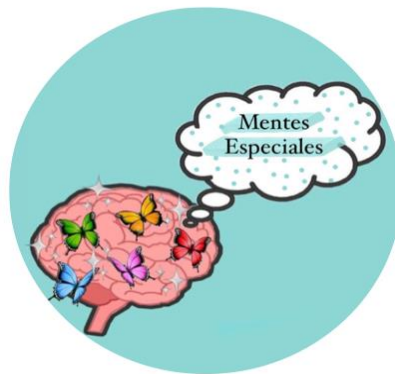


Grado en Periodismo

TRABAJO FINAL DE GRADO



Mentes Especiales

URL: <https://lopezcasadoadriana.wixsite.com/mentesespeciales>



[@MentesEspecial1](https://twitter.com/MentesEspecial1)



[@mentesespeciales](https://www.instagram.com/mentesespeciales)

Autora del trabajo: Adriana López Casado

Tutora del trabajo: Rosana Sanahuja Sanahuja

Modalidad de trabajo: Línea C2. Medio digital especializado

Curso: 2020 - 2021

ÍNDICE

1. Introducción.....	3
1.1. Presentación del tema y justificación	4
1.2. Justificación del nombre de la publicación	4
1.3. Objetivos a conseguir y público objetivo	5
2. Diseño de la publicación	5
2.1. Análisis de la competencia.....	5
2.2. Características de diseño e identidad corporativa.....	6
2.3. Estructura del medio.	7
2.4. Plataforma utilizada y justificación.....	8
2.5. Elección de redes sociales y justificación.....	8
2.6. Previsión de gastos e ingresos.....	9
3. Contenidos de la publicación	10
3.1. Justificación del interés y enfoque de las piezas.....	10
3.2. Fuentes utilizadas en la elaboración de los contenidos.	12
4. Conclusión	14
5. Bibliografía	16
6. Resumen inglés.....	17
7. Anexos	22

1. Introducción

Mentes Especiales es un medio de comunicación digital que nace a partir de la necesidad y el deseo de fomentar la visibilización de las personas con discapacidad intelectual y proporcionar soporte al colectivo, sus familiares y su entorno asistencial.

Según la Real Academia Española (2021), una persona con discapacidad es aquella que presenta deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales, previsiblemente permanentes que, al interactuar con diversas barreras, pueden impedir su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con los demás.

En España hay 1.774.800 personas con certificado de discapacidad, con edades comprendidas entre los 16 y los 64 años, lo que representa un 5,9% de la población, de acuerdo con el Informe Olivenza de 2019.

Debido a la presencia de este colectivo, fue publicado el Real Decreto 1/2013 de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, la cual establece el régimen de infracciones y sanciones que garantizan las condiciones básicas en materia de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

El impacto que genera esta ley y las mejoras mencionadas anteriormente en la ciudadanía respecto a las personas con diversidad funcional mental son la causa de la creación de *Mentes Especiales*, pues tras realizar un análisis de los medios digitales actuales, a nivel provincial y concretamente en Castellón, no hay órganos de difusión especializados en informar y dar voz a esta parte de nuestra sociedad.

Así pues, el presente trabajo se estructura de la siguiente manera: en primer lugar, se indican los motivos de la realización de *Mentes Especiales*, los objetivos principales y el público objetivo. En el punto posterior se explica el análisis de la competencia, la identidad corporativa, la estructuración del medio y plataformas utilizadas. Seguidamente, se trata el enfoque de las piezas y las fuentes empleadas. Por último, se abordan las conclusiones y la valoración personal.

1.1. Presentación del tema y justificación

El objetivo principal de la creación de este medio digital es dar visibilidad a aquellos miembros de la sociedad, los cuales tienen alguna discapacidad de carácter intelectual o mental, que les afecta de manera cognitiva, sensorial o motora según el grado o tipología de la discapacidad.

En base a los datos publicados en 2019 por el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2019), solo el 34% de la población con discapacidad oficialmente reconocida formaban parte de la población activa, una ligera disminución de 0,5 puntos respecto al año anterior.

Por otra parte, en el ámbito educativo, la mayoría de personas con alguna discapacidad intelectual reciben algún tipo de formación, ya sea en primaria o en la etapa de secundaria. De acuerdo con los datos publicados por el Odismet en 2019, el porcentaje de analfabetismo de este colectivo es del 4,5% en el rango de edad de 16 a 64 años.

Estos datos dejan entrever que en pleno siglo XXI, este colectivo no dispone de los recursos necesarios, como tampoco, tiene las mismas oportunidades para poder desarrollarse con las mismas condiciones en el ámbito laboral y educativo. Este hecho provoca que las personas con diversidad funcional mental no progresen al mismo ritmo dentro de la sociedad, estén en riesgo de exclusión social y puedan llegar a situaciones de pobreza o marginación.

1.2. Justificación del nombre de la publicación

El nombre seleccionado para el cibermedio es *Mentes Especiales*. Una denominación que hace referencia a las mentes al ser personas con discapacidad mental. Y, por otra parte, el uso del adjetivo “especiales” se debe a que sus cerebros son asombrosos y originales. Un colectivo con mentes especiales, bonitas y admirables que tienen la posibilidad de triunfar en cualquier ámbito como el resto de la sociedad.

1.3. Objetivos a conseguir y público objetivo

Los objetivos principales que se pretenden conseguir mediante la publicación del cibermedio son los siguientes:

-Visibilizar al colectivo en el ámbito social y laboral con contenido interesante y de calidad.

-Proporcionar voz a las personas con discapacidad intelectual, a las familias y al entorno especializado con el fin de lograr una mayor empatía con el resto de la sociedad.

-Acercar a la ciudadanía a las personas con necesidades especiales y evitar las actitudes discriminatorias que existen.

-Informar sobre los recursos proporcionados por los diversos centros especializados en el colectivo.

-Dar a conocer las características de estas personas a través del equipo de profesionales especializados como psicólogos, educadores y trabajadores sociales.

-Aportar un lenguaje correcto y preciso para dirigirse adecuadamente al colectivo.

Respecto al público objetivo, son las personas con discapacidad intelectual, familiares y su entorno especializado, es decir, personas que conviven y tratan habitualmente con el propio colectivo, principalmente en el entorno de la provincia de Castellón. Además, el público joven entre 18 y 40 años que se interesa por informarse sobre este colectivo para facilitar su inclusión social.

2. Diseño de la publicación

2.1. Análisis de la competencia

Los medios de comunicación (televisión, radio, prensa, etc.) suelen ser generalistas, y no abordan en profundidad temas del colectivo de personas con discapacidad intelectual. Además, el lenguaje que emplean puede resultar en muchas ocasiones ofensivo y dificultoso para ellos.

Los cybermedios que pueden ser competencia directa para *Mentes Especiales*, ya que publican y acercan al lector a temas más específicos y acordes al colectivo seleccionado son:

[Planeta Fácil](#): Boletín en lectura fácil de Plena Inclusión España. Una publicación con noticias fáciles de entender sobre el mundo y la discapacidad.

[Siglo Cero](#): Revista multidisciplinar sobre las discapacidades intelectuales y del desarrollo, es la revista científica de Plena Inclusión.

[Discapnet](#): Un servicio para fomentar la integración social y laboral de las personas con discapacidad, cofinanciada por Fundación ONCE e ILUNION Tecnología y Accesibilidad.

Las publicaciones citadas son de ámbito estatal, por esta razón, *Mentes Especiales* nace para acercar la información a personas con discapacidad intelectual en el ámbito de proximidad.

2.2. Características de diseño e identidad corporativa

Tal como afirma De Moragas (2003), internet se ha convertido en la base expresiva de los procesos, los intereses, los valores y las instituciones sociales, consolidándose como el elemento clave de un nuevo sistema que afecta a las formas de relación, trabajo y comunicación.

En efecto, *Mentes Especiales* es un medio digital que pretende aprovechar todas las ventajas que la red ofrece y llegar a diferenciarse de la competencia en temas, estilo y peculiaridad para dirigirse a sus lectores.

En cuanto a los colores, se ha escogido primeramente el azul turquesa porque transmite confianza, seriedad y comprensión, y el blanco que simboliza la paz. Estas dos tonalidades fusionadas son una combinación visual y a la misma vez atractiva y vanguardista. En segundo lugar, para alternar ambos colores se ha hecho uso de la gama de rosados porque aporta dinamismo con el azul turquesa y el blanco.

También se ha elaborado un logo personalizado para identificar el cibermedio. La silueta abarca varios simbolismos. El cerebro representa las mentes de las personas con discapacidad intelectual, las mariposas representan cambios, transformaciones y la evolución hacia algo positivo como es el derecho a la libertad de expresión y las estrellas su posibilidad de triunfo en cualquier ámbito como el resto de personas.

Cada mariposa contiene un color distinto. Todos ellos son claros y luminosos como el verde, el azul, el naranja, el rojo y el morado porque transmiten la esperanza, la lucha, la energía, y la implicación que tiene el colectivo, su entorno asistencial y familiar para hacer frente a sus enfermedades y sus derechos.

Las tipografías seleccionadas para la página web han sido *Poppins Semi Bold*, *Monotype Baskerville* y para las piezas periodísticas se utiliza *Arial* y *Times New Roman*.

De este modo, con la identidad corporativa se busca conseguir que los internautas asocien este logotipo y estos colores a un órgano informativo, con unos valores y una misión como la de dar a conocer los aspectos positivos y las capacidades de las personas con diversidad funcional mental. Los colores, el logotipo y las tipografías se recogen en el Anexo 1 sobre identidad corporativa.

2.3. Estructura del medio

El cibermedio se divide en 6 secciones diferentes para orientar al lector y que la página web permanezca estructurada:

- ❖ **Actualidad:** En este espacio se han compartido las acciones, acontecimientos o noticias más actuales y relevantes sobre el colectivo y su entorno.
- ❖ **Altavoz:** Los protagonistas en esta sección son las personas con diversidad funcional mental y los familiares del colectivo, con el fin de exteriorizar sus vivencias, hechos cotidianos y emociones.
- ❖ **Guía:** Una sección de entrevistas con expertos especializados en el colectivo que ayudan a mejorar la calidad de vida de estas personas, y dan a conocer actividades y recursos que ofrecen las corporaciones en las que trabajan.

- ❖ **Galería:** En este lugar se muestra de una forma más cercana su día a día mediante imágenes (excursiones, talleres, actividades, etc).
- ❖ **Diccionario:** Un espacio dedicado a términos y lenguaje específico para ampliar el conocimiento verbal en este sector y saber dirigirse de la mejor forma posible al colectivo, proporcionado por expertos y fuentes documentales.
- ❖ **¿Quién soy?:** Este espacio se ocupa de la biografía personal de la creadora del medio, las motivaciones, inquietudes y necesidades por las cuales ha nacido este medio digital.

2.4. Plataforma que se utiliza y justificación

La plataforma empleada para desarrollar la página web es *Wix* porque es una aplicación fácil de manejar y permite diseñar según gustos y preferencias. Además, puede ser utilizada por principiantes y la opción de cuenta gratis permite a los usuarios elaborar sitios webs sin coste o si requieres de opciones más avanzadas, te permite optar por uno de los planes de pago.

Mentes Especiales está diseñada de forma personalizada con la opción de cuenta gratis y permite que los internautas se suscriban a través del correo electrónico. Durante los 3 meses de publicaciones continuas, la página web ha recibido un total de 720 visitas, como puede visualizarse en el Anexo 2.

La publicación de vídeos, imágenes y podcasts hace que el cibermedio sea una página multimedia que es una característica fundamental en un medio de comunicación digital para que el contenido sea más dinámico, llevadero y llamativo. Por otra parte, también predomina la hipertextualidad, ya que a través de las publicaciones se ofrecen enlaces que dirigen a otros sitios web, que están relacionados con el tema y pueden ser de interés para el internauta.

2.5. Elección de redes sociales y justificación

Las redes sociales sirven para fomentar la interactividad y visibilizar el contenido de la web. Por ello, se ha seleccionado Instagram y Twitter. Ambas plataformas

constan de infinidad de herramientas para la difusión de las piezas y permiten alcanzar el máximo de audiencia posible debido a su popularidad.

-Instagram: La plataforma más utilizada durante la trayectoria de publicaciones del medio. Una forma visual y atractiva para que los usuarios accedan a la página web. La red dispone de más de 200 seguidores con variedad de publicaciones las cuales han funcionado bien. Por ejemplo, la pieza que más visitas tiene es el reportaje audiovisual con 450 visualizaciones. Gracias a esta aplicación se ha hecho posible uno de los objetivos, llegar a un público más joven.

La aplicación permite la utilización de dos recursos:

- ❖ **Publicaciones:** En este espacio se han publicado 27 imágenes de los distintos contenidos junto con una breve descripción de la pieza, hashtags y menciones.
- ❖ **Historias:** Se ha aprovechado esta sección para ofrecer un contenido más atractivo, interactivo y animado con 42 *stories* que contienen imágenes y videos con música, gifs, menciones, votaciones, cuestionarios, encuestas, y variedad de tipografías con distintas gamas de colores.

-Twitter: Una red instantánea que ha permitido promocionar los contenidos más relevantes de forma breve con lenguaje claro y atractivo, imágenes y hashtags. El tuit que más reacciones tiene es la entrevista de Isabel Caballero con 19 “me gusta” y 12 retuits. A pesar de no haber alcanzado un gran número de seguidores, los contenidos han sido visitados. También, ha ayudado a conseguir un público más adulto entre la franja de edad de 30 a 50 años.

2.6. Previsión de gastos e ingresos

Equipo técnico

Cámara Sony X100 → 1.500 euros (LABCOM)

iPhone XR → 700 euros

Portátil MacBook Air → 1.300 euros

Tarjeta SD Sandisk 64 GB → 25 euros
Trípode de vídeo → 100 euros (LABCOM)
Micrófono corbata DSLR → 25 euros (LABCOM)
Grabadora audio Zoom H4n Pro → 150 € (LABCOM)

Edición

Adobe Premiere → 200 euros
Adobe Photoshop → 200 euros
Adobe Audition → 200 euros
Adobe After Effects → 200 euros

Gastos Personales

1 periodista / media jornada → 500 euros
1 diseñador web / media jornada → 500 euros

Transporte

Viajes en coche Nules - Castellón → 70 euros
Viajes en coche Nules - Vall d'Uixó → 40 euros
Viajes en coche Nules - Onda → 40 euros

Gasto total	3.975 euros
--------------------	--------------------

***sin contar los materiales facilitados por LABCOM**

Si esta publicación fuera financiada, este sería el total de dinero invertido. Por otro lado, las entidades que han participado tendrían la opción de colaborar con el medio digital y al ser un tema social se buscarían ayudas públicas.

3. Contenidos de la publicación

3.1. Justificación del interés y enfoque de las piezas

En el medio de comunicación predominan las noticias de actualidad, las cuales cuentan con fuentes personales. Algunas de ellas son campañas que realizan entidades para reivindicar la falta de oportunidades del colectivo o para dar a

conocer diversos aspectos positivos de ellos, otras, son nuevos servicios como un programa televisivo con lenguaje sencillo, donde elaboran contenido los propios colaboradores que son personas con discapacidad intelectual o un recurso especializado para las personas con problemas de salud mental para evitar que se produzca una vulneración de sus derechos.

Por otro lado, encontramos convenios de diferentes ayuntamientos de la provincia de Castellón, los cuales con su aportación económica facilitan la realización de diversos recursos y actividades necesarias en centros especializados, así como también un proyecto sobre remodelación de monumentos de un municipio, donde trabajan personas usuarias de un centro ocupacional.

Las entrevistas realizadas son, por una parte, expertos del sector para conocer actividades que mejoran la calidad de vida del colectivo, consejos basados en experiencias reales. Por otra parte, encontramos las entrevistas a los familiares y a las personas con discapacidad intelectual para relatar sus experiencias. Además, la entrevista en profundidad se ha realizado a la profesional Isabel Caballero, la cual trata sobre la violencia de género de las mujeres con discapacidad.

Respecto al reportaje audiovisual, da a conocer un Programa de Inserción Socio-laboral de AFANIAD de la Vall de Uxó que se lleva a cabo desde hace dos años con el fin de visibilizar al colectivo en el ámbito laboral. En esta pieza participan 2 profesionales del centro, 2 usuarias y 1 usuario.

Por otra parte, el reportaje radiofónico se basa en un recorrido por los 3 centros ocupacionales de la provincia de Castellón especializados en personas con discapacidad intelectual con el fin de dar a conocer este servicio en profundidad junto con los objetivos, ventajas y funciones principales. En este contenido colaboran 3 representantes de diferentes entidades.

También se ha realizado un reportaje escrito que cuenta con 2 representantes de la entidad y 2 usuarios. Esta pieza aborda el Programa Formativo de Cualificación Básica y el Curso de Tránsito a la Vida Autónoma de la Fundación Síndrome de Down Castellón para mostrar a la sociedad que varias personas usuarias de la

entidad ya están trabajando en empresas de la provincia y también las habilidades adquiridas dentro de los talleres con el objetivo de acceder a un puesto de trabajo.

En cuanto a las galerías fotográficas, la primera trata sobre actividades que usuarios y usuarias desarrollan en una residencia, en ella se intenta transmitir a través de imágenes sus emociones, vivencias y vínculo con los profesionales. La segunda cuenta con jóvenes de un club de ocio que realizan una excursión a una playa para mostrar su felicidad, diversión y compañerismo. Finalmente, la tercera está insertada en una pieza y se basa en el proceso de montaje de un mosaico cerámico que llevan a cabo los miembros de un centro ocupacional.

Cabe destacar que las publicaciones de la sección de diccionario no cuentan como piezas periodísticas porque es información complementaria de servicio para los usuarios. En estas piezas han colaborado diferentes expertos que ya habían participado en los contenidos.

3.2. Fuentes utilizadas en la elaboración de los contenidos

A continuación, se realiza un listado de las fuentes personales incluyendo entre paréntesis el método con el que se ha realizado la entrevista y la pieza en la que aparece:

Fundación Síndrome de Down Castellón:

- ❖ Carolina Ballester, presidenta de la entidad (telefónica / podcast)
- ❖ Javier Julve, responsable de comunicación (*Google Meet* / noticia)
- ❖ Verónica Sánchez, coordinadora y trabajadora social del Programa de Formación y Empleo (personal / reportaje)
- ❖ Javier Santos, técnico de integración laboral en el Programa de Formación y Empleo (*Google Meet* / noticia)
- ❖ Eva Betoret, técnica en el Programa de Formación y Empleo y psicóloga (personal / reportaje)
- ❖ Sonia Palasi, trabajadora social (*Google Meet* / noticia)
- ❖ Carlos Segarra, usuario Programa Formación y Empleo (personal / reportaje)

- ❖ Adrián Monforte, usuario Programa Formación y Empleo (personal / reportaje)

Asociación de Familiares con Niños y Adultos Discapacitados (AFANIAD):

- ❖ Sergi Forner, directora de la residencia y psicóloga (personal / reportaje)
- ❖ María Ángeles Pérez, presidenta (personal / entrevista)
- ❖ Clara Ortiz, educadora social y responsable en servicios sociales especializados (personal / entrevista)
- ❖ Martina Collado, responsable y educadora del Programa de Inserción Socio-laboral (personal / reportaje)
- ❖ Eva Blanco, usuaria del Programa de Inserción Socio-laboral (personal / reportaje)
- ❖ Bienvenida Ruiz, usuaria del Programa de Inserción Socio-laboral (personal / reportaje)
- ❖ Francisco Pérez, usuario del Programa de Inserción Socio-laboral (personal / reportaje)

Afanias Castellón:

- ❖ Francisco Gil, gerente de la entidad (personal / noticia)
- ❖ Pablo Vilar, director del centro ocupacional (personal / reportaje)
- ❖ Carmen Personat, psicóloga de la residencia (personal / entrevista)
- ❖ Sonia Ojeda, enfermera del centro (personal / noticia)
- ❖ Mirella Isach, usuaria del centro ocupacional (personal / entrevista)

Asociación de Familiares para los Derechos de las Personas con Enfermedad Mental (AFDEM):

- ❖ Vicent Savall, psicólogo y director del centro de día (personal / noticia)
- ❖ Juan José Migallón, presidente (personal / entrevista)

Centro Ocupacional El Molí:

- ❖ Carmen Martínez, monitora del taller trencadís (personal / noticia)
- ❖ David Ustero, usuario (personal / entrevista)

Otras Fuentes:

- ❖ José Corretjé, director de comunicación de Plena Inclusión España (*Google Meet* / noticia)
- ❖ Mary Carmen Ribera, concejala de Bienestar Social del Ayuntamiento de Castellón (telefónica / noticia)
- ❖ Óscar Valero, concejal de Bienestar Social del Ayuntamiento de Onda (*Google Meet* / noticia)
- ❖ Mari Carmen Fernández, directora del IVASS Centro Ocupacional Rafalefena (personal / entrevista)
- ❖ Isabel Caballero, coordinadora de la Fundación CERMI Mujeres (telefónica / entrevista)

Fuentes Documentales:

- ❖ Consellería de Sanidad Universal y Salud Pública
- ❖ Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios (AEMPS)
- ❖ Federació Salut Mental Comunitat Valenciana

La mayor parte de las entrevistas han sido presenciales, pero algunas por protocolos de seguridad por la Covid-19 han tenido que ser por vía telemática o por teléfono.

4. Conclusión

La elaboración del Trabajo de Final de Grado (TFG), es conveniente y útil porque te permite poner en práctica todos los conocimientos y habilidades adquiridas dentro de la carrera, concretamente la redacción de la mayor parte de géneros periodísticos. Desde la búsqueda de ideas para elaborar la noticia, contactar con la fuente y recopilar la información hasta la postproducción de una pieza audiovisual.

Así pues, decidí escoger la línea de cibermedio especializado porque era una de las más complejas, pero a la vez la más efectiva para poner en práctica las habilidades laborales necesarias en un medio digital y plasmar la temática seleccionada.

De este modo, este proyecto me ha ayudado a conocer de primera mano el periodismo especializado, ya que al tratar con personas con discapacidad intelectual, obtienes un lenguaje técnico, un conocimiento en profundidad de la

temática y una agenda de fuentes expertas en este campo. Además, aporta experiencia en la creación y gestión de páginas web, y en la organización de proyectos y contenidos en redes sociales, que posteriormente son aptitudes básicas para la vida laboral.

Por otro lado, me gustaría mencionar diversas complejidades que me he encontrado en la elaboración de este proyecto. A nivel académico, la mayor dificultad ha sido la creación de la página web porque existe una menor formación en esta área durante la carrera. Y a nivel práctico, al ser un tema que crea sensibilidad en la sociedad, es necesario tener en cuenta cuestiones como las autorizaciones para la realización de fotografías en el colectivo, el uso de lenguaje inclusivo en los contenidos y el consentimiento de las entidades respecto a los datos y las publicaciones. También por las circunstancias de la pandemia, este año han anulado actividades y programas que suelen realizar en los distintos centros, y algunas entidades no dejan acceder a sus instalaciones.

Desde mi punto de vista, he aprendido mucho en el proceso de la publicación digital como persona y periodista, porque me ha enseñado a planificar y a agilizar la redacción de contenidos y me ha permitido comunicarme de primera mano con el colectivo. Además, estoy satisfecha con el impacto que han tenido los contenidos en redes sociales y en la plataforma, ya que esta ha alcanzado el público deseado.

Sin embargo, todos estos inconvenientes han sido constructivos tanto a nivel profesional como personal aunque parezca contradictorio, pues durante el proceso he disfrutado y he aprendido con los profesionales, allegados y, especialmente, con las personas con diversidad funcional mental convirtiéndose este proyecto en una experiencia muy gratificante y, con voluntad, de darle continuidad y visibilidad a este colectivo de nuestra sociedad.

5. Bibliografía

De Moragas, Miquel. (2003). *El impacto de internet en los medios de comunicación y la industria del deporte*. (Proyecto de investigación). Universitat Autònoma de Barcelona, España. Recuperado de: https://ddd.uab.cat/pub/estudis/2003/129351/impintmed_a2003.pdf

Instituto Nacional de Estadística. (2020). *El Empleo de las Personas con Discapacidad (EPD) Año 2019*. Recuperado de: https://www.ine.es/prensa/epd_2019.pdf

Real Academia Española. (2021). *Diccionario de la lengua española (33ª ed.)*. Recuperado de: <https://dpej.rae.es/lema/persona-con-discapacidad>

Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social. Recuperado de: <https://www.boe.es/eli/es/rdlg/2013/11/29/1/con>

Observatorio Estatal de la Discapacidad. (2019). *Informe Olivenza 2019, sobre la situación general de la discapacidad en España*. Recuperado de: <https://drive.google.com/file/d/1mLyQEyD2Mlez8YXYdMX3e3huJcqMxGbc/view>

Observatorio sobre discapacidad y mercado de trabajo (Odismet). (2019). *Personas con discapacidad de 16 a 64 años por nivel de formación*. Recuperado de: <https://www.odismet.es/banco-de-datos/3educacion-y-formacion-profesional>

6. Resumen Inglés

Special Minds is a digital communication medium which promotes the visibility of people with intellectual disabilities and the support to the group, to their families and friends. It is structured in the following way: first, the reasons for the accomplishment of Special Minds, the interest, the relevance, the main objectives and the audience are indicated. Later the analysis of the competence, design and corporate identity, structure of the medium, platforms and social networks used are explained. Next, the focus of the parts and the sources used are discussed. Finally, the conclusions and personal assessment are addressed.

In relation to the name of the publication, it makes reference to their minds as they are people with intellectual disabilities. And on the other hand, the use of the adjective "special" is due to the fact that their brains are amazing and original. A group with special, beautiful and admirable minds that have the possibility of succeeding in any field like other people without disabilities.

The main objectives that are intended to be achieved through the publication of the cybermedia are to make the group visible in different areas, facilitate their labor insertion as well as provide them with a voice. In addition it aims to bring people with special needs closer to the public to avoid discrimination, provide a correct and precise language to address them and inform about the centres and residences as well as making known the characteristics of these people through the team of specialised professionals.

Regarding the target audience, they are people with intellectual disabilities and mental illnesses, family members as well as people who are interested in learning about this group to facilitate, as far as possible, their socio-labor inclusion in our society.

The media do not usually deal in depth with issues of the group of people with intellectual disabilities and sometimes the language which they use can be offensive and difficult for them to understand. Thus Special Minds was born to bring information to people with intellectual disabilities in the province, specifically, to the

citizens of the province of Castellón, using social networks as the main dissemination tool.

It aims to take advantage of all the advantages that the network offers and to differentiate itself from the competition in terms of themes, style and peculiarity to address its readers.

As for the colours, they have been chosen according to what they reflect. Turquoise blue transmits the emotions of confidence, seriousness and understanding, and white symbolises peace. A customised logo has also been developed to identify the cybermedia. It has a brain and some butterflies. The brain represents the minds of people with intellectual disabilities and the butterflies represent changes, transformations and the evolution towards something positive.

Thus the corporate identity seeks to make Internet users associate this logo and these colours to an informative body with values and with the objective of making known the positive aspects and capacities of people with intellectual and mental disabilities.

Regarding to the cybermedia, it is divided into 6 different sections which are Current, Speaker, Guide, Gallery, Dictionary and Who am I?. Current affairs is where the most relevant news are shared, Speaker is where the protagonists express their feelings, Guide which is a section of interviews, Gallery where their day-to-day life is shown, Dictionary which is a space dedicated to specific terms and language to expand verbal knowledge and the last one which is called Who am I? which deals with the personal biography of the creator of the medium, the motivations, concerns and needs for which this digital medium was born.

In relation to the platform used to develop the website, Wix has been chosen because it is an easy application to use and it allows people to design according to their tastes and preferences. The Special Minds website is designed in a personalised way and with the option of a free account. The post of videos, images and podcasts makes Special Minds a multimedia page which is essential in a digital

communication medium and necessary to make the content more dynamic, bearable and eye-catching. On the other hand, hypertextuality also predominates, since through the publication some links are offered that lead to other websites, which are related to the subject and they may be of interest to the Internet user.

Social networks are essential for the website. They serve to promote interactivity and make the content of the web visible. Therefore, Instagram and Twitter have been selected. Both platforms consist of an infinity of tools for the dissemination of the pieces and allow reaching the maximum audience possible due to their popularity. The platform on which I focus during the trajectory of publications of the webpage is Instagram as it has a visual and attractive way for users to access the content of the website. The network has 200 followers, with a total of 27 posts, which have worked well. Thanks to this platform, one of the objectives has been accomplished which was to reach a younger audience. The application allows the use of publications and stories. Twitter has also been selected although it has not reached a large number of followers. It is an instant network, where most of the users are adult people, which has allowed to promote the most relevant contents in a brief way with clear and attractive language, images and hashtags.

If this post were real, an approximation of the total money that will be invested has been developed. On the other hand, the entities that have participated would have the option of collaborating with the digital medium and since it is a social issue, public aid would be sought.

Current news predominate in the media. Some of them are campaigns carried out by entities to claim the lack of opportunities and socialisation of the group or to make visible various positive aspects of them. Others are new services such as a television programme with simple language, where the collaborators themselves are people with intellectual disabilities.

On the other hand, some agreements of different town councils in the province of Castellón are found, which facilitate the realisation of various resources and necessary activities in specialised centres, as well as a project on remodelling of

monuments in a municipality promoted by a council, where the users of an occupational centre work.

The interviews carried out are, on the one hand, with experts from the sector to learn about activities that improve the quality of life of the group and advice based on real experiences, and on the other hand, interviews with relatives and people with intellectual disabilities to tell their own experiences and daily events.

Regarding the audiovisual and written report, the topics are similar, where the objective is to give visibility to people with intellectual disabilities in the workplace.

On the other hand, the radio report is based on the different occupational centres for people with intellectual disabilities in the province of Castellón in order to know in depth this specialised service, its objectives, advantages and main functions.

In relation to the photographic galleries, some of them deal with tasks and activities that users carry out in a residence, in which they try to transmit their emotions, experiences and links with professionals through images.

It should be noted that the publications of the dictionary section do not count as journalistic pieces because it is complementary information of service for users, where different experts have collaborated.

To finish, regarding my personal assessment, it must be said that the preparation of the Final Degree Project (TFG) is convenient and useful because it allows you to put into practice all the knowledge and skills acquired within the career, specifically the writing of journalistic genres.

So, I decided to choose the specialised cybermedia line because it was one of the most complex but at the same time the most effective tool to put skills into practice.

At an academic level, the greatest difficulty has been the creation of the website because we do not have enough knowledge in this area. And on a practical level, as it is a sensitive subject, you have various limitations such as the authorisations

required for taking photographs and the inclusive language in the content and the consent of the entities regarding the data and publications.

On the other hand, this project has helped me to get to know specialised journalism first-hand, since when dealing with people with intellectual disabilities, you obtain technical language, in-depth knowledge of the subject and an agenda of expert sources in this field.

From my point of view, I have learned a lot in the digital publishing process both as a person and as a journalist, because it has taught me to plan and streamline content writing and has allowed me to communicate first-hand with the collective.

During the process I have enjoyed with professionals, close friends and, especially, with people with mental functional diversity. In short, the experience has been very rewarding and my desire is to maintain the website.

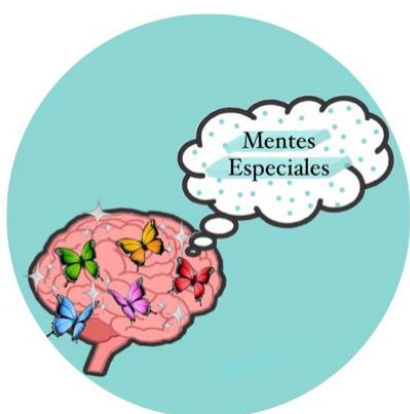
7. Anexos

Anexo 1: Identidad corporativa página web

- Colores



- Logotipo



- Fuentes

Poppins Semi Bold

Monotype Barkerville

Anexo 2: Análisis visitas página web



Anexo 3: Tablas publicaciones

- Publicaciones cibermedio

Número de publicación	Fecha de publicación	Título	Género	Comentarios (opcional)
1	5/3/21	Sanidad inyecta la segunda dosis de vacunación en centros de personas con discapacidad	Noticia	2 fuentes
2	5/3/21	Un día en la Residencia de Afanias Castellón con los usuarios y usuarias	Galería fotográfica	
3	15/3/21	Migallón: “Mi hijo no es que no esté bien, tiene una enfermedad mental”	Entrevista	1 fuente
4	18/3/21	AFDEM ofrece nuevo servicio para personas con problemas de salud mental	Noticia	1 fuente
5	21/3/21	Día Mundial Síndrome de Down Castellón bajo el lema #QueNadaNosSepare	Noticia	2 fuentes
	7/4/21	“Conducta Desafiante”	Término	Los términos no cuentan como piezas periodísticas, pero han ayudado a dar continuidad al cibermedio
6	9/4/21	Personat: “Hay que observar a la persona para reaccionar antes de que la conducta empeore”	Entrevista	1 fuente

7	16/4/21	Emisión en mayo del tercer programa "Planeta Fácil TV"	Noticia	1 fuente
	18/4/21	"Barreras Sociales" y "Exclusión Social"	Términos	
8	22/4/21	Ortiz: "La premisa es la dignidad de la persona con discapacidad y adaptarnos a sus necesidades"	Entrevista	1 fuente
9	24/4/21	Castellón invierte 15.000 euros para el desarrollo de actividades en AFDEM	Noticia	1 fuente
	25/4/21	"Educación Inclusiva" y "Empleo con Apoyo"	Términos	
10	26/4/21	Onda destina 3.000 euros para la realización de programas en Síndrome de Down Castellón	Noticia	1 fuente
11	1/5/21	Los prejuicios ante las personas con discapacidad intelectual perduran en el ámbito laboral	Reportaje audiovisual	5 fuentes
12	1/5/21	Síndrome de Down Castellón inicia la campaña "Tejiendo redes por la inclusión laboral"	Noticia	1 fuente
13	7/5/21	Los usuarios del Centro Ocupacional El Molí elaboran el mosaico cerámico del proyecto "Onda Bonica"	Noticia + galería fotográfica	1 fuente
14	8/5/21	Los jóvenes del Club de Ocio de AFANIAD realizan una excursión a la playa de Chilches	Galería fotográfica	

15	9/5/21	Isach: "La etapa del colegio fue el peor momento de mi vida"	Entrevista	1 fuente
	12/5/21	"Accesibilidad Cognitiva" y "Lectura Fácil"	Términos	
16	13/5/21	Síndrome de Down Castellón cuenta con 35 personas trabajadoras en empresas de la provincia	Reportaje escrito	4 fuentes
17	16/5/21	Ustero: "Me dieron la ayuda porque al tener la enfermedad no podía manejarme solo"	Entrevista	1 fuente
18	17/5/21	Peréz: "Vamos a las ferias solidarias para mostrar las capacidades de nuestros chicos"	Entrevista	1 fuente
19	18/5/21	Un recorrido en podcast por los centros ocupacionales de Castellón	Reportaje radiofónico	3 fuentes
20	20/5/21	Caballero: "Las mujeres con discapacidad sufren una doble discriminación"	Entrevista	1 fuente

- Publicaciones redes cibermedio (Instagram)

Número de publicación	Fecha de publicación	Contenido	Comentarios (opcional)
1	18/2/21	Presentación cibermedio	Las historias destacadas de esta red no tienen fecha, por este motivo no están insertadas
2	5/3/21	Noticia	

3	5/3/21	Galería fotográfica	
4	15/3/21	Entrevista	
5	18/3/21	Noticia	
6	21/3/21	Noticia	
7	7/4/21	Término	
8	9/4/21	Entrevista	
9	16/4/21	Noticia	
10	18/4/21	Términos	
11	22/4/21	Entrevista	
12	24/4/21	Noticia	
13	25/4/21	Términos	
14	26/4/21	Noticia	
15	1/5/21	Reportaje audiovisual	
16	1/5/21	Noticia	
17	7/5/21	Noticia + galería fotográfica	
18	8/5/21	Galería fotográfica	
19	9/5/21	Entrevista	
20	12/5/21	Términos	
21	13/5/21	Reportaje escrito	

22	16/5/21	Entrevista	
23	17/5/21	Entrevista	
24	18/5/21	Reportaje radiofónico	
25	20/5/21	Entrevista	

- Publicaciones redes cibermedio (Twitter)

Número de publicación	Fecha de publicación	Contenido	Comentarios (opcional)
1	18/2/21	Presentación cibermedio	
2	15/3/21	Galería fotográfica	
3	15/3/21	Entrevista	
4	18/3/21	Noticia	
5	21/3/21	Noticia	
6	7/4/21	Término	
7	9/4/21	Entrevista	
8	16/4/21	Noticia	
9	19/4/21	Término	
10	22/4/21	Entrevista	
11	25/4/21	Noticia	
12	26/4/21	Noticia	

13	9/5/21	Noticia	
14	9/5/21	Término	
15	10/5/21	Entrevista	
16	13/5/21	Reportaje escrito	
17	16/5/21	Entrevista	
18	17/5/21	Entrevista	
19	18/5/21	Reportaje radiofónico	
20	22/5/21	Entrevista	