

Máster en Diseño Gráfico Digital

Trabajo de Fin de Máster

dicHo

Aplicación móvil para la conservación
y difusión del patrimonio lingüístico
popular español

Presentado por Noelia González Pérez

Tutorizado por Carlos Fernández Pello

Curso 2025 - 2026



Agradecimientos

Quiero dar las gracias a todas las personitas que me han acompañado durante este curso y que, de una forma u otra, han hecho que este camino fuera mucho más llevadero. A mi madre y a mi abuelo, por ser mi mayor apoyo y por enseñarme que con esfuerzo todo llega. A mis compañeros del máster, porque los momentos de estrés, las entregas imposibles y las horas delante del ordenador siempre se llevan mejor cuando se comparten. A mi tutor, Carlos, por su cercanía, sus consejos y su guía durante el desarrollo de este proyecto. Y, por último, a todo el profesorado del Máster en Diseño Gráfico Digital, por compartir sus conocimientos y hacer de este año una etapa de aprendizaje que recordaré con mucho cariño. Gracias a todos por formar parte de este camino.

resumen / abstract

Este Trabajo de Fin de Máster propone el desarrollo conceptual y visual de una aplicación destinada a la recuperación y difusión de expresiones tradicionales del español, como refranes, arcaísmos y frases hechas. En un contexto marcado por la comunicación digital y la creciente presencia de anglicismos, muchas de estas formas lingüísticas están desapareciendo, lo que supone una pérdida de patrimonio cultural.

La propuesta plantea una experiencia interactiva orientada especialmente a las generaciones jóvenes, utilizando recursos de gamificación para fomentar el descubrimiento, aprendizaje y uso de estas expresiones en la vida cotidiana. Asimismo, busca favorecer el diálogo intergeneracional mediante la comparación entre expresiones históricas y términos actuales, promoviendo la reflexión sobre la evolución del lenguaje.

Desde el ámbito del diseño gráfico, el proyecto incluye el desarrollo de una identidad visual, una interfaz de usuario y una estrategia de comunicación para redes sociales. De este modo, se explora el potencial del diseño como herramienta para acercar el patrimonio lingüístico a los entornos digitales contemporáneos.

Patrimonio cultural inmaterial, Diseño UX/UI, Aplicación móvil, Gamificación, Metodología Design Thinking

This Master's Thesis proposes the conceptual and visual development of an application aimed at preserving and promoting traditional Spanish expressions, such as proverbs, archaisms, and idiomatic phrases. In a context shaped by digital communication and the growing presence of Anglicisms, many of these linguistic forms are gradually disappearing, resulting in a loss of cultural heritage.

The project presents an interactive experience primarily targeted at younger generations, using gamification strategies to encourage the discovery, learning, and everyday use of these expressions. It also seeks to foster intergenerational dialogue by comparing traditional expressions with contemporary terms, promoting reflection on the evolution of language.

From a graphic design perspective, the project includes the development of a visual identity, a user interface, and a social media communication strategy. In this way, it explores the potential of design as a tool for bringing linguistic heritage into contemporary digital environments.

Intangible Cultural Heritage, Popular Expressions, Mobile Application, UX/UI Design, Gamification

ÍNDICE

01

Introducción

- 1.1 Presentación
- 1.2 Justificación
- 1.3 Diagnóstico del problema
- 1.4 Puesta en valor
- 1.5 Objetivos

02

Marco teórico

- 2.1 El refranero español como patrimonio cultural inmaterial
 - 2.1.1 Refrán y dicho
 - 2.1.2 Arcaísmo
 - 2.1.3 Casticismo
- 2.2. Cultura digital y nuevas formas de expresión y aprendizaje
 - 2.2.1 Nuevas Jergas
 - 2.2.2 Gamificación

03

Metodología

- 3.1 Empatizar
 - 3.1.1 Usuario de la app
 - 3.1.1.1 Público objetivo
 - 3.1.1.2 Encuestas
 - 3.1.1.3 User Persona
 - 3.1.1.4 Mapa de empatía
 - 3.1.2 Referentes
 - 3.1.3 Benchmarking
- 3.2 Definir
 - 3.2.1 Análisis DAFO
 - 3.2.2 User Journey
- 3.3 Idear
 - 3.3.1. Brainstorming
 - 3.3.2 Moodboard
- 3.4 Prototipar
 - 3.4.1 User flow
 - 3.4.2 Bocetos iniciales

04

Desarrollo de diseño

- 4.1 Naming
- 4.2 Logotipo
 - 4.2.1 Bocetos
 - 4.2.2 Isologo
 - 4.2.3 Logotipo
 - 4.2.4 Icono de la app
 - 4.2.5 Reglas de uso
- 4.3 Paleta de colores
- 4.4 Tipografía

05

Sistema de diseño

5.1 Foundations

- 5.1.1 Colores
- 5.1.2 Tipografía
- 5.1.3 Espaciado
- 5.1.4 Retícula
- 5.1.5 Radio de esquinas
- 5.1.6 Íconos
- 5.1.7 Sombras

5.2 Components

- 5.2.1 Botones
- 5.2. Cards
- 5.2.3 Barra de búsqueda
- 5.2.4 NavBar
- 5.2.5 Tabs
- 5.2.6 Avatares
- 5.2.7 Sistema de ilustraciones

5.3. wireframes media calidad

5.4. Funcionalidades

5.5. Wireframes de alta calidad

- 5.5.1 Onboarding
- 5.5.2 Pantalla de inicio
- 5.5.3 Pantalla de descubre
- 5.5.4 Pantalla de búsqueda

06

Viabilidad

7.1 Modelo de negocio

7.2 Sostenibilidad económica

7.3 Proyección y crecimiento

07

Conclusiones

08

Anexos

09

Bibliografía

1.Introducción

Introducción

1.1 Presentación

El lenguaje constituye una parte fundamental de la identidad cultural de una sociedad. A través de él se transmiten conocimientos, costumbres, formas de pensamiento y maneras de interpretar la realidad. Dentro de este patrimonio lingüístico, las expresiones populares tienen un papel importante como vehículos de transmisión de saberes colectivos de generación en generación.

Sin embargo, los cambios en los hábitos de comunicación, el auge de las redes sociales y la creciente presencia de anglicismos y nuevas formas de expresión digital han contribuido al progresivo desuso de gran parte de este vocabulario tradicional, y por ello, son cada vez menos conocidas por los jóvenes, lo que supone una pérdida de riqueza cultural.

Ante esta situación, este proyecto plantea el desarrollo conceptual y visual de dicho, una aplicación diseñada para recuperar, difundir y poner en valor las expresiones tradicionales del español mediante una experiencia adaptada a los hábitos de consumo digital actuales, buscando aumentar el interés por el patrimonio lingüístico y favorecer el diálogo entre generaciones.

Desde la perspectiva del diseño gráfico, el proyecto aborda la creación de una identidad visual, una interfaz de usuario y una estrategia de comunicación capaces de trasladar este objetivo cultural a un entorno digital atractivo, accesible y relevante para el público actual. De este modo, se explora el papel del diseño como herramienta para preservar y revitalizar elementos del patrimonio cultural en el contexto contemporáneo.

1.2 Justificación

El uso creciente de anglicismos en la comunicación cotidiana, especialmente entre las generaciones más jóvenes y en entornos digitales, está dejando atrás progresivamente expresiones propias del español. Refranes, dichos, arcaísmos, frases hechas y palabras que enriquecen nuestro patrimonio están cayendo en desuso, lo que provoca una pérdida de la herencia lingüística y de la identidad del idioma. En este sentido, la necesidad de una plataforma para la recuperación, la difusión y el cuidado de nuestra habla parece ser cada día más necesaria.

Así pues, este proyecto estará centrado en la creación de una aplicación que actúe como herramienta para dar más visibilidad a estas expresiones. Concretamente, con ella se busca esa recuperación y puesta en valor del patrimonio lingüístico español.

A través de un sistema gamificado con una imagen visual bonita atractiva, y una buena campaña publicitaria que la enriquezca, esta plataforma impulsará el descubrimiento de formas lingüísticas, su aprendizaje y su utilización. Así, la app no busca ser sólo un repositorio cultural, sino un medio que incentive la integración de estas expresiones en la comunicación cotidiana.



1.3 Diagnóstico del problema

En la sociedad actual, el lenguaje evoluciona a gran velocidad, sobretodo en los entornos digitales y en las redes sociales, donde la comunicación se caracteriza por ser inmediata, simple y por la incorporación constante de nuevas expresiones. Este contexto ha provocado que buena parte de las expresiones tradicionales del español, esas palabras que dan a nuestro idioma riqueza cultural, queden situadas en contextos más concretos o en personas de más mayor edad.

Paralelamente, se observa una desconexión lingüística entre generaciones. Mientras los más jóvenes incorporan con facilidad nuevos términos a su habla (procedentes de internet o del inglés), parte de las generaciones anteriores pueden sentirse alejadas y confundidas frente a este vocabulario creciente. Del mismo modo, muchos jóvenes no conocen expresiones tradicionales que durante décadas formaron parte del habla cotidiana.

A esta situación se suma la escasez de plataformas digitales que traten este tema desde un enfoque accesible, atractivo y contemporáneo. Existen recursos académicos como diccionarios o recopilaciones de refranes, pero la mayoría carece de formatos interactivos o de estrategias comunicativas adaptadas al consumo digital actual.

Por todo ello, se identifica una oportunidad para desarrollar herramientas que no solo documenten este patrimonio lingüístico, sino que también lo acerquen a los usuarios de forma dinámica, participativa y adaptada a los códigos culturales actuales.

1.4 Puesta en valor

Esta aplicación plantea una manera diferente de acercar el patrimonio lingüístico español al contexto digital actual.

A diferencia de los diccionarios tradicionales, que se centran principalmente en recoger y explicar palabras, esta propuesta busca ofrecer una experiencia más dinámica que invite al usuario a interactuar con el lenguaje.

La aplicación utiliza mecánicas de gamificación y fast learning para hacer más atractivo el proceso de descubrimiento y aprendizaje de estos elementos del habla. A través de retos, niveles o pequeñas recompensas, se motiva al usuario a conocer nuevas palabras y, sobre todo, a incorporarlas en su comunicación cotidiana, tanto en redes sociales como en conversaciones del día a día.

Por otra parte, también se puede diferenciar en la reinterpretación del lenguaje tradicional desde una mirada contemporánea. El proyecto busca relacionar expresiones antiguas con formas de comunicación actuales, generando paralelismos que ayuden a comprender mejor su significado y su uso.

Además, la aplicación puede funcionar como un espacio de conexión entre generaciones. Por un lado, permite que las personas jóvenes se acerquen a expresiones más tradicionales, y por otro, ofrece a las generaciones mayores una forma de entender términos propios del entorno digital. De esta forma, la plataforma propone un punto de encuentro sobre el idioma y a las distintas maneras de utilizarlo.



1.5 Objetivos

Generales

Desarrollar el concepto, diseño y propuesta de una aplicación digital orientada a la difusión, recuperación y puesta en valor de expresiones tradicionales del español mediante una experiencia interactiva, visualmente atractiva y adaptada a los hábitos de comunicación actuales.

Específicos

- Analizar el contexto sociocultural actual del uso del lenguaje, especialmente el impacto de los anglicismos y de la comunicación digital en la evolución del español.
- Investigar el valor cultural y lingüístico de los refranes, arcaísmos y expresiones tradicionales como parte del patrimonio del idioma.
- Diseñar el concepto y la identidad visual de una aplicación que permita presentar estas expresiones de forma atractiva y accesible para el público joven y general.
- Desarrollar en la aplicación un sistema gamificado que incentive el aprendizaje, el descubrimiento y el uso cotidiano de estas palabras y expresiones.
- Facilitar la comprensión entre diferentes formas de hablar y entender el lenguaje.
- Proponer una estrategia de comunicación y presencia tanto en redes sociales como en vías urbanas, que refuerce la difusión de la aplicación y fomente la participación de los usuarios.

2. Marco teórico

En torno al lenguaje y la cultura

2.1 El refranero español como patrimonio cultural inmaterial

Como ya se ha mencionado anteriormente, las formas de expresión popular son una parte importante del patrimonio lingüístico y cultural. A través de ellas se transmiten conocimientos, valores y experiencias compartidas por una comunidad. Tradicionalmente, han estado ligadas a la oralidad y a contextos cotidianos como la familia, el trabajo o la vida social, donde sirven para aconsejar, enseñar o transmitir normas.

La UNESCO define el patrimonio cultural inmaterial como el conjunto de conocimientos, expresiones y tradiciones que las comunidades reconocen como parte de su identidad cultural. A diferencia del patrimonio material, no se compone de monumentos u objetos, sino de formas de expresión que pasan de unas generaciones a otras. En este contexto, el refranero español puede entenderse como una manifestación de este patrimonio, ya que recoge formas de hablar, conocimientos populares y maneras de interpretar la realidad que han acompañado a la sociedad durante siglos.

Estas expresiones surgen de la experiencia colectiva, las costumbres y las creencias de cada sociedad. Muchas tienen orígenes antiguos

relacionados con la literatura, la religión o la sabiduría popular y han evolucionado con el tiempo, por ello, reflejan tanto la forma de hablar como la historia, los valores y la visión del mundo de una comunidad.

Actualmente su uso ha disminuido, sobretodo en las generaciones más jóvenes. En el artículo El valor discursivo de los refranes, Penadés Martínez (2006) señala que los refranes presentan una baja frecuencia de uso en el español hablado actual y relaciona esta situación con diversos cambios sociales y culturales. Sin embargo, no han desaparecido, sino que se adaptan a nuevos espacios, especialmente digitales, donde conviven con formas de expresión actuales como neologismos, anglicismos o memes. Aun así, su presencia sigue disminuyendo y podría reducirse todavía más en el futuro.

Esta transformación del lenguaje pone de manifiesto la necesidad de desarrollar herramientas que contribuyan a preservar y difundir este patrimonio lingüístico desde formatos adaptados a los hábitos digitales actuales, lo que da sentido al desarrollo de este proyecto.

Además, la aplicación puede funcionar como un espacio de conexión entre generaciones. Por un lado, permite que las personas jóvenes se acerquen a expresiones más tradicionales, y por otro, ofrece a las generaciones mayores una forma de entender términos propios del entorno digital. De esta forma, la plataforma propone un punto de encuentro sobre el idioma y a las distintas maneras de utilizarlo.

2.1.1 Refrán y dicho

Las expresiones populares abarcan diferentes formas lingüísticas que, aunque suelen confundirse en el uso cotidiano, poseen características propias. Conocer las diferencias entre refranes y dichos permite comprender mejor su función dentro de la cultura y el papel que realizan en este proyecto.

El refrán y el dicho son expresiones tradicionales, anónimas y populares que forman parte del lenguaje cotidiano. Ambas recogen experiencias e ideas compartidas por una comunidad y se utilizan para reforzar mensajes, apoyar opiniones o dar más peso a un argumento mediante la sabiduría popular que contienen.

Aunque son similares, no son lo mismo. El refrán tiene una forma fija y suele transmitir una enseñanza o una idea general. El dicho es más flexible y no siempre busca enseñar, sino describir situaciones o expresar ideas de manera más libre.

Ambos forman parte de las paremias, es decir, expresiones fijas con significado generalmente figurado y de alcance general. Al no tener autor, se perciben como verdades compartidas y aportan fuerza al discurso. Además, sirven para aconsejar, advertir, persuadir o criticar, permiten expresar mucho con pocas palabras y necesitan del contexto para adquirir su sentido completo.

Como se ha citado en la página anterior, su uso ha disminuido debido a los cambios sociales y culturales que han transformado la comunicación. Este proceso viene de lejos: en el siglo XVII, Francisco de Quevedo los utilizó con ironía y los asoció a sectores menos cultos; posteriormente, en el siglo XVIII, Benito Jerónimo Feijoo los criticó por transmitir prejuicios frente al pensamiento racional. Hoy muchas personas los conocen, pero los emplean menos, en parte porque la comunicación digital favorece formas más rápidas y directas, como los memes o las nuevas jergas.

Aun así, conservan su valor cultural. Siguen formando parte de la memoria de la lengua y reflejan la experiencia y la forma de pensar de una sociedad: continúan presentes, aunque con un uso más reducido y puntual.

En el contexto de este proyecto, conocer estos conceptos es muy importante ya que ambos constituyen una parte esencial del patrimonio lingüístico y cultural español, aunque presentan características y funciones diferentes. Comprender estas diferencias permite clasificar correctamente los contenidos de la aplicación, favoreciendo una experiencia de aprendizaje más clara y rigurosa.

dicho - “Estar en las nubes”

refrán - “A quien madruga, Dios le ayuda”

2.1.2. Arcaísmo

Además de refranes y dichos, el patrimonio lingüístico español conserva numerosas palabras que, aunque han dejado de utilizarse de forma habitual, forman parte de la evolución de la lengua. Estas formas, conocidas como arcaísmos, permiten comprender cómo ha cambiado el español a lo largo del tiempo y siguen presentes en determinados contextos culturales, literarios y populares.

Los arcaísmos son formas lingüísticas que han quedado en desuso o cuyo empleo se ha reducido mucho con el paso del tiempo. Desde la perspectiva de la norma académica, un arcaísmo se define como una forma lingüística considerada anticuada en relación con un momento determinado de la lengua (Real Academia Española, s. f.).

El punto clave de los arcaísmos es el tiempo. Una forma es arcaica cuando viene de etapas anteriores y ya ha dejado de usarse. Aun así, muchas no desaparecen del todo. Siguen vivas en algunos contextos: en el social, hay formas que ya no son comunes pero siguen usándose en algunas zonas o dialectos. También, según la intención del hablante a veces se usan a propósito para dar un tono especial. A veces también el tipo de texto: en ámbitos como el lenguaje jurídico o literario, estas formas se conservan.

Por eso, no todo lo antiguo es un arcaísmo en sentido estricto, es algo más complejo. En conclusión, un arcaísmo no es una palabra muerta, es una palabra que ya no es normal, pero sigue apareciendo en algunos usos.

Los arcaísmos adquieren un papel importante, ya que representan una parte del patrimonio lingüístico que tiene el peligro de desaparecer con el paso del tiempo y el cambio de hábitos comunicativos. Recuperar estas palabras además de ayudar a preservar la memoria histórica del idioma, permite acercar a los más jóvenes formas de expresión que ayudan a comprender mejor la evolución del lenguaje.

melindre
delicadeza o
afectación excesiva.

tunante
pícaro, bribón
simpático.

espetar
Decir algo de forma
brusca o directa

2.1.3 Casticismo

Tras analizar los refranes, los dichos y los arcaísmos, es necesario ampliar el enfoque. No solo importan como formas lingüísticas, sino también como parte de algo más amplio: la idea de lo propio en una cultura. En este contexto entra el concepto de casticismo:

Según la Real Academia Española, el casticismo es el apego a lo castizo en las costumbres, los usos y las formas de hablar, así como la preferencia por palabras propias frente a extranjerismos. Por tanto, no se limita al lenguaje, sino que engloba aquello que se considera representativo de una comunidad.

El casticismo surge como respuesta a influencias extranjeras, especialmente durante el siglo XVIII, con la llegada de modelos culturales franceses. Frente a estas novedades, algunos sectores defendieron las costumbres, la forma de vida y el lenguaje propios. En el siglo XIX adquirió mayor relevancia al vincularse con el costumbrismo, corriente que representaba la vida cotidiana del pueblo. Sin embargo, lo castizo no debe entenderse como una realidad exacta, ya que suele construirse a partir de una selección e idealización de determinados rasgos culturales (además, lo castizo no implica pureza cultural). Las culturas cambian constantemente y se forman mediante múltiples influencias, por lo que el casticismo representa más una idea de lo propio que una realidad objetiva.

Figura 2 Mujer con abanico. [Pintura]. TV Azteca Jalisco, s. f.
(<https://www.aztecajalisco.com/arte-y-cultura/significado-lenguaje-abanico>)





Figura 3. Escena costumbrista con guitarra y abanico, [Pintura], TV Azteca Jalisco, s. f. (<https://www.aztecajalisco.com/arte-y-cultura/significado-lenguaje-abanico>)

Autores de la Generación del 98 retomaron este concepto desde una perspectiva crítica. Miguel de Unamuno defendió la importancia de la “intrahistoria”, entendida como la vida cotidiana de las personas comunes para comprender la identidad española. Como señala: “La intrahistoria es la vida silenciosa de millones de hombres sin historia” (Unamuno, 1895, p. XX). Por su parte, Azorín reflexionó sobre la esencia de España a través de lo cotidiano y del paisaje, mientras que Antonio Machado utilizó los pueblos, los campos y la vida rural para explorar una identidad más profunda, centrada también en la gente sencilla. Desde esta perspectiva, las expresiones populares pueden considerarse elementos castizos, ya que recogen formas de pensar, experiencias y valores transmitidos de generación en generación.

En relación con esta idea, como sostiene Carmen Martín Gaité en *El cuento de nunca acabar* (1983) y en *Usos amorosos de la posguerra española* (1987), las palabras conservan la memoria, las experiencias y la forma de entender el mundo de quienes las utilizan, convirtiéndose en un vehículo de transmisión cultural entre generaciones. Concretamente en esta última obra, analiza cómo estas fórmulas populares se transmiten entre generaciones, al tiempo que muestran los cambios que experimentan las costumbres con el paso del tiempo. Esta visión refuerza la idea de que estas expresiones actúan como vehículos de memoria cultural y experiencia social.

El casticismo es relevante para el proyecto porque pone en valor aquellos elementos que forman parte de la identidad cultural de una comunidad. Las expresiones populares son formas de entender el mundo y de transmitir conocimientos entre generaciones. Por ello, la aplicación pretende contribuir a la conservación y difusión de este patrimonio sin perder su esencia.

2.2. Cultura digital y nuevas formas de expresión y aprendizaje

Tras analizar las formas tradicionales del lenguaje popular, es necesario situarlas en el contexto actual. Hoy la comunicación no ocurre solo en espacios físicos, sino también en entornos digitales: las redes sociales, las plataformas de contenido y los espacios interactivos han transformado la forma de expresarse y aprender. En este escenario, el lenguaje se vuelve más visual, rápido y breve. Surgen nuevas formas de comunicación que, aunque diferentes de las tradicionales, cumplen la misma función: transmitir ideas, emociones y experiencias.

Uno de los conceptos clave para comprender este cambio es el meme, término propuesto por Richard Dawkins en *El gen egoísta* (1976). El autor lo define como una unidad de transmisión cultural capaz de replicarse, evolucionar y difundirse entre personas de manera similar a los genes en la evolución biológica. Para Dawkins, ideas, frases, costumbres o comportamientos podían mantenerse en el tiempo y transformarse según el contexto. Esta idea guarda relación con los refranes y dichos, ya que también son elementos culturales que perduran gracias a su repetición y transmisión colectiva.

Aunque Dawkins definió este concepto antes de la aparición de internet, su significado evolucionó con el desarrollo de la cultura digital. Actualmente, el meme suele asociarse a imágenes o vídeos acompañados de textos breves que circulan rápido por las redes. Sin embargo, su funcionamiento sigue respondiendo a la misma lógica: contenidos que se replican, reinterpretan y transforman constantemente.

Al igual que las expresiones populares, los memes necesitan un contexto para ser comprendidos. Su significado suele depender de referencias culturales, experiencias compartidas o códigos sociales. Por ello, pueden entenderse como una evolución contemporánea de muchas formas tradicionales del lenguaje popular, adaptadas a un entorno visual, interactivo y digital.

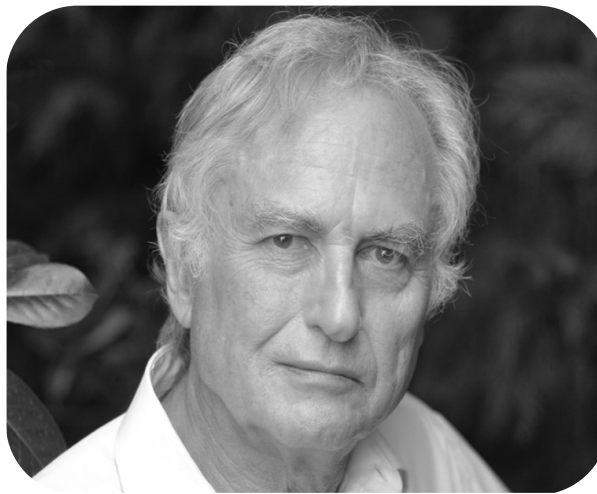


Figura 4. Retrato de Richard Dawkins. [Fotografía]. Planeta de Libros, s. f. (<https://www.planetadelibros.com/autor/richard-dawkins/000003794>)

Figura 5. Portada de *El gen egoísta*. [Portada de libro]. Salvat Ciencia, 2002. (<https://www.amazon.es/gen-ego%C3%ADsta-Castellano-Psicolog%C3%ADa-Maternidad/dp/8434501783>)



2.2.1. Nuevas jergas

Como se indica anteriormente, las redes sociales han favorecido la aparición de códigos comunicativos propios, especialmente entre los usuarios más jóvenes.

En este contexto han aparecido nuevas palabras y formas de hablar que Tapia (2010, como se citó en León Pazmiño et al., 2018) denomina modismos cibernéticos. Son expresiones y jergas que se han popularizado en redes sociales y forman parte de la comunicación cotidiana en entornos digitales. Una de sus principales características es la rapidez. En los chats, el objetivo suele ser transmitir una idea en el menor tiempo posible. Por ello, son frecuentes las abreviaturas, las palabras adaptadas y las expresiones más breves.

Francisco Yus, en Ciberpragmática 2.0, explica que internet ha favorecido una escritura que mezcla rasgos del lenguaje oral y escrito, fenómeno que denomina como texto escrito oralizado. Es habitual en chats, donde los usuarios intentan trasladar al texto la naturalidad de una conversación presencial. Para ello utilizan recursos como la repetición de letras (“gaaaaaaaanas”), las mayúsculas para expresar emociones intensas o modificaciones ortográficas,

como sustituir “qu” por “k”. Esto muestra cómo la escritura digital prioriza la expresividad y la inmediatez frente a la corrección normativa.

Yus también señala que dominar este lenguaje funciona como una forma de identificación dentro de las comunidades digitales. El uso de abreviaturas y acrónimos como BTW (by the way), IMHO (in my humble opinion) o thx (thanks) permite compartir códigos y reforzar el sentimiento de pertenencia.

A pesar de su formato actual, estas expresiones comparten una característica con los modismos tradicionales: necesitan un contexto y unos códigos culturales compartidos para ser comprendidas. Como afirma Sancha (2014, como se citó en León et al., 2018, p. 111), estas expresiones constituyen «una memorización cultural, esto se entiende como la necesidad de conocer la cultura, además de la lengua para entender su significado...».

Por tanto, las jergas digitales pueden entenderse como una evolución del lenguaje popular. Cambian las plataformas, los formatos y los códigos, pero se mantiene la necesidad de crear formas propias de comunicación, compartir significados y reconocerse dentro de un grupo.

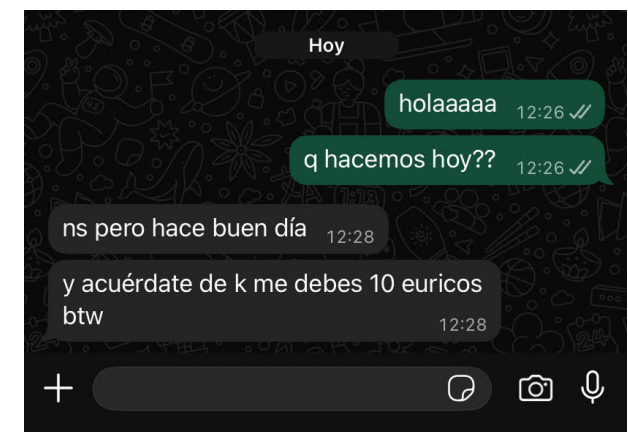


Figura 6. Captura de una conversación en WhatsApp. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

2.2.2 gamificación

En los últimos años, la gamificación se ha consolidado como una de las estrategias más eficaces para incrementar la motivación y el compromiso de los usuarios en entornos digitales. Mediante el uso de dinámicas propias del juego, esta metodología transforma el aprendizaje en una experiencia más participativa, favoreciendo tanto la adquisición de conocimientos como la continuidad en el uso de las aplicaciones.

Según Borrás Gené (2015), este método utiliza recursos como puntos, niveles, retos, recompensas o sistemas de progreso para implicar a los participantes y favorecer el aprendizaje.

En el ámbito educativo y digital, se ha consolidado como una herramienta eficaz para transformar procesos de aprendizaje tradicionales en experiencias más dinámicas e interactivas.

Los estudios de Juho Hamari, Jonna Koivisto y Harri Sarsa (2014) señalan que, cuando está bien diseñada, la gamificación puede aumentar la motivación, la implicación con los contenidos y la retención del aprendizaje. Además, favorece la repetición de conductas deseadas refuerza la sensación de progreso, aspectos fundamentales en procesos educativos basados en la constancia.

En este proyecto, la gamificación tiene un papel clave, ya que busca acercar las expresiones tradicionales a las nuevas generaciones mediante una aplicación digital. Dado que gran parte del público joven consume contenidos a través de plataformas interactivas, la incorporación de dinámicas de juego puede aumentar el interés por este patrimonio lingüístico y cultural. Concretamente, la propuesta integra funciones como:

- **Sistema de niveles:** permite visualizar el progreso y refuerza la motivación mediante la superación de objetivos.
- **Racha diaria:** fomenta el uso continuado de la aplicación premiando la constancia.
- **Quiz diario:** ofrece un reto diario para poner a prueba los conocimientos.
- **Ranking semanal:** competición amistosa que incentiva la participación de los usuarios.
- **Retar a un amigo:** aumenta la interacción social y hace que el aprendizaje sea una experiencia compartida.



3. Metodología

Design Thinking

3. Design thinking

Para el desarrollo de este proyecto se emplea la metodología Design Thinking, un método centrado en las personas que permite tratar problemas difíciles mediante procesos iterativos, colaborativos y orientados a la innovación. Esta metodología conecta las necesidades reales de los usuarios con soluciones funcionales, viables y capaces de aportar valor. En *Change by Design*, Tim Brown (2009) afirma que el Design Thinking es «*a human-centered approach to innovation*» (p. 4).

Su uso resulta especialmente útil en proyectos de diseño digital, experiencia de usuario e innovación, ya que permite comprender en profundidad al público objetivo, identificar problemas reales y desarrollar soluciones ajustadas a sus necesidades mediante un proceso continuo de análisis, creación, prueba y mejora.

En este caso, la metodología se aplica al desarrollo de una propuesta digital orientada a facilitar la comprensión, aprendizaje y conservación de expresiones populares, refranes, modismos y nuevas formas de lenguaje surgidas en entornos digitales. El proceso se estructura en cinco fases: empatizar, definir, idear, prototipar y validar.



Figura 7. Diagrama de las etapas del Design Thinking. [Infografía]. UX Cristopher, s. f. (<https://www.uxcristopher.com/blog/design-thinking-las-6-etapas-que-todo-disenador-debe-dominar-para-crear-productos-reales>)

3.1 Empatizar

Durante esta etapa se investigaron los aspectos del proyecto que permiten comprender más a fondo el contexto, las necesidades del usuario y las oportunidades de diseño. Además, se realizó un análisis de referentes digitales, aplicaciones educativas y proyectos similares, con el objetivo de identificar aquellos elementos que puedan servir para el proyecto, que puedan aportar valor y servir como inspiración para su desarrollo.

3.1 Usuario de la app

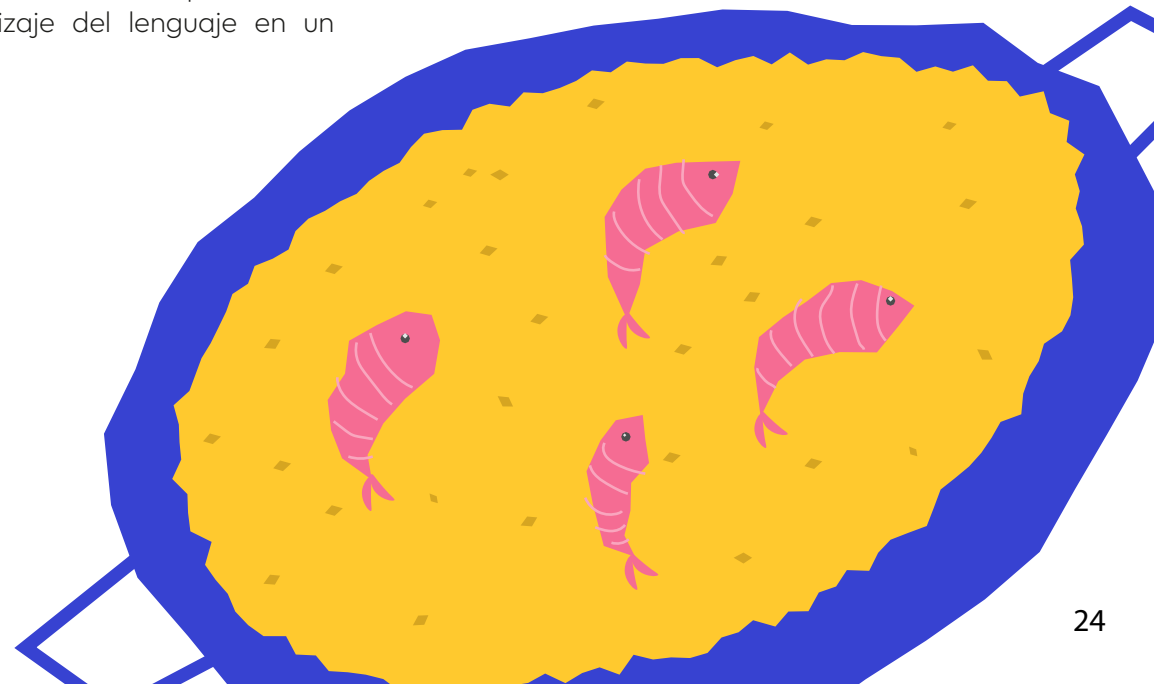
3.1.1 Perfil del usuario y público objetivo

Este proyecto está dirigido a personas de distintas generaciones que utilizan el lenguaje de formas diferentes según su edad, su contexto y su relación con la tecnología.

Por un lado, el proyecto se enfoca en un **público joven**, principalmente entre los 16 y 30 años. Se trata de usuarios acostumbrados al uso diario de redes sociales, aplicaciones móviles y contenidos rápidos. Utilizan de manera natural expresiones propias de internet, memes, abreviaturas o términos digitales, pero en muchos casos tienen menos contacto con refranes, dichos populares o expresiones tradicionales. Para este perfil, la plataforma ofrece una forma visual, dinámica y cercana de descubrir cultura mediante códigos adaptados a sus hábitos digitales.

Por otro lado, el proyecto también se dirige a un **público adulto**, especialmente entre los 30 y 65 años. Son usuarios que suelen reconocer y usar con facilidad refranes y expresiones populares, ya que forman parte de su entorno cultural y de su forma de comunicarse. Sin embargo, pueden encontrar dificultades al interpretar palabras, símbolos o expresiones que aparecen en las redes sociales. Para este perfil, la propuesta funciona como una herramienta sencilla y accesible para familiarizarse con el vocabulario digital actual.

De este modo, el proyecto tiene un público objetivo muy amplio, ya que no se centra en una única generación, sino en crear un punto de encuentro entre ambas. Así, la plataforma convierte el aprendizaje del lenguaje en un puente cultural.



3.1.1.2 Encuestas

Con el objetivo de conocer los hábitos, pensamientos y necesidades del público objetivo, se diseñó una encuesta dirigida a usuarios que encajan con los perfiles definidos anteriormente. Se trata de una encuesta de carácter cuantitativo, con preguntas cerradas de opción múltiple, con el objetivo de obtener datos claros sobre hábitos lingüísticos, consumo digital, conocimiento de refranes y familiaridad con el vocabulario propio de internet y las redes sociales. La encuesta fue respondida por 192 personas con edades comprendidas entre los 18 y los 65 años, tanto hombres como mujeres y una relación habitual con dispositivos digitales y redes sociales. La variedad de perfiles permitió recoger información desde ambas perspectivas: usuarios jóvenes más familiarizados con el lenguaje digital y usuarios adultos con mayor conocimiento de expresiones tradicionales.

GRUPO B: 16-30 años

B.1 Uso de expresiones tradicionales: Estas siguen teniendo presencia entre los jóvenes, aunque en menor medida que en el grupo A. La mayoría afirma utilizarlas de forma habitual/puntual, lo que demuestra que siguen formando parte de su repertorio comunicativo.

B.2 Contextos de uso: Su uso se concentra principalmente con amistades y entornos de confianza. Esto indica que mantienen una función social y cotidiana.

B.3 Nivel de comprensión: Los participantes muestran una comprensión menor que la del grupo de mayor edad. Aun así, existe familiaridad con estas expresiones, aunque su menor uso parece influir en su conocimiento.

B.4 Valor cultural: La mayoría considera que las expresiones tradicionales tienen importancia cultural y coincide en que están perdiendo presencia y transmisión entre las nuevas generaciones.

B.5 Relación con las expresiones digitales: El uso de expresiones procedentes de internet es mucho más alto que en el grupo anterior, utilizándose de forma habitual y con una mayor familiaridad con estos códigos. Además, existe un consenso casi total en que internet está transformando la forma de comunicarse.

B.6 Interés de aprendizaje: Tienen interés por aprender tanto expresiones tradicionales como digitales.

GRUPO A: Más de 30 años

A.2 Uso de expresiones tradicionales: Los resultados muestran un uso frecuente de expresiones tradicionales. La mayoría de participantes afirma emplearlas habitualmente, lo que indica que siguen formando parte de su comunicación cotidiana.

A.3 Contextos de uso: Estas expresiones se utilizan sobre todo en conversaciones con familiares y amistades, teniendo menor presencia en contextos profesionales. Esto refleja su vínculo con entornos cercanos y de confianza.

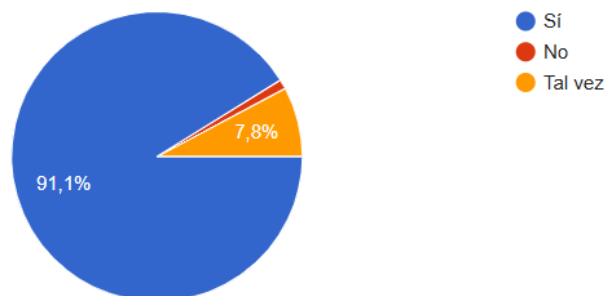
A.4 Nivel de comprensión: Se ve una gran familiaridad con estas expresiones y no presentan dificultades relevantes para comprenderlas.

A.5 Valor cultural: Hay consenso casi unánime sobre su importancia cultural. Además, todos coinciden en que su uso y transmisión entre generaciones están disminuyendo.

A.6 Relación con las expresiones digitales: El uso de expresiones procedentes de internet es considerablemente menor, usadas de forma ocasional o nula. Una gran parte de los encuestados reconoce dificultades para entenderlas, reflejando cierta distancia generacional. A pesar de ello, todos los participantes consideran que internet está transformando la forma de comunicarse.

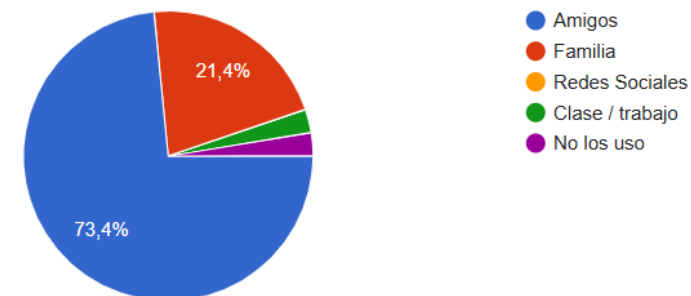
¿Crees que las expresiones tradicionales son importantes?

192 respuestas



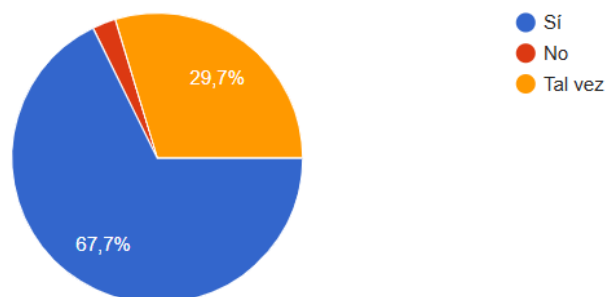
¿En qué situaciones las usas más?

192 respuestas



¿Crees que se están perdiendo?

192 respuestas



¿Te cuesta entender algunas expresiones tradicionales?

192 respuestas

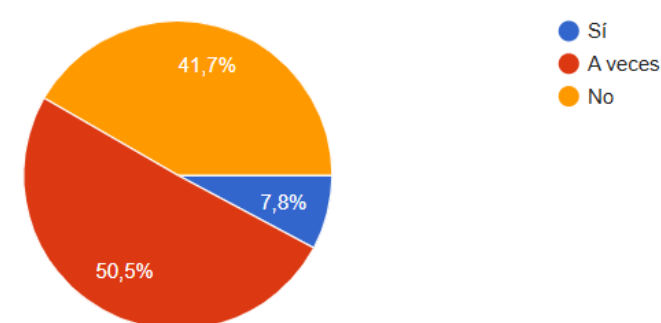


Figura 8. Gráficos con los resultados del cuestionario sobre las expresiones tradicionales. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

3.1.1.3 User persona



Sonia, 22 años

Perfil digital: Alto

Dispositivo principal: Móvil

Comportamiento informacional: Sonia accede a la aplicación cuando necesita resolver una duda concreta sobre una expresión que ha escuchado o leído. Busca respuestas rápidas y claras, por lo que espera encontrar la información sin tener que navegar por varias pantallas. Si no localiza fácilmente lo que necesita, es probable que abandone la aplicación.

Qué espera encontrar

- Un buscador visible desde la pantalla de inicio.
- Resultados rápidos, incluso si no introduce la expresión exacta.
- Sugerencias o autocompletado durante la búsqueda.
- Definiciones claras acompañadas de ejemplos prácticos.

Posibles dificultades

- No recordar la expresión completa y conocer solo algunas palabras clave.
- Que la aplicación no reconozca errores ortográficos o búsquedas parciales.
- Tener que realizar demasiados pasos para acceder a la información deseada.



Carmen, 56 años

Perfil digital: Bajo-Medio

Dispositivo principal: Móvil

Comportamiento informacional: Carmen consulta la aplicación cuando encuentra una expresión que no comprende en una conversación, en redes sociales o en contenidos audiovisuales. Busca resolver dudas concretas de forma rápida, por lo que valora especialmente la claridad y la facilidad de acceso a la información.

Qué espera encontrar

- Definiciones breves y fáciles de entender.
- Información visualmente organizada y fácil de escanear.
- Ejemplos de uso en contextos reales.
- Acceso inmediato a los contenidos más relevantes desde la pantalla principal.

Posibles dificultades

- Explicaciones demasiado extensas o complejas.
- Exceso de texto sin elementos visuales que faciliten la lectura.
- Información importante poco visible o difícil de localizar.

3.1.1.4 Mapa de empatía

El mapa de empatía es una herramienta de diseño centrado en el usuario que permite comprender cómo piensa, siente, actúa y se relaciona con su entorno. Este recurso acilita la identificación de necesidades y oportunidades que orientan el desarrollo de soluciones adaptadas al usuario.

¿Qué oye?

Escucha expresiones tradicionales en su entorno cotidiano, pero también está expuesto constantemente al lenguaje digital a través de redes sociales, videos y conversaciones online. También escucha comentarios sobre los cambios en la forma de hablar, conoce nuevas expresiones virales y recibe recomendaciones de contenido relacionadas con la cultura y las tendencias digitales.

¿Qué piensa y siente?

Siente curiosidad por las nuevas formas de comunicación, pero también valora las expresiones tradicionales como parte del patrimonio cultural. Piensa que internet está transformando la manera de comunicarse y busca aprender de forma sencilla y entretenida, sin recurrir a métodos tradicionales. Además, aprecia las experiencias digitales rápidas, visuales y accesibles.

¿Qué ve?

Está rodeado de redes sociales, memes, abreviaturas y expresiones virales que cambian constantemente. Consume aplicaciones visuales e interactivas como TikTok o Instagram, donde predominan los formatos rápidos e intuitivos. También percibe diferencias generacionales en la forma de comunicarse.

¿Qué dice y hace?

Combina expresiones tradicionales y lenguaje digital según el contexto en el que se encuentre. Utiliza habitualmente redes sociales y aplicaciones móviles, consume contenido rápido y visual, comparte referencias culturales y busca información de forma inmediata. Además, aprende principalmente mediante formatos interactivos y audiovisuales.

¿Qué le duele?

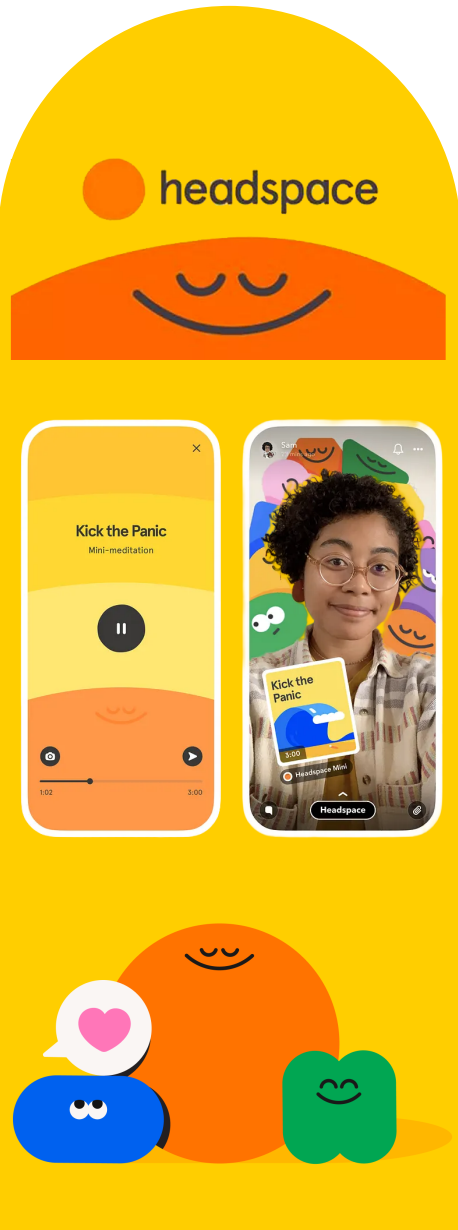
Percibe una desconexión entre el lenguaje tradicional y las formas actuales de comunicación. A veces le cuesta comprender algunas expresiones que escucha, mientras que las generaciones mayores no siempre entienden el lenguaje digital que utiliza. Considera que gran parte del patrimonio lingüístico se está perdiendo y echa en falta formas más dinámicas y visuales de aprender sobre ello.

¿A qué aspira?

Aspira a comprender mejor las nuevas formas de comunicación sin perder el vínculo con las expresiones culturales tradicionales. Busca aprender de manera práctica, dinámica y entretenida y mejorar su comunicación en entornos digitales y cotidianos.

3.1.2. Referentes

Como parte de la fase de investigación, se seleccionaron varias aplicaciones de referencia cuyas características resultan relevantes para el desarrollo de dicho. El análisis de estas plataformas permitió identificar soluciones de diseño, estrategias de gamificación y elementos de experiencia de usuario que sirvieron como inspiración durante el proceso de diseño.



headspace

Descripción

Aplicación centrada en la meditación, el mindfulness y el bienestar mental. Su objetivo es fomentar hábitos saludables y proporcionar una experiencia de calma y relajación.

Fortalezas

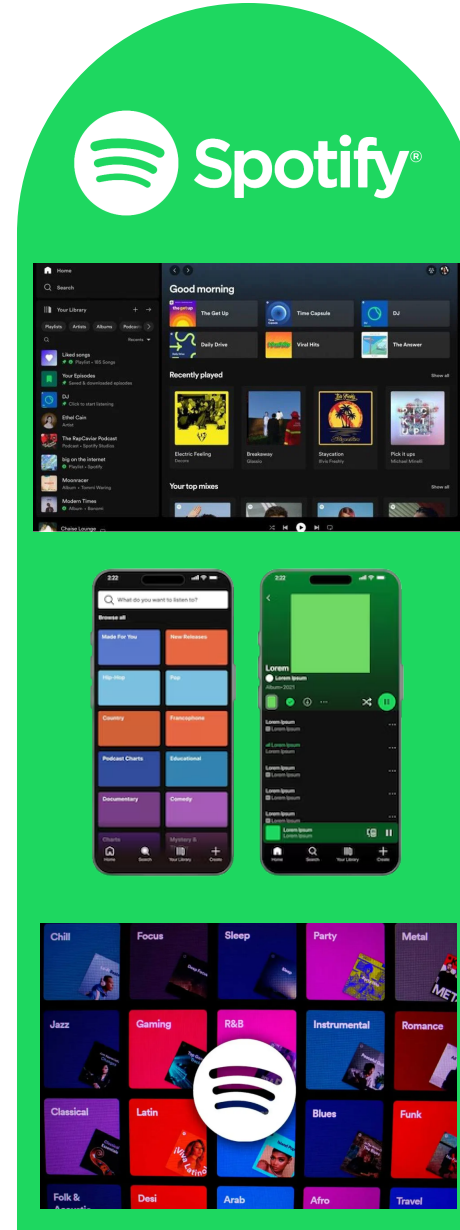
Experiencia muy cuidada, navegación sencilla, diseño agradable y contenido bien estructurado que transmite tranquilidad de forma constante.

Debilidades

Gran parte del contenido es de pago, ofrece poca interacción social y puede resultar repetitiva para algunos usuarios.

Inspiración para el proyecto

Diseño emocional, simplicidad visual, claridad en la navegación y una estética coherente que favorece una experiencia agradable y accesible.



spotify

Descripción

Aplicación de streaming de música que permite descubrir, organizar y consumir contenido de forma personalizada. Su objetivo es ofrecer una experiencia de entretenimiento adaptada a los gustos e intereses de cada usuario mediante recomendaciones, colecciones y contenido destacado.

Fortalezas

Sistema de recomendaciones altamente personalizado, navegación intuitiva, organización del contenido mediante listas y colecciones y gran capacidad para fomentar el descubrimiento de nuevos contenidos.

Debilidades

La gran cantidad de contenido puede resultar abrumadora para algunos usuarios. Además, muchas funcionalidades avanzadas están limitadas a la versión premium.

Inspiración para el proyecto

Diseño de una experiencia basada en el descubrimiento de contenido, uso de carruseles y colecciones temáticas, recomendaciones personalizadas y organización visual de la información.

3.1.2. Referentes

duolingo

Descripción

Aplicación de aprendizaje de idiomas basada en la gamificación. Utiliza ejercicios breves, recompensas y retos para hacer que el aprendizaje resulte más dinámico y entretenido.

Fortalezas

Alto nivel de motivación y retención de usuarios gracias a la gamificación. Interfaz intuitiva, atractiva y fácil de usar, especialmente para público joven.

Debilidades

Aprendizaje limitado en algunos contenidos, exceso de repetición y presencia de funciones restringidas a la versión de pago.

Inspiración para el proyecto

Sistema de recompensas, retos diarios, seguimiento del progreso, aprendizaje informal y uso de microinteracciones visuales para aumentar la participación y el compromiso del usuario.

dailyart

Descripción

Aplicación de divulgación artística y cultural que muestra diariamente una obra de arte acompañada de una explicación breve y accesible. Su objetivo es acercar la cultura al usuario de forma sencilla y cotidiana.

Fortalezas

Aprendizaje cultural accesible, contenido breve y fácil de consumir, diseño muy visual y experiencia agradable de descubrimiento sin generar sensación de estudio.

Debilidades

Poca interacción y gamificación, experiencia pasiva y algunas funciones limitadas en la versión gratuita.

Inspiración para el proyecto

Aprendizaje cultural cotidiano, contenido breve pero significativo, descubrimiento diario y explicaciones sencillas de elementos culturales.

3.1.3 Benchmarking

El siguiente paso fue elaborar un benchmarking en base a las aplicaciones analizadas en el punto anterior, con el fin de analizar sus fortalezas en términos de experiencia de usuario, diseño visual y funcionalidades. El estudio de Headspace, Spotify, Duolingo y DailyArt permitió identificar buenas prácticas y recursos aplicables al desarrollo de dicho, adaptándolos a las necesidades y objetivosn del proyecto.

Tabla Benchmarking. Elaboración propia, 2026.

	headspace	spotify	duolingo	dailyart	dicho
elemento del día	✓	✓	✗	✓	✓
retos y minijuegos	✗	✗	✓	✗	✓
sistema de rachas	✓	✗	✓	✗	✓
búsqueda inteligente	✓	✓	✗	✓	✓
colecciones temáticas	✓	✓	✓	✓	✓
ranking social	✗	✗	✓	✗	✓
perfil y estadísticas	✓	✓	✓	✓	✓
educativo	✓	✗	✓	✓	✓

Conclusiones

1. Ninguna de las aplicaciones analizadas reúne todas las funcionalidades consideradas relevantes para el proyecto.
2. Duolingo es el referente principal en cuanto a gamificación, gracias a sus rachas, retos y componente competitivo.
3. Headspace y DailyArt destacan por el uso de contenido diario para fomentar la recurrencia.
4. Spotify aporta referencias en la organización y búsqueda eficiente de contenidos.
5. dicho combina las fortalezas identificadas en los distintos referentes para ofrecer una experiencia que integra aprendizaje, gamificación e interacción social en una única plataforma.

3.2 Definir

La fase de definir tuvo como objetivo organizar y sintetizar toda la información recopilada durante la fase anterior para concretar las necesidades del usuario y establecer las bases del proyecto. A partir del análisis de los datos obtenidos, se identificaron los principales problemas, oportunidades y aspectos clave que debían tenerse en cuenta en el diseño de la aplicación.

Para ello, se utilizaron diferentes herramientas de análisis y estrategia (DAFO y User Journey) para orientar las siguientes fases de ideación y prototipado.

3.2.1 Análisis DAFO

DEBILIDADES

- Nicho temático específico que puede limitar el público inicial.
- Necesidad de actualizar continuamente contenidos y expresiones.
- Dependencia de una experiencia visual y de gamificación atractiva para mantener la retención.
- Requiere generar una base amplia de refranes, dichos y curiosidades para evitar repetición

FORTALEZAS

- Propuesta innovadora que une cultura popular y lenguaje digital
- Diseño visual atractivo orientado a público joven.
- Contenido educativo presentado de forma entretenida y accesible
- Valor diferencial basado en refranes, dichos y expresiones populares.



AMENAZAS

- Competencia de redes sociales y plataformas de entretenimiento con gran capacidad de captar atención.
- Desinterés progresivo de las nuevas generaciones por contenidos culturales tradicionales.
- Cambios rápidos en tendencias digitales y formas de comunicación.
- Aparición de aplicaciones similares centradas en cultura o aprendizaje.

DEBILIDADES

- Creciente interés por la recuperación del patrimonio cultural e identidad local.
- Posibilidad de colaboración con instituciones educativas y culturales.
- Integración de contenido generado por usuarios y comunidad.
- Expansión futura a otras regiones, idiomas o expresiones culturales.

Como conclusión del análisis DAFO, esta app destaca por transformar el patrimonio lingüístico y cultural en una experiencia digital dinámica y atractiva para los jóvenes. El principal reto será mantener el interés del usuario y actualizar los contenidos de forma constante, aunque cuenta con una oportunidad clara para posicionarse como una herramienta innovadora de divulgación cultural y aprendizaje informal.

3.2.2. User journey



El User Journey es una herramienta que permite visualizar el recorrido del usuario durante su interacción con un producto, identificando sus acciones, necesidades, emociones y posibles dificultades en cada etapa. Su análisis permite detectar oportunidades de mejora y diseñar una experiencia más intuitiva y satisfactoria.

En este caso, tras utilizar esta herramienta se concluye que es muy importante captar el interés del usuario desde el primer momento y mantener su motivación a lo largo del tiempo. Para ello, dicho incorpora una navegación sencilla que favorecen el aprendizaje y la continuidad en el uso de la aplicación.

3.3 Idear

La fase de Idear se centró en la generación de soluciones creativas a partir de las necesidades, oportunidades y retos identificados en las etapas anteriores.

Para ello, se emplearon técnicas de creatividad y organización de ideas, como sesiones de brainstorming, esquemas conceptuales y procesos de priorización. Estas herramientas permitieron definir la propuesta de valor de la aplicación, plantear sus principales funcionalidades, estructurar la arquitectura de la información y establecer las bases de la experiencia de usuario que posteriormente se desarrollaría en la fase de prototipado.

3.3.1. Brainstorming de funcionalidades

DESCUBRIR

- Refrán del día.
- Recomendaciones personalizadas.
- Expresiones populares por temáticas.
- Comparativas entre expresiones tradicionales y lenguaje actual.
- Curiosidades y datos culturales.
- Vocabulario por cada región

COMUNIDAD

- Compartir refranes favoritos.
- Comentar y reaccionar a contenidos.
- Crear colecciones personales.
- Guardar y destacar refranes.
- Retar a un amigo

PERFIL

- Seguimiento del progreso.
- Refranes guardados.
- Estadísticas de uso.
- Personalización de intereses

EXPLORAR

- Búsqueda de refranes y dichos.
- Filtros por temática, origen o popularidad.
- Navegación por categorías.
- Contenido relacionado y sugerencias.

GAMIFICACIÓN

- Sistema de puntos e insignias.
- Retos semanales y mensuales.
- Niveles de progreso.
- Rachas de aprendizaje.
- Desbloqueo de contenido

INTERFAZ

- Diseño visual atractivo y accesible.
- Navegación sencilla e intuitiva.
- Ilustraciones propias para cada refrán.
- Microanimaciones e interacciones dinámicas.
- Lenguaje cercano adaptado al público joven.

APRENDER

- Significado y origen de cada refrán.
- Contextos de uso.
- Ejemplos visuales e ilustrados.
- Expresiones equivalentes actuales.
- Información histórica y cultural.

El objetivo de este brainstorming fue generar el mayor número posible de ideas relacionadas con las funcionalidades de la app, tomando como referencia las necesidades detectadas en la investigación, los hábitos digitales del público joven y los objetivos de difusión cultural del proyecto.

Las propuestas se organizaron en diferentes categorías para facilitar su análisis y desarrollo posterior. Este proceso permitió definir la estructura inicial de la aplicación, identificar funcionalidades prioritarias y establecer una base sólida para la fase de prototipado.

3.3.1 Moodboard

Se elaboró un moodboard para definir la estética del proyecto. A través de referencias gráficas, tipográficas y cromáticas, se estableció un acercamiento a la identidad visual de la aplicación, sirviendo de apoyo para la selección de la paleta de color, el estilo tipográfico y otros elementos gráficos clave.

También ayudó a orientar el diseño hacia una estética alineada con los valores del proyecto: cercanía, claridad y conexión con la cultura popular.

El moodboard esta compuesto, por un lado de imagenes de interfaces coloridas y alegres, y por otro, de ilustraciones con las mismas características.

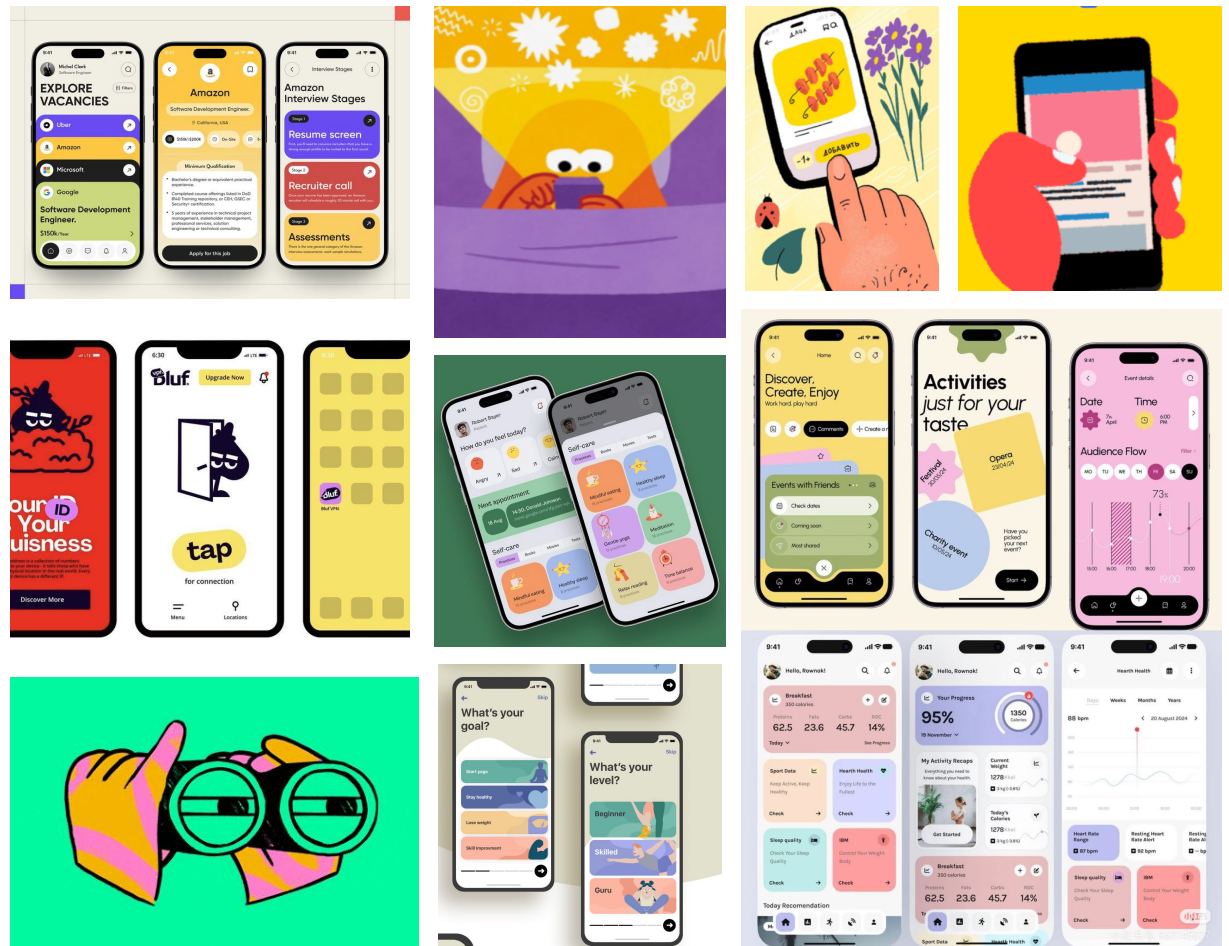


Figura X. Diseño de interfaz para una aplicación de búsqueda de empleo. [Mockup de interfaz]. LinkedIn, 2024. (<https://www.linkedin.com/posts/recruitment-app-ui-design-share-7198254570093871104-wH>)

Figura X. Ilustración de una persona utilizando el teléfono móvil en la cama. [Ilustración]. Pinterest, s. f. (<https://cl.pinterest.com/Ordudqf4u46ox6s/>)

Figura X. Diseño de interfaz de la aplicación Bluf VPN. [Mockup de interfaz]. Behance, 2021. (<https://www.behance.net/gallery/124375497/Bluf-VPN>)

Figura X. Diseño conceptual de la aplicación EventConnect. [Mockup de interfaz]. Dribbble, 2024. (<https://dribbble.com/shots/23815357-EventConnect-Mobile-App-Concept>)

Figura X. Diseño conceptual de la aplicación EventConnect. [Mockup de interfaz]. Dribbble, 2024. (<https://dribbble.com/shots/23815357-EventConnect-Mobile-App-Concept>)

Figura X. Ilustración de unos prismáticos. [Ilustración]. Pinterest, s. f. (https://cl.pinterest.com/alissinhoo_/)

Figura X. Diseño de interfaz para una aplicación móvil. [Mockup de interfaz]. Pinterest, s. f. (<https://co.pinterest.com/jdm0993/apps/>)

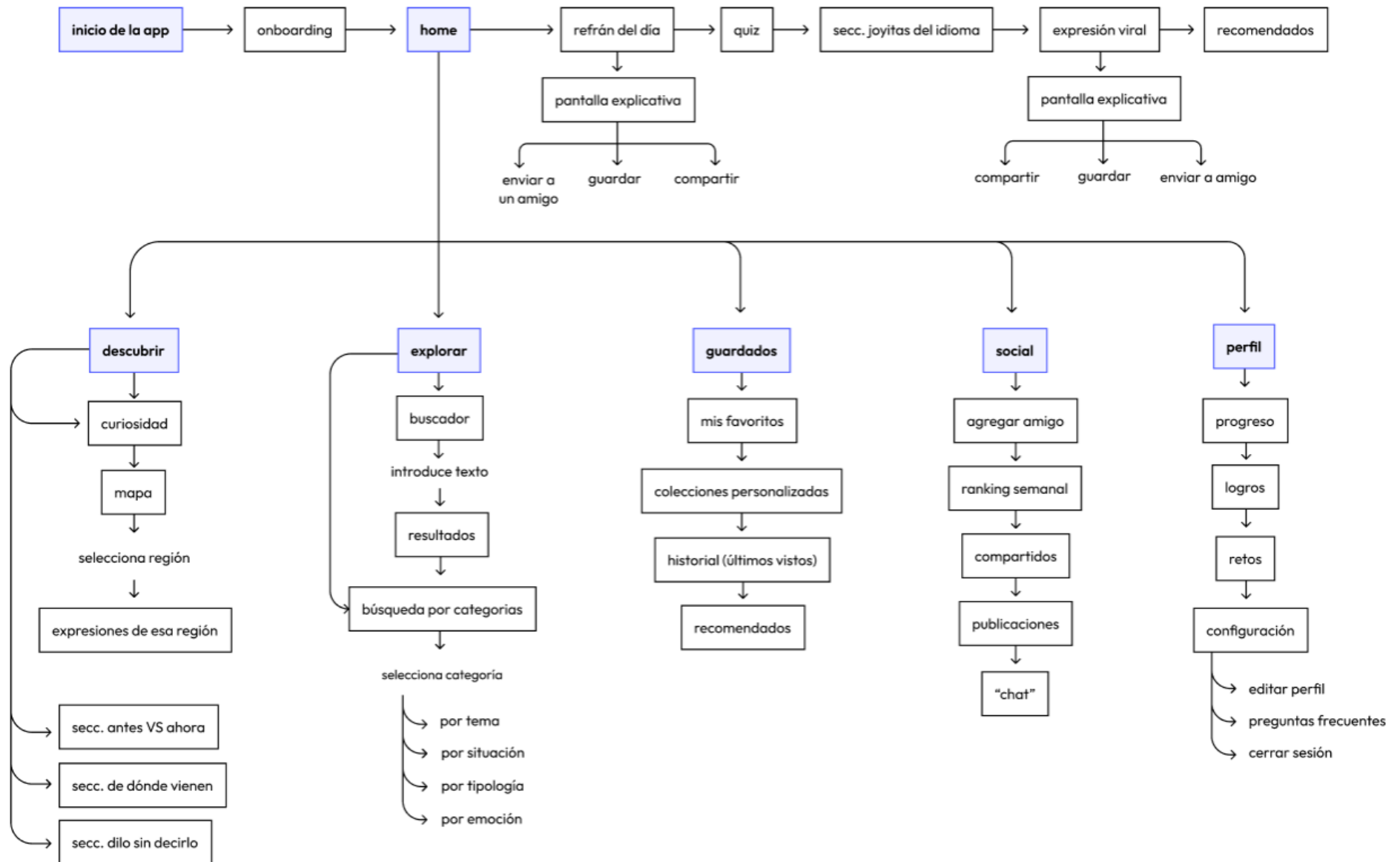
Figura X. Diseño de interfaz para una aplicación de salud. [Mockup de interfaz]. Dribbble, s. f. (<https://dribbble.com/tags/health-apps>)

3.4 Prototipar

La fase de prototipar tuvo como objetivo materializar las ideas obtenidas durante las etapas anteriores en una propuesta visual. A través de la creación de bocetos, wireframes y prototipos de alta fidelidad, se definieron la estructura, la navegación y la interfaz de usuario, permitiendo representar el funcionamiento de la aplicación antes de su desarrollo.

Para ello, se utilizó Figma como herramienta principal de prototipado, facilitando la creación de un sistema de diseño coherente e interactivo que permitió visualizar la experiencia de usuario y comprobar el funcionamiento de las distintas pantallas y de navegación.

3.4.1. User flow



3.4.2. Bocetos iniciales

Tras la fase de investigación, se realizaron los primeros bocetos de baja fidelidad (wireframes) con el objetivo de definir la estructura, la jerarquía de la información y la distribución de los elementos principales de la aplicación.

En esta etapa se exploraron diferentes propuestas de navegación y organización de contenidos, ayudando a organizar la información y el flujo de navegación antes de aplicar la identidad visual del proyecto.

Estos bocetos sirvieron como base para la posterior creación del prototipo de alta fidelidad en Figma.

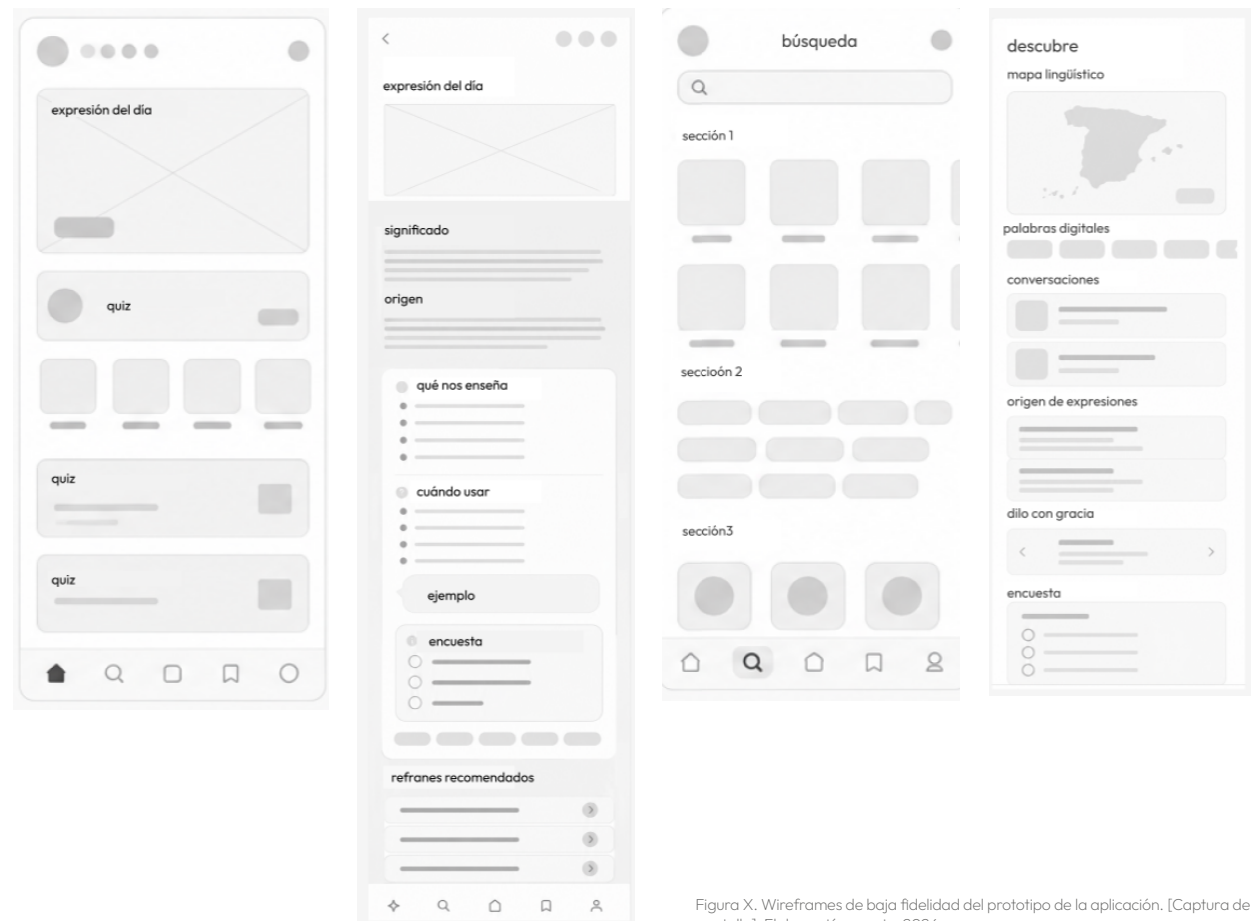


Figura X. Wireframes de baja fidelidad del prototipo de la aplicación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

4. Desarrollo de diseño

Imagen visual de dicho

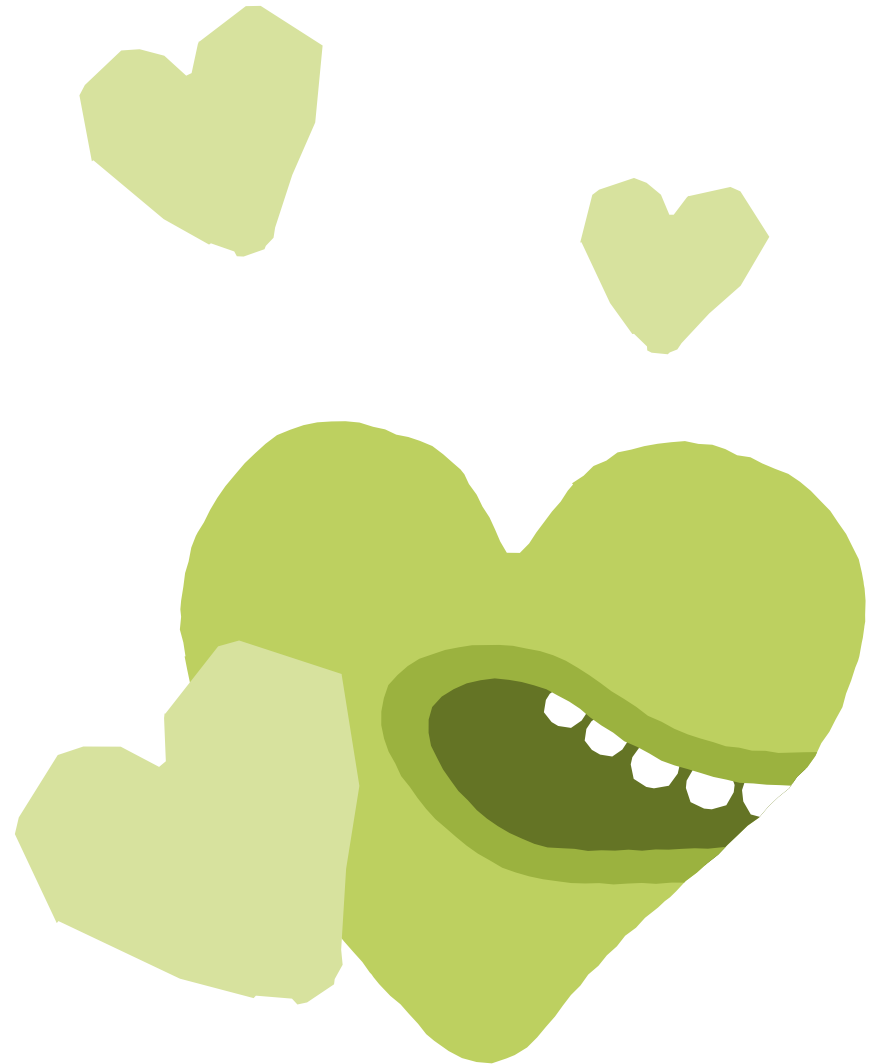
4.1. Naming

dicho

El naming del proyecto es dicho. Surge de uno de los elementos más representativos de la tradición oral y la cultura popular. Así, el nombre establece una relación inmediata con la temática de la aplicación, permitiendo identificar de forma clara su propósito y contenido.

La elección de escribirlo en minúsculas responde a las formas de comunicación actuales, especialmente entre los jóvenes en las redes sociales o apps de mensajería: se han normalizado maneras de escribir más informales y espontáneas, donde el uso de las mayúsculas suele reducirse o incluso omitirse por completo.

Se trata de una palabra breve, sencilla y fácil de recordar, lo que favorece su adaptación a distintos entornos digitales. Además conecta la tradición de las expresiones populares con un contexto digital, reflejando el objetivo principal del proyecto: acercar este patrimonio cultural a las nuevas generaciones.



4.2 Logotipo

4.2.1 Bocetos del logotipo

En esta etapa se desarrollaron los primeros bocetos del logotipo de la aplicación. Durante el proceso creativo surgió la idea de incorporar una boca como elemento principal, ya que representaba de forma visual el concepto de los dichos, refranes y la comunicación oral. A partir de esta decisión, se consideró oportuno crear una mascota que actuara como representación de la marca y aportara una mayor personalidad al proyecto.

Desde el inicio se buscaba diseñar una identidad visual cercana, amigable e informal, capaz de conectar con un público joven.

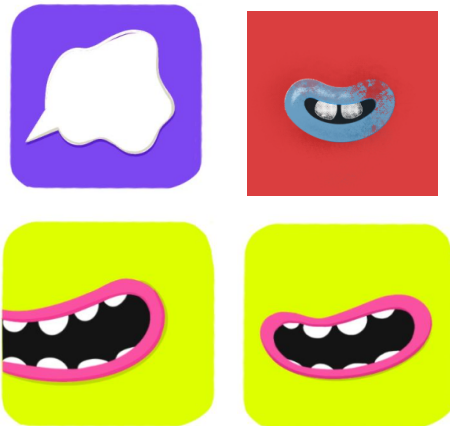


Figura 10. Bocetos iniciales para el diseño del logotipo de la aplicación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.



Figura 11. Bocetos iniciales para el diseño del logotipo de la aplicación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

4.2.2 Isologo



Figura 12. Isotipo final de la aplicación. [Diseño gráfico]. Elaboración propia, 2026.

El diseño del isotipo representa una aceituna acompañada de una sonrisa, combinando dos conceptos clave del proyecto: la cultura popular española y la comunicación oral.

La aceituna funciona como un elemento reconocible y vinculado al imaginario cultural mediterráneo y español, mientras que la boca simboliza el habla y las expresiones populares que constituyen el contenido de la aplicación. La unión de ambos elementos da lugar a un símbolo cercano, amigable y fácilmente identificable.

Al tratarse de una mascota de formas orgánicas, el diseño no sigue una retícula geométrica estricta. Su construcción tiene como objetivo transmitir una imagen cercana, amigable y desenfadada.

4.2.1 Isologo versión blanco y negro



Figura 13. Versiones en positivo y negativo del isotipo de la aplicación. [Diseño gráfico]. Elaboración propia, 2026.

La versión en blanco y negro del isotipo garantiza su correcta reproducción en aquellos soportes donde no es posible utilizar la versión a color, como impresiones sin color, grabados, sellos o aplicaciones con limitaciones técnicas. Esta adaptación mantiene la legibilidad, el reconocimiento y la esencia de la identidad visual, asegurando su consistencia en cualquier contexto de uso.

4.2.3 Logotipo



Figura 14. Logotipo principal de la aplicación. [Diseño gráfico]. Elaboración propia, 2026.

El logotipo combina la tipografía Outfit con un isotipo integrado en la última letra. Su diseño se caracteriza por formas redondeadas y limpias que transmiten cercanía, dinamismo y modernidad.

La elección de la tipografía Outfit garantiza legibilidad en diferentes tamaños y soportes. El uso de las minúsculas refuerza el carácter cercano e informal de la marca, reflejando lo mencionado anteriormente sobre las formas de comunicación habituales en los entornos digitales.

Destaca la letra “o”, que se sustituye por el isotipo. Gracias a esta integración, el logotipo adquiere una personalidad propia, fácilmente reconocible y coherente con la identidad visual de la aplicación.

4.2.3.1 Logotipo en blanco y negro



Figura 15. Versiones en positivo y negativo del logotipo principal de la aplicación. [Diseño gráfico]. Elaboración propia, 2026.

Con el fin de garantizar la versatilidad de la identidad visual, el logotipo dispone de versiones en positivo y negativo. Estas adaptaciones permiten su correcta aplicación sobre fondos claros y oscuros sin perder legibilidad ni reconocimiento. Aunque se prescinde del color corporativo, se mantienen intactas las proporciones, la tipografía y el isotipo, asegurando la coherencia de la marca en cualquier soporte o sistema de reproducción.

4.2.4 Icono de la app

El icono de la aplicación se construye a partir del isotipo de la marca, capturando su parte más representativa, la sonrisa y círculo que representa el agujero de la aceituna, con su color característico. Pese a su estética divertida, desenfadada y amable, los espacios en blanco hacen que sea un icono sencillo, minimalista y perfectamente reconocible.

El usuario puede encontrar rápidamente la aplicación en su pantalla de inicio de forma rápida, ya que se ha logrado un icono muy reconocible.

Figura 16. Icono de la aplicación. [Diseño gráfico]. Elaboración propia, 2026.

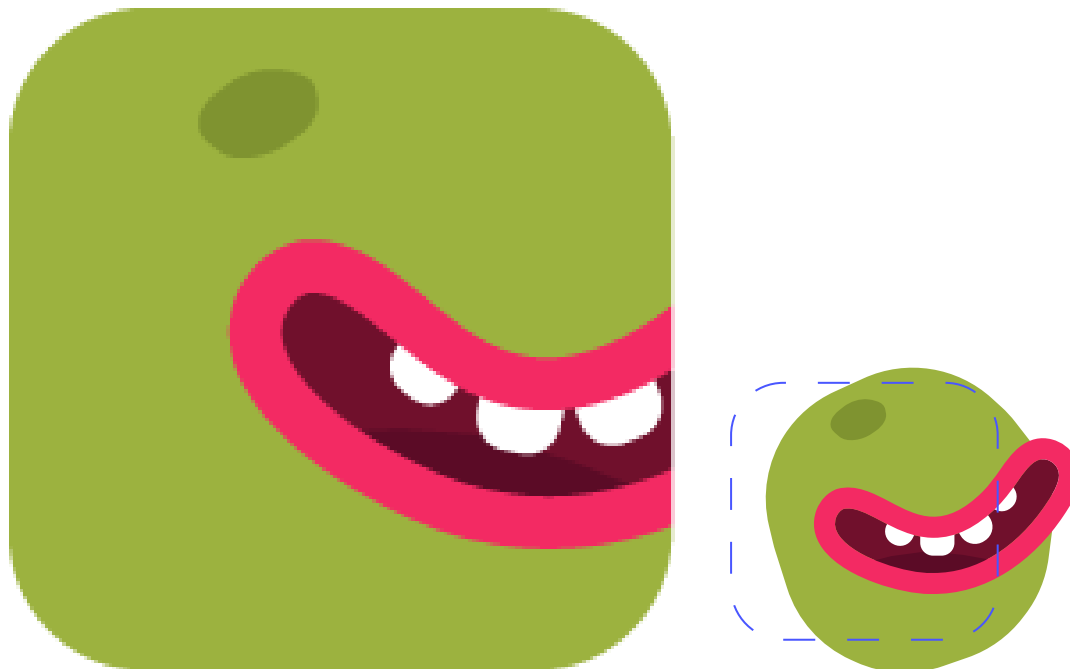


Figura 17. Pantalla de inicio del sistema operativo iOS. [Captura de pantalla]. Apple, s. f. (<https://support.apple.com/es-us/111794>)



4.2.5 Reglas del uso del logotipo

1. No modificar la opacidad
2. No rotar elementos
3. No añadir elementos que interfieran con la identidad visual.
4. No deformar elementos
5. No alterar las proporciones
6. No utilizar a la vez el isotipo y el logotipo
7. No utilizar el logotipo en escala de grises
8. No colocar el logotipo sobre fondos que dificulten su legibilidad o contraste.
9. Utilizar sombras o contornos

Figura 18. Usos incorrectos del logotipo de la aplicación. [Diseño gráfico]. Elaboración propia, 2026.



4.3. Paleta de colores

Figura 19. Aceitunas verdes y negras. [Fotografía]. 5 al día, s. f. (<https://www.5aldia.es/es/alimentos/aceituna/>)



Figura 20. Clavel rojo. [Fotografía]. Mercado de Flores, s. f. (<https://mercadodeflores.es/producto/clavel-rojos/>)



Figura 21. Paisaje de la costa occidental de Asturias. [Fotografía]. Una idea, un viaje, s. f. (<https://unaideahunviaje.com/mejores-playas-al-oeste-de-asturias/>)



Figura 22. Fachada de la Casa de las Conchas (Salamanca). [Fotografía]. Viquipèdia, s. f. (https://ca.wikipedia.org/wiki/Casa_de_las_Conchas)

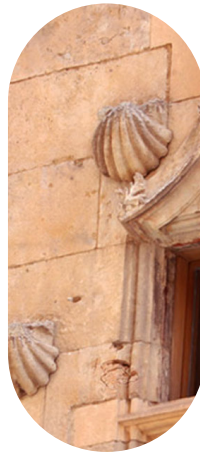


Figura 23. Campo de girasoles en La Bureba (Burgos). [Fotografía]. Hoteles.net, s. f. (<https://www.hoteles.net/burgos/briviesca/campos-de-girasoles-en-la-bureba.html>)



La paleta cromática de dicho combina colores inspirados en elementos representativos de la cultura española con tonos de carácter contemporáneo. El verde oliva, color principal de la identidad, refleja el paisaje mediterráneo y la tradición; el rosa clavel aporta cercanía y personalidad; el azul refleja un lenguaje visual digital y actual, haciendo un guiño a los mares que nos rodean; el amarillo transmite energía y optimismo, como los girasoles de los paisajes de castilla; y el crema equilibra la composición, tomado de la piedra de la arquitectura de Salamanca. La paleta se completa con blanco y negro como colores que garantizan contraste, legibilidad y una correcta jerarquía visual. En conjunto forma una paleta fresca, cercana y dinámica.

9bb23f

HEX

155, 178, 63

RGB

f32a63

HEX

243, 42, 99

RGB

4956ff

HEX

73, 86, 255

RGB

e4d7b2

HEX

228, 215, 178

RGB

ffc92e

HEX

255, 201, 46

RGB

1d1d1b

HEX

29, 29, 27

RGB

ffffff

HEX

255, 255, 255

RGB

4.4 tipografía

Aa

extralight

Aa

regular

Aa

regular

Aa

outfit

Sans Serif

Open Type

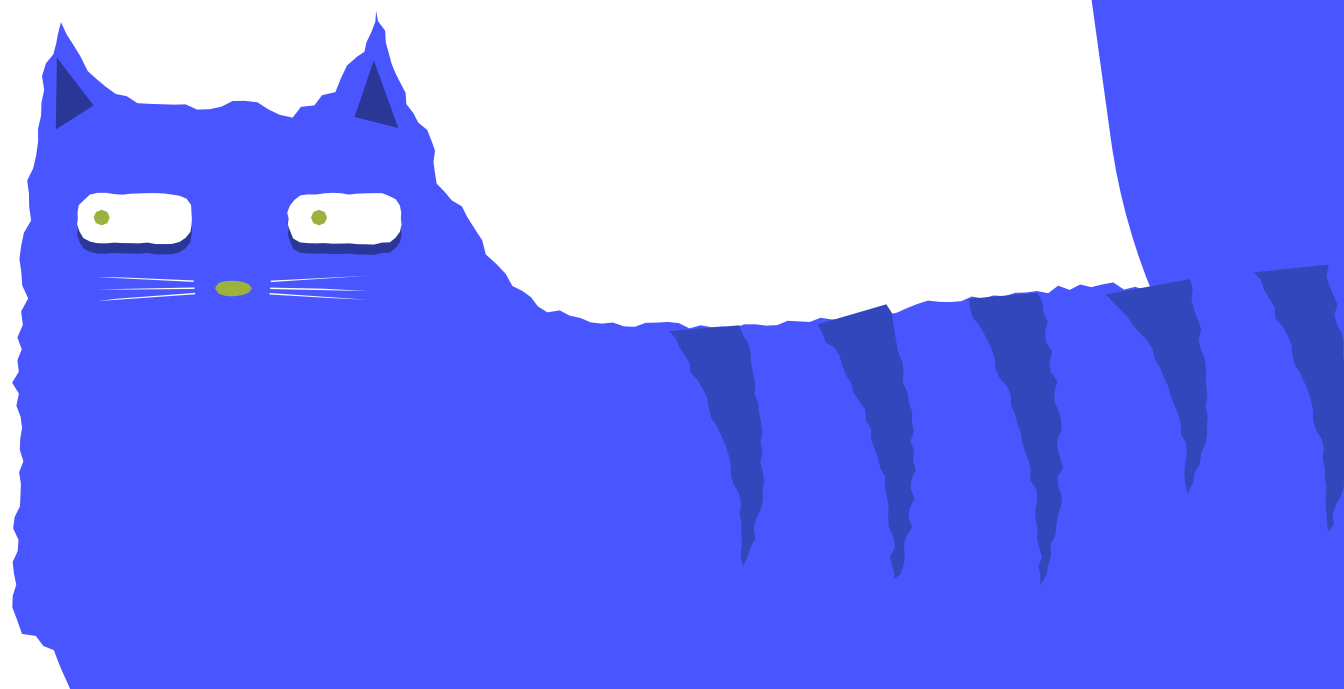
Para textos

Outfit es una tipografía sans serif de estilo geométrico y moderno que transmite cercanía, claridad y dinamismo. Su diseño limpio y versátil garantiza una excelente legibilidad tanto en soportes digitales como impresos. Gracias a su variedad de pesos, permite crear jerarquías visuales claras y mantener una identidad coherente en toda la comunicación de la marca.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789



5. Sistema de diseño

5. Sistema de diseño

Un sistema de diseño es un conjunto de recursos y componentes que permite crear interfaces de forma coherente y eficiente. Su objetivo es establecer un lenguaje visual común que garantice la consistencia del producto, facilite la colaboración entre diseño y desarrollo y mejore la experiencia de usuario.

Para el desarrollo de este proyecto, se creó un sistema de diseño en Figma que reúne todos los elementos necesarios para construir y mantener un diseño de aplicación consistente. Para su organización y estructuración se empleó la metodología Atomic Design.

En las siguientes páginas se presentan las Foundations, que recogen las bases visuales del sistema (color, tipografía, espaciado, iconografía, etc.), y los Components, que incluyen los elementos reutilizables de la interfaz diseñados para agilizar el proceso de creación y asegurar la coherencia en todas las pantallas de la aplicación.

atomic design

El Diseño Atómico (Atomic Design) es una metodología de diseño de productos digitales basada en una jerarquía de componentes de complejidad creciente. Su creador, Brad Frost, la dividió en seis niveles: tokens, átomos, moléculas, organismos, plantillas y páginas. Según esta teoría, cualquier cambio realizado en un nivel afecta a todos los niveles posteriores.



tokens

Son las unidades funcionales más pequeñas del sistema de diseño. Representan valores básicos como definidos de forma consistente y reutilizable en toda la interfaz.



Átomos

Son los elementos más pequeños de una interfaz que conservan significado por sí mismos y no pueden dividirse sin perder su función.



Moléculas

Son combinaciones de varios átomos que trabajan juntos para ormar elementos de interfaz más complejos, como campos de formulario o botones con iconos



organismos

Son componentes más complejos formados por grupos de moléculas y átomos.



plantillas

Las plantillas son el equivalente a los wireframes, es decir, estructuras de página que organizan los organismos y definen la disposición general del contenido provisionalmente,



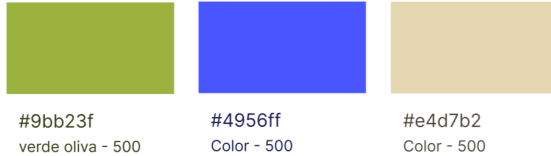
páginas

Son las instancias finales de las plantillas con contenido real. Representan el resultado que verá e interactuará el usuario.

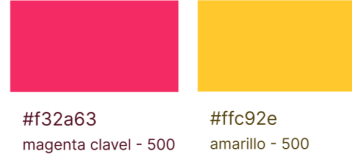
5.1 Fundations

5.1.1 Colores

primarios



secundarios



En la aplicación, los colores primarios son el verde oliva, el azul y el crema, ya que constituyen la base de la identidad visual y están presentes en la mayor parte de la interfaz. Como tonos de apoyo, el rosa y el amarillo se utilizan para destacar elementos concretos, aportar dinamismo y reforzar la personalidad de la marca. A su vez, se usan La paleta se completa con la escala de blanco a negro.

Para cada uno de los colores principales de la identidad se ha desarrollado una escala cromática compuesta por diferentes niveles de luminosidad e intensidad, que permiten mantener la coherencia, establecer jerarquías, diferenciar estados y adaptarse a distintos elementos de la aplicación.

Figura 24. Paleta cromática del sistema de diseño de la aplicación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

5.1 Foundations

5.1.2 Tipografía

outfit

HEADLINES

H1

Typography

Size: 32 px / 2 rem Weight: 700 px / bold Line Height: 40 px / 2.5 rem

H2

Typography

Size: 28 px / 1.75 rem Weight: 700 px / semibold Line Height: 34 px / 2.12 rem

H3

Typography

Size: 24 px / 1.5 rem Weight: 600 px / Semibold Line Height: 30 px / 1.87 rem

H3

Typography

Size: 20 px / 1.25 rem Weight: 600 px / semibold Line Height: 26 px / 1.62 rem

BODY

B1

Typography

Size: 16 px / 1 rem Weight: 400 px / regular Line Height: 24 px / 1.5 rem

B2

Typography

Size: 14 px / 0.87 rem Weight: 400 px / regular Line Height: 20 px / 1.25 rem

Outfit es la tipografía principal de la aplicación por su estética moderna, minimalista y su excelente legibilidad en entornos digitales. Su amplia gama de pesos permite definir una jerarquía visual clara entre los distintos niveles de información, favoreciendo una navegación intuitiva y una interfaz coherente con la identidad de la marca.

CAPTION

C1

Typography

Size: 12 px / 0.75 rem Weight: 500 px / Medium Line Height: 16 px / 1 rem

Botones

BT1

Typography

Size: 16 px / 1 rem Weight: 500 px / Medium Line Height: 16 px / 1 rem

BT2

Typography

Size: 14 px / 1 rem Weight: 500 px / Medium Line Height: 16 px / 1 rem

Tab bar

Typography

Size: 12 px / 0.75 rem Weight: 500 px / Medium Line Height: 16 px / 1 rem

5.1 Foundations

5.1.3 Espaciado

El sistema de espaciado se basa en una retícula de 8 px, incorporando una unidad mínima de 4 px para ajustes de menor escala. Esta estructura permite mantener una distribución consistente de márgenes, rellenos y separaciones, aportando flexibilidad sin perder coherencia visual.

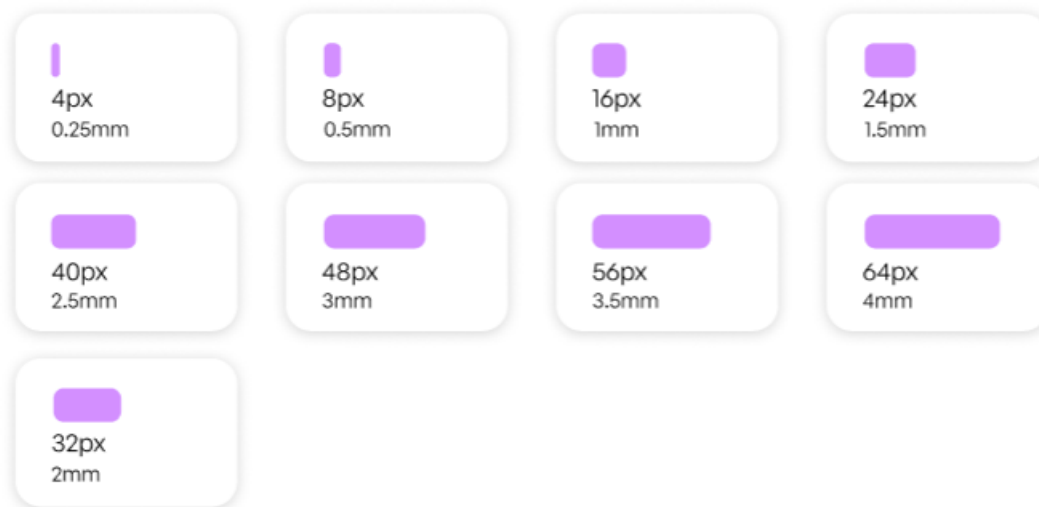


Figura 25. Espaciado. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

5.1.4 Retícula

La aplicación usa una retícula de cuatro columnas con márgenes de 16 px y un gutter de 8 px. Este sistema facilita la organización del contenido, asegura una alineación consistente entre los elementos de la interfaz y mejora la escalabilidad del diseño a lo largo de todas las pantallas.

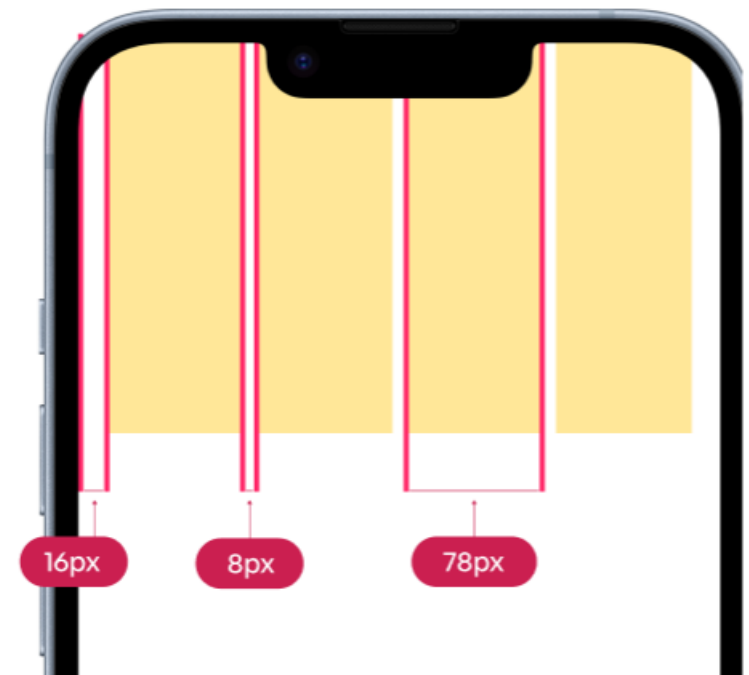


Figura 26. Retícula utilizada en el diseño de la interfaz. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

5.1 Foundations

5.1.5 Radio de esquinas

El sistema de bordes redondeados se compone de tres valores: 16 px, 32 px y radio completo (999 px). Esto proporciona una apariencia amable y contemporánea, manteniendo la coherencia visual entre todos los componentes de la interfaz y reforzando la identidad de la aplicación.

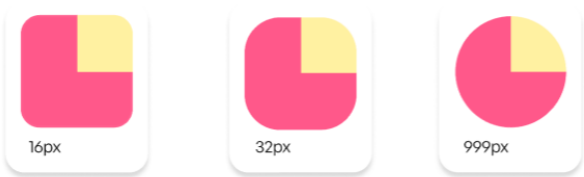


Figura 27. Sistema de radios de esquinas. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

5.1.6 Iconos

Se emplea la librería Lucide Icons como sistema de iconografía. Son un conjunto de iconos vectoriales de estilo outline, caracterizados por un trazo uniforme con estilo minimalista y amable que favorece la legibilidad y mantiene la coherencia visual con el resto de la interfaz.

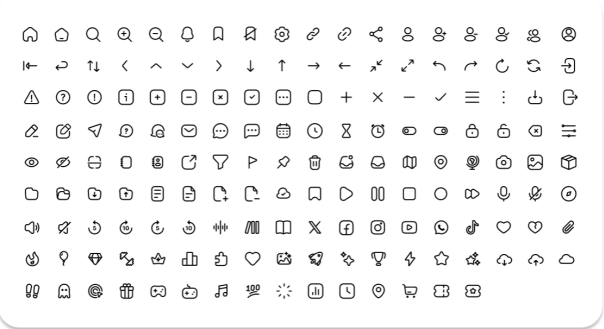


Figura 28. Biblioteca de iconos de la aplicación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

5.1.7 Sombras

Se emplea la librería Lucide Icons como sistema de iconografía. Son un conjunto de iconos vectoriales de estilo outline, caracterizados por un trazo uniforme con estilo minimalista y amable que favorece la legibilidad y mantiene la coherencia visual con el resto de la interfaz.



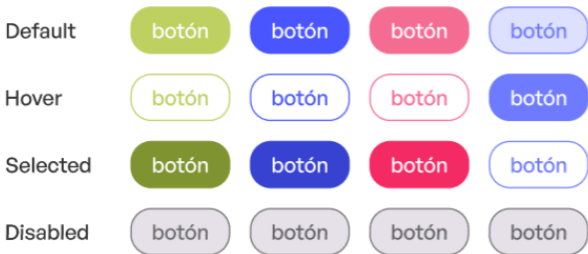
Figura 29. Sombras utilizadas en el sistema de diseño. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

5.2 Components

5.2.1 Botones

Los botones constituyen el principal elemento de interacción de la interfaz. Se han definido diferentes variantes y estados (default, hover, selected y disabled), así como versiones con y sin icono, garantizando una experiencia consistente y una jerarquía visual clara en todas las acciones de la aplicación.

Button



Button icon

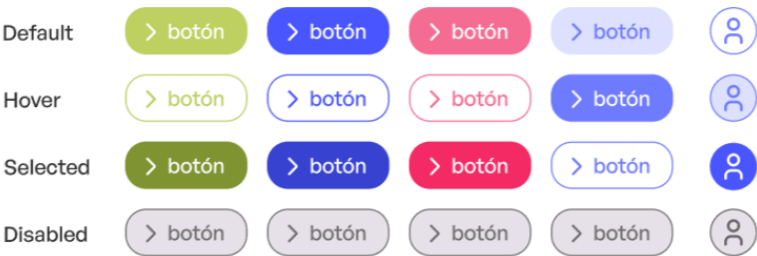


Figura 30. Sistema de botones de la aplicación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

Además de los botones principales, el sistema incorpora componentes de selección como checkbox, radio button y toggle. Cada uno cuenta con distintos estados visuales que facilitan la comprensión de la interacción y mantienen la coherencia gráfica dentro de la interfaz.

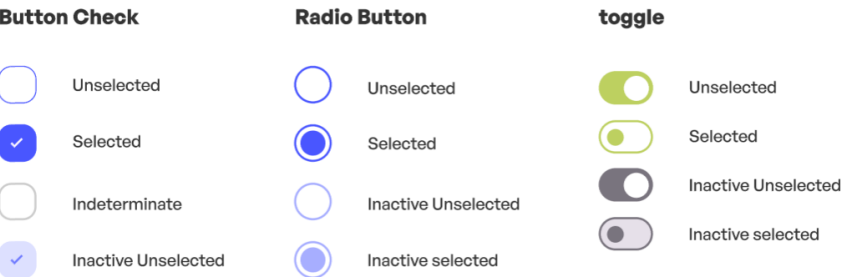


Figura 31. Sistema de botones de la aplicación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

5.2 Components

5.2.2. Cards

Las tarjetas (cards) organizan la información en bloques visuales que facilitan su lectura y navegación. Se han diseñado diferentes tamaños y composiciones para adaptarse a los distintos tipos de contenido de la aplicación, manteniendo una estructura flexible, consistente y fácilmente escalable.



Figura 32. Sistema de tarjetas (cards) de la aplicación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

5.2.3 Barra de búsqueda

El componente de búsqueda permite localizar contenidos de forma rápida e intuitiva. Se han definido sus diferentes estados de interacción (default, typing y filled), asegurando una experiencia clara y coherente con el resto del sistema de diseño.

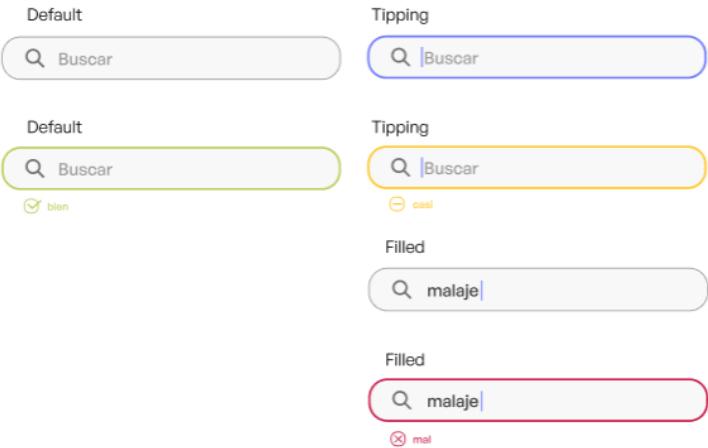


Figura 33. Componente de barra de búsqueda. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

5.2 Components

5.2.4 NavBar

La barra de navegación inferior proporciona acceso directo a las principales secciones de la aplicación. Su diseño prioriza la claridad y la accesibilidad, utilizando estados activos e inactivos que permiten al usuario identificar fácilmente su ubicación dentro de la interfaz.

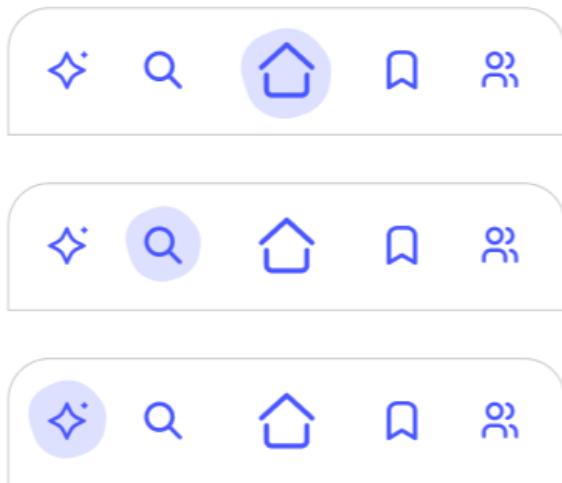


Figura 34: Barra de navegación de la aplicación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

5.2.5 Tabs

Las pestañas (tabs) permiten clasificar y filtrar el contenido de forma sencilla mediante categorías. Su diseño facilita el cambio entre secciones relacionadas, mejorando la organización de la información y ofreciendo una navegación más ágil e intuitiva.



Figura 35: Sistema de pestañas (tabs) de la aplicación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

5.2 Components

5.2.6 Avatares

Los avatares representan la identidad de cada usuario dentro de la aplicación. Se han diseñado a partir del isotipo de la marca (el círculo imperfecto), incorporando diferentes expresiones y complementos que aportan personalidad y un tono cercano y desenfadado.



Figura 36. Sistema de avatares de la aplicación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

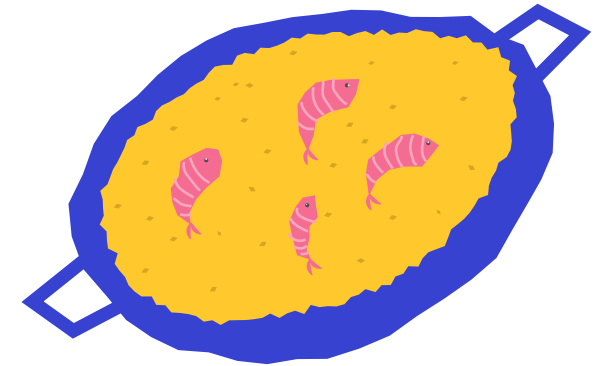
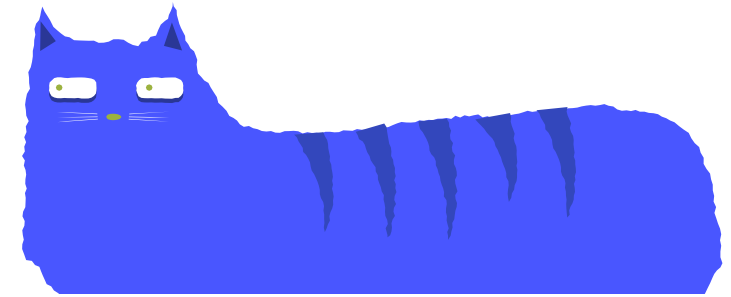
5.2 Components

5.2.7 Sitema de ilustraciones

El sistema de ilustraciones se ha diseñado para complementar la identidad visual de la aplicación y reforzar su carácter cercano, desenfadado y cultural. Las ilustraciones emplean un estilo simple, formas orgánicas y una paleta basada en los colores corporativos, garantizando la coherencia con el resto del sistema de diseño.

Este conjunto gráfico incluye elementos relacionados con la cultura, las tradiciones y el imaginario español, utilizados para enriquecer la interfaz, apoyar la comunicación visual y aportar personalidad a la experiencia de usuario sin interferir en la legibilidad ni en la navegación de la aplicación.

Figura 37 Sistema de ilustraciones de la aplicación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.



5.3. wireframes media calidad

Los wireframes de media fidelidad se desarrollan a partir de los bocetos y wireframes de baja fidelidad realizados. En esta etapa se define con precisión la estructura, distribución y funcionalidad de cada pantalla.

Todavía no incorporan la identidad visual pero establecen la jerarquía de la información y elementos y los principales patrones de navegación. Se emplean escalas de grises que permiten centrar la atención en la arquitectura de la interfaz y la experiencia de usuario, dejando la aplicación del color y los estilos visuales para las fases posteriores del diseño.

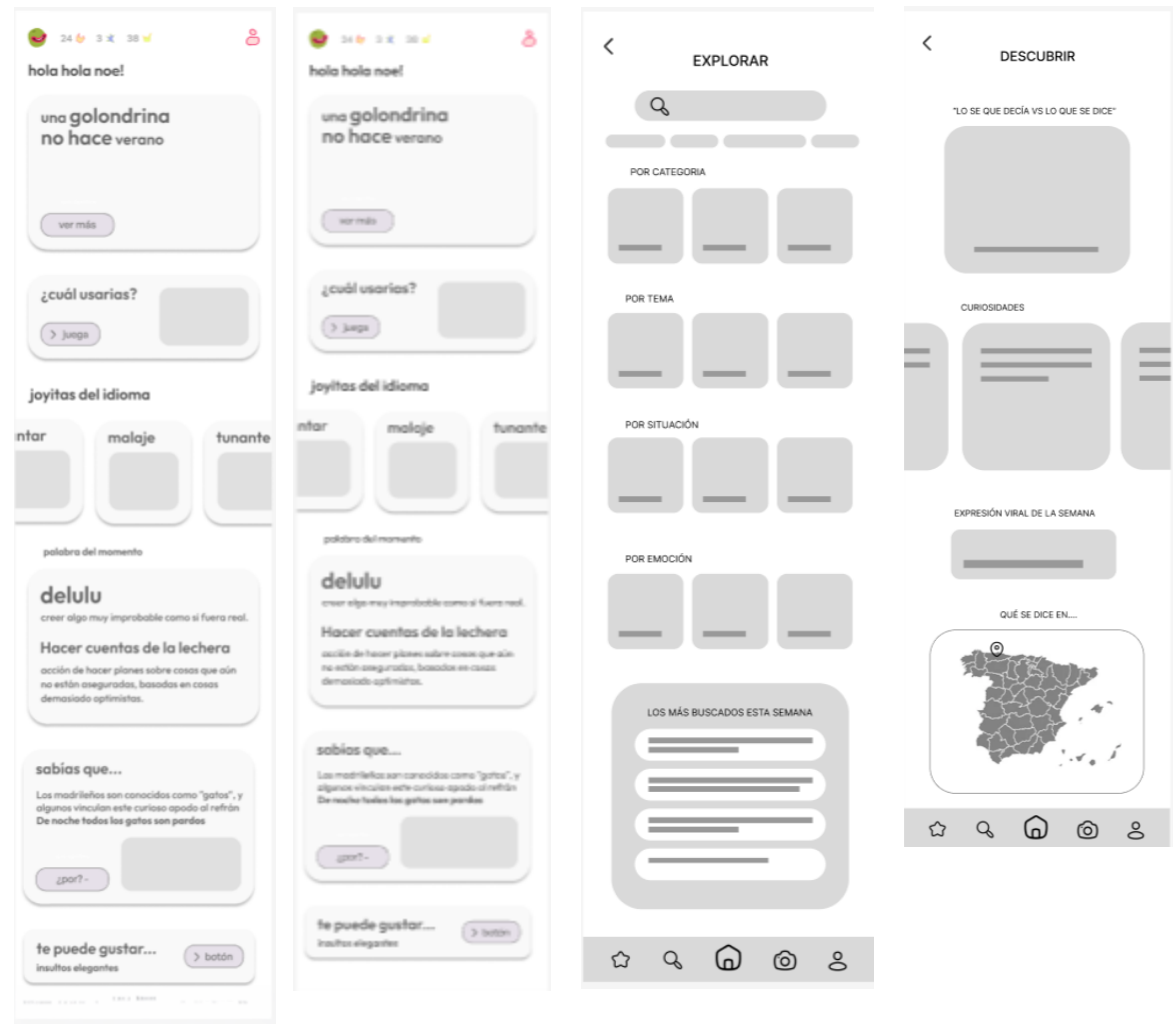


Figura 38. Wireframes de media fidelidad del prototipo. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

5.4. Funcionalidades

Pantalla de inicio

Refrán del día: Presenta una expresión popular acompañada de su significado, contexto de uso y una breve explicación.

Joyitas del idioma: Sección de palabras tradicionales/ en desuso. Al seleccionar cada término, aparece su significado, origen y un ejemplo de uso.

Palabra del momento: Sección dedicada a las expresiones más usadas en redes sociales. Permite conocer su significado, origen y posibles equivalencias con refranes o expresiones tradicionales.

¿Sabías que...?: Espacio con curiosidades relacionadas con el origen de los refranes, la historia del idioma o anécdotas culturales.

Recomendados: Selección personalizada de refranes, dichos y contenidos sugeridos en función de la actividad e intereses.

Descubre

Mapa de expresiones: Mapa interactivo que permite seleccionar una comunidad autónoma para descubrir los refranes, dichos y expresiones más representativos de cada región.

Dilo con gracia: Colección de tarjetas con expresiones actuales utilizadas en redes y en la cotidianidad. Al acceder a cada una, se propone la expresión tradicional equivalente.

Origen de las expresiones: Explica el origen histórico y cultural de diferentes refranes, dichos y modismos.

Dicho y hecho: Muestra los ejemplos de uso de expresiones populares para facilitar su comprensión y uso en conversaciones reales.

Búsqueda

Barra de búsqueda: Permite localizar rápidamente refranes, dichos, modismos o palabras mediante palabras clave.

Categorías: Organiza el contenido mediante filtros por emociones, situaciones, temáticas o regiones.

Social

Compartir contenido: Permite compartir refranes, expresiones o curiosidades directamente en redes sociales o mediante enlaces.

Retos semanales: Los usuarios pueden participar en desafíos relacionados con refranes y expresiones para poner a prueba sus conocimientos y conseguir recompensas.

Comunidad: Espacio donde descubrir publicaciones de otros usuarios, intercambiar expresiones y conocer nuevas aportaciones realizadas por la comunidad.

Ranking Semanal: Clasificación que muestra a los usuarios con mayor puntuación obtenida durante la semana.

5.5. Wireframes de alta calidad

Una vez definida la arquitectura de la información y la estructura funcional de la aplicación, se desarrollaron los wireframes de alta fidelidad, con el objetivo de representar de forma precisa los puntos de foundations y components que se han presentado en las páginas anteriores. En esta fase, el diseño incorpora ya la identidad visual de dicho, incluyendo la paleta cromática, la tipografía y las ilustraciones desarrolladas para el proyecto. Estos wireframes permiten visualizar el funcionamiento de la aplicación y sirven como base para la validación de la experiencia de usuario.

Figura 39. Mockup de la pantalla de inicio de la aplicación. [Imagen generada por inteligencia artificial]. ChatGPT (OpenAI), 2026.



5.5. Wireframes de alta calidad

5.5.1 Onboarding

El proceso de inicio de la aplicación comienza con una pantalla de bienvenida diseñada para presentar la imagen de dicho desde el primer momento. En ella aparece la mascota de la marca, una aceituna, acompañada de dos acciones principales: iniciar sesión o crear una cuenta. El objetivo de esta primera pantalla es generar una primera impresión cercana y transmitir el carácter desenfadado de la aplicación.

A continuación, el usuario accede a la pantalla de inicio de sesión, donde puede introducir sus credenciales o registrarse si todavía no tiene una cuenta creada. La interfaz tiene composición limpia, el uso de amplios espacios en blanco y una jerarquía visual clara, al igual que el resto de la aplicación.

Figura 40 y 41. Pantallas de onboarding del prototipo. [Captura de pantalla], Elaboración propia, 2026.



5.5. Wireframes de alta calidad

5.5.2 Pantalla de inicio

La pantalla de inicio constituye el centro de la experiencia de la aplicación y reúne las principales funcionalidades en un único espacio. En la parte superior se muestra un saludo personalizado junto con la expresión del día, protagonista de la pantalla y principal vía para descubrir nuevos refranes de forma diaria. Debajo se sitúan diferentes tarjetas que permiten acceder al resto de contenidos.

Entre estas funcionalidades se encuentran el quiz diario, la sección las palabras del día, la sección ¿Sabías que...?, y una parte de recomendaciones únicas para cada usuario. La barra de navegación inferior permite desplazarse fácilmente entre las distintas secciones principales de la aplicación.

Esta pantalla incorpora diferentes interacciones que permiten ampliar la información: al seleccionar la expresión del día, el usuario accede a una pantalla completa donde se desarrolla el refrán en profundidad.

Por otro lado, al pulsar sobre el quiz diario se despliega una ventana emergente con un quiz, permitiendo al usuario responder de forma rápida y continuar con la navegación habitual. Del mismo modo, al seleccionar cualquiera de las palabras del día aparece un pop-up con su definición, significado y una breve explicación sobre su uso.

Figura 42 y 43. Pantalla de inicio del prototipo. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.



5.5. Wireframes de alta calidad

5.5.2.1 Pantalla de inicio: interacciones

Figura 44, 45 y 46. Pantalla de refran [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.



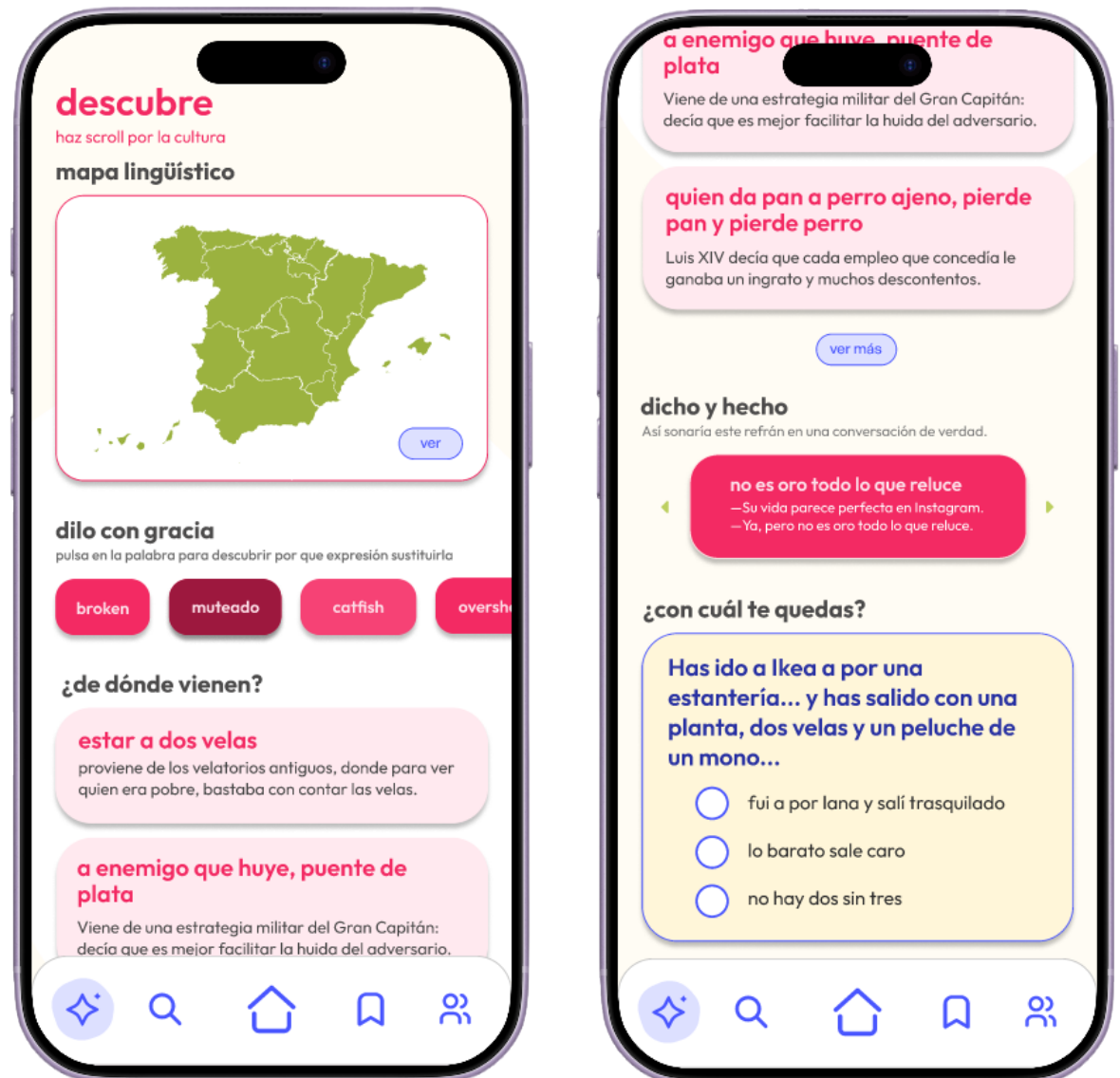
5.5. Wireframes de alta calidad

5.5.3 Pantalla de descubre

La sección Descubre está orientada a la exploración del patrimonio lingüístico español desde diferentes perspectivas. Su elemento principal es un mapa interactivo de España que permite acceder a expresiones propias de cada comunidad autónoma, mostrando la riqueza del lenguaje popular según el territorio.

Además del mapa, la pantalla incorpora diferentes bloques temáticos dedicados a expresiones curiosas, comparaciones entre refranes tradicionales y expresiones actuales, así como contenidos más contextuales que ayudan al usuario a entender y utilizar mejor cada material. Con ello, la navegación deja de ser únicamente lineal para convertirse en una experiencia de descubrimiento basada en la curiosidad y la exploración.

Figura 47, 48, 49. Pantalla de descubrimiento del prototipo. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.



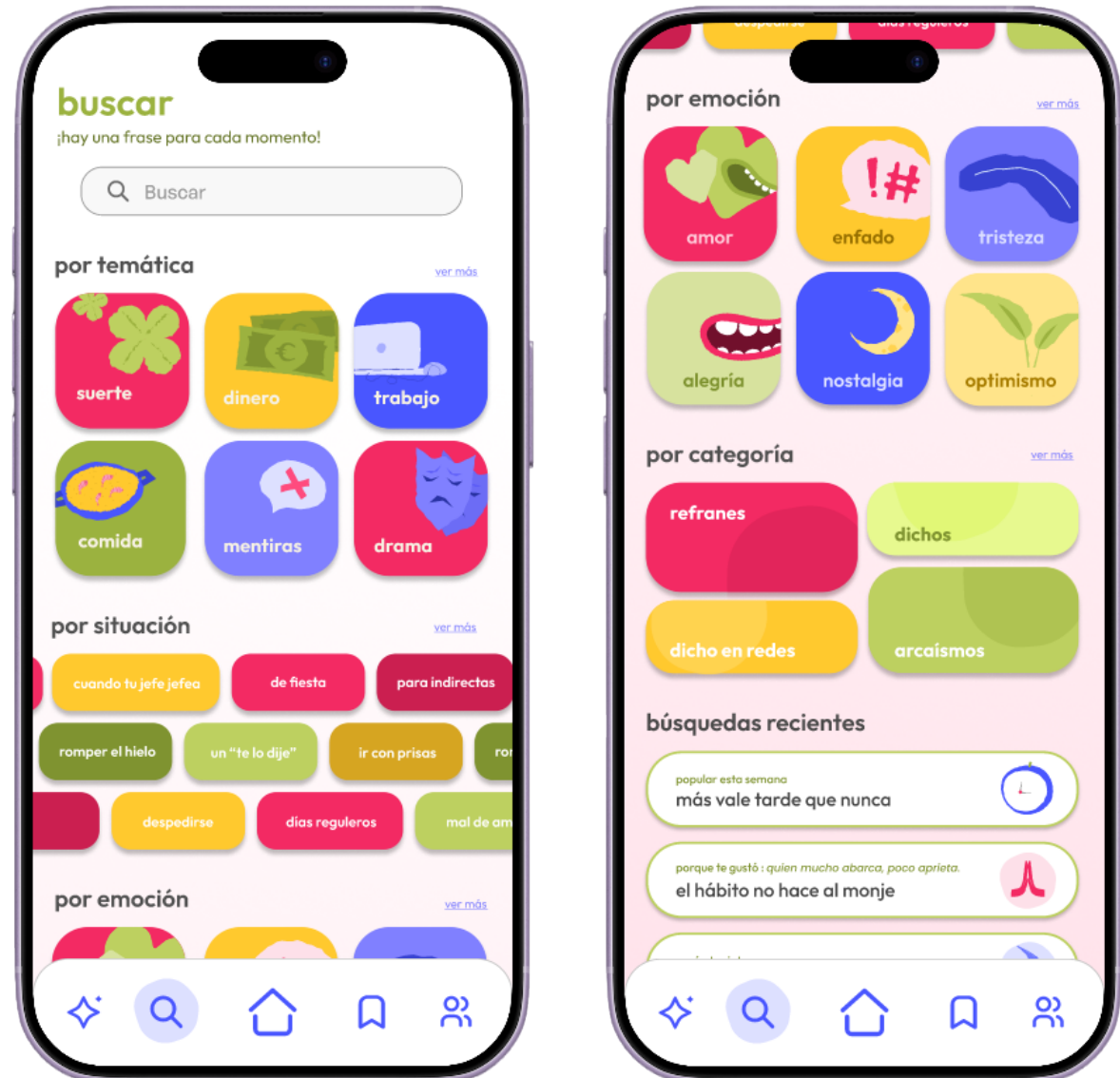
5.5. Wireframes de alta calidad

Figura 50 y 51. Pantallas de búsqueda del prototipo. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

5.5.4 Pantalla de búsqueda

La pantalla de búsqueda permite, por un lado, localizar contenido de forma rápida mediante un buscador principal, y por otro, explorar y buscar mediante diferentes categorías. En lugar de limitarse a búsqueda por texto, el usuario puede explorar expresiones filtrándolas por situaciones, emociones, temas o categorías, facilitando así el acceso a los contenidos incluso cuando no conoce la expresión exacta.

Asimismo, la pantalla incluye un apartado de búsquedas recientes, que agiliza el acceso a consultas anteriores.



5.6. Link al prototipo

<https://www.figma.com/proto/hUH8SWsB0lgOS92FcuNTvD/APP-dicho?-node-id=159-1218&viewport=1330%2C430%2C0.25&t=levQBGD LAVYLHVfx-1&scaling=scale-down&content-scaling=fixed&starting-point-node-id=94%3A862&page-id=0%3A1>

6. Viabilidad

Visión a futuro

6.1 Modelo de negocio

La aplicación dicho se plantea como un servicio completamente gratuito para el usuario, con el objetivo de facilitar el acceso al patrimonio lingüístico español sin barreras económicas. En lugar de un modelo de suscripción o pago por funcionalidades, este proyecto apuesta por un acceso abierto a todos los contenidos y herramientas de aprendizaje, favoreciendo así una mayor difusión del patrimonio lingüístico y cultural.

Respondiendo a la finalidad del proyecto, cuyo principal objetivo es preservar y acercar las expresiones populares a un público amplio, priorizando el impacto cultural sobre el beneficio económico.



6.2 Sostenibilidad económica

Para garantizar la sostenibilidad económica del proyecto sin repercutir costes sobre los usuarios, dicho podría financiarse mediante diferentes opciones:

La principal fuente de financiación estaría basada en la obtención de subvenciones públicas destinadas a la conservación y difusión del patrimonio cultural, la innovación digital y el desarrollo tecnológico. Organismos como el Ministerio de Cultura, las comunidades autónomas o programas europeos de digitalización podrían ser las fuentes de apoyo.

Asimismo, podrían establecerse colaboraciones con instituciones y entidades relacionadas con la lengua y la cultura, como el Instituto Cervantes, la Real Academia Española (RAE), museos, ayuntamientos o centros educativos. Estas alianzas contribuirían tanto a la financiación del proyecto como a aumentar su difusión.

Por otro lado, la aplicación podría incluir colaboraciones con marcas mediante contenidos integrados de forma natural en la experiencia de uso. Tendrían un carácter puntual y no intrusivo, relacionando determinadas expresiones populares con campañas creativas de las empresas: por ejemplo, una expresión como «Sarna con gusto no pica» podría ir acompañada de una ilustración patrocinada por una cadena de restauración, manteniendo siempre la coherencia con el contenido y siempre evitando formatos publicitarios invasivos.



Figura 52. Logotipo del Ministerio de Cultura. [Logotipo]. Ministerio de Cultura, s. f. (<https://www.cultura.gob.es/>)



Figura 53. Logotipo del Instituto Cervantes. [Logotipo]. Instituto Cervantes, s. f. (<https://www.cervantes.es/>)

6.3 Proyección y crecimiento

La estrategia de crecimiento de dicho se centraría inicialmente en el mercado español, donde existe un público potencial interesado en recuperar y aprender expresiones tradicionales mediante una experiencia digital atractiva. La captación de usuarios se apoyaría principalmente en campañas en redes sociales, colaboraciones con creadores de contenido e influencers, así como en la difusión orgánica entre usuarios. De hecho, actualmente existen varios influencers que se dedican a la difusión de palabras y expresiones populares, junto a un público bastante fiel. Es el caso de @alextizon_ en Instagram o @agustinmedina1311 en TikTok.

Una vez consolidada la aplicación, el proyecto podría evolucionar incorporando nuevas funcionalidades, como sistemas de chat, eventos o actividades relacionadas con el patrimonio lingüístico, además de ampliar progresivamente el catálogo con expresiones procedentes de otros países hispanohablantes.

Así, este proyecto se plantea como una aplicación con capacidad de crecimiento y continuidad.

Figura X. Pantallas de búsqueda del prototipo. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.



Figura 54. Vídeo sobre el refrán «Quien da pan a perro ajeno...». [Captura de pantalla]. TikTok, s. f. (<https://www.tiktok.com/>)

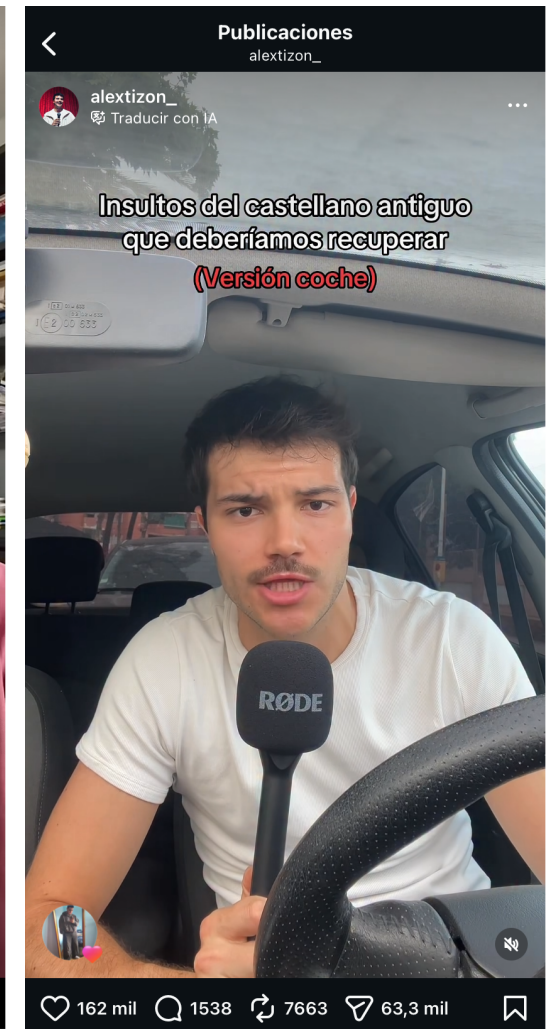


Figura 55. Vídeo sobre insultos del castellano antiguo. [Captura de pantalla]. Instagram, s. f. (<https://www.instagram.com/>)

7. Conclusiones

Todo lo que aprendí

7. Conclusiones

El desarrollo de dicho ha permitido cumplir los objetivos planteados al inicio de este Trabajo Fin de Máster. El proyecto ha dado lugar al diseño de una aplicación móvil orientada a la recuperación y difusión del patrimonio lingüístico español mediante una experiencia digital atractiva, accesible y adaptada a los hábitos de comunicación actuales. Desde el principio, el propósito fue crear una herramienta capaz de aportar un valor real a la sociedad, acercando las expresiones populares a las nuevas generaciones.

Más allá del resultado final, este proyecto me ha supuesto un importante proceso de aprendizaje tanto a nivel cultural como profesional. La investigación me ha permitido profundizar en nuestra riqueza cultural, descubriendo el origen, la evolución y el valor cultural de numerosas expresiones populares. Este proceso ha puesto sobre la mesa la importancia de conservar formas de expresión que forman parte de la identidad colectiva y que están desapareciendo de la comunicación cotidiana.

Desde el punto de vista del diseño, para mi este proyecto ha sido una oportunidad para ampliar conocimientos en áreas como la experiencia de usuario, el diseño de interfaces y la creación de sistemas de diseño, ya que estas ramas eran de los aspectos que menos dominaba: por ello, esto se convirtió en uno de los mayores retos y aprendizajes del trabajo.

Asimismo, el proyecto ha contribuido a que pueda mejorar habilidades de planificación, organización del trabajo y gestión del tiempo, ya que tiendo a ser un poco desorganizada a veces.

Uno de mis principales objetivos con el proyecto era demostrar que el aprendizaje de temas culturales no tiene por qué estar ligado a formatos más tradicionales. He buscado desde el principio construir una aplicación capaz de convertir el aprendizaje en una actividad más dinámica, entretenida y motivadora.

Como ocurre en cualquier proyecto académico, también han existido limitaciones. Debido al tiempo disponible, algunas partes que planteé en un inidicó no las he podido desarrollar tanto como hubiera querido: entre ellas destacan el diseño completo de la estrategia de comunicación y de la campaña para redes sociales, así como la ampliación del número de pantallas y funcionalidades de la aplicación. Del mismo modo, el proyecto se ha mantenido en un nivel conceptual y de prototipado, por lo que el desarrollo completo de la aplicación queda como una fase futura. Yo soy muy positiva, no es malo tener estas limitaciones, ya que estas abren muchas posibilidades de evolución. Gracias al sistema de diseño desarrollado, dicho cuenta con una buena base para convertirse en un producto real. En futuras fases podría desarrollarse técnicamente, ampliar su contenido con expresiones procedentes de otros países y establecer

colaboraciones con instituciones educativas y culturales.

En definitiva, este Trabajo Fin de Máster ha demostrado el potencial del diseño gráfico como herramienta para cuidar y acercar el patrimonio cultural a la sociedad.

8. Anexos

8.1 Preguntas y respuestas formulario

Figura 56. Formulario utilizado para la recogida de datos de la investigación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

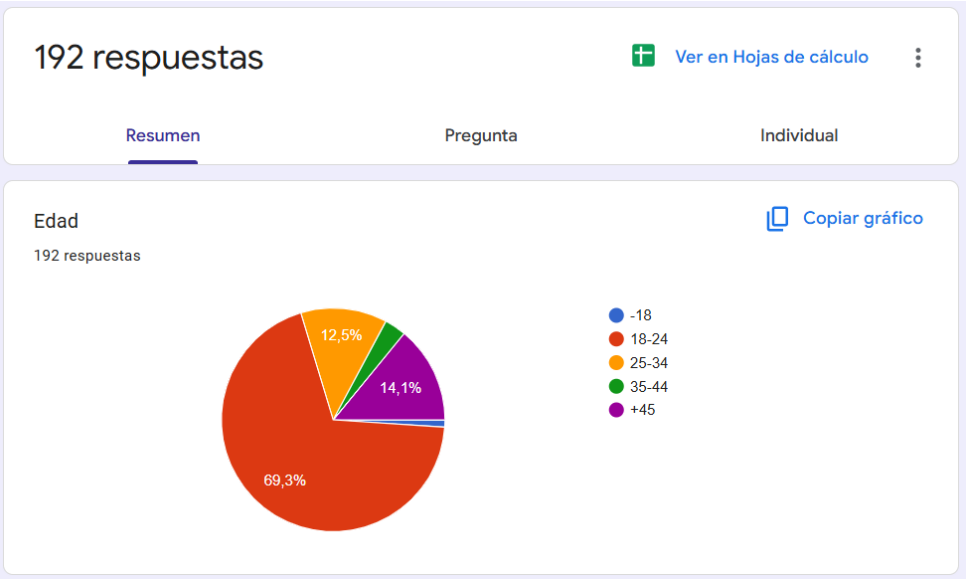


Figura 57. Formulario utilizado para la recogida de datos de la investigación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

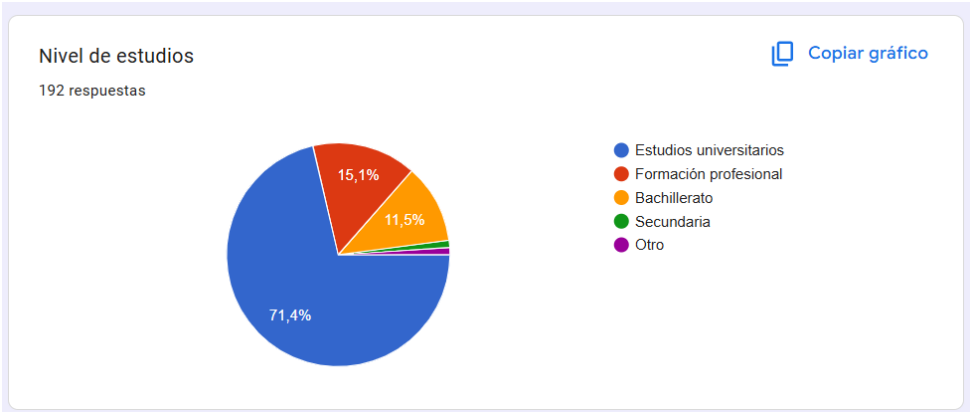


Figura 58. Formulario utilizado para la recogida de datos de la investigación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

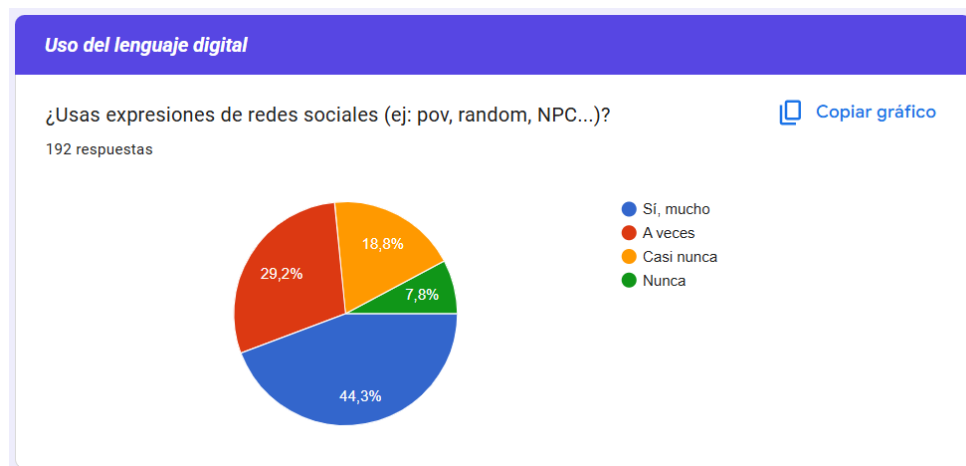


Figura 59. Formulario utilizado para la recogida de datos de la investigación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

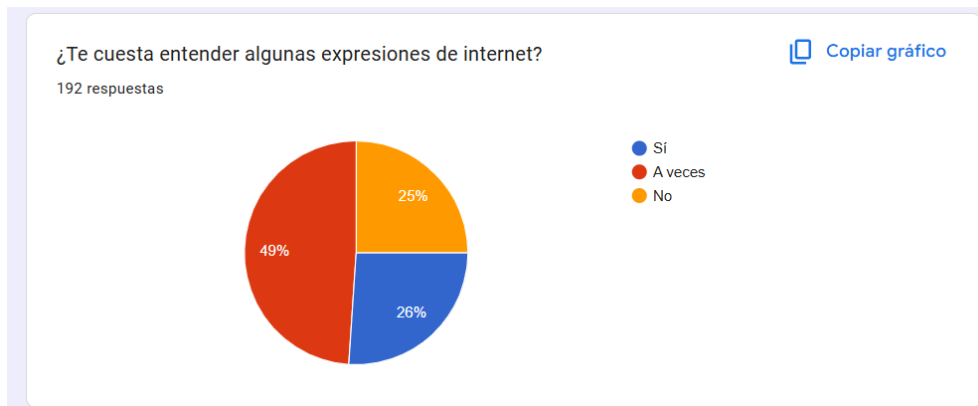
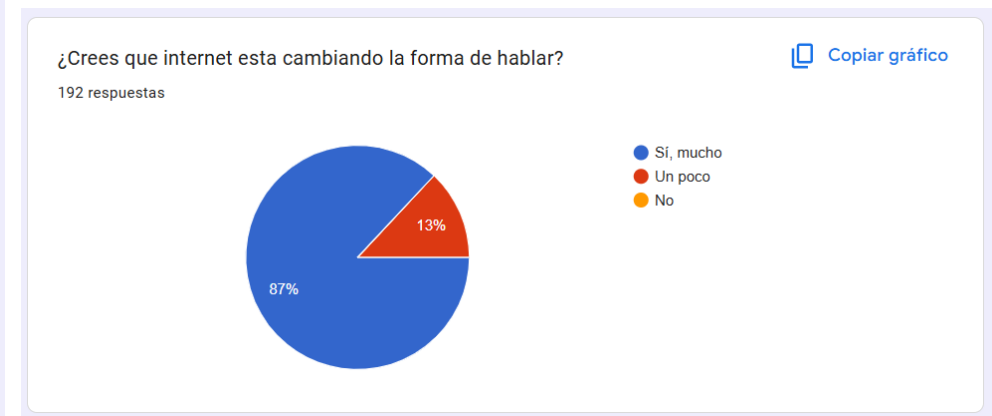


Figura 60. Formulario utilizado para la recogida de datos de la investigación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

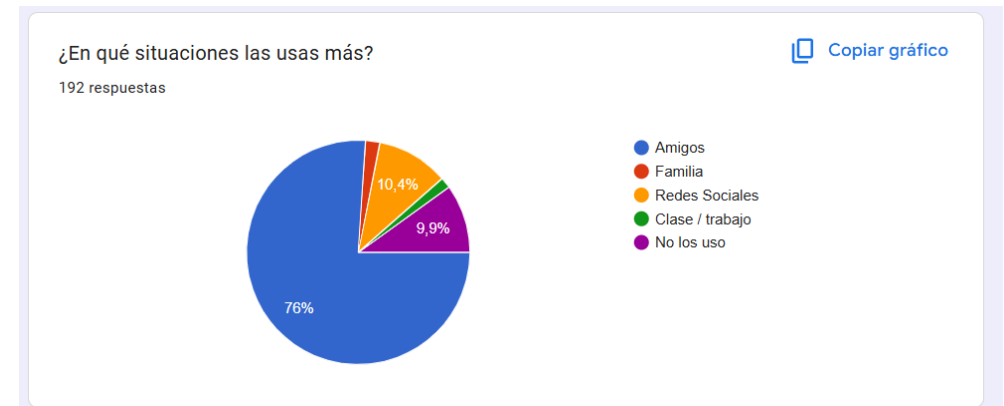


Figura 61. Formulario utilizado para la recogida de datos de la investigación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

Figura 62Formulario utilizado para la recogida de datos de la investigación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

Escribe alguna expresión de internet que uses:

146 respuestas

Random

Lol

lol

Ninguna

Qué random

Xd

random

67

LOL

Figura 63Formulario utilizado para la recogida de datos de la investigación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

Escribe alguna expresión tradicional (refrán, dicho, palabra...) que conozcas o sueles utilizar

158 respuestas

En abril aguas mil

sarna con gusto no pica

Aunque la mona se vista de seda, mona se queda

Más vale pájaro en mano que ciento volando

Al pan pan y al vino vino

Más vale pájaro en mano que cientos volando

A cada cerdo le llega su San Martín

No por mucho madrugar amanece más temprano

No está hecha la miel para la boca del asno.

Figura 65. Formulario utilizado para la recogida de datos de la investigación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

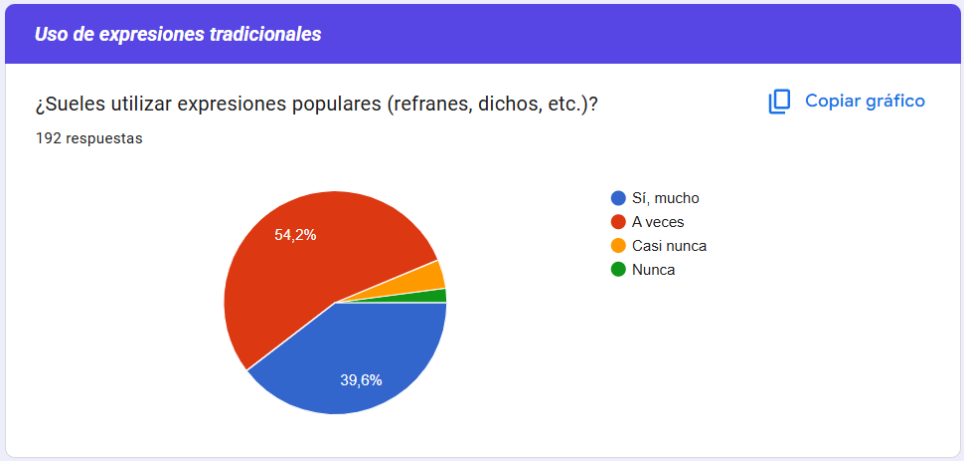


Figura 66 . Formulario utilizado para la recogida de datos de la investigación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

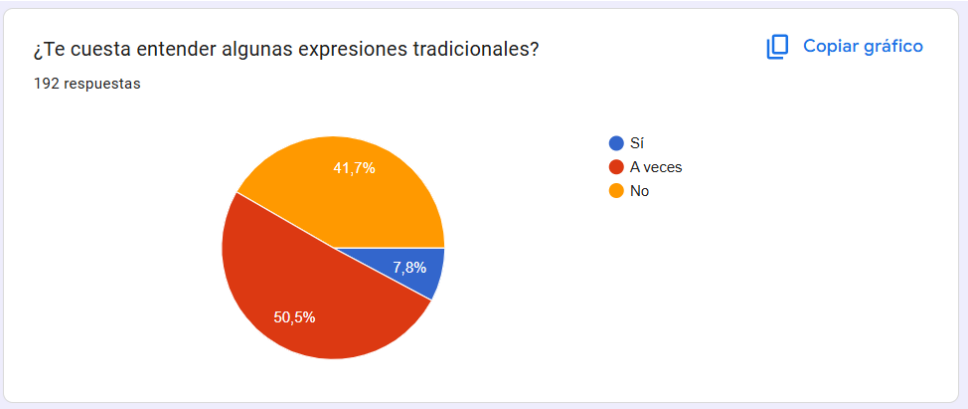


Figura 67 . Formulario utilizado para la recogida de datos de la investigación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.



Figura 68 ; Formulario utilizado para la recogida de datos de la investigación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

Figura 69 . Formulario utilizado para la recogida de datos de la investigación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.



Figura 70 . Formulario utilizado para la recogida de datos de la investigación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

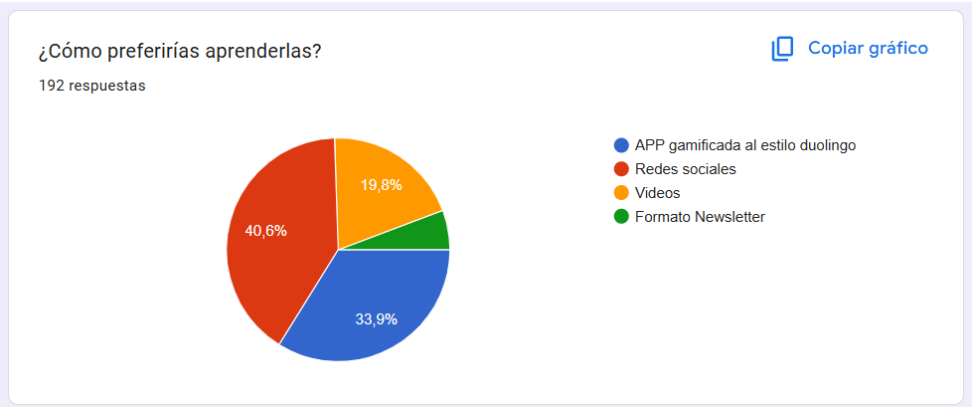


Figura 71. Formulario utilizado para la recogida de datos de la investigación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

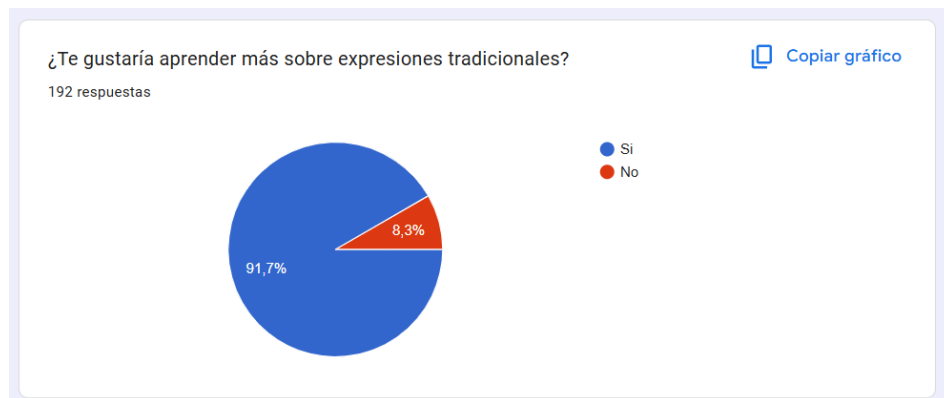


Figura 72. Formulario utilizado para la recogida de datos de la investigación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

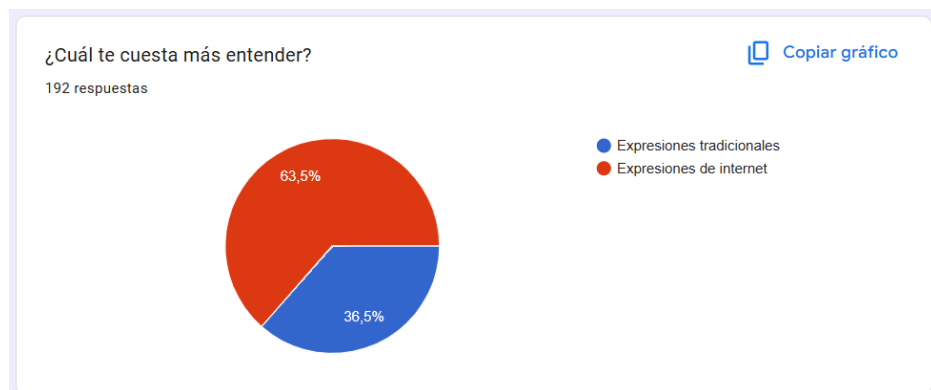
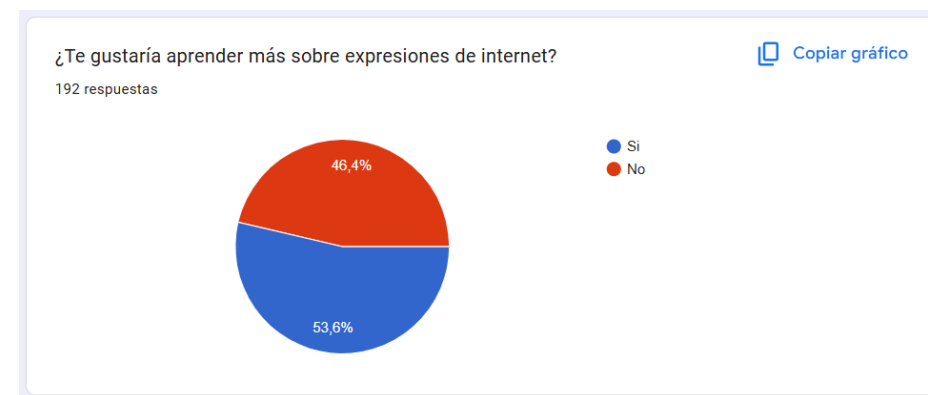


Figura 73. Formulario utilizado para la recogida de datos de la investigación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

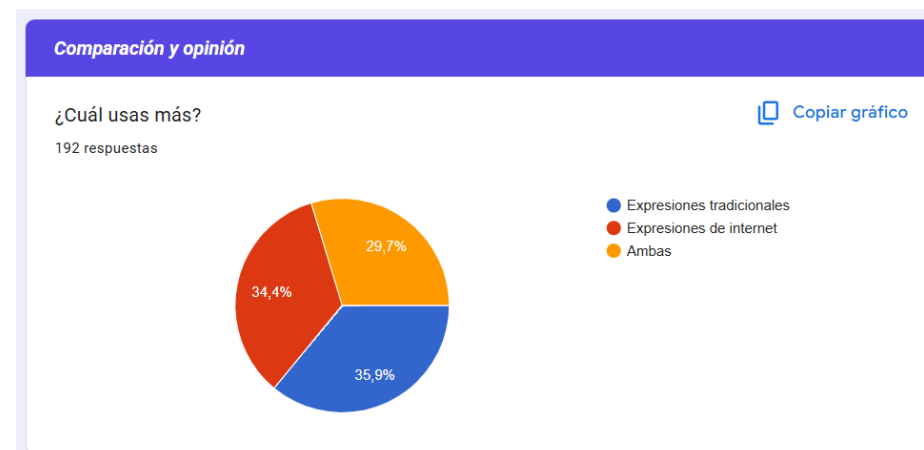


Figura 74. Formulario utilizado para la recogida de datos de la investigación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

Figura 75. Formulario utilizado para la recogida de datos de la investigación. [Captura de pantalla]. Elaboración propia, 2026.

Si fuese una APP... ¿qué te gustaría que tuviera ?

192 respuestas

-
- Juegos interactivos
- Videos
- Sistema de racha
-
- nose
- juegos para aprender
- mucha interactividad
- Ejemplos de casos reales en los q se hayan utilizado esas expresiones, x ej "clips de alguna entrevista grabada o algún fragmento de las noticias en el que se ejemplifique su uso

8.2 Prototipo figma capturas

Figura 76. Formulario utilizado para la recogida de datos de la investigación. [Captura de pantalla], Elaboración propia, 2026.



9. Bibliografía

Combet, L. (1996). Los refranes: origen, función y futuro. *Paremia*, 5, 11–22.

León Pazmiño, A. M., Albán Vinuesa, A. P., & Quinteros Cadena, P. E. (2018). Origen y evolución de los modismos o expresiones populares y su influencia en la enseñanza del idioma inglés hacia la formación profesional. *Tsafiqui: Revista Científica en Ciencias Sociales*, 11, 71–89.

Penadés Martínez, I. (2006). El valor discursivo de los refranes. *ELUA. Estudios de Lingüística. Universidad de Alicante*, 20, 287–304.

Abad González, L. (2019). Oralidad contemporánea y patrimonio cultural inmaterial: Cómo registrar, catalogar y estudiar las expresiones populares de los jóvenes europeos de ahora. *Revista de Estudios Europeos*, 73, 129–147.

Dawkins, R. (1976). *The selfish gene*. Oxford University Press.

Combet, L. (1996). Los refranes: origen, función y futuro. *Paremia*, 5, 11–22.
https://cvc.cervantes.es/LENGUA/paremia/pdf/005/002_combet.pdf

Abad González, L. (2019). Oralidad contemporánea y patrimonio cultural inmaterial: Cómo registrar, catalogar y estudiar las expresiones populares de los jóvenes europeos de ahora. *Revista de Estudios Europeos*, 73, 129–147.
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/40752/Oralidad-contempor%C3%A1nea-y-patrimonio-cultural.pdf>

Tapia, E. (2010). Modismos cibernéticos y su influencia en la comunicación digital [Tesis de maestría, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) Ecuador]. Repositorio FLACSO Ecuador.
<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/items/e4d57057-12a0-45c8-9b59-e966f1e2bce3>

Crystal, D. (2004). *Language and the Internet* (2nd ed.). Cambridge University Press.
http://library.megu.edu.ua:8180/jspui/bitstream/123456789/4800/1/2004-Language_and_the_Internet.pdf

Dawkins, R. (2013). Richard Dawkins on the Internet's hijacking of the word "meme".
<https://res.tigerge.cn/20200330/%E8%A1%A5%E5%85%85%20Richard%20Dawkins%20on%20the%20internet's%20hijacking%20of%20the%20word%20'meme'.pdf>

Dawkins, R. (1976). The selfish gene. Oxford University Press. <http://cursos.itam.mx/akuri/2002/S12002/ST1/SelfGM.PDF>

Universitat Oberta de Catalunya. (s. f.). Design Thinking. Design Toolkit. <https://design-toolkit.recursos.uoc.edu/es/design-thinking/>

Executive Excellence. (s. f.). Tim Brown: Design Thinking para el liderazgo.
<https://www.eexcellence.es/expertos/tim-brown-design-thinking-para-el-liderazgo>

IEBS Digital School. (s. f.). ¿Qué es una user persona y cómo crear una?
<https://www.iebschool.com/hub/que-es-una-user-persona-y-como-crear-una-marketing-digital/>

Duolingo. (s. f.). Duolingo. <https://es.duolingo.com/>

Headspace. (s. f.). Headspace. <https://www.headspace.com/>

Spotify. (s. f.). ¿Qué es Spotify? <https://support.spotify.com/es-gl/article/what-is-spotify/>

Aquí las tienes en APA 7, listas para copiar y pegar:

UXables. (s. f.). ¿Qué es un user flow o flujo de usuario?
<https://www.uxables.com/investigacion-ux/que-es-un-user-flow-o-flujo-de-usuario/>

Ministerio de Cultura. (s. f.). Ayudas y subvenciones. Gobierno de España.
<https://www.cultura.gob.es/servicios-a-la-ciudadania/catalogo/becas-ayudas-y-subvenciones/ayudas-y-subvenciones.html>

DailyArt. (s. f.). DailyArt. <https://www.getdailyart.com/>

