

La voz de Asepau

Accesibilidad en las etiquetas de productos de consumo



Matías Sánchez Caballero

Socio de Asepau

Comunicador y asesor en accesibilidad en baja visión

Las etiquetas identifican el producto con su nombre y marca, para después dar a conocer sus características (peso, tamaño, ingredientes, etcétera), las indicaciones para su conservación, las instrucciones de uso, las advertencias, fechas de fabricación y caducidad, fabricante.

Las formas de codificar y de marcar en el etiquetado son elevadas y dependerá del sector al que pertenece el producto en cuanto al diseño, formato, materiales y procedimientos para su impresión (alimentación, farmacéutica, química, etcétera).

No obstante, el grado de accesibilidad al etiquetado en los productos de consumo es deficiente según los recientes resultados de la encuesta llevada a cabo por OCU (Oficina del Consumidor y Usuarios).

Las personas con déficit visual reconocen que les cuesta identificar los productos, la mayor barrera se encuentra en el etiquetado. El tamaño es muy pequeño y/o existe poco contraste. Manifiestan que el texto en los carteles anunciando precios y ofertas es pequeño y sin contraste. La iluminación en los espacios es deficiente o con un alto grado de iluminación.

El grado de accesibilidad al etiquetado en los productos de consumo es deficiente según los recientes resultados de la encuesta llevada a cabo por OCU.

Necesidades en el déficit visual

La consideración de personas consumidoras vulnerables está definida en la Ley 4/2022, de 25 de febrero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica. Se refiere a aquellas personas físicas que, debido a sus características, necesidades o circunstancias personales, económicas, educativas o sociales, se encuentran en una situación especial de subordinación, indefensión o desprotección. Esto les impide ejercer sus derechos como personas consumidoras en igualdad de condiciones, ya sea de forma territorial, sectorial o temporal.

Resulta oportuno señalar que el déficit en la visión se presenta en las personas con baja visión y las personas mayores de 65 años. Estos grupos se encuentran en situaciones de vulnerabilidad a la hora de desenvolverse en las relaciones de consumo como la dificultad para leer las etiquetas de los productos y elegir o acceder a los adecuados.

Pautas de accesibilidad en los productos de consumo

Para que una etiqueta en un producto de consumo sea perceptible por personas con déficit visual en su diseño se ha de tener presente tamaño, anchura del trazo, color y contraste respecto del fondo, etcétera.

Se recomienda el uso del procedimiento como el que regula la norma UNE 170002:2022, que aunque especifica los requisitos que deben cumplir los elementos de señalización para que sean comprensibles por todas las personas se puede aplicar como requisitos de accesibilidad a las etiquetas.

Formato de textos y características

El tipo de fuentes del texto que se debe encontrar acompañando a las etiquetas, deben ser estándar, con caracteres claros, en los que las mayúsculas y las minúsculas sean fáciles de reconocer y distinguir. La tipografía recomendable es la de la familia «Sans Serif» de palo seco.

Se recomienda la utilización de fuentes con trazos uniformes y sin remates o adornos en sus extremos para no dificultar la lectura.

La consideración de personas consumidoras vulnerables viene definida en la Ley 4/2022, de 25 de febrero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica.

Se recomienda el uso del procedimiento como el que regula la norma UNE 170002:2022.

El tipo de fuentes del texto (..) deben ser estándar, con caracteres claros, en los que las mayúsculas y las minúsculas sean fáciles de reconocer y distinguir.

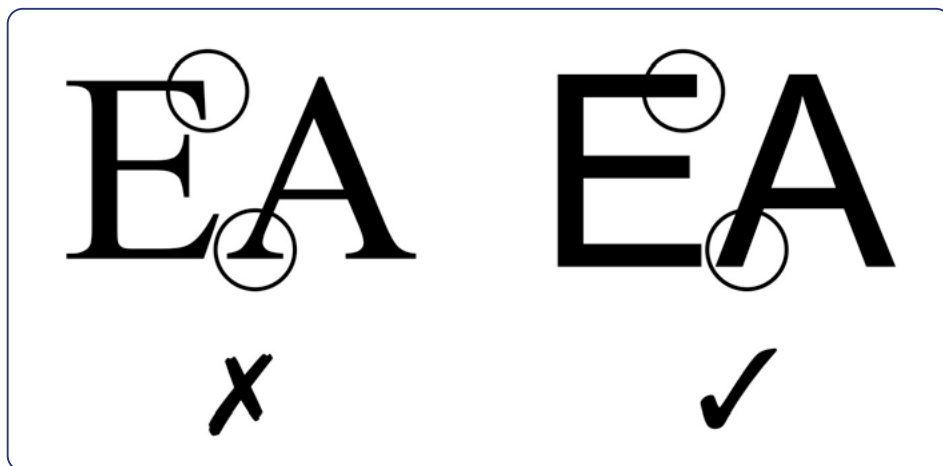


Imagen 1: Tipografía con remates (izquierda) y sin remates (derecha).

Y utilizar la alineación del texto a la izquierda pues la justificación centrada también puede dificultar la lectura a causa de los espacios en blanco que se generan entre palabras.

En cuanto al formato de la fuente se debe favorecer las de tipo normal, con un uso moderado del tipo negrita, sólo para enfatizar texto. Se evitará el uso de cursivas, textos subrayados y textos largos en mayúsculas.

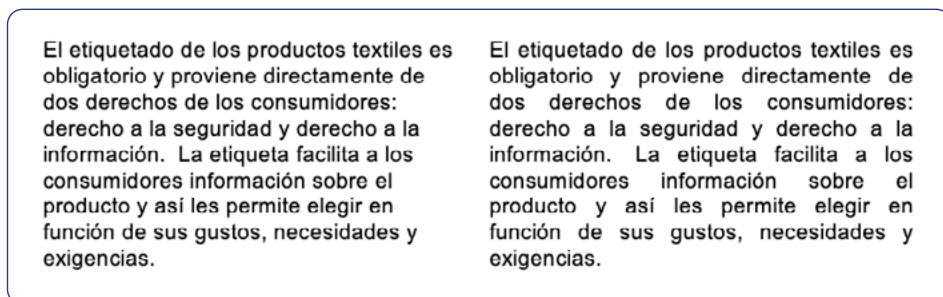


Imagen 2: Ejemplos de alineación del texto a la izquierda y justificado.

Tamaño del texto en las etiquetas

En cuanto al tamaño, la recomendación es que no sea demasiado pequeño. Sin embargo, dependerá del tipo y características de la etiqueta y del contexto en el que se utilice.

La finalidad es proporcionar un tamaño del texto lo suficientemente grande como para poder ser empleado por la mayoría de personas usuarias con déficit visual.

La norma UNE-EN 301549:2019 de Requisitos de accesibilidad de productos y servicios TIC, en su punto 5.1.4 establece los condicionantes, en el que el texto se visualice de tal modo que una letra mayúscula «H» sin tilde subtienda un ángulo de al menos $0,7^\circ$ desde una distancia de visualización especificada por el proveedor.

Relación entre la distancia de visualización máxima según diseño y la altura mínima de los caracteres (fuente UNE-EN 301549:2019)

Distancia de visualización máxima	Altura mínima de los caracteres
100 mm	1,2 mm
200 mm	2,4 mm
250 mm	3,1 mm
300 mm	3,7 mm
350 mm	4,3 mm
400 mm	4,9 mm
450 mm	5,5 mm
500 mm	6,1 mm
550 mm	6,7 mm
600 mm	7,3 mm

Imagen 3: Tabla de datos de distancia de visualización y altura del carácter.

Color y contraste

Se define el contraste como la diferencia relativa en la intensidad entre dos superficies adyacentes. Es la relación de luminancia entre ambas áreas.

Un ejemplo gráfico de contraste se obtiene a través de un objeto de tono constante en un fondo uniforme. Si ambas superficies tienen la misma luminosidad, el contraste es nulo y, si el conjunto está en tonos de gris, el objeto no se distinguirá del fondo.

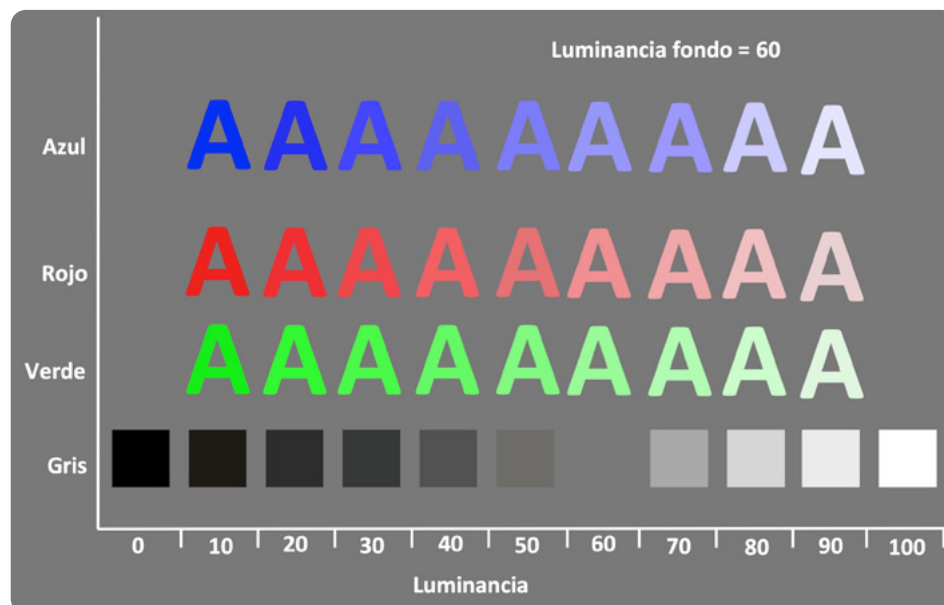


Imagen 4: Contraste de luminancia de diferentes colores en fondo regular

El contraste entre los colores de fuente y de fondo debe ser tan grande como sea posible.

Se debe usar una correcta combinación de colores de todos los elementos de la etiqueta para no tener problemas al acceder al contenido. El contraste entre los colores de fuente y de fondo debe ser tan grande como sea posible, como, por ejemplo, el resultante cuando se usa fuente de color negro y fondo blanco.

Al elegir una combinación de colores en las etiquetas, entre texto y fondo, iconos y fondo, etcétera se recomienda que el contraste cumpla el criterio 9.1.4.3 de los Requisitos de accesibilidad de productos y servicios TIC (UNE-EN 301549:2019) que establecen el 60% la modulación de contraste mínima para ser percibido.

Pictogramas

Un pictograma representa a un objeto o concepto. Puede transmitir unas instrucciones como, por ejemplo, una advertencia informando sobre el daño que una determinada sustancia puede provocar a la salud.



Imagen 5: Instrucciones de preparación de una taza de chocolate a través de pictogramas

Para que un pictograma dentro de una etiqueta sea perceptible por personas con déficit visual, la recomendación en cuanto al tamaño es que no sea demasiado pequeño.

Se recomienda emplear códigos cromáticos de alto contraste, utilizando sólo un color para la imagen y otro para el fondo. Quedan descartados el uso de tonalidades degradados, colores poco contrastados o tonos con baja saturación.

Para determinar el nivel correcto de contraste cromático entre dos colores la norma UNE 170002 establece un valor mínimo del 60% como adecuada para una perfecta discriminación entre ambos.

Códigos de respuesta rápida

Los códigos de respuesta rápida (QR, DataMatrix, etcétera) almacenan en su interior información para ofrecerla de forma inmediata como fechas de consumo y caducidad. Así mismo, pueden contener una URL para ampliar información en un sitio web externo relativa a los alérgenos y cuestiones saludables, o recetas e instrucciones de uso.



Imagen 6: Código QR visible en el lateral de un producto (fuente: Internet)

Para determinar el nivel correcto de contraste cromático entre dos colores la norma UNE 170002 establece un valor mínimo del 60% (...).

Los códigos de respuesta rápida (...) almacenan en su interior información para ofrecerla de forma inmediata como fechas de consumo y caducidad.

Los códigos QR y los DataMatrix se pueden escanear desde cualquier orientación (ángulos 0-360°) con un lector de códigos o con el lector de una cámara. Disponen de capacidades de corrección de errores permitiendo que los datos se puedan leer aunque el código esté parcialmente deteriorado o dañado, así como los que se encuentran en bolsas que no se encuentran totalmente planos. Además, son de dominio público y están exentos de derechos, por lo que no hay que pagar una licencia para usarlos.

Se recomienda que se ubiquen en lugar visible y de fácil acceso, manteniendo los mismos criterios homogéneos de diseño y ubicación. Por otra parte, la información que contengan debe estar permanentemente actualizada, sustituyendo las fotos, pictogramas, palabras, etcétera, cuando sea necesario.

Con estos códigos se amplía la información, pero no exime la accesibilidad en el resto de características de las etiquetas, únicamente la complementan aplicando sus beneficios.

Factores externos

Debemos tener presente que la localización de un producto puede llegar a ser una habilidad muy complicada si tenemos en cuenta el déficit visual que lo agrava. Así pues, la localización que una persona tiene como objetivo debe iniciarse con muy pocos estímulos visuales. Para que esto ocurra se deben aplicar siempre los criterios de diseño para todas las personas.

Las características externas a las etiquetas de los productos de consumo son los factores que intervienen en la estimulación del sistema visual.

Las características externas a las etiquetas de los productos de consumo son los factores que intervienen en la estimulación del sistema visual como la iluminación, el tamaño, la distancia, el color y el contraste, e incluso la posición del producto.

Los entornos externos a las etiquetas deben mantener criterios homogéneos en cuanto diseño, altura y ubicación de rótulos y carteles. Se recomienda el uso del procedimiento como el que regula la norma UNE 170002:2022, requisitos de accesibilidad para los elementos de señalización en la edificación.

- Tipografía: Usar un mismo tipo de letra en todo el entorno. Si se desea enfatizar productos y para ello se modifica la tipografía, se debe mantener el mismo criterio en todo el entorno.
- Colores: Si se usa una paleta de colores hay que mantener un criterio uniforme y si se combinan se deben cumplir las recomendaciones de contraste recogidas en la norma UNE 170002.
- Composición: La maquetación de rótulos y carteles deben mantener el mismo criterio en todo el entorno.
- Ubicación: Lo ideal es que los consumidores no tengan que pensar en la ubicación de rótulos y carteles por lo que deben mantenerse los mismos criterios de ubicación (altura y posición significativa) en todo el entorno.