



Manual

para la creación de planos accesibles
de recintos de eventos musicales

Edición 2025.

Redacción:
Vanessa Castilla
Roberto Aguado

Diseño y maquetación
Laura Fernández Mellado

ISBN:

Edita:
Fundación Music for All

Colaboradores y equipos de validación:

Andrea Ufarte
Baltasar Vega
Benjamin Planton
Celia Rodríguez
David Millán
Elena Garcia
Eva María López
Eva Suarez
Juan Pedro Garcia
Nicolás Gómez
Paco Carrillo
Roberto Aguado
Samuel Checa
Serafin Manzano
Vanesa Castilla



Actividad subvencionada por el
Ministerio de Cultura y Deporte





Índice

Presentación.....	4
Metodología de evaluación.....	5
Fases 1, 2, 3 y 4.....	6
Fases 5, 6 y 7.....	7
Recomendaciones para crear planos accesibles.....	8
1.- Seleccionar e incorporar únicamente los principales destinos y/o servicios.....	9
2.- Formato de los gráficos en el plano.....	9
3.- Utilización de pictogramas universales o validados por personas con dificultades de comprensión y orientación.....	12
4.- Todos los pictogramas que aparecen en el plano irán acompañados de una leyenda comprensible.....	12
5.- El tamaño de las letras utilizadas dependerá de la distancia de observación y del ángulo de visión en condiciones de iluminación idóneas.....	13
6.- Información textual y pictográfica del plano.....	13
7.- Cuando se haga uso del color, se cuidará que exista un alto nivel de contraste, que favorezca la accesibilidad visual:.....	14
8.- Si se utilizan colores para representar la agrupación de varios servicios se recomienda.....	14
9.- Ubicación del plano en lugares donde sea necesaria información de conjunto.....	15
10.- Seguimiento de las pautas de Lectura Fácil en el diseño del plano.....	15

Presentación.

Con este documento, queremos compartir recomendaciones para **crear y adaptar planos o mapas** para que tengan mayor accesibilidad cognitiva. Es decir, sean planos más fáciles de entender para personas con dificultades de comprensión y orientación como las personas con **discapacidad intelectual y del desarrollo**.



Nos gustaría apuntar que un plano es un buen recurso para favorecer la orientación de las personas, pero no debe ser el único. De hecho, si el entorno es realmente fácil de entender, en muchos casos no tendría por qué necesitarse un plano. Por eso, recomendamos además de realizar planos accesibles, **evaluar y mejorar su señalética y otros elementos**.

La Accesibilidad Cognitiva, según el CERMI (Comité de Representantes de Personas con Discapacidad), es “**la característica de los entornos, procesos, productos, actividades, bienes, servicios, objetos o instrumentos que permiten la fácil comprensión y la comunicación**”.

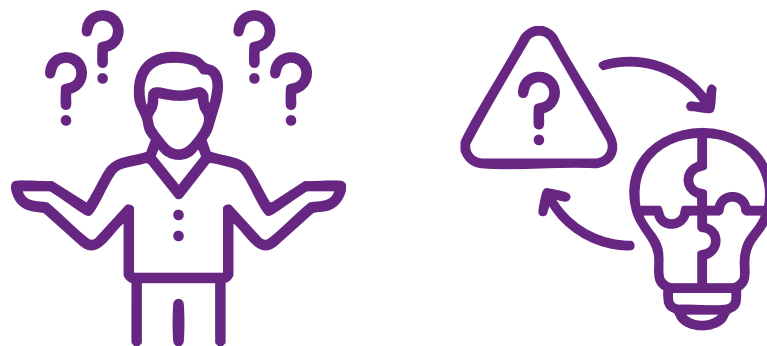
La Accesibilidad Cognitiva es un derecho de todas las personas.

Todos los espacios deben ser fáciles de entender para que todos y todas los usemos y disfrutemos en igualdad de condiciones.

La legislación actual también reconoce el **derecho a la accesibilidad**. Desenvolverse en cualquier espacio con naturalidad, comodidad y seguridad y de la forma más **autónoma** posible es un derecho reconocido para todas las personas, también para el público de los festivales.

La accesibilidad cognitiva no solo resulta de vital importancia para las personas con discapacidad, **también puede resultar necesaria para otras personas** (bajos niveles de alfabetización, senilidad, extranjeros que aún no dominan el idioma), y a buen seguro, resulta cómoda para el conjunto de la población.

Por otro lado, apuntar que cuando hablamos de un plano accesible cognitivamente nos referimos a aquel que representa un espacio determinado e informa sobre la situación de los elementos significativos que se encuentran en él; y que incorpora en su diseño pictogramas de uso universal o validados por personas con dificultades de comprensión e información textual comprensible.



Metodología de evaluación.

La **Accesibilidad Cognitiva** no puede considerarse una cuestión de todo o nada, tampoco puede medirse o exigirse con unos criterios únicos y sin matices, ni puede valorarse en abstracto: la opinión de las **personas con dificultades de comprensión** es la fuente más fiable de información a la hora de valorar si un plano es comprensible. Son estas personas quienes nos permiten identificar más directamente y con mayor detalle qué elementos resultan más difíciles de comprender y pueden requerir de adaptaciones.

Se trata de una metodología participativa e inclusiva en la que durante las diferentes fases del proyecto han participado diferentes perfiles profesionales:

Profesionales del Equipo de Evaluación de Asprodesa:

- **11 personas con dificultades de comprensión, formados en accesibilidad cognitiva y lectura fácil.**

- **4 personas de apoyo o dinamizadoras.**
- **Profesionales de la Fundación Music For All:**

1 persona responsable de accesibilidad.

4 diseñadores gráficos.

A continuación, pasamos a describir las diferentes **fases de la creación** de este manual y validación de pictogramas partiendo de un plano de recinto de un festival de música previo, para luego incorporar las mejoras.

Resaltar, como fase imprescindible, que cuando creamos un plano accesible, siempre será necesario **comprobar que se comprende con una evaluación.**

Fases para la preparación de este manual y validación de pictogramas:



Fase 1

Recogida de información sobre el encargo.

Creación de un manual con las recomendaciones a seguir para crear un plano accesible: **definición** de la información imprescindible a incluir en los planos y aspectos a tener en cuenta para facilitar la **comprensión y la orientación** de las personas, que acuden al festival, a través del plano del recinto.

Fase 2

Acuerdo sobre la información que se va a reflejar en el plano.

Podemos distinguir dos tipos de información:

- **Servicios imprescindibles** a representar en el plano, relacionadas con las diferentes actividades que se pueden realizar en el festival o evento musical. Se valora como imprescindible la identificación propia de cada servicio o actividad a través de un **pictograma y leyenda comprensibles**, con especial importancia de los puntos de atención personal y los relacionados con la seguridad y emergencias.
- **Servicios de patrocinios o marcas** imprescindibles, haciendo referencia a las marcas que patrocinan el evento y es necesario que aparezcan de alguna manera en el plano identificadas. Se recomienda **limitar estos al mínimo** posible para evitar la acumulación excesiva de elementos visuales que puedan dificultar una percepción clara y eficiente del plano.

Fase 3

Validación de los pictogramas identificativos de cada servicio por las personas evaluadoras (personas con dificultades de comprensión).

- Evaluación de la comprensión de los pictogramas utilizados hasta ahora en los festivales.
- Diseño de **nuevos pictogramas** para aquellos servicios en los que el pictograma o pictogramas utilizados eran de difícil comprensión.
- En esta parte del proceso se ha involucrado a las personas de **diseño gráfico**, que van a realizar los cambios en el plano, para que entiendan las solicitudes que le hacen las personas evaluadoras y puedan **incorporar las mejoras** tal y cómo ellas se las transmiten.
- Evaluación de la comprensión de los nuevos pictogramas diseñados.

Fase 4

Validación de las leyendas que acompañan a cada pictograma.

- Evaluación de la comprensión de las leyendas utilizadas en los planos previos.
- **Propuesta de nuevos nombres** para aquellas leyendas de difícil comprensión.
- Elección, por norma general, de aquellas leyendas con un **carácter más informativo** y comprensible de la actividad que se realiza en cada servicio.

Fase 5

Localización de los diferentes servicios en el plano.

Una vez que todos los pictogramas y leyendas a utilizar en el plano están validados por el equipo evaluador, se diseñó un plano actualizado con los mismos. Y con este plano, se planificaron varias pruebas para evaluar su compresibilidad:

Identificación de los diferentes servicios en el plano. Se utilizaron dos modalidades de pictogramas – en color y en blanco y negro- para evaluar cuáles eran más fáciles de reconocer en el plano en contraste con el resto de colores utilizados para delimitar las diferentes zonas del festival.

Identificación de los diferentes servicios en el plano, según el **color** utilizado para su representación. Y teniendo en cuenta si las personas evaluadoras asociaban el uso de un color a un servicio determinado. Por ejemplo, el verde con la salida de emergencias.

Identificación de los diferentes servicios en el plano utilizando **dos tipos de planos**: uno 2D y otro 3D.



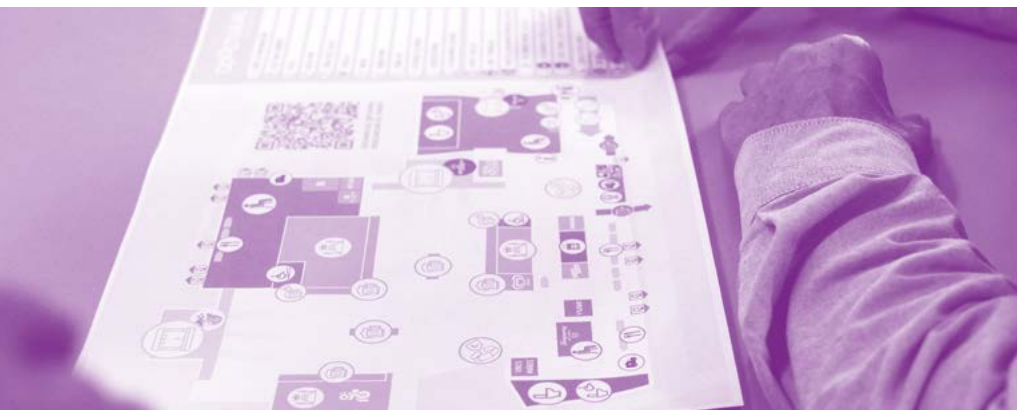
Fase 6

Validación del plano final con todas las propuestas realizadas por el equipo evaluador.

Esta primera validación se realizó sobre un plano en papel; y se preparó un cuestionario con preguntas sobre los puntos que se considerarían más difíciles o que generaron más controversia en las fases anteriores. Se tomó nota tanto de las dificultades identificadas como de las propuestas.

Fase 7

Visita al recinto de un festival, para comprobar la Accesibilidad Cognitiva del plano diseñado.





**Recomendaciones para
crear planos accesibles.**



1 Seleccionar e incorporar únicamente los principales destinos y/o servicios.

Se recomienda limitar estos al mínimo posible para **evitar la acumulación** excesiva de elementos visuales que puedan dificultar una percepción clara y eficiente del plano.

Una forma de ampliar el espacio del plano es incluir en el mismo **códigos QR**, que puedan escanearse con el móvil y ofrecer otra información de interés. Deberemos facilitar información de **cómo escanear este código**.

2 Formato de los gráficos en el plano.

Se podrán confeccionar planos con elementos tanto en posición vertical como horizontal. La ubicación de los diferentes elementos se determinará según uno u otro formato. Por ejemplo, la leyenda del plano o información textual y tipográfica puede estar situada a la izquierda o, también, puede estar ubicada debajo del gráfico.

Formato vertical

- El gráfico del plano se situará en la parte derecha.
- La información textual y pictogramas se ubicará en la parte izquierda, debajo del título.

Formato horizontal

- El gráfico del plano se situará en la parte superior, inmediatamente debajo del título.
- La información textual y pictogramas se ubicará en la parte inferior del gráfico.

En cualquier formato, el título del plano se situará en la parte superior izquierda, se incluirá la palabra “plano” junto al nombre del evento o espacio. Si se desea, se puede incluir el logotipo o imagen corporativa del evento. A continuación, se incluirán el resto de elementos gráficos e información textual.

Se recomienda la representación del espacio a través de mapa 2D o bidimensionales. Forma más fácil y “limpia” de representar el espacio, que ayuda a la diferenciación rápida de los mismos.

Plano del recinto

Festival WinterBeats

WINTERBEATS

Ejemplo de plano con leyenda o texto en formato vertical

 Escenario Marca 1

 Zona comida

 Baños adaptados

 Baños

 Zona VIP

 Entrada

 Zona descanso

 Zona elevada

 Información

 Taquilla

 Acreditaciones

 Recarga dinero

 Zona tiendas

 Barra

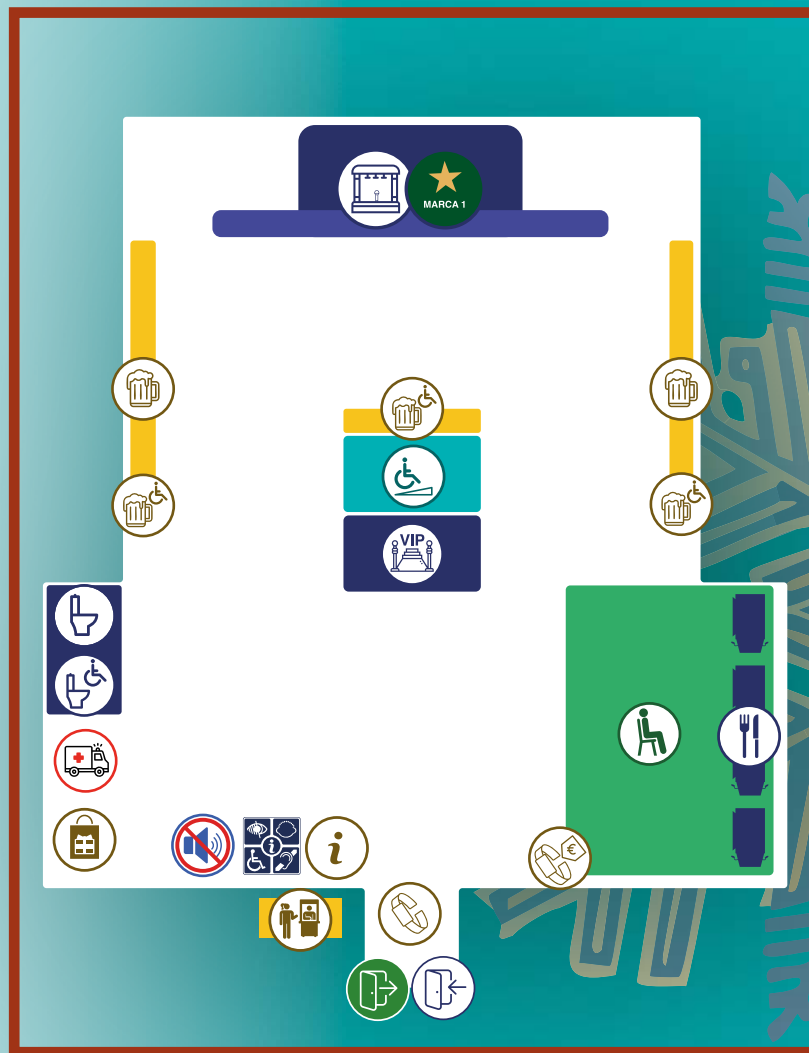
 Barra adaptada

 Punto de apoyo

 Zona tranquila

 Emergencias

 Salida



Título del plano

El título se situará en la parte superior, se incluirá la palabra “Plano” junto al nombre del evento o espacio. Si se desea, se puede incluir el logotipo o la imagen corporativa del evento.

Gráfico

El gráfico del plano se situará en la parte derecha.

Información textual y pictogramas

El bloque de información textual y pictográfica estará en la parte izquierda, con el título en primer lugar y debajo la leyenda.

Ejemplo de plano con leyenda o texto en formato horizontal

Título del plano

El título se situará en la parte superior, se incluirá la palabra “Plano” junto al nombre del evento o espacio. Si se desea, se puede incluir el logotipo o la imagen corporativa del evento.

Gráfico

El gráfico del plano se situará en la parte superior, inmediatamente debajo del título.

Información textual y pictogramas

El bloque de información textual y pictográfica se puede colocar debajo del mapa, en la parte inferior, tal y como muestra el ejemplo.



3 Utilización de pictogramas universales o validados por personas con dificultades de comprensión y orientación.

Cada servicio del festival o evento musical, que aparece en el plano, debe tener un **pictograma identificativo propio**.

En el diseño del pictograma se emplean códigos cromáticos de **alto contraste** y solo un color para la imagen y la cartela y otro para el fondo.

Los pictogramas se colocarán siempre a la **izquierda del texto** y a ser posible alineados horizontalmente con dicho texto.

Los pictogramas universales o validados utilizados para la comprensión del plano se pueden encontrar en la página web.

4 Todos los pictogramas que aparecen en el plano irán acompañados de una leyenda comprensible.

Las leyendas se han creado siguiendo las **pautas de lectura fácil** (recomendación número 10) y han sido validadas para comprobar su comprensión.

Las **leyendas validadas** también se pueden encontrar en la página web.



Escanea este código QR para acceder a los pictogramas.



* Distancia (m)	Tamaño mínimo (cm)	Tamaño recomendable (cm)
≥ 5,00	7,0	14,00
4,00	5,6	11,00
3,00	4,2	8,4
2,00	2,8	5,6
1,00	1,4	2,8
0,50	0,7	1,4

** Distancia (m)	Altura (mm)	Ancho del trazo (mm)
De 0 a 4	15	3
5	18,75	3,7
6	22,5	4,5
10	30	6
14	42	8,4
28	84	16,8
40	120	24
65	195	39
100	300	60

5 El tamaño de las letras utilizadas dependerá de la distancia de observación y del ángulo de visión en condiciones de iluminación idóneas.

Exponemos dos **tablas de referencia**. La primera incluye los requerimientos de la Orden TMA/851/2021, como medidas mínimas exigibles y la segunda las medidas recomendadas en la Norma UNE 170002, incluida como referencia para la señalización en el CTE DB SUA 9.

Orden TMA/851/2021, documento técnico de condiciones de accesibilidad y no discriminación para el acceso y la utilización de los espacios público. *

Norma UNE 170002, Requisitos de accesibilidad para los elementos de señalización. **

6 Información textual y pictográfica del plano.

Se trasladará la misma información textual y pictográfica en las dos partes del plano, la leyenda y el gráfico, en cuanto a forma, color, orientación...

7) Cuando se haga uso del color, se cuidará que exista un alto nivel de contraste, que favorezca la accesibilidad visual:

En la parte del plano de información textual y pictográfica:

- Entre el texto y el fondo.
- Entre los pictogramas y el fondo.

En la parte del plano de información gráfica:

- Entre el fondo y los pictogramas utilizados
- Entre el fondo y la información textual.
- En la delimitación de las diferentes zonas que representa el plano.

Podrá utilizarse una tabla orientativa de contraste a partir de las categorías básicas del color: rojo, azul, amarillo, verde, naranja, violeta, negro, blanco y gris como la mostrada en la siguiente figura:

8) Si se utilizan colores para representar la agrupación de varios servicios se recomienda:

Utilizar un máximo de cuatro colores primarios.

Que en la agrupación de servicios por colores se respete si alguno de estos servicios tiene algún color de significado estándar en usos y señales, por ser el que habitualmente se usa asociado a ese servicio. Por ejemplo, el uso del color verde para representar las salidas de emergencia.

	NO	SI	NO	NO	NO	SI	SI	NO
NO		NO	NO	NO	NO	SI	NO	NO
SI	SI		NO	SI	NO	SI	NO	SI
NO	NO	NO		SI	NO	SI	NO	NO
NO	NO	SI	SI		NO	NO	SI	NO
NO	NO	SI	NO	NO		SI	SI	NO
NO	SI	SI	SI	NO	SI		SI	NO
SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI		SI
NO	NO	SI	NO	NO	NO	NO	SI	



Usted está aquí

Myriad Aa

Lúcida Aa

Meta Aa

Parisine Aa

Frutiger Aa

9 Ubicación del plano en lugares donde sea necesaria información de conjunto.

Ubicar más de un plano en el recinto del festival con la situación de la persona en el punto del plano en que se encuentra (“**Usted está aquí**”). La identificación de este punto también debe aparecer en la zona de las leyendas.

Deberán estar **orientados en la dirección de la vista** para que las personas puedan

orientarse adecuadamente.

Deben ser lugares **visibles y de fácil acceso** para poder acercarse para poder verlo y leerlo. Se recomienda que sean lugares con una iluminación uniforme que permita su visualización sin reflejos.

10 Seguimiento de las pautas de Lectura Fácil en el diseño del plano.

El seguimiento de las siguientes recomendaciones es aconsejable para toda la información textual presente en el plano, incluido el título.

- Las **tipografías** a utilizar serán aquellas que faciliten la lectura, recomendando las fuentes de **palo seco**, es decir sin terminaciones que impidan una visualización clara del carácter. Tipografías recomendadas: **Frutiger, Parisine, Myriad, Meta, Lúcida, Tiresias o APHont**.
- Dentro de una familia tipográfica se deben seleccionar las variantes **seminegras o redondas**. Se deberán evitar las variantes finas, negras, condensadas y expandidas.
- Evitar el uso de palabras en **otros idiomas**.

- Evitar el uso de abreviaturas o siglas si no son de un uso muy extendido.
- Evitar el uso de **mayúsculas**. Se deben aplicar caracteres en mayúscula en la inicial de nombres propio, denominaciones de usos, espacios, actividades, etc
- Evitar el uso de **caracteres especiales** como: / o ().
- Utilización de palabras de **uso frecuente y de fácil comprensión**.

Actividad subvencionada por el
Ministerio de Cultura y Deporte



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE CULTURA
Y DEPORTE

Colaboradores

