

DOCUMENTACIÓN AMERICANISTA

LA ACCESIBILIDAD WEB EN LOS CIBERMEDIOS DEL GRUPO PLANETA A AMBOS LADOS DEL ATLÁNTICO: LOS CASOS DE LA RAZÓN Y EL TIEMPO

David Parra Valcarce
Universidad Complutense de Madrid
davidparra@ccinf.ucm.es

Resumen: Uno de los aspectos más significativos de la Sociedad de la Información es el fomento de la accesibilidad web, entendida como la exigencia de que los usuarios con discapacidades físico-psíquicas estén en condiciones de igualdad a la hora de adentrarse en los contenidos de la Red. Como parte integrante de un entorno como Internet, el ciberperiodismo no es ajeno a esta tendencia. Este artículo analiza el estado de la cuestión en dos ciberperiódicos como La Razón (España) y El Tiempo (Colombia), ambos propiedad del Grupo Planeta, un holding multimedia con intereses empresariales en Latinoamérica y España. De dicho estudio cabe concluir que todavía es mucho lo que ambos ciberperiódicos deben hacer para adaptarse al reto de la accesibilidad web, haciéndolo compatible con las nuevas tendencias en el ciberdiseño: multimedialidad, hipertextualidad, interactividad y adaptación a los nuevos soportes móviles.

Palabras clave: Accesibilidad, ciberperiodismo, w3c, pautas wai, sociedad de la información, TAW.

Title: WEB ACCESSIBILITY INTO GRUPO PLANETA'S CYBERMEDIA TO BOTH SIDES OF ATLANTIC: LA RAZÓN AND EL TIEMPO CASE STORIES.

Abstract: One of the most remarkable sides of Information Society is the promotion of the web accessibility, considered like the requirement that users with physical or mental disabilities must be in conditions of get into the contents of the Net. Like a part of Internet reality, cyberjournalism is not outside of this trend. This article analyzes the state of the art in two cyberpapers like La Razón (Spain) and El Tiempo (Colombia), both owned by Grupo Planeta, a multimedia holding with business in Latin America and Spain. The study of the nowadays situation concludes that both cyberpapers have to go across a long way in order to adapt to the challenge of web accessibility, making it compatible with the new tendencies in cyberdesign: multimedia, hypertext, interactivity and adaptation to the new mobile gadgets.

Keywords: accessibility, cyberjournalism, w3c, wai guides, information society, TAW.

1. Bases metodológicas del estado de la cuestión

La investigación en la que se sustenta este artículo sigue las directrices del W3C (*World Wide Web Consortium*), un consorcio internacional donde las organizaciones

Recibido: 26-10-09
Aceptado: 12-12-09

Cómo citar este artículo: PARRA VALCARCE, David. La accesibilidad web en los cybermedios del Grupo Planeta a ambos lados del Atlántico: Los casos de *La Razón* y de *El Tiempo*. *Naveg@mérica. Revista electrónica de la Asociación Española de Americanistas* [en línea]. 2010, n. 4. Disponible en <<http://revistas.um.es/navegamerica>>. [Consulta: Fecha de consulta]. ISSN 1989-211X.

miembro trabajan conjuntamente para desarrollar estándares web con el objetivo de guiar Internet hacia su máximo potencial a través de la implementación de protocolos y pautas que aseguren su crecimiento futuro¹.

De manera adicional hemos tenido en cuenta el grupo de trabajo de dicho organismo, conocido por las siglas WAI (*Web Accessibility Initiative*), considerado como el referente mundial en lo que a accesibilidad web se refiere. La iniciativa WAI tiene como finalidad facilitar el acceso de las personas con discapacidad mediante: el desarrollo de pautas de accesibilidad; la mejora de las herramientas para la evaluación y reparación de accesibilidad web; la realización de una labor educativa y de concienciación en relación a la importancia del diseño accesible de páginas web; y la apertura de nuevos campos en accesibilidad a través de la investigación en este área.

Precisamente las normas emanadas de la WAI (conocidas como Pautas WAI) constituyen la base experimental sobre la que se fundamenta esta investigación. Tal y como se pondrá de relieve a lo largo de este artículo, la función principal de estas Pautas WAI es guiar el diseño de páginas web hacia un diseño accesible, reduciendo de esta forma barreras a la información. Son pautas que proporcionan soluciones de diseño y que utilizan como ejemplo situaciones comunes en las que el diseño de una página puede producir problemas de acceso a la información.

Hemos optado por realizar un análisis a partir del nivel de conformidad AA, lo que incluye dos puntos de verificación que ayudan a detectar posibles errores: prioridad 1 (aquellos puntos que un desarrollador tiene que cumplir ya que, de otra manera, ciertos grupos de usuarios no podrían acceder a la información del sitio web); y prioridad 2 (aquellos puntos que un desarrollador debería cumplir ya que, si no fuese así, sería muy difícil acceder a la información para ciertos grupos de usuarios)².

Tras examinar las herramientas de evaluación de la accesibilidad web que actualmente existen en el mercado, hemos utilizado para el análisis que aquí proponemos sobre las versiones digitales de *El Tiempo* de Colombia y *La Razón* de España la herramienta TAW (Test de Accesibilidad a la Web), un software desarrollado por la Fundación CTIC (Centro Tecnológico de la Información y de la Comunicación)³.

¹ El W3C se fundó en 1994. Una de sus cabezas visibles es Tim Berners-Lee, creador de la celebrísima WWW (*World Wide Web*) en 1989. Desde el inicio de sus actividades el W3C ha publicado casi un centenar de recomendaciones. También está involucrado en tareas de educación y difusión, así como en el desarrollo de software, sirviendo a su vez como foro abierto de discusión sobre la Internet. Cfr. <http://www.w3c.es>.

² Por razones metodológicas hemos preferido soslayar el nivel AAA que, además de las prioridades 1 y 2 también incluiría la prioridad 3: aquellos puntos que un desarrollador debería cumplir ya que, de otra forma, algunos usuarios experimentarían ciertas dificultades para acceder a la información. Entendemos que el actual grado de adecuación al fenómeno de la accesibilidad web hace escasamente viable la consideración de este tercer nivel de prioridad.

³ La Fundación CTIC es una institución privada, sin ánimo de lucro, de carácter social y de cooperación para el desarrollo tecnológico. Está constituida por un patronato de empresas del ámbito de las tecnologías de la información y las comunicaciones y por el Gobierno del Principado de Asturias (España). Cfr. <http://www.tawdis.net> y <http://www.fundacionctic.org>. Para un análisis sobre la información de una herramienta como TAW recomendamos el trabajo de Millán. Millán, G. *Interacción*

Dos los motivos en los que se sustenta nuestra decisión: en primer lugar, porque proporciona un análisis integral y global de todos los elementos de la más variada naturaleza que componen una página web, una heterogeneidad inherente a cualquier periódico digital⁴; y, en segundo término, dado que se trata de una herramienta particularmente idónea para una lengua como el castellano, lo que incrementa los niveles de precisión de nuestra tarea.

Pese a ello debemos subrayar que con la actual tecnología ninguna herramienta de medición puede ejecutar una revisión automática completa de la accesibilidad, pudiendo existir en determinadas circunstancias lo que denominaríamos falsos negativos y falsos positivos. Por ello, hemos completado este análisis con una revisión manual en aquellos aspectos en los que se podían generar dudas.

Al mismo tiempo, el análisis realizado también ha tenido en cuenta los efectos de corrección que fueron expuestos en un trabajo presentado en marzo de 2008 durante el *IX Congreso de Periodismo Digital* celebrado en la localidad española de Huesca⁵. El trabajo definía tres requisitos de accesibilidad cuya consideración nos ha servido de particular ayuda en el análisis de *El Tiempo* y *La Razón*: desarrollo de programación, que incide sobre aspectos como plantillas, servicios y portlets; plataforma, referida a la creación y administración de contenidos por parte de los participantes en las páginas web, que implica un conjunto de restricciones; y gestión de contenidos mediante la publicación de los mismos.

La normativa sobre la que hemos realizado el análisis de las dos páginas web corresponde a la *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 1.0.*, creada en 1999. En la actualidad WCAG 1.0 continúa siendo un verdadero estándar de facto en cuanto a accesibilidad web se refiere. Hemos preferido su uso a la de la emergente WCAG 2.0, aprobada en diciembre de 2008 por la W3C, dado que todavía se encuentra en pleno proceso de formulación y aplicación y que, en el caso concreto de una herramienta como es TAW, sólo existe una versión beta adaptada a la misma.

2. Concepto de accesibilidad web

Durante estos últimos años la accesibilidad web se está convirtiendo en uno de los elementos clave sobre los que se conforma la Sociedad de la Información⁶, noción que identificamos con un particular tipo de entorno social que crece y se desarrolla alrededor de la información y aporta un reforzamiento de la creatividad intelectual humana en detrimento de un mero aumento del consumo material. Desde este punto de vista la Sociedad de la Información apuesta en su configuración y

Hombre-Máquina. Comprobación de accesibilidad, evaluación de herramientas Bobby y TAW. Salamanca: Universidad Pontificia, 2004.

⁴ En realidad más que una herramienta se trata de una familia de herramientas que incluye desde los habituales analizadores de páginas hasta sistemas de monitorización o instrumentos para la realización de observatorios.

⁵ García, J. *Estándares W3C. La WEB con mayúsculas.* Huesca: IX Congreso de Periodismo Digital, 27 de marzo de 2008. Disponible en: <http://novenocongresoperiodismo.com/ponencias/programa.asp#>

⁶ Aunque en un sentido ligeramente distinto al que va ser empleado en este artículo, dicha noción fue acuñada a finales de la década de los sesenta del siglo XX por el sociólogo japonés Yonehi Masuda. MASUDA, Y. *An introduction to the Information Society.* Tokio: Perikan-Sha, 1968.

ulterior despliegue por una novedosa forma de desarrollo socioeconómico en el que los procesos de adquisición, almacenamiento, procesamiento, evaluación, transmisión, distribución y diseminación de la información focalizados hacia la creación del conocimiento desempeñan un rol central en la generación de riqueza y en la propia definición de la calidad de vida de la ciudadanía, en línea con lo escrito por Castells cuando se refiere a ella como un

nuevo sistema tecnológico, económico y social. Una economía en la que el incremento de productividad no depende del incremento cuantitativo de los factores de producción (capital, trabajo, recursos naturales) sino de la aplicación de conocimientos e información a la gestión, producción y distribución, tanto en los procesos como en los productos⁷.

Para poder comprender esta relación debemos tener en cuenta que hoy en día, con las lógicas diferencias entre los distintos grupos de países, dicha Sociedad de la Información se concreta, entre otros, en aspectos como el incremento continuado en el número de conexiones a Internet entre los sectores empresarial, doméstico y de las Administraciones Públicas; el drástico aumento en los índices de penetración de la telefonía móvil, considerada como una de las innovaciones de referencia en este ámbito de actuación; el crecimiento sostenido del volumen de negocio generado por el comercio electrónico; las mejoras infraestructurales en las tecnologías de la información y las comunicaciones; y el impulso de fenómenos como la formación electrónica (e-formación), las ciudades digitales y el teletrabajo.

Más allá de las numerosas reflexiones que se hacen sobre la Sociedad de la Información la perspectiva que queremos analizar aquí es la referida a la capacidad de erigirse en un entorno puesto al servicio de todos los individuos, sin distinción de sexo, condición social, entorno laboral o capacidad físico-psíquica. Precisamente cuando no se logra este objetivo igualitario es cuando nos encontramos ante la ya celeberrima “brecha digital”⁸, un concepto verdaderamente polisémico puesto que puede darse entre países desarrollados y no desarrollados, ricos y pobres, hábitats urbanos y agrícolas y personas sin discapacidad e individuos discapacitados.

Y es en este último aspecto cuando surge la noción de accesibilidad web, entendida como esa capacidad de poner las potencialidades de la Sociedad de la Información al servicio de personas con problemas físicos y psíquicos. Conviene poner de relieve que, pese a que la Sociedad de la Información actúa como factor de cambio social, su expansión en modo alguno implica que nos encontremos ante una opinión pública especializada en las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. Como escribe Sáez Vacas refiriéndose a los ciudadanos comunes

no son programadores, ni ingenieros informáticos o electrónicos o de telecomunicación, ni participantes incansables en una campus-party, ni expertos en cadenas de producción o en diseño gráfico, ni nada especializado en cualquier rama de la infotecnología. Son simplemente unos usuarios (finales, en la jerga técnica) más dentro de cualquier conjunto formado por cientos de miles o de millones de infoc Ciudadanos, usuarios de una (o varias) tecnología o aplicación tecnológica: Usuarios de terminales multifuncionales de telefonía

⁷ CASTELLS, M. *La Era de la Información*. Madrid: Alianza Editorial, 1998, p. 45

⁸ Fue el estadounidense Simon Moores quien acuñó el término “*digital divide*” en la década de los noventa.

móvil; de páginas, sitios o servicios web diversos, con sus múltiples ofertas y posibilidades operativas, incluyendo a los blogs; de las PDA; de ordenadores personales, ya imprescindibles para casi todo; de cámaras digitales; de videojuegos por consola o por ordenador; de reproductores mp3 más o menos complejos; de reproductores o grabadores DVD; de telefonía VoIP, sobre todo con Skype; de navegadores GPS, etcétera.⁹

Conseguir el objetivo de la accesibilidad web pasa por la adopción de tres grandes tipos de medidas: un esfuerzo regulatorio de las Administraciones Públicas, como garantes del proceso de acceso igualitario a la Sociedad de la Información; la implementación práctica por parte de todas aquellas organizaciones (instituciones, empresas, asociaciones de toda índole y, por supuesto, empresas de la información) que cuentan con una página web; y la formación adhoc de las personas con discapacidades para la correcta gestión de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones.

Sabiendo esto, entendemos la accesibilidad web como la posibilidad de adentrarse en los contenidos de la Red independientemente del tipo de hardware, software, infraestructura de red, idioma, cultura, localización geográfica y capacidades de los usuarios. A grandes rasgos, indica la capacidad de acceso a la web y a sus contenidos por parte de todo tipo de personas, incluyendo las que tengan algún tipo de discapacidad, con independencia de la discapacidad de que se trate (conviene poner de relieve que mejora el acceso a la web en general, por lo que no es de interés únicamente para personas con discapacidad, como en ocasiones parece darse a entender).

Expresado con otras palabras, la accesibilidad web permite acercarse a la información contenida en los sitios web sin limitación alguna por razón de deficiencia, minusvalía o tecnología utilizada sin que interfieran, por ejemplo, aspectos como: problemas de oído, visión, movilidad; dificultades de lectura o comprensión cognitiva; imposibilidad de utilización del teclado o el ratón; lector de sólo texto, pantalla pequeña o conexión lenta.

Todo lo hasta ahora indicado cabe también ser aplicado a un tipo específico de páginas web como son las que corresponden a los ciberperiódicos, un producto del mercado de la comunicación surgido de una emergente fórmula informativa como es el ciberperiodismo, que identificamos con el tratamiento de la información periodística que, hoy por hoy, permite el envío y recepción online de textos, imágenes estáticas (dibujos, fotografías, infografías...), imágenes dinámicas y sonido de manera integrada, así como la participación de las audiencias, convertidas en potenciales generadoras y evaluadoras de contenidos.¹⁰

⁹ SÁEZ VACAS, F. Contextualización sociotécnica de la web 2.0. Vida y sociedad en el Nuevo Entorno Tecnosocial. En FUMERO, A. y ROCA, G. *Web 2.0*. Madrid: Fundación Orange, 2007, p. 98.

¹⁰ Es necesario precisar que empleamos la noción de ciberperiodismo en un sentido similar al de otros autores cuando utilizan acepciones como periodismo online, periodismo en línea, periodismo en red, periodismo de red, periodismo multimedia, periodismo hipermedia, periodismo electrónico o periodismo digital, entre otras. Preferimos el término de ciberperiodismo, sin que ello implique ninguna clase de menoscabo de las anteriores denominaciones, en línea con autores como Díaz Noci y Salaverría. DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA, R. (coordinadores). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel, 2003, p. 17.

Este concepto de ciberperiodismo nos permite situar esta nueva realidad frente al periodismo convencional y extraer tres rasgos característicos: su carácter online en los respectivos ámbitos de producción, distribución y explotación comercial (es decir, sin la existencia de una avanzada infraestructura tecnológica resulta inviable); la multimedialidad de sus contenidos, al aunar textos, imágenes estáticas y en movimiento y sonidos (y ello en tanto en cuanto no aparezcan nuevas posibilidades sensitivas en ámbitos como olfato, gusto o tacto o no se avance significativamente en un aspecto visual como es la holografía); y la participación de las audiencias, cuyo rol contrasta significativamente con su habitual pasividad en los medios de comunicación tradicionales. Tal y como advertiremos a continuación, el peso específico de la accesibilidad web en estos tres aspectos es sustancial.

3. El Grupo Planeta ante el fenómeno del ciberperiodismo

3.1. Datos generales

Fundado en 1949 a partir de la creación de *Editorial Planeta*, el *Grupo Planeta* es un holding multimedia con una destacada presencia en el mercado de la comunicación, tanto en España como en Latinoamérica (donde está presente de manera ininterrumpida desde 1966), incluyendo numerosas participaciones en prensa escrita, radio, televisión e Internet. En la actualidad desarrolla su actividad en más de veinticinco países, con un público potencial de más de setecientos millones de personas y cuenta con setenta sellos editoriales que generan y publican contenidos en español, francés, portugués y catalán.

La apuesta por Internet forma parte de su política estratégica como fórmula para consolidar su posición competitiva en un mercado cada vez más global, exigente y dinámico. Tal actuación se concreta en dos ejes directrices determinados: por una parte, ofrecer productos informativos diferenciados para públicos distintos, conforme las exigencias del mercado; y, al mismo tiempo, generar sinergias y economías de escala que faciliten su subsistencia en dicho negocio.

Dentro de esta línea de potenciación de su área online en España y América Latina, en su memoria corporativa correspondiente a 2007 se subraya:

La más reciente e innovadora área de productos del Grupo Planeta está constituida por jóvenes empresas relacionadas con el mundo de internet, la telefonía móvil y las nuevas formas de acceso que están transformando el entretenimiento y la cultura.

Las pantallas de ordenadores y terminales telefónicos se han convertido en la puerta de entrada a un mundo dinámico y relacional de grandes dimensiones. El comercio electrónico es para un amplio sector de población (sobre todo adolescentes y jóvenes, pero también cada vez más adultos y personas de edad) la forma más habitual de acceso a productos y servicios tangibles e intangibles, donde lo virtual deviene real.

En los últimos meses el Grupo Planeta ha sumado algunas destacadas compañías líderes en sus respectivos segmentos. Es el caso de LaNetro Zed (líder mundial en contenidos para teléfonos móviles), Muchoviaje.com (referente en la comercialización de viajes en la red), DVDgo (líder de ventas de cine, música y videojuegos por internet), OJGames y OcioJoven (portales que además

de venta de productos ofrecen juegos, chats, foros y concursos que crean comunidad). Entre todas suman cerca de dos millones de usuarios.¹¹

En la actualidad las cabeceras digitales que forman parte del *Grupo Planeta* son las siguientes¹²:

- *Antena 3 Televisión* (<http://www.antena3.es>) desde junio de 2003.
- *Onda Cero* (<http://www.ondacero.es>) desde junio de 2003¹³.
- *Avui* (<http://www.avui.cat>) desde 2003¹⁴.
- *ADN* (<http://www.adn.es>) desde marzo de 2006¹⁵.
- *Europa FM* (<http://www.europafm.com>) desde 2003.
- *La Razón* (<http://www.larazon.es>) desde 2000.
- SRDT (Sociedad de Radio Digital Terrestre) (<http://www.radiodigitalterrestre.com>) desde 2000.

En verano de 2007 el *Grupo Planeta* adquirió CEET (*Casa Editorial El Tiempo*), el primer grupo de medios de comunicación de Colombia (<http://www.casaeditorialeltiempo.com>), editor del diario *El Tiempo* (<http://www.eltiempo.com>), el periódico de mayor circulación del país y uno de los de mayor tirada de toda Hispanoamérica.

CEET es, además, propietario del diario económico *Portafolio*, el popular *Hoy* y un conjunto de publicaciones locales denominadas *7 Días*. También publica las revistas *Cambio* (información general), *Aló* (femenina), *Don Juan* (masculina), *Enter 2.0* (tecnología) y *Gestión* (negocios). En televisión opera con el canal *City TV* y en Internet ha puesto en marcha varios portales de notable repercusión como *metrocuadrado.com* (dedicado al sector inmobiliario), *motor.com* (automoción) y *elempleo.com* (especializado en oferta y demanda de recursos humanos).¹⁶

3.2. Los casos de las versiones digitales de *La Razón* y *El Tiempo*

La versión digital de *La Razón* comenzó en el mismo momento en que el diario en papel ve la luz en noviembre de 1998. Por consiguiente el ciberperiódico ha atravesado las mismas vicisitudes que su homónimo en papel, pudiéndose distinguir dos etapas desde un punto de vista empresarial:

¹¹ GRUPO PLANETA. Memoria Corporativa 2007. Barcelona: Grupo Planeta, 2007, p. 10.

¹² No se explicitan aquí, por escaparse del propósito de la investigación en la que se sustenta este artículo, las participaciones de *Planeta* en revistas como *Historia* y *Vida* o *PlayBoy* (en ambas conjuntamente con el *Grupo Godó* a través de la sociedad *Prisma Comunicaciones*) o en el *Grupo Júbilo* (especializado en el segmento de publicaciones dirigidas a personas mayores de 65 años). Tampoco se alude al desglose de empresas audiovisuales y publicitarias dependientes de *Antena 3* (*Antena Neox*, *Antena Nova*, *Altres Advertising*, *Movierecord*, *Unipublic...*).

¹³ En estrecho nexo con *Onda Cero* también cuenta con *Rkor Radio*, un grupo de emisoras dentro del área de Cataluña, y *Radio España*.

¹⁴ *Planeta* posee el cuarenta por ciento de su accionariado. El restante sesenta por ciento se reparte entre el *Grupo Godó* (cuarenta) y la Generalitat de Catalunya (veinte) a través del Institut Català de Finances). Hasta 2007 a través de los dominios <http://www.avui.es> y <http://www.avui.cat> y desde entonces desde <http://www.avui.cat>.

¹⁵ En un primer momento bajo la dirección web <http://www.diarioadn.com> y desde septiembre de 2007 bajo el actual dominio.

¹⁶ Cfr. <http://www.metrocuadrado.com/servlet/co.com.m2.servlet.MostrarHome>, <http://www.motor.com.co/> y <http://elempleo.com/>.

- En sus primeros momentos la empresa editora del diario fundado por Luis María Ansón, *Audiovisual Española*, es participada por distintas sociedades, entre las que se encuentran *Grupo Zeta*, *Iniciativas Deportivas Alicantinas*, *Sherry Towers*, *Renvir* y, mediante una ampliación de capital en 1999, *Consulting Hispano-Mexicano de Negocios*, *Iberoamericana de Inversiones* y *Grupo Profesional*, entre otras.
- A partir del año 2000 se produce la entrada en *Audiovisual Española* del *Grupo Planeta* quien, poco a poco, va haciéndose con la mayoría del capital social. Este proceso culmina con la completa desvinculación a finales de 2005 de Luis María Ansón, quien previamente ya había cesado en sus funciones como Presidente en marzo de 2004.

La apuesta que el *Grupo Planeta* realiza por este digital se consolida a partir de 2007: el cibermedio deja de ser un mero volcado en la Red del diario impreso y comienza a adquirir relevancia como un producto informativamente diferenciado, con un nuevo diseño (más flexible, ágil y fácil de utilizar para los internautas), contenidos propios y apuesta por tecnologías como la telefonía móvil para facilitar el acceso a todo tipo de usuarios.

Por su parte *El Tiempo* es fundado a comienzos de 1911, convirtiéndose con los años en uno de los diarios de referencia de la prensa colombiana y uno de los de mayor prestigio en toda América Latina. Desde 1997 está en versión online. Su presencia en la Red se ha visto reforzada a partir de su adquisición por *Planeta*, lo que le ha permitido consolidarse en esta primera década del siglo XXI como el principal portal de noticias de Colombia, con una creciente oferta de información multimedia, tal y como se indica en la memoria corporativa del Grupo de 2008:

Con una completa oferta de información multimedia y una dinámica de actualización 24x7x365, el tiempo.com es un referente en medios digitales y modelos de participación a escala mundial. Recientemente complementó su evolución brindando acceso a todas sus noticias desde 1990, ofreciendo la primera versión móvil en Latinoamérica navegable desde teléfono móvil y abriendo aún más su espacio de participación con la nueva sección Yo publico. Eltiempo.com, en continua evolución.¹⁷

4. Niveles de accesibilidad en *La Razón* y *El Tiempo*

4.1. *La Razón*

Desde el punto de vista jurídico, la actividad de los ciberperiódicos españoles se ve afectada por la *Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico* (34/2002 de 11 de julio) que indica explícitamente en su Disposición Adicional Quinta, titulada “*Accesibilidad para las personas con discapacidad y de edad avanzada a la información proporcionada por medios electrónicos*”, que todas

¹⁷ GRUPO PLANETA. Memoria Corporativa 2008. Barcelona: Grupo Planeta, 2008, p. 155.

las webs que dependan directa o indirectamente de las Administraciones Públicas deben ser accesibles desde el 31 de diciembre de 2005.¹⁸

Además, a un producto informativo como es la versión digital de *La Razón* le es de aplicación el *Real Decreto 1494/2007 de 12 de noviembre por el que se aprueba el Reglamento sobre las condiciones básicas para el acceso de las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información y medios de comunicación social*.¹⁹ En dicho Real Decreto se menciona el plazo de diciembre de 2013 como el límite temporal en el que las páginas web privadas tendrán que ser accesibles para el conjunto de la ciudadanía, aunque la alusión es ciertamente ambigua. La mera mención a medios de comunicación social ya da una idea de la importancia dada por el legislador a este ámbito de actividad.²⁰

El empleo de la herramienta de análisis TAW indica que no es habitual que se proporcionen textos equivalentes para los elementos no textuales (vídeos, dibujos, sonido, etc.), algo particularmente significativo ante el creciente uso de contenidos multimedia por parte de este cibermedio. Por citar algunos ejemplos relevantes, no existen dichos procedimientos de accesibilidad en componentes como GIFs animados, applets o botones gráficos. Tampoco se advierten en archivos exclusivamente de audio o en bandas sonoras de documentos de vídeo.

En líneas generales, no se garantiza la independencia del color, asegurando que los textos y gráficos sean comprensibles cuando se vean sin color. No parece que se esté verificando con la suficiente energía que las combinaciones de los colores de fondo y primer plano tengan suficiente contraste para que sean percibidas por personas con dificultades de percepción de color o por pantallas en blanco y negro.

Es frecuente el uso incorrecto de marcadores y hojas de estilo. Un ejemplo concreto que subraya dicha carencia es que muy a menudo se incurre en situaciones como utilizar una tabla para maquetar o un encabezado (etiqueta H) para cambiar el tamaño de la fuente, lo que dificulta que los usuarios con software especial naveguen por la página. También se advierte una escasa identificación del

¹⁸ BOE. *Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico*. Madrid: Boletín Oficial del Estado, 12 de julio de 2002, p. 25.399. Dicha norma se completó con las referidas a la *Ley 11/2007 de Acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos de 22 de junio* y la *Ley 56/2007 de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información de 28 de diciembre*.

¹⁹ BOE. *Real Decreto 1494/2007 por el que se aprueba el Reglamento sobre las condiciones básicas para el acceso de las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información y medios de comunicación social*. Madrid: Boletín Oficial del Estado, 21 de noviembre de 2007, pp. 47.567-47.572.

²⁰ De manera adicional, la normativa española es afectada por el conocido como *Plan de Acción eEurope 2002*, aprobado por la Comisión Europea en junio de 2002, entre cuyos objetivos figuraban aumentar el número de conexiones a Internet, abrir el conjunto de redes de comunicación a la competencia y estimular el uso de Internet, haciendo hincapié en la formación y protección de los consumidores. Dentro de esta faceta de formación y protección en esa propuesta se encuentra ya el germen de la accesibilidad bajo el epígrafe "*Participación de todos en la economía basada en el conocimiento*". Dicha declaración teórica se concreta en las respectivas Resoluciones del Consejo Europeo de 26 de marzo de 2002 ("*eEurope 2002: Accesibilidad de los sitios web públicos y su contenido*") y de 6 de febrero de 2003 ("*Accesibilidad electrónica-mejora del acceso de las personas con discapacidad a la sociedad del conocimiento*") a la hora de sentar las bases para consolidar este aspecto, tanto en el ámbito de lo público como en lo tocante a empresas y ciudadanos.

idioma, al no utilizarse marcadores que faciliten la pronunciación o interpretación de texto abreviado o extranjero. Además, al no identificarse el idioma original usado no se permite a los motores de búsqueda localizar las palabras clave e identificar los documentos en el idioma deseado.

Por otro lado se ha detectado un uso inadecuado de tablas. Éstas no sólo se están empleando para mostrar información (tablas de datos), sino que también se utilizan en la maquetación, lo que crea dificultades para algunos lectores.

Se asiste a un abuso de los contenidos móviles o parpadeantes. Se percibe la existencia de objetos o páginas que se mueven, parpadean, se desplazan o actualizan automáticamente sin poder ser detenidos por los internautas. Debido a ello los lectores de pantalla son incapaces de leer textos móviles. De manera adicional advertimos el escaso uso de interfaces de usuario incrustadas, por lo que en muchas ocasiones el acceso a la funcionalidad no es independiente del dispositivo, teclado operativo o voz automática, algo particularmente significativo en un entorno que aboga precisamente por tecnologías multisistema y multiplataforma en los procesos de acceso a toda clase de contenidos web.

4.2. *El Tiempo*

Entre las principales normativas que inciden, de manera directa o indirecta, sobre la accesibilidad web en Colombia se encuentran la *Directiva Presidencial número 2* de 2000, la *Ley 812* de 2003, el documento *Vision 2019*, la *Ley 1151* de 2007 y el *Decreto 1151* de 2008. Además, la *Directiva Presidencial número 10* de 2002, la *Ley 790* de 2002 y el *Documento CONPES 3248* de 2003 introducen determinadas disposiciones referentes a la modernización de la Administración Pública del país.

También tienen cierta relevancia el *Documento CONPES 3292* de 2004 y la *Ley 962* de 2005 que precisan acciones para facilitar las relaciones de los ciudadanos y empresarios con la Administración Pública, así como el *Decreto 2170* de 2002, el *Documento CONPES 3249* de 2003, el *Decreto 2434* de 2006 y la *Ley 1150* de 2007, que fortalecen la transparencia y eficiencia en la contratación pública con el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

Todo este conjunto normativo se ha consolidado con las líneas directrices sobre accesibilidad web trazadas por el *Decreto 1151* de 14 de abril de 2008, concretado en el denominado "*Manual para la implementación de la Estrategia de Gobierno En Línea*" del Ministerio de Comunicaciones colombiano, aplicable esencialmente a páginas web de naturaleza pública pero que esboza una declaración de intenciones para las páginas privadas (incluyendo aquí las de las versiones digitales de los periódicos)²¹.

La utilización de la herramienta TAW indica que *El Tiempo* está todavía lejos de cumplir con los criterios de accesibilidad establecidos por la *World Wide Web*

²¹ Cfr. <http://www.gobiernoenlinea.gov.co/documentos/ManualGEL2008.pdf>. Un hecho que demuestra este creciente interés por adecuarse a los estándares internacionales en materia de accesibilidad web fue la celebración del *III Congreso de Investigación y Tecnología en Usabilidad, Realidad Virtual y Robótica*, desarrollado en octubre de 2006 en la Universidad del Quindío (departamento de Armenia).

Consortium. Entre las principales carencias que se advierten se encuentra el uso de un gran número de marcos (muchos de ellos no titulados) dentro de su web, así como la presencia de elementos gráficos o archivos sonoros no marcados ni etiquetados (con una descripción adecuada de su contenidos o de lo que representa).

Se percibe un incumplimiento sistemático de la directriz de diseño independiente del dispositivo, lo que impide al usuario la posibilidad de interactuar con la aplicación con un dispositivo de entrada o salida específico (ratón, teclado, voz, puntero,...). Si, por ejemplo, un botón de un formulario sólo puede ser activado con el ratón, alguien que use la página sin verla no será capaz de utilizar el formulario.

Hay escasez de información de contexto que permita a los usuarios comprender la relación entre elementos de la página. Los mecanismos de navegación (barra de navegación, mapa de la web, etc.) no son siempre claros y coherentes, con lo que no se incrementa la probabilidad de que una persona encuentre lo que está buscando en la medida que se debiera. La gran cantidad de contenidos de la versión digital de *El Tiempo* acentúa el peso específico de esta carencia.

Además, *El Tiempo* comparte otras deficiencias en materia de accesibilidad web que ya poníamos de relieve en el análisis realizado con *La Razón* (y sobre las que no insistiremos aquí), incluyendo que no se proporcionan textos equivalentes para los elementos no textuales (vídeos, dibujos, sonido, etc.) ni se garantiza la independencia del color, asegurando que los textos y gráficos sean comprensibles cuando se vean sin dicho elemento cromático.

Asimismo, también es frecuente el uso incorrecto de marcadores y hojas de estilo, la utilización de tablas en la maquetación del ciberperiódico o el abuso de contenidos móviles o parpadeantes. Tampoco es habitual el empleo de interfaces de usuario incrustadas y continúa produciéndose la circunstancia de que cuando un objeto incrustado tiene su propia interfaz, ésta no siempre es accesible.

5. Conclusiones

La accesibilidad web se erige en uno de los pilares estratégicos sobre los que se sustenta la Sociedad de la Información, entendida no sólo como ese ciberlugar en el que existe una nueva distribución del trabajo, aparecen ocupaciones inéditas y desaparecen otras clásicas, emergen novedosos nichos de mercado..., sino también como un hábitat interconectado donde se pretende, a toda costa, incrementar la velocidad de los procesos productivos mientras se abaratan sus costes, así como fomentar, siempre en la medida de lo posible, el confort profesional y personal de los individuos.

Se advierte por parte de los poderes públicos un considerable esfuerzo normativo para garantizar la accesibilidad web entre su ciudadanía. Por parte de dichos poderes públicos se identifica dicha noción con atributos como calidad, acceso universal, usabilidad, mejor indexación, mejoras técnicas y en los contenidos, independencia de dispositivo y movilidad. Tal realidad se percibe claramente en los casos de Colombia y España aquí contemplados a través de sus respectivos cibermedios *El Tiempo* y *La Razón*, propiedad de un mismo grupo

empresarial como es *Planeta*, uno de los más activos a ambas orillas del Atlántico en lo que se refiere al mercado de la comunicación en general y al negocio periodístico online en particular.

El grado de cumplimiento de la accesibilidad web en los casos de las versiones digitales de *La Razón* en España y *El Tiempo* en Colombia se encuentra todavía por debajo de lo que sería deseable en un entorno como el actual. Entre las principales carencias detectadas en ambos cybermedios se encuentran las siguientes: escasa percepción del contenido de los cyberperiódicos, insuficiente capacidad para garantizar la independencia del color, frecuente uso incorrecto de marcadores y hojas de estilo, utilización inadecuada de tablas, escasa información de contexto y mecanismos de navegación (barra de navegación, mapa de la web, etc.) no siempre claros y coherentes.

Además, el diseño de ambos cyberperiódicos habrá de adaptarse a este conjunto de requerimientos y hacerlos compatibles con aspectos como la apuesta cada vez más decidida por la multimedialidad, el fomento de la hipertextualidad y la búsqueda de un producto cada vez más interactivo en el que el peso específico de las audiencias continúe creciendo. La accesibilidad web también exigirá cambios en su adaptación a los nuevos soportes cuya relevancia dentro del sector de las tecnologías de la información y la comunicación es creciente (esencialmente los dispositivos móviles y las videoconsolas).

6. Bibliografía

BOE. *Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico*. Madrid: Boletín Oficial del Estado, 12 de julio de 2002, pp. 25.388-25.403.

----. *Real Decreto 1494/2007 por el que se aprueba el Reglamento sobre las condiciones básicas para el acceso de las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información y medios de comunicación social*. Madrid: Boletín Oficial del Estado, 21 de noviembre de 2007, pp. 47.567-47.572.

CASTELLS, M. *La Era de la Información*. 1ª edición. Madrid: Alianza Editorial, 1998.

DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA, R. (coordinadores). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. 1ª edición. Barcelona: Ariel, 2003.

GARCÍA, J. *Estándares W3C. La WEB con mayúsculas*. Huesca: IX Congreso de Periodismo Digital, 27 de marzo de 2008. Disponible en: <http://novenocongresoperiodismo.com/ponencias/programa.asp#> [Consulta: 22 de octubre de 2009].

GRUPO PLANETA. *Memoria Corporativa 2007*. Barcelona: Grupo Planeta, 2007.

----. *Memoria Corporativa 2008*. Barcelona: Grupo Planeta, 2008.

MASUDA, Y. *An introduction to the Information Society*. 1ª edición. Tokio: Perikansha, 1968.

Millán, G. *Interacción Hombre-Máquina. Comprobación de accesibilidad, evaluación de herramientas Bobby y TAW*. 1ª edición. Salamanca: Universidad Pontificia, 2004.

MINISTERIO DE COMUNICACIONES DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. *Manual para la implementación de la Estrategia de Gobierno En Línea*. Bogotá: Ministerio de Comunicaciones, mayo de 2008. Disponible en: <http://www.gobiernoenlinea.gov.co/documentos/ManualGEL2008.pdf> [Consulta: 11 de octubre de 2009].

SÁEZ VACAS, F. Contextualización sociotécnica de la web 2.0. Vida y sociedad en el Nuevo Entorno Tecnosocial. En A. FUMERO, y G. ROCA. *Web 2.0* (pp. 96-122). 1ª edición. Madrid: Fundación Orange., 2007.

<http://www.eltiempo.com> [Consulta: 25 de octubre de 2009].

<http://www.fundacionctic.org> [Consulta: 15 de septiembre de 2009].

<http://www.larazon.es> [Consulta: 25 de octubre de 2009].

<http://www.tawdis.net> [Consulta: 21 de septiembre de 2009].

<http://www.w3c.es> [Consulta: 22 de octubre de 2009].