



Accesibilidad en los diarios digitales españoles

Versión sintética

Accesibilidad en los diarios digitales españoles

El Observatorio de la Infoaccessibilidad de Discapnet es una iniciativa del Programa Operativo de Lucha contra la Discriminación, cofinanciado por Fundación ONCE y el Fondo Social Europeo, para mejorar la alfabetización digital y el acceso a la Sociedad de la Información de las personas con discapacidad.

Las formas de acceso a la información están evolucionando con las propias tecnologías que sirven de soporte a la misma. Aunque el clásico diario en formato papel sigue siendo usado mayoritariamente por los lectores de la prensa diaria, no es menos cierto que la consulta de las versiones digitales aumenta a pasos agigantados. Para muchas personas con discapacidad, como los deficientes visuales o las personas con graves dificultades de movilidad en miembros superiores, los medios digitales, en la medida en que han sido diseñados y se mantienen con criterios de accesibilidad, han supuesto la primera oportunidad de acceder de forma autónoma a la información y los servicios que la prensa proporciona a los ciudadanos.

El derecho a la información es incuestionable en nuestro entorno, y la posibilidad de acceder a los soportes en las que ésta se presenta es un requisito esencial para ejercer ese derecho. Estar informado es también un requisito para el adecuado desarrollo educativo, profesional y personal. El conocimiento de los temas de actualidad, de las cuestiones que la sociedad somete a debate en cada momento, de las iniciativas y vicisitudes sociales, económicas, políticas, culturales y deportivas, es imprescindible para completar y actualizar la formación, para desarrollar las propias capacidades, para tomar, con el adecuado fundamento, decisiones que pueden afectar al desempeño y a la carrera profesional, para relacionarse con los compañeros de trabajo, los clientes y los proveedores, para no sentirse ajeno a las preocupaciones, los valores, las polémicas y los consensos que permiten esa construcción social de la realidad que la comunidad va realizando día a día.

La prensa diaria es, por otra parte, una herramienta clave a la hora de buscar empleo y de identificar oportunidades de promoción profesional. Aunque los portales específicamente dedicados a prestar servicios de intermediación en el mercado laboral han tenido un gran desarrollo en los últimos años, todavía muchas de las ofertas de empleo se difunden exclusiva o prioritariamente en la prensa diaria. Los diarios digitales van, poco a poco, incorporando secciones específicas dedicadas a difundir los anuncios clasificados en materia de empleo que incluyen en sus ediciones impresas, incorporando utilidades de búsqueda que mejoran la experiencia de usuario y facilitan la identificación de las oportunidades más adecuadas en cada caso. Esta tendencia es especialmente perceptible en los diarios de información económica, dirigidos fundamentalmente a una audiencia con alta cualificación profesional, y que son, por tanto, un canal muy utilizado por las empresas que necesitan identificar candidatos para niveles técnicos y de dirección. Como es obvio, la accesibilidad de los medios digitales es un requisito imprescindible para que las personas con discapacidad puedan aprovechar las posibilidades de este nuevo canal de información.

En cuanto a los diarios deportivos, es importante tener en cuenta que se encuentran entre los de mayor audiencia, también en sus versiones digitales, y son por ello bastante proclives a incorporar innovaciones dirigidas a ampliar su base de usuarios. Muchos lectores asiduos de la prensa diaria se han iniciado en ese hábito a través de la prensa deportiva, y también pueden ser muchas las personas con discapacidad que comiencen a usar la prensa digital a través de las versiones de Internet de los diarios deportivos, que jugarían, en este sentido, un importante papel en el proceso de alfabetización digital de los colectivos en riesgo de

exclusión. El análisis de la accesibilidad de este tipo de diarios, por otra parte, puede ayudar a identificar tendencias y problemas emergentes en el sector de la prensa digital. Además, el mero hecho de abordar la problemática de la infoaccesibilidad a la prensa digital supone, en sí mismo, una medida de sensibilización a través de las tecnologías de la información, dirigida a los propios responsables y profesionales de los medios analizados, que, motivados por conocer detalladamente la situación de sus respectivos sitios, descrita en el informe, conocerán más profundamente las posibilidades reales y las dificultades con las que se encuentran las personas con discapacidad para su integración laboral y su plena participación social a través de los instrumentos de la Sociedad de la Información. Ese conocimiento, más detallado y realista, impregnará paulatinamente el tratamiento que esos mismos medios y profesionales hagan posteriormente de los asuntos relacionados con la discapacidad, mejorando, por tanto, su percepción social.

El Observatorio de Infoaccesibilidad se ha planteado en el presente estudio el análisis de los criterios de accesibilidad al contenido de los portales de los principales diarios digitales de España, así como la opinión que su uso merece para un grupo de usuarios con distintos tipos de funcionalidad y maneras de navegar. Para ello se han seleccionado 15 portales de diarios tanto de información general, como deportiva y económica.

Los resultados del análisis técnico hablan de una escasa aplicación de los criterios de accesibilidad, sin que ninguno de los portales analizados destaque de forma clara sobre el conjunto. El mejor de los resultados, obtenido por el diario deportivo Marca, sobrepasa escasamente el 25% de éxito en la aplicación de los criterios de accesibilidad al contenido en la Web. El resto ni siquiera alcanza tal porcentaje.

Los usuarios, por el contrario, han mostrado una mejor opinión al contestar el cuestionario de satisfacción. Los diarios mejor calificados por los usuarios han sido El Mundo (76,11%) y Expansión (75%), puntuaciones que los colocan entre los más valorados en los estudios realizados por este Observatorio. La media de los resultados obtenidos en el cuestionario de satisfacción, el 61,93%, es la más alta de las obtenidas hasta el momento y ello puede ser motivado por la familiaridad con estos medios digitales, declarada por los usuarios que realizaron las pruebas.

Para las personas con limitaciones funcionales el beneficio de poder operar utilizando medios propios y sin la necesidad de manejar soportes de difícil uso para ellos reporta beneficios adicionales a los que supone para la generalidad de la población. El potencial de clientela que supone este grupo social no es desdeñable y, desde el punto de vista comercial, resulta interesante poder captarlos mediante la correcta utilización de las técnicas de diseño Web para hacer los portales accesibles.

Para el año 2012 será obligatorio que los portales Web de iniciativa privada se diseñen de forma accesible. Es hora, pues, de que no sólo se tome conciencia de la existencia de barreras en la Web para algunos usuarios, sino de que se adopten las medidas oportunas para paliarlas. La mejor manera de llevar a cabo esta tarea es conocer los criterios técnicos y dotar de una adecuada formación a quienes diseñan, desarrollan y mantienen los contenidos de estos portales Web.

NOTA: Existe una versión extensa de este informe.

1. Introducción.

Las formas de acceso a la información están evolucionando con las propias tecnologías que sirven de soporte a la misma. Aunque el clásico diario en formato papel sigue siendo usado mayoritariamente por los lectores de la prensa diaria, no es menos cierto que el acceso a las versiones digitales se eleva a pasos agigantados. Eludiendo la incuestionable certeza de que la mayoría de los diarios impresos son leídos (o, al menos, hojeados) por más de una persona, podemos ejemplificar la proporción de uso entre esta versión y la digital de un mismo diario en dos casos¹:

- El diario de información general El Mundo tenía en 2006 una difusión diaria de su versión impresa de 320.161 ejemplares. En su versión digital recibía diariamente un promedio de 289.502 visitantes únicos.
- El diario deportivo Marca tenía una difusión diaria de su versión impresa de 314.007 ejemplares. En su versión digital recibía diariamente un promedio de 159.770 visitantes únicos.

Estas cifras hablan de la relevancia que tienen las versiones digitales de los diarios impresos. Pero debemos sumar a esta evidencia la aparición de diarios que utilizan como única plataforma de difusión la Web, como son los casos de Libertad Digital, Periodista Digital o El Confidencial, máximos exponentes por número de visitantes únicos.

El derecho a la información es incuestionable en nuestro entorno y las posibilidades de acceder a los soportes en las que ésta se presenta ha de ser tratado con la seriedad que merece. El Observatorio de Infoaccesibilidad se ha planteado en el presente estudio el análisis de los criterios de accesibilidad al contenido de los portales de los principales diarios digitales de España, así como de la experiencia y opinión que su uso merece para un grupo de usuarios, con distintos tipos de funcionalidad y maneras de navegar. Para ello se han seleccionado 15 portales de diarios tanto de información general, deportiva como económica, según criterios que se detallan más adelante.

2. El Observatorio de Infoaccesibilidad de Discapnet.

Discapnet, proyecto cofinanciado por la Fundación ONCE para la Cooperación e Integración Social de Personas con Discapacidad de España y el Fondo Social Europeo (FSE), puso en marcha el año 2004 el Observatorio de Infoaccesibilidad con el objetivo de generar y difundir información sobre los niveles de accesibilidad en la Web, tanto mediante el análisis de sectores específicos como a través de comparaciones intersectoriales y del seguimiento de la evolución de la accesibilidad en el tiempo. Fruto de esta línea de trabajo son diversos informes sobre la accesibilidad a los portales Web, que han sido publicados y difundidos en la Red.²

El propósito de los informes del Observatorio de Infoaccesibilidad de Discapnet es dar a conocer y destacar, además de los niveles de cumplimiento respecto a las pautas vigentes, las prácticas favorables y las principales barreras e impedimentos en la Web, incluyendo en esta valoración la perspectiva de los usuarios. Un mejor

¹ Datos extraídos de la página Web de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), consultados el 2 de febrero de 2007, sobre la información para la versión impresa (<http://www.ojd.es/ojdx4/diarios2.asp>) del periodo comprendido entre julio de 2005 y junio 2006 y para la versión digital (<http://ojdinteractiva.ojd.es>) correspondiente al mes de diciembre de 2006.

² Dichos trabajos están disponibles en:

http://www.discapnet.es/Discapnet/Castellano/Observatorio_infoaccesibilidad/default.htm

conocimiento de los aciertos e inconvenientes, detectados por expertos y usuarios, en distintos portales y sectores, aportará una mejor comprensión del diseño Web accesible entre los responsables, diseñadores y desarrolladores de sitios, herramientas y servicios en este medio de comunicación, cuya relevancia crece cada día, proveyendo orientaciones para su mejora.

El Observatorio emplea una metodología innovadora elaborada por Technosite, empresa de Fundación ONCE. En consonancia con las recomendaciones de W3C/WAI,³ combina el análisis técnico de la accesibilidad con la valoración de usabilidad y accesibilidad desde la experiencia de los propios usuarios:

- La evaluación de los aspectos técnicos toma como marco de referencia las Pautas de Accesibilidad al Contenido en la Web 1.0 del W3C/WAI,⁴ sintetizadas en un conjunto de indicadores aplicados sobre una muestra de páginas por portal. La verificación se lleva a cabo por profesionales a través de pruebas automáticas y manuales.
- La valoración por un panel de usuarios, con distintas capacidades funcionales (personas que tienen dificultades de movilidad en los miembros superiores o que tienen problemas o no pueden ver u oír), se lleva a cabo mediante la realización de un conjunto de tareas y de la aplicación de un cuestionario sobre percepción de los distintos sitios. Ello permite identificar barreras y aspectos favorecedores del uso, así como comprobar la "arquitectura de la información", esto es, la organización de contenidos, sistemas de navegación, búsqueda y orientación, y también los procesos de interacción entre el usuario y los sitios Web.

La combinación de ambos enfoques aporta una información relevante, sistemática y cualificada sobre la situación de accesibilidad en los sectores sujetos a estudio, ofreciendo aprendizajes para la corrección y mejora del medio Internet.

3. Selección de la muestra.

La muestra está compuesta por 15 diarios digitales, de los que se han tomado 5 páginas características para la realización del análisis técnico y sobre cuyos sitios los usuarios realizarán pruebas de uso y se les preguntará por el nivel de satisfacción encontrado en su manejo y navegación.

La muestra está integrada por:

- Seis diarios de información general con versión impresa.
- Tres diarios digitales de información general sin versión impresa.
- Tres diarios de información deportiva.
- Tres diarios de información económica.

Los portales de prensa diaria en la Web que se someten a análisis técnico y a las pruebas de usuario son:

1. **EL PAIS** (www.elpais.es).
2. **EL MUNDO** (www.elmundo.es).
3. **ABC** (www.abc.es).

³ W3C/WAI: Iniciativa de Accesibilidad en la WEB (Web Accessibility Initiative) del Consorcio Mundial de la Web (World Wide Web Consortium). Para más información <http://www.w3.org/WAI>

⁴ Disponibles en inglés (<http://www.w3.org/TR/WCAG10/>), dentro del sitio Web de W3C/WAI, y en castellano (<http://www.discapnet.es/Discapnet/Castellano/Accesibilidad/WebAccesible/default.htm>) dentro del sitio Web Discapnet.

4. **LA VANGUADIA** (www.lavanguardia.es).
5. **LA VERDAD** (www.laverdad.es).
6. **20 MINUTOS** (www.20minutos.es).
7. **LIBERTAD DIGITAL** (www.libertaddigital.es).
8. **PERIODISTA DIGITAL** (www.periodistadigital.com).
9. **EL CONFIDENCIAL** (www.elconfidencial.com).
10. **MARCA** (www.marca.com).
11. **AS** (www.as.com).
12. **SPORT** (www.sport.es).
13. **EXPANSIÓN** (www.expansion.com).
14. **CINCO DÍAS** (www.cincodias.com).
15. **LA GACETA DE LOS NEGOCIOS** (www.negocios.com).

En cada uno de estos 15 portales se han analizado 5 páginas representativas de las siguientes características:

- a) Página principal.
- b) Página noticia.
- c) Página resultado de una búsqueda con la palabra discapacidad.
- d) Página hemeroteca o similar.
- e) Página de contacto o similar.

4. Aspectos evaluados.

Como en los trabajos precedentes realizados por Technosite para el Observatorio de Infoaccesibilidad de Discapnet, las pruebas realizadas para verificar el estado de la accesibilidad de los sitios estudiados comprende dos vertientes:

- Evaluación técnica.
- Experiencia del usuario.

4.1. Resultados de la evaluación técnica de la accesibilidad Web.

Para la evaluación técnica se han analizado doce aspectos de accesibilidad que sintetizan la mayoría de las Pautas de Accesibilidad al Contenido en la Web 1.0 de W3C/WAI (WCAG 1.0) correspondientes a los niveles A y AA. Estos criterios son considerados por los expertos de Technosite encargados del estudio como capaces de proporcionar una visión sintética bastante ajustada de la accesibilidad de un sitio Web. Incluyen, en su mayor parte, aspectos de prioridad 1 y, en algunos casos, de prioridad 2. Los puntos de verificación, que serán explicados puntualmente en el apartado relativo al análisis de resultados, son:

1. **Validación de las tecnologías W3C** (prioridades 1 y 2 en WCAG 1.0).
2. **Marcos** (prioridades 1 y 2 en WCAG 1.0).
3. **Formularios** (prioridades 1 y 2 en WCAG 1.0).
4. **Alternativas textuales a elementos multimedia** (prioridad 1 en WCAG 1.0.)

5. **Encabezados** (prioridad 2 en WCAG 1.0).
6. **Unidades relativas en la hoja de estilo** (prioridades 1 y 2 en WCAG 1.0).
7. **Enlaces comprensibles** (prioridad 2 en WCAG 1.0).
8. **Contraste** (prioridad 2 para las imágenes en WCAG 1.0).
9. **Uso semántico de los colores** (prioridad 1 en WCAG 1.0).
10. **Alineación del contenido de las tablas** (prioridad 2 en WCAG 1.0).
11. **Tablas de datos** (prioridad 1 en WCAG 1.0).
12. **Scripts** (prioridad 1 en WCAG 1.0).

Es oportuno apuntar que las páginas de los sitios analizados pueden experimentar cambios, por lo que los resultados que aquí se recogen se refieren exclusivamente al estado de éstas en las fechas en que se realizó la evaluación (segunda y tercera semanas de abril de 2007).

Para tener una visión de conjunto de los resultados obtenidos por los distintos portales Web de los diarios digitales sujetos a evaluación técnica de accesibilidad Web, recogemos en la tabla 1 los datos porcentuales que cada uno de ellos ha obtenido, ordenados de mayor a menor.

Tabla 1.

Clasificación de los portales en función del porcentaje de éxito en la aplicación correcta de los criterios analizados en las pruebas de evaluación técnica de la accesibilidad Web.

Portales	% Éxito
Marca	28,57
Libertad Digital	23,40
La Vanguardia	18,75
La Verdad	16,67
Periodista Digital	16,33
El Confidencial	16,33
El Mundo	14,89
ABC	14,89
La Gaceta	12,50
Cinco Días	12,24
El País	11,76
Expansión	11,11
Sport	10,00
20 Minutos	7,14
As	4,00
Media	14,57

Debemos especificar que este cumplimiento no se puede asociar con la accesibilidad global del sitio, ya que para el análisis sólo se ha tenido en cuenta una muestra de 5 páginas por sitio y algunos aspectos de la accesibilidad, quedando sin analizar puntos de verificación de las pautas que también tienen su razón de ser dentro de las WCAG 1.0.

Los resultados hablan por sí mismos y no podemos interpretarlos de otra manera que como la evidencia de la falta de aplicación de los criterios de accesibilidad al contenido en la Web por parte de los diarios digitales en España. **El promedio de éxito en el análisis técnico es el más bajo de los obtenidos hasta la fecha en los estudios realizados por este Observatorio: 14,57%.**

Sólo uno de los portales analizados, diario deportivo Marca, supera el 25% de éxito con un 28,57%, pero teniendo en cuenta la peculiaridad de que su muestra fue de 4 en lugar de 5 páginas, por carecer este portal de buscador (dato que no podemos analizar, tampoco, en tono positivo). El resto se sitúa por debajo de dicho porcentaje, con menos de 20 puntos porcentuales entre la puntuación más baja y la más alta. Esta alta concentración de resultados en el cuarto más bajo de la escala no tiene precedente en nuestros estudios.

Tabla 2.
Porcentaje de páginas correctas por criterio de accesibilidad

Criterio	Porcentaje
Uso semántico del color	100,00
Alineación de tablas para maquetar	85,07
Tablas de datos	66,67
Contraste de color en las imágenes	27,03
Hojas de estilo	8,11
Enlaces comprensibles	7,04
Encabezados	4,05
Validación del código HTML y CSS	1,35
Scripts	0,00
Texto alternativo en la imágenes	0,00
Formularios	0,00
Marcos	0,00

La tabla 2 recoge la información sobre los porcentajes de éxito alcanzados por el conjunto de la muestra para cada uno de los criterios aplicados en el análisis técnico de este estudio. Destaca el resultado obtenido en el apartado del uso semántico del color: las 4 páginas donde se ha encontrado dicha utilización del color aplican correctamente los criterios de accesibilidad, consiguiendo un 100% de éxito. La alineación de las tablas utilizadas para maquetar (85,07% de éxito) y el correcto etiquetado de las tablas de datos (66,67%) son otros dos criterios destacados por su correcto uso. De estos tres criterios que se sitúan en las mejores posiciones en cuanto a éxito en su aplicación, sólo el de alineación de las tablas de datos tiene un número relevante de casos (67 páginas analizadas), ya que en los otros dos ha sido escaso el número de casos (4 en el uso semántico del color y 6 en las tablas de datos).

Con excepción del contraste de color en las imágenes que transmiten información textual (que obtiene un 27,03% de éxito), el resto de criterios no alcanzan el 10% de éxito, encontrándonos con 4 que no han pasado del 0%: Marcos, Formularios, Texto alternativo en las imágenes y Scripts.

4.2 Resultados de la valoración realizada por usuarios.

Para la realización de la valoración de los portales Web de los diarios digitales, cada uno de los 6 usuarios recibió un test autoadministrado con instrucciones para ser cumplimentado.

Las instrucciones que recibieron los usuarios para realizar la evaluación de cada uno de los 15 portales fueron:

1. Navegar por la Web y buscar los sitios indicados.
2. Realizar 5 tareas por cada uno de los portales valorados.
3. Apuntar la respuesta de cada tarea encomendada, así como el tiempo invertido en su realización y los pasos seguidos.

4. Anotar los posibles abandonos ante dificultades de accesibilidad encontradas.
5. Contestar a un cuestionario de satisfacción con 10 preguntas de respuesta múltiple (con 4 opciones cada una de ellas), argumentando el por qué de cada una de ellas.

Los resultados obtenidos fueron tabulados para extraer conclusiones comparables y medibles en términos de porcentaje.

Con posterioridad a la entrega de los test, se mantuvo una reunión con los usuarios que participaron en la experiencia para realizar una puesta en común y recoger las impresiones generales sobre accesibilidad y usabilidad de los portales sujetos a valoración.

La tabla 3 recoge los resultados obtenidos, en términos de éxito, error y abandono, por los 6 usuarios para cada una de las 5 tareas que debían realizar en los 15 portales que componen la muestra.

Tabla 3.
Éxito, error y abandono en las tareas de la valoración de usuarios, en valores absolutos y porcentaje total.

Portal	Éxito	Error	Abandono
El Mundo	26	3	1
Cinco Días	23	1	6
ABC	22	3	5
Expansión	22	5	3
Periodista Digital	21	3	6
Marca	21	3	6
As	21	5	4
Sport	21	3	6
La Verdad	20	6	4
20 Minutos	20	3	7
La Gaceta	20	3	7
El Confidencial	19	2	9
El País	18	6	6
Libertad Digital	18	3	9
La Vanguardia	16	2	12
Total:	308	51	91
%	68,44	11,33	20,22

De las 450 tareas realizadas, se concluyeron con éxito 308 (68,44%) y los errores fueron 51 (11,33%). El número de abandonos, que se deben a problemas de accesibilidad o usabilidad de los servicios, es de 91 (20,22%).

De los resultados extraemos, como más relevante, la siguiente información:

1. Con respecto a estudios anteriores realizados por este Observatorio de Infoaccesibilidad, el resultado en cuanto a éxito, error y abandono en la realización de las pruebas de usuario, los portales de diarios digitales se encuentran dentro de la media, si bien cabría hablar de un porcentaje de errores bajo y de abandonos alto.
2. El portal que presenta mejores resultados en el apartado de éxitos en las tareas es el del diario El Mundo (26 de las 30 tareas se realizaron con éxito). A este dato se suma que es uno de los portales con menor número de errores cometidos por los usuarios al realizar las tareas encomendadas (3,

un 10%) y en el apartado de abandonos es el que menor número presenta: sólo 1 de las 30 tareas realizadas por los usuarios acabó en abandono.

3. En el portal de Cinco Días los usuarios sólo han cometido 1 error en las 30 tareas a realizar, por lo que es el mejor en este aspecto. Este dato se acompaña con un buen número de éxitos (23, un 76,66%), pero con 6 abandonos, lo que supone que un 20% de las tareas no pudieron ser concluidas por los usuarios.
4. En el lado negativo, el menor número de éxitos lo obtuvo La Vanguardia, en el que los usuarios no consiguieron finalizar con éxito más que 16 de las 30 pruebas que, junto a los 12 abandonos (el mayor número de los registrados entre todos los portales analizados) y los 2 errores cometidos por los usuarios al realizar las 30 pruebas, lo coloca en la peor posición de la muestra en este apartado.
5. Los portales que dieron lugar a más errores entre los usuarios fueron los de El País y la Verdad, ambos con 6 tareas erradas de las 30 practicadas. Para El País esta cifra se acompaña de 6 abandonos y sólo 18 éxitos, lo que lo coloca en la segunda peor posición de los portales analizados, mientras que para La Verdad las cifras son algo más discretas con 20 tareas finalizadas con éxito y 4 donde los usuarios abandonaron su realización.

Los datos que aporta este apartado nos conducen a la conclusión de que los diarios digitales españoles deben, en general, mejorar bastante el diseño de sus portales en la Web, si pretenden acercar a ciertos usuarios la información y servicios que prestan por esta vía. Podemos afirmar que **el público representado por esta muestra de usuarios encuentra obstáculos**, ya sea por error o abandono, **en 3 de cada 10 tareas** al consultar los diarios digitales.

Tabla 4.
Resultados porcentuales de la valoración, en cuanto a satisfacción, de los usuarios.

Portal	%
El Mundo	76,11
Expansión	75,00
La Verdad	69,44
As	69,44
20 Minutos	66,67
Sport	65,56
Marca	64,44
La Gaceta	64,44
Cinco Días	61,11
Libertad Digital	57,78
El País	57,22
El Confidencial	55,00
ABC	54,44
Periodista Digital	48,89
La Vanguardia	43,33
Media:	61,93

En cuanto a los resultados de satisfacción obtenidos por cada portal, derivados del cuestionario "ad hoc" que cada usuario cumplimentó tras realizar las tareas encomendadas, han sido traducidos a porcentajes, que recoge la tabla 4

(recordamos que 5 de los participantes presentan una limitación funcional, mientras que el otro no).

De la lectura de los datos extraemos como información más relevante:

1. La media global en las puntuaciones porcentuales obtenidas en los test de satisfacción de los usuarios es del 61,93%, situándose como el más alto de los obtenidos hasta la fecha en los estudios realizados por este Observatorio.
2. El portal mejor valorado en el test de satisfacción de usuarios es el de El Mundo (76,11%), seguido muy de cerca por Expansión (75%). Estos portales no se encuentran entre los mejor valorados por el análisis técnico, en cuyas pruebas alcanzaron sólo un 14,89% y 11,11%, respectivamente.
3. La distancia porcentual entre los 13 portales mejor valorados por los usuarios es de menos de 22 puntos porcentuales, lo que supone un ranking muy apretado.
4. Sólo dos de los portales, La Vanguardia (43,33%) y Periodista Digital (48,89%), se sitúan por debajo del 50% en el nivel de satisfacción por parte de los usuarios al realizar las pruebas.
5. Por encima de la media (61,93%) se sitúan, aparte de los ya citados El Mundo y Expansión, los diarios digitales La Verdad y As (ambos con 69,44%), 20 Minutos (66,67%), Sport (65,56%), además de Marca y La Gaceta de los Negocios (ambos con 64,44%).
6. El portal mejor valorado en el apartado técnico, el diario Marca, se sitúa en medio de la tabla de satisfacción, con un resultado de 64,44%.
7. El resto de portales, todos ellos situados por debajo de la media pero dentro de ese conjunto de 13 portales con valoraciones de satisfacción por encima del 50% se incluyen Cinco Días con 61,11%, Libertad Digital con 57,78%, El País con 57,22%, El Confidencial con 55% y ABC con 54,44%.

4.3 Valoración combinada.

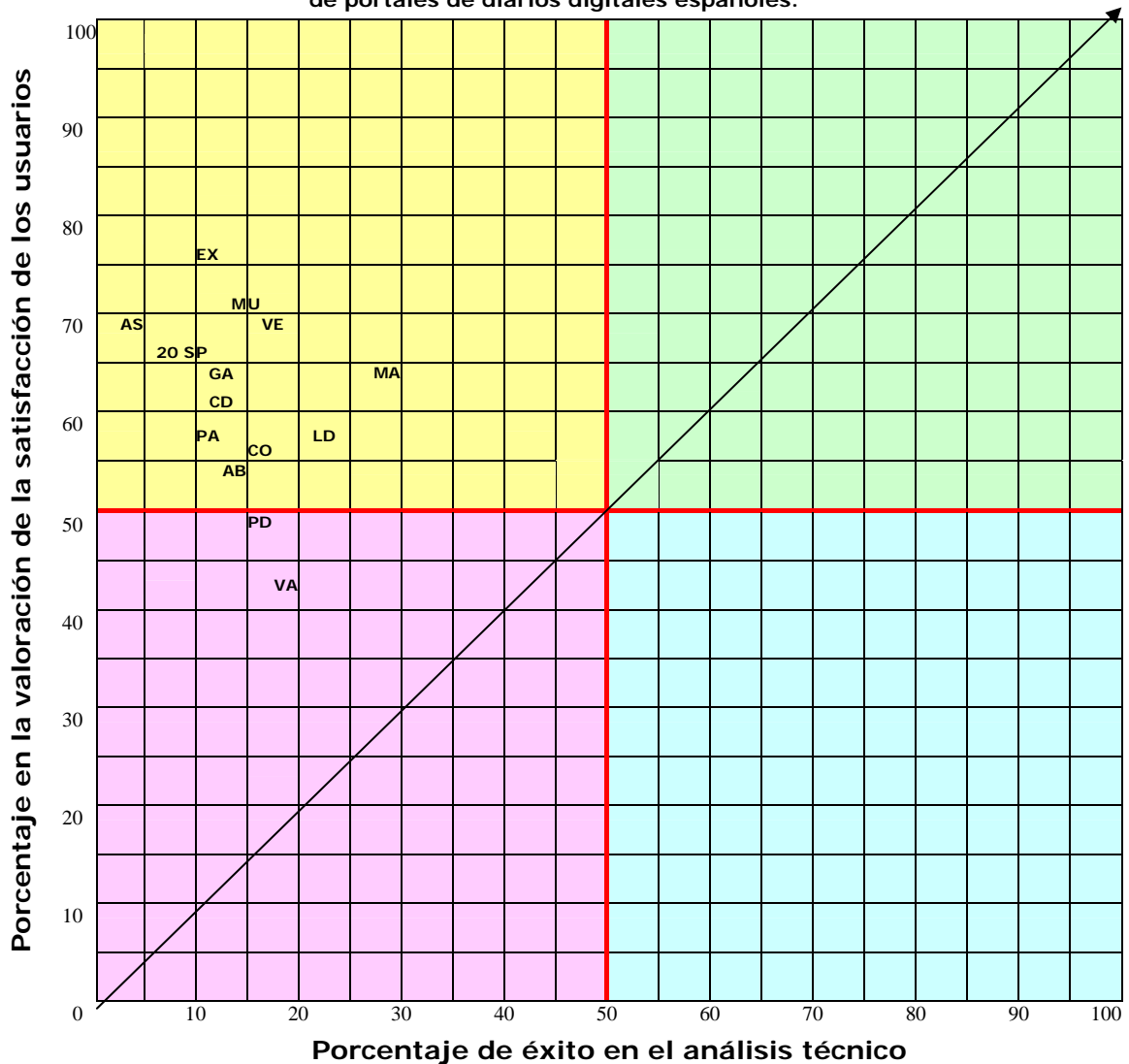
En el gráfico 1 pretendemos presentar de forma global los resultados combinados del análisis técnico y la valoración de usuarios.

Para interpretar el contenido del gráfico 2 hay que tener en cuenta lo siguiente:

1. El eje vertical recoge el resultado porcentual de la valoración de satisfacción de los usuarios.
2. El eje horizontal recoge el resultado porcentual del análisis técnico.
3. El gráfico presenta un mapa con cuatro cuadrantes en el que se reflejan la accesibilidad (análisis técnico) y la usabilidad (según el indicador satisfacción de los usuarios), donde:
 - a. el cuadrante superior izquierdo recoge los sitios más usables según la experiencia de los usuarios, pero poco accesibles según los criterios de nuestro análisis técnico;
 - b. el cuadrante superior derecho recoge los sitios más usables y más accesibles;
 - c. el cuadrante inferior izquierdo recoge los sitios poco usables y poco accesibles;
 - d. el cuadrante inferior derecho recoge los sitios poco usables y más accesibles.

4. La diagonal, que recorre el gráfico desde su esquina inferior izquierda a la superior derecha, marca el punto en el que ambas valoraciones se encontrarían de ser igual de usables que de accesibles. Por encima se colocan las que se consideran más usables (experiencia del usuario) que accesibles (análisis técnico según nuestros criterios). Por debajo lo contrario, los que son más accesibles que usables.

Gráfico 1. Resultados combinados del análisis técnico y la valoración de usuarios en el estudio de portales de diarios digitales españoles.



Leyenda: En este gráfico presentamos los resultados combinados del análisis técnico y de la valoración de usuarios en una tabla de cuadrantes:

- Superior izquierdo (amarillo): análisis técnico por debajo del 50% y valoración de usuarios por encima del 50%.
- Superior derecho (verde): análisis técnico y valoración de usuarios por encima del 50%.
- Inferior izquierdo (rojo): análisis técnico y valoración de usuarios por debajo del 50%.
- Inferior derecho (azul) análisis técnico por encima del 50% y valoración de usuarios por debajo del 50%.

A continuación se recogen las abreviaturas para cada uno de los portales seguidos, entre paréntesis, por el porcentaje obtenido en el análisis técnico y por la valoración de usuarios, separados por una diagonal:

AB: ABC (14,89/54,44).

AS: As (4,00/69,44).

CD: Cinco Días (12,24/61,11).

CO: El Confidencial (16,33/55,00).

EX: Expansión (11,11/75,00).

GA: La Gaceta de los Negocios (12,50/64,44).

LD: Libertad Digital (23,40/57,78).
 MA: Marca (28,57/64,44).
 MU: El Mundo (14,89/76,11).
 PA: El País (11,76/57,22).
 PD: Periodista Digital (16,33/48,89).
 SP: Sport (10,00/65,56).
 VA: La Vanguardia (18,75/43,33).
 VE: La Verdad (16,67/69,44).
 20: 20 Minutos (7,14/66,67).

Interpretando los datos que nos ofrece el gráfico 1 se puede afirmar:

- Con excepción de La Vanguardia y Periodista Digital, todos los portales de nuestra muestra se sitúan en el cuadrante superior izquierdo, lo que se podría interpretar como portales usables pero poco accesibles.
- Los portales que quedan fuera de ese cuadrante, La Vanguardia y Periodista Digital como ya ha quedado dicho, se sitúan muy cerca del límite superior del cuadrante inferior izquierdo, que recogería a los portales poco usables y poco accesibles, por lo que tampoco quedan muy alejados de la tendencia general.
- Todos los portales analizados quedan muy lejos y por encima de la línea diagonal que parte la gráfica, por lo que podemos afirmar (como ha venido ocurriendo en todos los estudios realizados por este Observatorio) que la experiencia de los usuarios es más satisfactoria que el éxito de los portales ante el análisis técnico, al que son sometidos en función de criterios de accesibilidad.
- En este estudio no se observa ningún resultado que destaque especialmente y la concentración de resultados en una zona de la gráfica nos dice que hay una tendencia general en todos los portales de la prensa digital, que habla de aceptables características en la experiencia de uso, pero pobre aplicación de los criterios de accesibilidad.

5. Conclusiones.

La intención de los estudios realizados por el Observatorio de Infoaccesibilidad de Discapnet es mostrar el estado actual de la accesibilidad a los contenidos en la Web. Al mismo tiempo, pretenden aportar información para su mejora y una mayor adecuación a las necesidades de los usuarios de este servicio virtual. En tal sentido, este apartado recoge las conclusiones que nos parecen más destacadas que, si bien han de cumplir con un criterio de objetividad al mostrar una realidad que no es muy halagüeña, sugiere orientaciones tendentes a la mejora del sector.

1. Los portales de los diarios digitales españoles obtienen uno de los peores resultados en cuanto al cumplimiento de los criterios de accesibilidad de entre los estudios que ha realizado este Observatorio. Ello contrasta con el mejor resultado en cuanto a la satisfacción en la experiencia de los usuarios al navegar por estos portales. Ello puede estar motivado por la familiaridad con estos medios digitales, que declaran los usuarios que realizaron las pruebas.
2. Se detecta una tendencia general a la obtención de unos resultados que hablan de sitios aceptablemente usables pero pobres en accesibilidad. Es, por tanto, imprescindible recomendar una revisión en profundidad de las características de accesibilidad que se aplican en las plantillas que utilizan los diarios digitales y una cierta mejora en aspectos de usabilidad, lo que convertiría a estos portales en medios de información de accesibles para todos.

3. No podemos hablar, en este caso, de ejemplos a seguir en cuanto a los criterios de accesibilidad, ya que el mejor resultado obtenido (Marca, con un 28,57% de éxito en dichos criterios) es demasiado pobre. Prácticamente todos se sitúan en el peor cuartil de la escala porcentual, lo que sugiere una recomendación general de revisión de las características de accesibilidad.
4. En cuanto a la experiencia de uso, considerando los parámetros que ofrece la satisfacción de los usuarios, los casos de El Mundo (76,11%) y Expansión (75%) pueden ser ejemplos a seguir. Pero mejorables, posiblemente, mediante la aplicación de los antes citados criterios de accesibilidad.
5. Es desalentador ver que 4 de los 12 criterios de accesibilidad sujetos a verificación no obtienen resultado favorable en ninguna de las páginas evaluadas. Aspectos como el texto alternativo en las imágenes (imprescindible para la comprensión de los contenidos de éstas por los usuarios invidentes) o los formularios (que dotan de la interactividad esperada de un medio on line) no son diseñados, en ningún caso, teniendo en cuenta los criterios de accesibilidad. Los marcos y scripts mal diseñados en todas las páginas examinadas, seguro que supondrán obstáculos, a veces insalvables, para un buen número de usuarios que accedan a los contenidos de los diarios digitales españoles con herramientas de navegación especiales.
6. Otros cuatro criterios de accesibilidad no han alcanzado el 10% de éxito en el análisis técnico. Es destacable que la validación del código con gramáticas formales (HTML y CSS) sólo obtenga un 1,35% de éxito, cuando existen herramientas automáticas que nos facilitan un análisis detallado y la posibilidad de corrección con poco esfuerzo. La correcta aplicación de las hojas de estilo para que no provoquen la pérdida de contenidos o su incorrecta ubicación, el adecuado uso de los enlaces (sobre todo cuando éstos se sitúan en imágenes) o la aplicación de encabezados para estructurar los contenidos, facilitarían una mejor navegación para todos y son aspectos que han sido atendidos por los desarrolladores de las plantillas y gestores de contenidos de los portales de la prensa digital española.
7. Si hacemos caso a los resultados obtenidos en el desarrollo de las tareas propuestas a los usuarios, podemos afirmar que casi la tercera parte de las acciones de los que se acercan a la información por medios digitales, y responden a las características de nuestros usuarios, encuentran problemas que suponen un fallo o abandono en la búsqueda de la información planteada.
8. La permanente renovación de los contenidos en estos portales obliga a prestar una mayor atención al diseño de las plantillas que se utilizan, así como al gestor de contenidos que lo mantiene. Un esfuerzo en dicho sentido mejoraría ostensiblemente los resultados e incrementaría, posiblemente, el número de personas que se acercaran a la información por este medio.

Queremos hacer notar y no dejar pasar por alto la existencia de una versión específica, bajo la denominación "Discapacitados", que pretende acercar la información al colectivo de personas con limitaciones funcionales. Es loable este esfuerzo, pero lo consideramos inadecuado. En primer lugar, nuestros usuarios no acertaron a considerar que bajo la citada denominación se tenía acceso a una versión específica más adaptada a sus necesidades, sino que tras ella posiblemente hubiera información sobre discapacidad. Por otro lado, el acceso a dicha información requiere un registro a través de un formulario simple pero con ciertos problemas en su etiquetado. Ello supone dos problemas: obliga al usuario a

navegar primero por una página de inicio con problemas de accesibilidad y le obliga a cumplimentar un formulario (en el que puede encontrar problemas) que alarga innecesariamente el proceso de consulta que pretende. Dando por supuesto que la actualización de contenidos de esta versión específica se realiza de forma simultánea a la que se hace para la versión general, seguimos considerando que no es oportuno ofrecer a un numeroso grupo de potenciales visitantes una puerta de acceso distinta a la que se ofrece al resto. Sugerimos que los esfuerzos, loables como ya hemos apuntado, que realiza este diario digital, deberían orientarse hacia la obtención de una versión única más accesible para todos.

6. Reflexión final.

El acceso a la información a través de la Web es un medio cada vez más utilizado por los ciudadanos. Su permanente actualización y la posibilidad de acceso desde cualquier ubicación donde exista una conexión a Internet lo dotan de unas condiciones que otros soportes no pueden ofrecer. El usuario que consulta los diarios digitales debe poder acceder a la información que busca de forma ágil y sencilla, para cumplir con esa especial característica de inmediatez y selectividad que se supone ofrece este soporte como beneficio adicional respecto a otros. La mejora en aspectos relativos a la usabilidad se hace, por tanto, imprescindible para la consecución del objetivo planteado: ofrecer información actualizada al visitante y darle a éste la posibilidad de seleccionar, de forma ágil y sencilla, los contenidos a los que desea acceder. Pero no debemos olvidar que un sitio usable pero con obstáculos en su diseño técnico deja de serlo para un numeroso grupo de usuarios que, por sus particulares condiciones funcionales o por el tipo de equipo que utiliza para navegar, necesita que sean respetados y aplicados los criterios de accesibilidad a los contenidos en la Web según las normas existentes y estandarizadas.

Para las personas con limitaciones funcionales el beneficio de poder operar utilizando medios propios y sin la necesidad de manejar soportes que les resulten de difícil uso, reporta beneficios adicionales a los que supone para la generalidad de la población. El potencial de clientela que supone este grupo social no es desdeñable y, desde el punto de vista comercial, resulta interesante poder captarlos mediante la correcta utilización de las técnicas de diseño Web para hacer los portales accesibles.

En el presente estudio hemos encontrado grandes problemas técnicos de diseño en la mayoría de los portales. Los usuarios han encontrado relativamente satisfactoria su experiencia en el uso de estos portales y han otorgado la puntuación más alta de las obtenidas en nuestros estudios al conjunto de la muestra. Pero de poco sirve dicha satisfacción si la tercera parte de las acciones que realizan no concluyen exitosamente por problemas de accesibilidad.

Si consideramos que un porcentaje considerable de personas se beneficiarían de la aplicación de los criterios de accesibilidad para las páginas Web, ya que ello les ayudaría a superar las barreras que encuentran en el soporte impreso, sería muy deseable que los responsables de estos portales tomaran conciencia de este hecho y propiciaran la aplicación de dichos criterios, que supondrían no sólo una mejora en la calidad de los servicios sino, también, un incremento del número de lectores y, por tanto, de beneficios comerciales.

Para el año 2012 será obligatorio que los portales Web de iniciativa privada se diseñen de forma accesible. Es hora, pues, de que no sólo se tome conciencia de la existencia de barreras en la Web para algunos usuarios, sino de que se adopten las medidas oportunas para paliarlas. La mejor manera de llevar a cabo esta tarea es

conocer los criterios técnicos y dotar de una adecuada formación a quienes diseñan, desarrollan y mantienen los contenidos de estos portales Web.