje y la práctica de la lectura.

- Productos y servicios que promuevan la empatía, el respeto, el cuidado y la sensibilidad hacia los demás.

- Apoyo y orientación para las familias en el manejo de la dislexia, incluyendo información, consejos prácticos y recursos de apoyo.

- Una comunidad o espacio donde puedan compartir experiencias, conectarse con otros afectados por la dislexia y obtener apoyo mutuo.



## 4.3 Target de la audiencia y marketing

La empresa, DyS-LEXIA S.A., abarca varios productos. Pero el producto base, principal, es la colección de **cuentos impresos para niños con dislexia**, que abarca **desde los 5 hasta los 12 años, y diferentes target**. En principio me dirijo a una audiencia hispanohablante y nacional, aunque si bien es cierto, pretendo abarcar otros países ofreciendo los cuentos traducidos a otros idiomas como el inglés, francés o italiano.

**Público objetivo primario:** Niños y niñas con dislexia (edades de 5 a 12 años)

Esta colección de cuentos especiales comprende las necesidades, preferencias y desafíos específicos de los niños con dislexia en diferentes grupos de edad.

El contenido de los cuentos está adaptado y es adecuado para cada grupo de edad, con lenguaje sencillo y visualmente atractivo.

Distribuidos en 4 grupos:

- Nivel I (de 5 a 6 años)
- Nivel II (de 6 a 8 años)
- Nivel III (de 8 a 10 años)
- Nivel IV (de 10 a 12 años).

Y, aunque inicialmente serán publicados en Español, considero, como he dicho, la posibilidad de traducir los cuentos a diferentes idiomas para llegar a una audiencia más amplia en todo el mundo.

**Público objetivo secundario:**

- Centros educativos: destinado a escuelas, colegios y otros centros educativos que trabajen con niños con dislexia. Estos pueden ser mis clientes directos y también actuar como puntos de distribución para estos cuentos especiales.

- Asociaciones y Organizaciones relacionadas con la dislexia: ya que pueden estar interesadas en utilizar mis cuentos como recursos educativos o recomendarlos a sus miembros.

- Profesionales relacionados: por supuesto, considera también a aquellos profesionales como psicólogos, logopedas, terapeutas ocupacionales y educadores especializados que trabajen con niños con dislexia y otros trastornos. Ellos pueden ser aliados estratégicos o prescriptores de mis productos.

## 4.4 Modelos de negocio

Debido al amplio universo transmedia, existen distintos tipos de ingresos.

En cualquier caso, las personas compran bienes que se alinean con la identidad de DyS-LEXIA y se complementan entre sí. Y explotan ese deseo.

- **Ventas directas** de los productos, como los cuentos, el merchandising y los juegos, a través de la página web [www.dyslexia.es](http://www.dyslexia.es), las tiendas físicas y otros canales de distribución.

- **Servicios adicionales**, como talleres, asesoramiento personalizado o formación para familias, en escuelas y universidades con profesionales relacionados con la dislexia y otros trastornos.

- **Explorar alianzas o acuerdos de licencia con otras empresas o instituciones** que estén interesadas en utilizar tus contenidos o recursos en sus propias iniciativas.

- Considero la **posibilidad de ofrecer suscripciones o membresías** que brinden acceso exclusivo a contenidos adicionales, actualizaciones o beneficios especiales.

- Explorar **oportunidades de patrocinio o colaboración con marcas o entidades universitarias** por ejemplo que compartan valores y objetivos similares.

La técnica del **cross-selling o ventas cruzadas**, por ejemplo, apela al sentido estético del consumidor proponiendo cápsulas de objetos que son combinables entre sí, y complementos que mejoran la prestación del producto.

El **up-selling** o la **venta de mayor precio**, particularmente en el comercio online, ofrece productos de una gama superior en la marca que ya prefirió el consumidor.

Como marca aprovecho este efecto para impulsar el rendimiento en las ventas.

Ya sea actualizando permanentemente la oferta con un producto nuevo (nuevas colecciones de cuentos, otros idiomas, más juegos, etc.), pero con más prestaciones. Ofreciendo artículos de mayor peso a modo de adquirir un estatus superior (como podrían ser diseños especiales de los libros de texto para niños con dislexia de las etapas superiores).

○ diseñando las **tiendas físicas**, con un recorrido hasta llegar a la caja, en el que se ofrezcan múltiples productos asociables y reproducir el método en la tienda online.



**Mi objetivo principal es fidelizar a empresas privadas y organismos públicos de Educación y a los profesionales especializados que quieran ofrecer a sus alumnos y pacientes un material educativo específico para niños con dislexia.**

**Busco llegar a potenciales clientes como son los Centros de Educación, docentes infantiles y a las familias de los niños con dislexia principalmente,** pero también con otros trastornos del comportamiento como son los TOC, niños de espectro autista, etc. Ellos son cruciales y fundamentales a la hora de detectar estos trastornos, gracias a la posibilidad de tener una visión general de todos los alumnos en las clases y así lograr detectarlo rápidamente. Además tienen la posibilidad de hacerlo antes de que se convierta en un problema.

**Quiero contar con la propia experiencia de los niños dentro de las aulas,** donde se les ofrezca el uso de estos materiales y herramientas específicas para ellos, a la vez que reciben estímulos tanto intelectuales como artísticos y visuales. Desde el primer momento, creando un vínculo profundo con los centros educativos, docentes e incluso familiares ofreciéndoles la posibilidad de mantener un rol activo que les permita realizar todas las pruebas y así desarrollar su propio material educativo.

Posterior a la experiencia en las clases, continuo con un servicio de seguimiento a través de

nuestras RRSS y la web, con lo que pretendo que mis clientes consuman no sólo contenido generado sino cualquiera de los demás productos/ servicios que ofrezco.

Y por otra parte, **ayudar a normalizar, visibilizar y mejorar las habilidades sociales de todos estos niños,** abrir este campo a los niños que nunca antes han recibido comprensión y empatía por estos trastornos. **Aumentar la conciencia** de los problemas sociales en los **niños con trastornos del comportamiento, especialmente con dislexia,** por ese motivo el cuento gira entorno a ellos y **a la importancia de la investigación, la detección y la educación.**

**En el caso de la dislexia (dificultad específica de aprendizaje) se empieza a detectar a partir de los 6 años.** Se puede hacer un cribado inicial gracias a las herramientas gratuitas disponibles online, pero la función de los profesionales especializados en la dislexia es vital.

¿Qué profesionales pueden hacer estos diagnósticos? Psicólogos, pediatras, logopedas, fonoaudiólogos, psiquiatras y los psicopedagogos. Pero lo importante es que ese profesional esté especializado en dislexia. También es muy importante que ese diagnóstico se haga desde la disciplina, porque hay que descartar muchas cosas: un psicólogo debe realizar tests de inteligencia para analizar el grado de ésta y un logopeda puede descartar que no sea otro tipo de dificultad del lenguaje, analizar si hay comorbidades, etc.

Por eso, **un diagnóstico diferencial sólo lo puede hacer un profesional.**

En los colegios deben tener en cuenta, a la hora de presentar los textos, hacerlos con letras de palo seco (sin serifa), con un tamaño de la letra más grande, sin cursivas, presentar el contenido del texto con palabras clave en negrita (como bien se ha reflejado en las investigaciones) ya que mejora la comprensión y la memoria, y hacer exámenes orales e integración con todos los niños.

Para mí es importante presentar este proyecto como una **estrategia de compensación necesaria para que la dislexia y otros trastornos neuronales,** es decir, que no son una enfermedad, **no se conviertan en una barrera.** Todos esos niños diagnosticados, a lo largo de su vida pueden ser lo que se propongan gracias a la ayuda necesaria.

**Desde el punto de vista creativo,** me gustaría que este material puede convertirse en los distintos “héroes” que, de alguna manera, a través de las historias que narran, ayuden y salven al niño con dislexia o algún trastorno de comportamiento durante su infancia, y gracias a una buena detección temprana.

**Las temáticas y hechos son reales, protagonizados a través de diferentes animales** y utilizarlos de manera siempre educativa.

Pongo de ejemplo el resto de mi colección:

- **EL ABUELO,** historia de una niña de 4 años que es secuestrada y abandonada en la selva de Colombia. Para no morir de hambre comienza a imitar los hábitos de los monos capuchinos, hasta que al final la adoptan como un miembro más de la manada. Durante 5 años la niña dejó su lenguaje de humana, desarrolló su instinto de supervivencia, olvidó su nombre y se integró en el mundo animal para formar su nueva familia. Pero esta aventura era sólo el comienzo.
- **MOZART Y SOÑADOR,** donde se pone de manifiesto a través de un lobo y una leona que se quieren como hermanos la posibilidad de crecer bajo los valores de respeto y diversidad.
- **MEG:** a través de la historia de este cachorro de Border Colie de 2 semanas. Se muestra la importancia de una educación, contemplando los avances y la responsabilidad de Vicktoria, que es su dueña y una niña de 16 años.

**Mi objetivo económico** reside en atraer a centros educativos interesados que puedan apoyarme para llevar a cabo el proyecto. También busco **colaborar con profesionales especialistas y de investigación** de muchos de estos trastornos como la dislexia, al igual que con las **Asociaciones de Orientación y Educación autonómicas.**



## 4.5 Statement

### Olga Martínez Ruiz

Apasionada del Retail, el Diseño y las personas. Esos son mis 3 pilares de valor.

Soy Técnico Superior en estilismo de Indumentaria y Máster en RRHH y estudiante de último curso del Grado en Bellas Artes (mención de Diseño y Artes Gráficas).

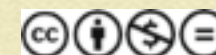
Reúno más de 25 años de trayectoria profesional, de los cuales, 8 años son dentro del sector Audiovisual y desde el 2017 trabajando como Graphic Designer. Completo mi perfil con 13 años en el sector del Retail trabajando sobre todo a nivel de imagen de tienda y visual de producto. Organizada y detallista. Me gusta ayudar a las empresas y a las personas, dentro de los departamentos de RRHH, Visual y Marketing, para mejorar el funcionamiento y la imagen de las empresas de cara al consumidor, ya sea con una mejor exposición del producto o un mejor diseño de los productos, etiquetas, logotipos, packaging, etc.



## 4.6 Derechos de autor, propiedad intelectual y licencias

Website, rich text

**DYS-LEXIA S.A.** © está bajo licencia **CC BY-NC-ND 4.0** © 2 por [Olga Martínez Ruiz](https://es.linkedin.com/in/olgamartinezruiz) [es.linkedin.com/in/olgamartinezruiz](https://es.linkedin.com/in/olgamartinezruiz)



Website, HTML

```
<p xmlns:cc="http://creativecommons.org/ns#"
>Este trabajo tiene licencia bajo <a href="http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/?ref=selector-v1" target="_blank" rel="license noopener noreferrer" style="display:inline-block;">CC BY-NC-ND 4.0</a></p>
```

Print work or media, Plain text

**DYS-LEXIA S.A.** © 2 by P is licensed under Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International. To view a copy of this license, visit





Olga Martínez Ruiz  
@olga.martinezruiz.1