



Abril del 2025

Cómo crear productos para adultos con discapacidades intelectuales del desarrollo y niveles de alfabetización extremadamente bajos

Una herramienta para la creación de productos

Parte 1: Guía del usuario	3
Acerca de la herramienta para la creación de productos	4
Acerca de la audiencia	6
Antes de escribir	11
Parte A: Comportamiento	12
Parte B: Oraciones	15
Parte C: Palabras y números	17
Parte D: Disposición del texto	19
Parte E: Elementos visuales	21
Parte 2: Hoja de puntajes	24

Parte 1:

Guía del usuario

Introducción

Acerca de la herramienta para la creación de productos

Los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC) elaboraron esta herramienta para ayudar a las personas a crear productos de comunicación para los adultos con discapacidades intelectuales y del desarrollo y niveles de alfabetización extremadamente bajos (IDD/ELL, por sus siglas en inglés), y sus cuidadores. La herramienta refleja los hallazgos de una encuesta de cuidadores de adultos con IDD/ELL, las lecciones aprendidas de las pruebas con la audiencia de ciertos materiales sobre el COVID para personas con IDD/ELL y un análisis de las investigaciones relacionadas con el aumento del acceso, el uso y la comprensión de información por parte de adultos con IDD/ELL.

Esta herramienta para la creación de productos tiene 2 partes. **La parte 1 delinea las mejores prácticas** para crear productos de comunicación para adultos con IDD/ELL. Estas mejores prácticas que están basadas en la evidencia se enfocan en los siguientes temas:

- A.** Comportamiento
- B.** Oraciones
- C.** Palabras y números
- D.** Disposición del texto
- E.** Elementos visuales

La parte 2 es una hoja de puntajes que usted puede usar para ver qué tan bien sigue su producto las directrices. (La hoja de puntajes también está disponible como documento PDF por separado). Toma aproximadamente 15 minutos conseguir el puntaje de su producto.

La función de las pruebas con usuarios

Esta herramienta proporciona las mejores prácticas generales con base en las investigaciones robustas realizadas con adultos con IDD/ELL y sus cuidadores, pero no sustituyen las pruebas con usuarios.

Las pruebas son la única forma de asegurarse de que las palabras, las imágenes y los mensajes específicos de su producto sean claros y adecuados para su audiencia.

¿Para quién es esta herramienta?

Diseñamos esta herramienta para los miembros del personal y los contratistas de los CDC que redactan, editan, diseñan y revisan los productos de comunicación para los adultos con IDD/ELL y sus cuidadores. Sin embargo, cualquier persona que cree productos de comunicación sobre la salud para personas con IDD/ELL puede usar esta herramienta.

¿Para qué puedo usar esta herramienta?

Puede usar esta herramienta para hacer lo siguiente:

- Evaluar qué tan bien siguen los productos existentes estas mejores prácticas.
- Guiar la creación de productos nuevos.
- Fundamentar las actualizaciones o revisiones para mejorar los productos.

¿Qué productos de comunicación puedo crear usando esta herramienta?

Esta herramienta incluye las mejores prácticas que puede usar para crear cualquier tipo de producto de comunicación. Con base en la investigación sobre la audiencia, algunos de los materiales que a menudo funcionan bien con los adultos con IDD/ELL incluyen los siguientes:

- Historias sociales (cuentos cortos que le indican al lector qué esperar en una situación social).
- Videos animados.
- Productos interactivos (p. ej., productos que le piden al lector que conteste preguntas o que ponga una serie de imágenes en orden).

Tenga en cuenta que estas prácticas no incluyen consejos específicos para las redes sociales ni ningún otro medio de comunicación.

¿En qué se diferencia esta herramienta de otras directrices de comunicación?

Esta herramienta fue creada con base en un análisis de las investigaciones realizadas con adultos con IDD/ELL, una revisión de mejores prácticas y directrices para la creación de materiales con adultos con IDD/ELL, la revisión de los elementos de la herramienta por parte de expertos, una encuesta de cuidadores de adultos con IDD/ELL y pruebas con la audiencia realizadas con adultos con IDD/ELL y sus cuidadores. Otras directrices de comunicación, como las recomendaciones generales de lenguaje sencillo y las listas de verificación de alfabetización, no fueron creadas teniendo en cuenta específicamente a esta audiencia. Otros recursos enfocados en los adultos con IDD/ELL podrían no basarse en investigaciones realizadas con esta audiencia y sus comentarios.

Cuando se crean materiales para las personas con IDD/ELL, es particularmente importante minimizar la carga cognitiva; o sea, la cantidad de ideas que le está pidiendo a su audiencia que retenga a la vez en su memoria de trabajo. Esta herramienta se enfoca específicamente en las mejores prácticas que ayudan a las personas con IDD/ELL a entender y usar productos de comunicación sobre la salud.

¿Y las fórmulas de nivel de lectura?

Cuando se trata de comunicación clara, las fórmulas de lectura (o legibilidad) que miden el "nivel de grado" no bastan. Estas fórmulas son conteos mecánicos de sílabas y oraciones que no toman en cuenta muchas de las características de la comunicación que hacen que un material sea fácil de entender, como su audiencia, propósito, accionabilidad y diseño gráfico.

Acerca de la audiencia

Los adultos con IDD/ELL tienen necesidades distintas. Antes de que empiece a crear productos de comunicación es importante entender para quién escribe, particularmente cómo sus necesidades y preferencias comunicacionales podrían diferir de las de otras audiencias.

¿Qué son las discapacidades intelectuales y del desarrollo?

Las discapacidades intelectuales y del desarrollo (IDD, por sus siglas en inglés) son condiciones médicas que afectan la capacidad de una persona para aprender, moverse, hablar, tener interacciones o cuidar de sí misma. Aproximadamente 1 de cada 10 adultos en los Estados Unidos tiene una discapacidad intelectual.

Hay muchas condiciones médicas que pueden causar discapacidades intelectuales y del desarrollo (IDD), incluidas las siguientes:

- **Condiciones médicas genéticas**, como el síndrome de Down o el síndrome del cromosoma X frágil.
- **Condiciones ambientales**, como la exposición al alcohol u otras drogas antes de nacer.
- **Lesiones o infecciones** que afectan el cerebro.

Las discapacidades intelectuales y del desarrollo varían ampliamente, y cada persona es distinta. Por ejemplo, algunos adultos con IDD podrían tener la capacidad de vivir independientemente y atender sus necesidades diarias con limitado apoyo de cuidadores, mientras que otros podrían necesitar apoyo para las actividades como vestirse o comer.

La capacidad de comunicación entre las personas con IDD varía ampliamente. Esta herramienta se enfoca en las personas con IDD que también tienen niveles de alfabetización extremadamente bajos (ELL, por sus siglas en inglés).

¿Qué son niveles de alfabetización extremadamente bajos?

Los adultos con niveles de alfabetización extremadamente bajos (ELL) pueden incluirse en cualquiera de las siguientes 3 categorías:

- Puede leer libros básicos con ilustraciones.
- Puede identificar solo las palabras de reconocimiento visual (*sight words*).
- Puede leer solo señales o ilustraciones comunes.

Las **palabras de reconocimiento visual** (*sight words*) son palabras comunes que los lectores podrían aprender a reconocer con solo verlas (en lugar de descomponerlas fonéticamente).

Por ejemplo, la lista [Fry sight words list](#) incluye 1000 palabras comunes (en inglés), como "eso", "ella", "él", y "era".

¿Cuál es el papel que cumplen los cuidadores en la comunicación con los adultos con IDD/ELL?

Si bien los cuidadores no conforman la **audiencia** de los productos que se creen con esta herramienta, sí son **usuarios** de estos productos porque podrían leerlos o revisarlos con personas con IDD/ELL.

Para los adultos con IDD/ELL, los cuidadores a menudo cumplen un papel importante en ayudar en la comunicación de información sobre la salud.

¿En qué se diferencia la creación de productos para adultos con IDD/ELL de la creación de productos para otras audiencias?

Muchas de las mejores prácticas para la comunicación clara con audiencias generales aplican también a la audiencia de personas con IDD/ELL, pero no todas. Estas son algunas de las mejores prácticas que aplican únicamente a los adultos con IDD/ELL:

- **Enfocarse en una sola recomendación conductual.** Para las personas con IDD/ELL es particularmente importante que cada producto se enfoque en una sola recomendación conductual, que es la medida que usted quiere que las personas tomen después de leer su producto. Si tiene múltiples recomendaciones conductuales, cree un producto aparte para cada recomendación.
- **Elimine todo lo que no sea esencial.** Enfóquese en la información que su audiencia necesite para realizar esa recomendación conductual. Para las personas con IDD/ELL, excluya la información, las palabras y las imágenes innecesarias que puedan distraer de la recomendación conductual central.
- **Incluya solo 1 idea o solo 1 de los pasos de un comportamiento por página o pantalla.** En cada página (de los productos para imprimir) o pantalla (de los productos de video o digitales), coloque 1 imagen, y 1 o 2 líneas de texto que se relacionen directamente con la imagen.
- **Escriba oraciones cortas y directas usando palabras comunes y literales.** Use las palabras y las oraciones más sencillas posibles para transmitir su mensaje eficazmente. Evite los modismos y el lenguaje figurado. Por ejemplo, diga "ayudarlo" en lugar de "darle una mano".
- **Mantenga las imágenes literales y realistas.** Evite los símbolos o representaciones abstractos (por ejemplo, notas musicales para representar canto o líneas onduladas para representar calor). Asegúrese de que las imágenes reflejen lo que su audiencia podría ver en la vida real.
- **Use historias sociales para dar instrucciones paso a paso.** Las historias sociales son historias cortas ilustradas que dividen los comportamientos o las situaciones en pasos concretos. Estas historias pueden ayudar a las personas con IDD/ELL a practicar destrezas clave (como el lavado de manos) y entender qué esperar en situaciones nuevas (por ejemplo, ponerse una vacuna). Cuando esté creando historias sociales, asegúrese de usar 1 solo personaje principal para ayudar a la audiencia a enfocarse en las ideas centrales.

En conclusión: La creación de productos de comunicación para los adultos con IDD/ELL requiere de un enfoque distinto y de una forma de pensar diferente, que van más allá de las mejores prácticas del lenguaje sencillo. Es importante que tenga en cuenta las necesidades de su audiencia en las primeras etapas del proceso de creación de productos de comunicación y que adapte su estrategia de comunicación para satisfacerlas, en lugar de hacer algunos cambios a productos existentes.

Escribir para las personas con discapacidades y sobre las personas con discapacidades

Además, tenga los siguientes consejos en cuenta cuando escriba:

- **Elija palabras respetuosas y empoderadoras.** Use palabras que enfatizen las capacidades de las personas. Por ejemplo, "usa una silla de ruedas" en lugar de "postrado en silla de ruedas". Evite los términos negativos, como "víctima" o "sufrir de". También evite describir a las personas con discapacidades como "inspiradoras" o "valientes" solo por su discapacidad. Para asegurarse de no estar usando términos desactualizados, consulte otros recursos, como los [principios rectores de la equidad en salud para la comunicación inclusiva de los CDC](#).
- **Respete las preferencias de su audiencia en cuanto al uso de lenguaje centrado en la identidad o lenguaje centrado en la persona.** Muchas personas con discapacidades prefieren el lenguaje centrado en la persona, como "personas con discapacidades" en lugar de "personas discapacitadas" o "los discapacitados", pero esta preferencia no es universal. Cuando sea posible, infórmese sobre qué términos prefiere su audiencia y úselos. Para obtener más información, consulte [este recurso sobre la comunicación con personas con discapacidades y sobre las personas con discapacidades](#).
- **Evite alienar a las personas con discapacidades.** Si está escribiendo sobre las personas con discapacidades, asuma que personas con esas discapacidades podrían leer lo que escriba. Evite usar palabras como "saludables" o "normales" para describir a las personas que no tengan discapacidades.
- **Trate a los adultos como adultos.** Los adultos con IDD/ELL siguen siendo adultos, por lo tanto, evite usar un lenguaje e imágenes infantiles.



Conozca su audiencia

Los personajes son perfiles ficticios que representan segmentos de la audiencia y proporcionan conocimientos valiosos para la estrategia de comunicación y la creación del producto. Estos personajes se basan en investigaciones sobre la audiencia realizadas con personas reales con IDD/ELL y sus cuidadores. Si bien solamente representan una porción de las personas que conforman esta audiencia, esperamos que sirvan de guía cuando esté considerando las necesidades de su audiencia al crear productos para adultos con IDD/ELL.

Conozca a Alice

Alice es una mujer de 23 años con autismo que vive con sus padres, su hermano y sus 2 gatos. Trabaja a tiempo parcial en una panadería y trabaja como voluntaria en el refugio local para animales.

Alice puede leer libros básicos, pero a veces tiene dificultad para recordar lo que ha leído. Los productos interactivos la ayudan a recordar la información y aplicarla a su propia vida.



Conozca a Daniel

Daniel es un hombre de 44 años con el síndrome del cromosoma X frágil. Vive con su padre y va a un programa de cuidados diurnos para adultos. Le gusta escuchar música y nadar en la piscina local.

Daniel solo puede leer señales e ilustraciones comunes. Le gustan los videos porque puede verlos sin pedirle ayuda a su papá para leer.



Conozca a Izzy

Izzy es una mujer de 52 años con el síndrome de Down. Vive con su hermana y trabaja en una tienda de alimentos. A Izzy le encanta pasar tiempo con sus amigos y competir en atletismo en el equipo para las Olimpiadas Especiales.

Izzy puede leer libros básicos con ilustraciones, pero preferiría ver videos. Leer le resulta lento y a menudo se frustra cuando hay una palabra que no conoce.





Conozca a Sam

Sam es un hombre de 31 años con el trastorno del espectro alcohólico fetal. Vive en un apartamento con servicio de apoyo con unos amigos y asiste a un programa de capacitación laboral. En su tiempo libre, le gusta ver películas (especialmente de superhéroes) y jugar al básquetbol con sus amigos.

Sam puede leer algunas palabras de reconocimiento visual, pero pierde el interés rápidamente si el texto tiene varias oraciones.

Conozca a Winnie

Winnie es una mujer de 38 años con una discapacidad intelectual y parálisis cerebral infantil. Vive por su cuenta, con la ayuda de sus asistentes de cuidados personales y un trabajador social. Winnie es parte de un grupo de baile en silla de ruedas que hace presentaciones y se desempeña como acomodadora en su iglesia.

Puede leer libros básicos con ilustraciones. Prefiere los videos y otros formatos digitales porque le cuesta manipular las hojas de papel.



Conozca a Lucas

Lucas es un hombre de 29 años con una discapacidad intelectual. Vive con su madre y ayuda a crear productos para el pequeño negocio de su familia. En su tiempo libre, le gusta jugar videojuegos y pasar tiempo con sus abuelos.

Lucas puede leer libros básicos, pero aprende mejor al hacer las cosas. Las historias sociales y juegos interactivos lo ayudan a entender qué hacer en situaciones nuevas.



Antes de escribir

Las personas con IDD/ELL son un grupo variado de personas, por lo tanto, no hay ningún enfoque único, ni ningún tipo único de producto que vaya a funcionar para todas. Usar este producto es solo 1 paso en el proceso de crear productos de comunicación eficaces. Antes de empezar a escribir, responda estas preguntas:

¿Cuál es su audiencia?

Las personas con IDD/ELL no conforman un grupo homogéneo. ¿Desea llegar a un subgrupo específico de esta audiencia, como los adultos mayores con síndrome de Down, los adultos con autismo que también tienen discapacidades físicas, o los adultos con parálisis cerebral infantil que viven en hogares grupales u otras situaciones de vida asistida?

Conocer a su audiencia específica puede ayudarlo a identificar cuál es la información que su audiencia necesita saber y qué tan probable es que esté familiarizada con el tema sobre el cual escribe.

¿Cuál es la información más importante que su audiencia necesita saber?

Para los adultos con IDD/ELL, es particularmente importante enfocarse en la información más importante que su audiencia necesita saber y eliminar el resto. Incluir demasiados detalles podría frustrar a su audiencia e impedir que entienda el mensaje central.

Para identificar la información más importante, hágase las siguientes preguntas:

- ¿Qué acción quiero que **haga** mi audiencia después de leer este producto? Esta es su **recomendación conductual**. Puede ser una acción que el lector pueda realizar solo o algo que un cuidador pueda ayudarlo a realizar.
- ¿Qué es lo que mi audiencia necesita **saber** para realizar esa acción?

¿Tiene una recomendación conductual clara?

Como se menciona anteriormente, es crucial que los productos de comunicación para adultos con IDD/ELL se centren en una sola y clara acción: su **recomendación conductual**. Si no tiene una recomendación conductual, considere la posibilidad de que su contenido no sea adecuado para esta audiencia.

¿Cómo accederá su audiencia al producto?

Los adultos con IDD/ELL y sus cuidadores tienen una amplia variedad de preferencias en cuanto a cómo obtener información sobre la salud. Para facilitarles el acceso a la mayor cantidad de personas posible, cree el producto en múltiples formatos y planifique cómo lo diseminará.

El video es un formato que las personas con IDD/ELL prefieren comúnmente, por lo tanto y de ser posible, además del formato escrito incluya el formato en video. Agregarle elementos interactivos a un producto también puede ayudar a fomentar la participación.

Descripción de ítems

Esta sección contiene descripciones de cómo aplicar cada uno de los 27 ítems de la hoja de puntajes y ejemplos para ayudar a ilustrar cada uno donde corresponda.

Además de los ítems que se califican con un puntaje, a lo largo del documento hemos incluido consejos que pueden ayudar a garantizar que sus productos de comunicación sean claros y adecuados para su audiencia.

Parte A: Comportamiento

1. ¿Incluye el producto 1 recomendación conductual en la que se enfoca? Por ejemplo, "Ponte una mascarilla" o "Ponte una vacuna contra el COVID-19".

Para los adultos con IDD/ELL, es importante asegurarse de que el producto de comunicación se enfoque en una recomendación conductual, una acción que usted quiere que el lector realice. Para evitar abrumar a su audiencia, limite cada producto a 1 recomendación conductual central. Si hay más de 1 recomendación conductual importante, considere crear un producto aparte para cada comportamiento.



Importante: Recuerde que los productos de comunicación para las personas con IDD/ELL son más eficaces cuando se enfocan en una acción clara. Si usted no tiene una recomendación conductual, la información que quiere comunicar posiblemente no sea adecuada para adultos con IDD/ELL.



Múltiples recomendaciones conductuales en 1 producto

Detenga la propagación del COVID-19



1 producto para cada recomendación conductual

Detenga la propagación del COVID-19



Detenga la propagación del COVID-19



Detenga la propagación del COVID-19



Consejo: Donde sea posible, use palabras y un enfoque positivos en su recomendación conductual. Por ejemplo, "Mantenga una distancia segura de las otras personas" es un mensaje más positivo que "No se acerque demasiado a las otras personas".

2. ¿Se menciona la recomendación conductual más de 1 vez?

La repetición es particularmente importante para las personas con IDD/ELL. Para asegurarse de que su audiencia entienda y recuerde su recomendación conductual, méncionala al menos 2 veces: al principio del producto y luego más adelante. Recuerde usar las mismas palabras cada vez.

Nota: Si el producto tiene solo 1 página o pantalla (por ejemplo, un afiche o un anuncio digital), podría ser adecuado mencionar la recomendación conductual 1 sola vez.

3. ¿Muestra el producto cómo poner en práctica la recomendación conductual al dividirla en una serie de acciones o pasos individuales?

A muchas personas con IDD/ELL les sirve tener instrucciones paso a paso que muestren cómo poner en práctica un comportamiento. Por ejemplo, las imágenes que siguen son de un producto sobre el lavado de manos que muestra claramente cada paso del comportamiento secuencialmente.



Nota: En la mayoría de los casos, es mejor poner cada paso en una página por separado, pero esta regla tiene algunas excepciones. Estos son algunos ejemplos:

- Si está creando una actividad interactiva que le pide al lector que ponga los pasos en orden, entonces podría ser adecuado mostrar todos los pasos en la misma página o pantalla.
- Si el producto tiene solo 1 página o pantalla y fue diseñado como suplemento de otro producto más largo (por ejemplo, el afiche que acompaña a una historia social más larga), podría ser adecuado mostrar solo 1 de los pasos para representar el proceso entero.

4. ¿Transmite el producto 1 sola idea o solo 1 de los pasos de un comportamiento por página o pantalla?

Para muchas personas con IDD/ELL, es más fácil aprender la información nueva de a poco. Mostrar solo 1 idea o paso a la vez puede ayudar a su audiencia a enfocarse y evitar que se abruma o se pierda ideas clave.

❌ Múltiples ideas en 1 página

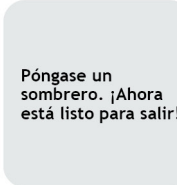


✅ 1 idea por página



5. ¿Usa el producto ambos texto y elementos visuales para ilustrar cada paso o acción?

Las personas con IDD/ELL a veces podrían saltarse el texto que no esté acompañado de ilustraciones. Para asegurarse de que su audiencia no se pierda ninguno de los pasos clave, incluya imágenes para ilustrar cada paso. Asegúrese de incluir imágenes que ilustren el mensaje central de su producto.

 Texto solamente	 Póngase protector solar en las piernas.	 Póngase protector solar en los brazos.	 Frótese el protector solar en la piel.	 Póngase sus anteojos de sol.	 Póngase un sombrero. ¡Ahora está listo para salir!
 Texto e imágenes	 Póngase protector solar en las piernas.	 Póngase protector solar en los brazos.	 Frótese el protector solar en la piel.	 Póngase sus anteojos de sol.	 Póngase un sombrero. ¡Ahora está listo para salir!



Consejo: Si incluye una explicación de por qué se recomienda un comportamiento, asegúrese de que sea fácil de entender y personalmente relevante para su audiencia (por ejemplo, "para que no se enferme").

6. ¿Usa el producto 1 solo personaje principal para demostrar todos los pasos de un comportamiento?

Usar solo 1 personaje principal ayuda a hacer conexiones entre las páginas y reforzar la continuidad de los pasos del comportamiento. Puede incluir otros personajes, pero asegúrese de que el enfoque se mantenga en 1 personaje principal.



Consejo: Aunque es importante enfocarse en un solo personaje principal, aún puede incluir una variedad de personajes para representar a las diferentes personas con IDD/ELL. Por ejemplo, con un solo producto, el personaje principal podría interactuar con personas con diferentes discapacidades. O, si está creando una serie de productos, cada producto podría tener un personaje principal con una discapacidad y apariencia diferente. Incluir a una variedad de personajes ayuda a hacer sus productos más útiles.

Parte B: Oraciones

7. ¿Se centra cada oración en 1 idea clave?

Cuando escriba para personas con IDD/ELL, es importante que cada oración sea lo más directa posible. Las oraciones que incluyen varias ideas pueden ser difíciles de analizar para esta audiencia, por lo tanto, dele a cada idea clave su propia oración.

✗ Más de 1 idea clave en cada oración	✓ 1 idea clave en cada oración
Mi doctor dice que necesito la vacuna contra la influenza para no enfermarme gravemente.	Mi doctor dice que necesito la vacuna contra la influenza. La vacuna ayuda para que no me enferme gravemente.
Después de que me ponen la vacuna, me siento cansado y me duele el brazo.	Después de que me ponen la vacuna, me siento cansado. Me duele el brazo.

8. ¿Tienen todas o casi todas las oraciones, los encabezados y los títulos 10 palabras o menos?

Las oraciones, los encabezados y los títulos más cortos generalmente son más fáciles de entender. También ayudan a minimizar la carga cognitiva. Cuando sea posible, intente usar 10 palabras o menos.

9. ¿Están todas las oraciones en voz activa?

Use la voz activa cuando escriba para personas con IDD/ELL. Usar la voz activa en una oración significa que **el sujeto de la oración es quien realiza la acción**. (El sujeto es la persona de quien se trata la oración).

Las oraciones en voz activa suelen ser más cortas, más fáciles de entender y más coloquiales.

✗ Voz pasiva o verbo impersonal	✓ Voz activa
Su corazón deberá ser chequeado cada año.	Un doctor deberá chequear su corazón cada año.

En algunos casos, si está haciendo una recomendación conductual, el sujeto implícito de la oración es "usted" o "tú". Este es un ejemplo de este tipo de oración:

✗ Voz pasiva o verbo impersonal	✓ Voz activa
Las verduras deben ser lavadas antes de ser cortadas o peladas, o Se deben lavar las verduras antes de cortarse o pelarse.	Lave siempre las verduras antes de que las corte o las pele.

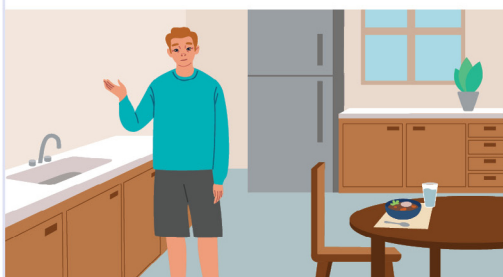
10. Todos los encabezados y títulos, ¿son enunciados informativos?

Si bien los encabezados en forma de pregunta son eficaces para las audiencias generales, las personas con IDD/ELL tienen dificultades con ellos. Escoja los encabezados que sean enunciados informativos.

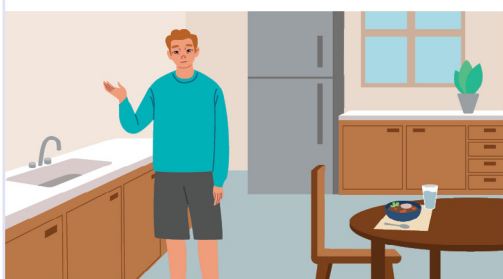
Los **enunciados informativos** declaran hechos o indican qué hacer. Generalmente incluyen un verbo. Y lo que es más importante, comunican la idea central del contenido que sigue.

❌ Pregunta o declaración no clara

Pasos para lavarse las manos.

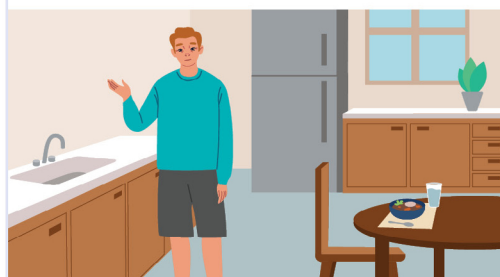


¿Cómo se lava las manos?



✅ Declaración informativa

Lávese las manos para mantenerse sano.



11. ¿Se usa un tiempo verbal uniforme en todo el producto?

Cambiar de tiempo verbal puede causar confusión, por lo tanto, use 1 solo tiempo verbal y no lo cambie. Cuando sea posible, elija un tiempo verbal que no requiera más palabras, como el presente del indicativo (por ejemplo, "yo voy").

❌ Distintos tiempos verbales

En casa, me siento cansado.

Me duele el brazo.

Me sentiré mejor en unos días.

✅ 1 tiempo verbal uniforme

En casa, me siento cansado.

Me duele el brazo.

Me siento mejor a los pocos días.

Parte C: Palabras y números

12. ¿Se usan siempre en el producto palabras que la audiencia primaria entienda?

Existen listas de palabras de reconocimiento visual comunes (como las [palabras de reconocimiento visual de Dolch](#) o las [palabras de reconocimiento visual de Fry](#), ambas en inglés) que pueden ayudarlo a identificar las palabras con las que sea más probable que su audiencia esté familiarizada. Limite lo más posible la cantidad de palabras que haya que descomponer para leer. Úselas solo cuando no haya otra manera de expresar un concepto o cuando la audiencia necesite conocer y usar la palabra más adelante.

Tenga en cuenta que las palabras de reconocimiento visual son solo una herramienta, no una regla absoluta. Usar palabras de reconocimiento visual no garantiza que su contenido será fácil de entender para todos los lectores con IDD/ELL. Por eso es tan importante probar los productos con su audiencia primaria.



Consejo: Las personas con IDD/ELL podrían entender las palabras literalmente. Evite el lenguaje figurado, las figuras retóricas y las metáforas, a menos que sean muy comunes. Por ejemplo, podría decir "ayudarlo" en lugar de "darle una mano".

13. ¿Define el producto claramente, y usando palabras familiares, las jergas que su audiencia necesita saber?

Si necesita usar una jerga, asegúrese de definirla en su contexto usando palabras familiares y una imagen, de ser posible. Cuando use alguna jerga es particularmente importante probar los términos clave y las definiciones para asegurarse de que su audiencia los entienda.



Consejo: Busque alternativas de términos médicos o de salud pública (en inglés) usando la herramienta de los CDC de [palabras cotidianas para las comunicaciones de salud pública](#) o el [tesauro de salud ambiental](#) del Centro Nacional de Salud Ambiental de la Agencia para Sustancias Tóxicas y el Registro de Enfermedades. Recuerde que los recursos generales de lenguaje sencillo son un buen lugar donde comenzar, pero no son un sustituto de las pruebas con la audiencia.

14. ¿Usa siempre el producto la misma palabra para el mismo concepto?

Podría ser tentador usar distintas palabras para agregar variedad o evitar que el producto parezca repetitivo. Pero la repetición es útil para las personas con IDD/ELL porque podrían tener dificultad para conectar las distintas palabras que se refieran al mismo concepto.



Usar distintas palabras para el mismo concepto

Póngase una vacuna contra el COVID-19.

La inmunización ayudará a protegerlo del COVID-19.



Usar la misma palabra cada vez

Póngase una vacuna contra el COVID-19.

La vacuna ayudará a protegerlo del COVID-19.

15. Si el producto menciona alguna cantidad o periodo de tiempo, ¿usa números enteros (por ejemplo del 1 al 10)?

Si necesita usar números, elija usar números enteros. Evite las fracciones, los decimales, los porcentajes y otras maneras complejas de expresar números.

✗ Decimales

La operación durará unas 3.5 horas.

✓ Números enteros

La operación durará entre 3 y 4 horas.

16. ¿Aparecen todos los números en cifras en lugar de escritos en letras (p. ej., 1 en lugar de "uno")?

Los números escritos en letras suelen perderse entre las otras palabras y requieren más esfuerzo mental para ser interpretados como números. Las cifras tienen una apariencia más distintiva, lo cual las hace más fáciles de identificar.

✗ Números en letras

Después de la operación, se quedará en el hospital tres días.

✓ Cifras

Después de la operación, se quedará en el hospital 3 días.



Consejo: Asegúrese de que los números que use sean necesarios. Haga pruebas con los números para asegurarse de que estén ayudando a su audiencia. Para las personas con IDD/ELL, podría ser más fácil mostrar un concepto visualmente en lugar de depender del uso de números.



Parte D: Disposición del texto

17. ¿Está el texto alineado a la izquierda?

Cuando el texto está alineado a la izquierda es más fácil de leer que cuando está centrado, alineado a la derecha o justificado en el centro.

Tenga en cuenta que la regla de alinear el texto a la izquierda es solo una regla útil para usar en general, no es una regla absoluta. Por ejemplo, el texto centrado funciona mejor con los videos. Todo depende del diseño visual de su producto.

✗ Texto centrado o justificado	✓ Texto alineado a la izquierda
En casa, me siento cansado. Me duele el brazo. Me siento mejor a los pocos días.	En casa, me siento cansado. Me duele el brazo. Me siento mejor a los pocos días.
En casa, me siento cansado. Me duele el brazo. Me siento mejor a los pocos días.	

18. Si el producto tiene más de 1 página, ¿está el texto formateado de la misma manera en cada página?

La uniformidad es útil para las personas con IDD/ELL. Asegúrese de escoger 1 solo estilo para el formateo del texto y la ubicación de imágenes en todas las páginas del producto.

19. ¿Terminan todas las oraciones en la misma página en la que empiezan?

Para las personas con IDD/ELL, es importante que cada oración se pueda ver toda junta. Tener que recordar el inicio de la oración o tener que ir y volver entre una página y otra aumenta la carga cognitiva y las probabilidades de que la persona malinterprete la oración o no capte una idea clave.

20. ¿Se usa en el producto una sola tipografía *sans serif* (o sin remate)?

Serif o remate se refiere a las "patitas" que tienen las letras de algunas tipografías. Las tipografías *sans serif* son las que no tienen esas patitas. La sencillez de las tipografías *sans serif* puede hacerlas más fáciles de leer, especialmente para los adultos con IDD/ELL. Algunos ejemplos de tipografías *sans serif* comunes incluyen las Arial y Verdana.



Además, cambiar entre distintas tipografías puede ser un desafío para los adultos con IDD/ELL; por eso, escoja una sola tipografía que funcione bien tanto para los encabezados como para el cuerpo del texto y úsela en todo en producto.

✗ Múltiples tipografías

Protéjase del COVID-19.

Lávese las manos con agua y jabón.

✓ 1 sola tipografía *sans-serif*

Protéjase del COVID-19.

Lávese las manos con agua y jabón.

21. ¿Se usa siempre en el producto un tamaño de tipografía de 14 puntos o mayor?

Este tamaño de tipografía es claro y fácil de leer para la mayoría de las personas.

✗ Tipografía de 12 puntos

Protéjase del COVID-19.

✓ Tipografía de 14 puntos

Protéjase del COVID-19.

22. ¿Se ha omitido el uso de palabras en *itálicas* o subrayadas en el producto?

Estos tipos de estilización de texto pueden ser difíciles de leer. Las palabras subrayadas pueden confundirse con enlaces.

Es mejor evitar cualquier tipo de estilización especial de texto en los productos para personas con IDD/ELL, pero, si necesita poner énfasis en alguna palabra específica, la **negrita** es la mejor opción.



Parte E: Elementos visuales

23. ¿Se incluye solo 1 elemento visual en cada página o pantalla?

Ver múltiples imágenes puede ser abrumador para las personas con IDD/ELL. En general, mantenga el límite en 1 imagen por página o pantalla.

24. El texto correspondiente a cada elemento visual, ¿tiene un máximo de 1 o 2 líneas que describan lo que está sucediendo en ese elemento visual?

Es importante asegurarse de que las imágenes apoyen el texto. Ver grandes cantidades de texto puede ser abrumador para las personas con IDD/ELL. Algunas personas con IDD/ELL podrían incluso no querer leer o interactuar con su producto si ven que hay mucho texto. Use contenido breve que apoye y esté directamente relacionado con el elemento visual.

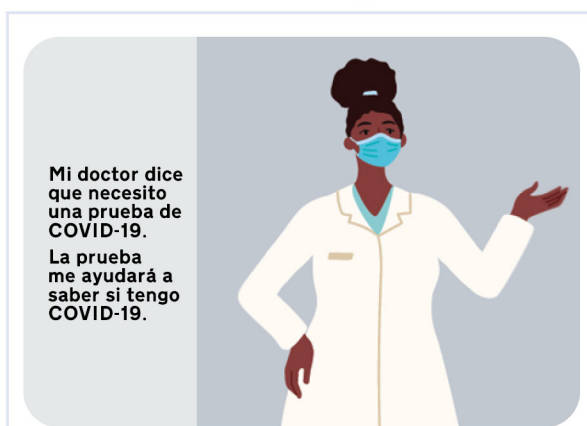


Consejo: Si está creando ilustraciones, es útil incluir elementos visuales que provean pistas en el contexto. Por ejemplo, si el personaje principal está yendo al consultorio del médico, podría incluir un letrero que diga "centro médico". Si están haciendo la fila en la tienda de alimentos, podría incluir otros personajes en la fila. Estos detalles pueden ayudar a la audiencia a entender lo que está pasando en la ilustración. Pero es mejor evitar los detalles que solo sirvan de decoración, como pinturas en la pared o personajes secundarios que no sean relevantes para la historia.

25. El texto que apoya el elemento visual, ¿está ubicado directamente debajo de éste?

En las pruebas con usuarios realizadas con personas con IDD/ELL, el texto colocado directamente debajo del elemento visual era más eficaz que el texto colocado arriba o al lado de éste.

✗ Texto al lado de la imagen



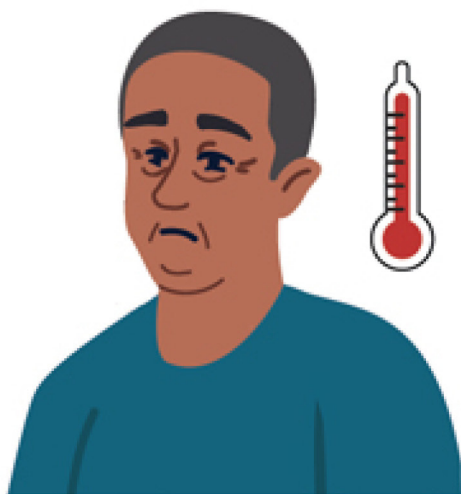
✓ Texto directamente debajo de la imagen



26. ¿Son todos los elementos visuales imágenes literales del ítem o la acción y no símbolos abstractos?

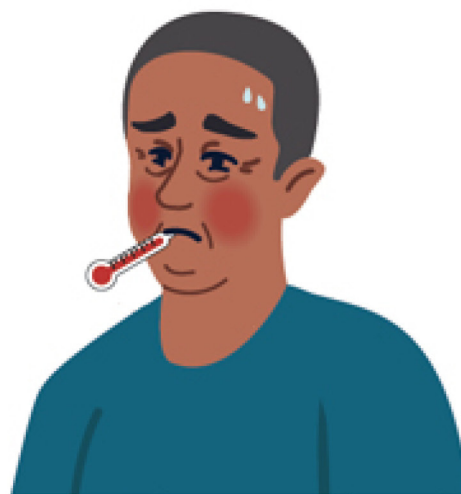
Para las personas con IDD/ELL, es importante asegurarse de que las imágenes se vean lo más similares posible a lo que se vería en la vida real.

❌ Símbolos abstractos



Podría tener fiebre.

✅ Detalles realistas



Podría tener fiebre.



Las alergias estacionales hacen estornudar.



Las alergias estacionales hacen estornudar.

27. Cuando se usa la ilustración de una persona, ¿incluye, al menos, un mínimo de rasgos faciales (ojos, nariz y boca)?

Las caras sin rasgos son abstractas, y algunas personas con IDD/ELL podrían no reconocerlas como caras. Los rasgos faciales ayudan a hacer que sea más fácil identificar las ilustraciones y relacionarse con ellas.

✗ Ningún rasgo facial



✓ Rasgos faciales



Parte 2:

Hoja de puntajes

Hoja de puntajes

Nombre del producto:

Nombre de la persona que califica el producto:

Fecha:

Antes de comenzar, identifique a su audiencia primaria, su recomendación conductual principal y los tipos de productos que ha creado para comunicar esta recomendación. Debe saber estas 3 cosas para darle el puntaje correcto al producto. Si no tiene esta información, espere hasta tenerla para calificar su producto.

1. ¿Cuál es su audiencia primaria?

Tenga en cuenta que las personas con IDD/ELL son un grupo variado. ¿Desea llegar a un subgrupo específico de esta audiencia, como los adultos mayores con síndrome de Down, los adultos con autismo que también tienen discapacidades físicas, o los adultos con parálisis cerebral infantil que viven en hogares grupales u otras situaciones de vida asistida?

2. ¿Cuál es su recomendación conductual principal?

¿Qué acción quiere que haga su audiencia después de que vea su producto? El comportamiento podría ser una acción que la persona pueda realizar sola o algo que un cuidador pueda ayudarla a realizar.

3. ¿Qué tipos de productos planea crear para comunicar esta recomendación?

Los adultos con IDD/ELL y sus cuidadores tienen una amplia variedad de preferencias en cuanto a cómo obtener información sobre la salud. Para llegar a tantas personas como sea posible, intente comunicar la misma recomendación conductual en diferentes formatos o tipos de productos. El video es un formato comúnmente preferido entre las personas jóvenes con IDD/ELL. Las historias sociales, las actividades interactivas y los afiches también pueden ayudar a comunicar información de una manera visual.

Haga una lista de los tipos de productos que planea crear:

Cómo usar la hoja de puntajes

Esta hoja de puntajes incluye un total de 27 ítems, divididos en 6 partes. Estos 27 ítems se presentan en forma de pregunta.

- Escoja 1 respuesta para cada ítem que califique.
- Seleccione "sí" solo si todas las instancias de un ítem del producto cumplen los criterios.
- Algunas preguntas incluyen la opción de no corresponde (N/A). Seleccionar N/A no reducirá el puntaje de su producto. Para ver los detalles, vea la sección "Calcular el puntaje del producto" en la [página 35](#).

Parte A: Comportamiento

Preguntas	Puntaje
1. ¿Se centra el producto en 1 sola recomendación conductual? Para evitar abrumar a su audiencia, es importante limitar cada producto a 1 recomendación conductual central. Si el producto tiene más de 1 recomendación conductual, la respuesta es no. Nota: Si responde no a esta pregunta, responda no a todas las preguntas de la Parte A. (Vea la página 12).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0
2. ¿Se menciona la recomendación conductual más de 1 vez? Mencione la recomendación conductual al menos 2 veces: al principio del producto y luego más adelante. Recuerde usar las mismas palabras cada vez. Si la recomendación conductual se menciona más de 1 vez usando las mismas palabras, responda sí. Si se menciona solo 1 vez, o si se menciona más de 1 vez, pero usando palabras diferentes, responda no. Nota: Si el producto tiene solo 1 página o pantalla (por ejemplo, un afiche o un anuncio digital), podría ser adecuado mencionar la recomendación conductual 1 sola vez. Si esto aplica a su producto, seleccione N/A. (Vea la página 13).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0 ☐ N/A = 0

Preguntas	Puntaje
3. ¿Muestra el producto cómo poner en práctica la recomendación conductual al dividirla en una serie de acciones o pasos individuales? A muchas personas con discapacidades intelectuales y del desarrollo (IDD) les sirve tener instrucciones paso a paso que muestren cómo realizar un comportamiento. Si el producto no incluye instrucciones paso a paso, responda no. Nota: Si el producto tiene solo 1 página o pantalla y fue diseñado como suplemento de otro producto más largo (por ejemplo, el afiche que acompaña a una historia social más larga), podría ser adecuado mostrar solo 1 de los pasos para representar el proceso entero. Si esto aplica a su producto, seleccione N/A. Si selecciona N/A para este ítem, seleccione N/A para los ítems 4 y 5. Si selecciona no para este ítem, seleccione no para los ítems 4 y 5. (Vea la página 13).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0 ☐ N/A = 0
4. ¿Transmite el producto 1 sola idea o solo 1 de los pasos de un comportamiento por página o pantalla? Mostrar solo 1 idea o paso a la vez puede ayudar a su audiencia a enfocarse y evitar que se abrume o se pierda ideas clave. Si el producto incluye más de 1 idea o paso en 1 sola página o pantalla, responda no. (Vea la página 13).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0
5. ¿Usa el producto ambos texto y elementos visuales para ilustrar cada paso o acción? Incluya 1 elemento visual simple y realista para ilustrar cada paso. Si el producto no tiene ningún elemento visual, o no tiene 1 elemento visual para cada página o acción, responda no. (Vea la página 14).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0

Preguntas	Puntaje
6. ¿Usa el producto 1 solo personaje principal para demostrar todos los pasos de un comportamiento? Use 1 solo personaje principal para ayudar al lector a hacer conexiones entre las páginas y reforzar la continuidad de los pasos del comportamiento. (Vea la página 14).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0
Puntaje de la Parte A	puntos obtenidos en la Parte A

Parte B: Oraciones

Preguntas	Puntaje
7. ¿Se centra cada oración en 1 idea clave? Las oraciones que incluyen múltiples ideas pueden ser difíciles de analizar para las personas con IDD/ELL. Dele a cada idea clave su propia oración. (Vea la página 15).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0
8. ¿Tienen todas (o casi todas) las oraciones, encabezados y títulos 10 palabras o menos? Las oraciones, los encabezados y los títulos más cortos generalmente son más fáciles de entender. Cuando sea posible, intente usar 10 palabras o menos. (Vea la página 15).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0
9. ¿Están todas las oraciones en voz activa? Usar la voz activa en una oración significa que el sujeto de la oración es quien realiza la acción. Las oraciones en voz activa suelen ser más cortas, más fáciles de entender y más coloquiales. Si algunas de las oraciones usan la voz pasiva, responda no. (Vea la página 15).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0

Preguntas	Puntaje
10. Todos los encabezados y títulos, ¿son enunciados informativos? Los enunciados informativos declaran información fáctica o indican qué hacer. Y lo que es más importante, comunican la idea principal del contenido que sigue inmediatamente después. Si el producto incluye encabezados formulados como preguntas (p. ej., "¿Cómo se lava las manos?") o encabezados que no transmiten claramente de qué trata el contenido, responda no. Nota: Si su producto no incluye encabezados o títulos, seleccione N/A. (Vea la página 16).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0 ☐ N/A = 0
11. ¿Se usa un tiempo verbal uniforme en todo el producto? Escoja 1 solo tiempo verbal y no lo cambie. Cuando sea posible, elija un tiempo verbal que no requiera más palabras, como el presente del indicativo (por ejemplo, "yo voy"). Si el producto incluye oraciones con distintos tiempos verbales (p. ej., pasado y presente), responda no. (Vea la página 16).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0
Puntaje de la Parte B	puntos obtenidos en la Parte B

Parte C: Palabras y números

Preguntas	Puntaje
12. ¿Se usan siempre en el producto palabras que la audiencia primaria entienda? Existen listas de palabras de reconocimiento visual comunes (como las palabras de reconocimiento visual de Dolch o las palabras de reconocimiento visual de Fry, ambas en inglés) que pueden ayudarlo a identificar las palabras con las que sea más probable que su audiencia esté familiarizada. Tenga en cuenta que las palabras de reconocimiento visual son solo una herramienta, no una regla absoluta. (Vea la página 17).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0
13. ¿Define el producto claramente, y usando palabras familiares, las jergas que su audiencia necesite saber ? Si necesita usar una jerga, asegúrese de definirla en su contexto usando palabras familiares y una imagen, de ser posible. Nota: Si su producto no incluye ninguna jerga, seleccione N/A. (Vea la página 17).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0 ☐ N/A = 0
14. ¿Usa siempre el producto la misma palabra para el mismo concepto? La repetición es útil para las personas con IDD/ELL. Los lectores podrían tener dificultad para relacionar las distintas palabras que se refieran al mismo concepto. Si el producto usa distintas palabras para referirse al mismo concepto, responda no. (Vea la página 17).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0
15. Si el producto menciona alguna cantidad o periodo de tiempo, ¿usa números enteros (por ejemplo del 1 al 10)? Si necesita usar números, elija usar números enteros. Si el producto incluye fracciones, decimales, cocientes o porcentajes, responda no. Nota: Si su producto no incluye ningún número, seleccione N/A. (Vea la página 18).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0 ☐ N/A = 0

Preguntas	Puntaje
16. ¿Aparecen todos los números en cifras en lugar de escritos en letras (p. ej., 1 en lugar de "uno")? Los números escritos en letras suelen perderse entre las otras palabras y requieren más esfuerzo mental para ser interpretados como números. Si el producto incluye números escritos en letras (p. ej., "tres"), responda no. Nota: Si su producto no incluye ningún número, seleccione N/A. (Vea la página 18).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0 ☐ N/A = 0
Puntaje de la Parte C	_____ puntos obtenidos en la Parte C

Parte D: Disposición del texto

Preguntas	Puntaje
17. ¿Está el texto alineado a la izquierda? Cuando el texto está alineado a la izquierda es más fácil de leer que cuando está centrado, alineado a la derecha o justificado en el centro. Nota: El texto centrado funciona bien para los videos. Si su producto es un video, seleccione N/A. (Vea la página 19).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0 ☐ N/A = 0
18. Si el producto tiene más de 1 página, ¿está el texto formateado de la misma manera en cada página? Escoja 1 solo estilo para el formateo del texto y la ubicación de las imágenes en todas las páginas del producto. Nota: Si su producto tiene 1 sola página, seleccione N/A. (Vea la página 19).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0 ☐ N/A = 0
19. ¿Terminan todas las oraciones en la misma página en la que empiezan? Para las personas con IDD/ELL, es importante que cada oración se pueda ver toda junta. (Vea la página 19).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0

Preguntas	Puntaje
20. ¿Se usa para el producto una sola tipografía sans serif (o sin remate)? Las tipografías sans serif son tipografías que no tienen "patitas", como las Arial y Verdana. Escoja 1 sola tipografía que funcione bien para ambos, los encabezados y el cuerpo del texto, y úsela en todo su producto. Si el producto usa tipografías serif (o con remate), responda no. Si usa más de 1 tipografía, responda no. (Vea la página 20).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0
21. ¿Se usa siempre en el producto un tamaño de tipografía de 14 puntos o mayor? Este tamaño de tipografía es claro y fácil de leer para la mayoría de las personas. Nota: Si usted no creó el producto y no puede verificar el tamaño de la tipografía, seleccione N/A. (Vea la página 20).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0 ☐ N/A = 0
22. ¿Se ha omitido el uso de palabras en <i>itálicas</i> o <u>subrayadas</u> en el producto? Estos tipos de estilización de texto pueden ser difíciles de leer. Las palabras subrayadas pueden confundirse con enlaces. (Vea la página 20).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0
Puntaje de la Parte D	puntos obtenidos en la Parte D

Parte E: Elementos visuales

Preguntas	Puntaje
23. ¿Se incluye solo 1 elemento visual en cada página o pantalla? Ver múltiples imágenes puede ser abrumador para las personas con IDD/ELL. En general, mantenga el límite en 1 imagen por página o pantalla. Nota: En algunos casos, podría ser adecuado mostrar algunas imágenes diferentes en la misma página o pantalla. Por ejemplo, si está creando una actividad interactiva que le pide al lector que ponga una serie de pasos en orden. Si esto aplica a su producto, seleccione N/A. (Vea la página 21).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0 ☐ N/A = 0
24. El texto correspondiente a cada elemento visual, ¿tiene un máximo de 1 o 2 líneas que describan lo que está sucediendo en ese elemento visual? Use contenido breve que apoye y esté directamente relacionado con el elemento visual. Si la página incluye más de 2 líneas de texto o el texto no describe el elemento visual, responda no. (Vea la página 21).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0
25. El texto que apoya el elemento visual, ¿está ubicado directamente debajo de éste? El texto que se ubica directamente debajo del elemento visual es más fácil de seguir que el que se ubica arriba o al lado de este. (Vea la página 21).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0

Preguntas	Puntaje
26. ¿Son todos los elementos visuales imágenes literales del ítem o la acción y no símbolos abstractos? Asegúrese de que las imágenes se vean lo más similares posible a lo que se vería en la vida real. Si alguna imagen incluye símbolos abstractos (por ejemplo, líneas onduladas para representar el calor o claves musicales para representar el canto), responda no. (Vea la página 22).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0
27. Cuando se usa la ilustración de una persona, ¿incluye, al menos, un mínimo de rasgos faciales (ojos, nariz y boca)? Los rasgos faciales ayudan a hacer que sea más fácil identificar las ilustraciones y relacionarse con ellas. Nota: Si su producto no incluye imágenes de personas, seleccione N/A. (Vea la página 23).	☐ Sí = 1 ☐ No = 0 ☐ N/A = 0
Puntaje de la Parte E	puntos obtenidos en la Parte E

Calcular el puntaje del producto

Paso 1

Suma la cantidad de veces que respondió "sí" en cada sección. Estos son los **puntos obtenidos**.

A: + B: + C: + D: + E: = puntos obtenidos

Paso 2

Sustraiga la cantidad de veces que respondió "N/A" de 27. Estos son los **puntos posibles**.

27 puntos – respuestas de N/A: = puntos posibles

Paso 3

Divida los **puntos obtenidos** por los **puntos posibles**. Luego, multiplique su respuesta por 100 para obtener el puntaje total.

/ X 100 = puntaje total
puntos obtenidos puntos posibles

Cómo interpretar el puntaje

El objetivo de este puntaje es mejorar la claridad de los productos de comunicación para las personas con IDD/ELL.

Si el puntaje total es 90 o más:

¡Excelente! Ha abordado la mayoría de los ítems que hacen que la información sea más fácil de entender y usar para las personas con IDD/ELL.

Si el puntaje total es 89 o menos:

Observe qué ítems tuvieron un puntaje de 0 puntos. Use las descripciones y los ejemplos de la herramienta para revisar y mejorar el producto. Luego, vuelva a evaluar su producto para revisar su trabajo. Puede revisar y evaluar el producto tantas veces como sea necesario para obtener un puntaje de 90 o más.