



"LAS SEDES WEB DE PATRIMONIO RELIGIOSO: COMUNICACIÓN DE CALIDAD EN SU PUESTA EN VALOR"

MTR. DIANA RODRÍGUEZ PALCHEVICH*

Introducción

El patrimonio religioso y los lugares sagrados constituyen un aspecto central de la cultura y la identidad de los pueblos y las nuevas tecnologías extienden hoy nuestras posibilidades de preservarlo y difundirlo más allá de tiempos y distancias.

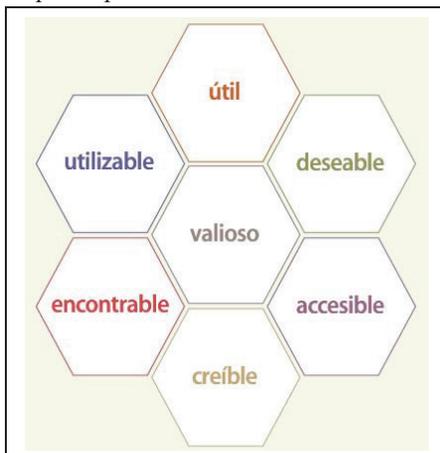
La Web y las herramientas que ésta nos proporciona nos ayudan en esta labor de concientizar y educar en la importancia de proteger nuestro patrimonio de culto, esos valores sagrados y profundos que nos identifican como pueblos determinados.

Pero esa misma web que nos crea caminos de comunicación, también nos coloca delante un gran desafío; el volumen cada vez mayor de sedes web que compite con las nuestras a la hora de atraer y fidelizar visitantes. Y una web que no tiene visitantes, pierde su razón de ser: la comunicación y retroalimentación de sus mensajes.

Los visitantes de nuestras sedes en línea están cada vez más tiempo en la Web donde encuentran información y contenidos muchas veces más amplios, actualizados y atractivos que la página de patrimonio.

De ahí que debamos ofrecerles servicios digitales de tanta calidad que puedan competir con tanta oferta en línea. Nuestra sede web debe esforzarse cada vez más por atraer y fidelizar a los usuarios en la Web. Nuestro sitio debe ser considerado por ellos como la mejor manera que tienen a su alcance para alcanzar la mejor información digital sobre el patrimonio religioso que necesitan.

Peter Morville (2002) definió, en su famoso Panal de abejas, los siete atributos de calidad que según él debería poseer todo sitio web que se preciara de tal:



*Diana Rodríguez Palchevich, Máster en Documentación Digital. dianainforma@gmail.com



Las sedes web deberían planificarse y diseñarse cuidadosamente para ser:

1. Accesibles: sus contenidos se podrán usar por todos y todas, sin diferencias de capacidades, competencias ni entornos
2. Usables: la página deber ser percibida por los visitantes, como útil, fácil de aprender, fácil de usar, interesante, agradable y creíble
3. Encontrables: la “encontrabilidad” (o findability) de un sitio está relacionado tanto con su posicionamiento Web en los buscadores más utilizados por los usuarios, como por su ubicación y señalización dentro del sitio Web institucional anfitrión, si fuera el caso. Baza Yates (2002) se refiere a este atributo como la Ubicuidad del sitio Web. Si un sitio no puede ser hallado ni accedido, tampoco podrá ser utilizado con facilidad.
4. Útiles. el sitio web debe posibilitarle el concretar sus objetivos, en nuestro caso informarse sobre el patrimonio de culto y las creencias que lo sustentan.
5. Deseables: deberíamos balancear la búsqueda de la eficiencia con el placer y el disfrute estético que provoque nuestro sitio en sus visitantes
6. Creíbles: la información que se difunda debe ser evaluada en su pertinencia y veracidad antes de estar disponible en el sitio web
7. Valiosos: nuestros sitios deben aportar valor para nuestros visitantes.

Por razones de extensión, en esta ponencia sólo habré de referirme a la Accesibilidad y la Usabilidad, ya que estos atributos de calidad subsumen a los demás.

Accesibilidad

Definiciones y conceptos

Para definir la Accesibilidad en términos generales de un objeto o servicio utilizaremos la Wikipedia:

“... el grado en el que todas las personas pueden utilizar un objeto, visitar un lugar o acceder a un servicio, independientemente de sus capacidades técnicas, cognitivas o físicas” (Wikipedia)

En cambio, para definir la Accesibilidad Web la definición del Consorcio W3C¹, quien dice que Accesibilidad Web significa que:

“... personas con algún tipo de discapacidad van a poder hacer uso de la Web. En concreto, al hablar de accesibilidad Web se está haciendo referencia a un diseño Web que va a permitir que estas personas puedan percibir, entender, navegar e interactuar con la Web, aportando a su vez contenidos. “

“La accesibilidad Web también beneficia a otras personas, incluyendo personas de edad avanzada que han visto mermadas sus habilidad a consecuencia de la edad. “

“La accesibilidad Web engloba muchos tipos de discapacidades, incluyendo problemas visuales, auditivos, físicos, cognitivos, neurológicos y del habla.”

¹ El World Wide Web Consortium (W3C) es una comunidad internacional que desarrolla estándares que aseguran el crecimiento de la Web a largo plazo (<http://www.w3c.es/>)



La Accesibilidad es un atributo de calidad universal e imprescindible en las sedes web en todo el mundo. En la República Argentina es de aplicación obligatoria por la Ley 26.653² de accesibilidad de la información en las páginas web, promulgada el de noviembre de 2010.

La Ley 26.653 en su artículo 3° define la Accesibilidad Web con un criterio más amplio que el W3C:

“Se entiende por accesibilidad a los efectos de esta ley a la posibilidad de que la información de la página Web, puede ser comprendida y consultada por personas con discapacidad y por usuarios que posean diversas configuraciones en su equipamiento o en sus programas.”

Usuarios que más se benefician con un diseño accesible

De acuerdo a las dos definiciones mencionadas los usuarios que más se benefician de un diseño web accesible son entre otros, aquellos que:

- Posean algún tipo de discapacidad física o neurológica
- Usuarios ancianos con inconvenientes propios del envejecimiento.
- Usuarios afectados por circunstancias del entorno como baja iluminación, ambientes ruidosos, espacio reducido entre otros
- Usuarios que deban acceder mediante equipos y conexiones con posibilidades limitadas
- Usuarios que no dominen el lenguaje del sitio, así fuera por causa del idioma como del nivel cultural.
- Usuarios inexpertos en el uso de las TIC.

Ventajas de un diseño web accesible para la institución y los webmasters

Una sede web no sólo beneficia a sus usuarios; también produce estas ventajas a la sede web y a la institución responsable:

- simplifica el desarrollo y mantenimiento del sitio web
- ahorra costes en mantenimiento y mesas de consultas
- mejora la indexación y el posicionamiento SEO en buscadores
- facilita la independencia de dispositivo y la interoperabilidad
- mejora la usabilidad
- incrementa el flujo de visitantes
- atrae los usuarios potenciales

Pautas y niveles de Accesibilidad Web propuestos por el Consortium W3C El Consorcio W3C propone 14 pautas de Accesibilidad conformadas por 65 puntos de verificación a su vez divididos en tres niveles de Accesibilidad.

1. Proporcione alternativas equivalentes para el contenido visual y auditivo
2. No se base sólo en el color
3. Utilice marcadores y hojas de estilo y hágalo apropiadamente

² Esta Ley alcanza a los entes que pertenezcan al Estado nacional, de los tres poderes que lo constituyen, sus organismos descentralizados o autárquicos, los entes públicos no estatales, las empresas del Estado y las empresas privadas concesionarias de servicios públicos, empresas prestadoras o contratistas de bienes y servicios.



4. Identifique el idioma usado
5. Cree tablas que se transformen correctamente
6. Asegúrese de que las páginas que incorporen nuevas tecnologías se transformen correctamente
7. Asegure al usuario el control sobre los cambios de los contenidos tempo-dependientes
8. Asegure la accesibilidad directa de las interfaces incrustadas
9. Diseñe para la independencia del dispositivo
10. Utilice soluciones provisionales
11. Utilice las tecnologías y pautas W3C
12. Proporcione información de contexto y orientación
13. Proporcione mecanismos claros de navegación
14. Asegúrese de que los documentos sean claros y simples

Prioridad 1 o Nivel A: Estos son los puntos que un desarrollo web TIENE que cumplir para que uno o más grupos de usuarios no encuentren imposible acceder a su sitio Web.

Prioridad 2 o Nivel AA: Son los puntos que DEBE cumplir para que uno o más grupos de usuarios no encuentren dificultades para acceder al sitio.

Prioridad 3 o Nivel AAA: Son los puntos que PUEDE cumplir para que uno o más grupos de usuarios no encuentren alguna dificultad para acceder a la página.

Por razones de extensión de la ponencia no me extenderé más en la reflexión teórica sobre la Accesibilidad web. Para interiorizarse más invito a los colegas a vistar estos enlaces:

- Guía de Accesibilidad y estándares Web (AteDis)³
- Guía breve de Accesibilidad Web (W3C)⁴

Usabilidad

Definiciones y conceptos

Usabilidad significa fácil de usar y esta afirmación es válida tanto para objetos, productos, servicios como para sitios web.

En el caso particular de los sitios web, y para un abordaje inicial al concepto, mencionaremos a Jacob Nielsen, quien en el año 2003, se refirió a la usabilidad como:

“el atributo de calidad que mide lo fáciles de usar que son las interfaces web. Es decir un sitio web usable es aquél en el que los usuarios pueden interactuar de la forma más fácil, cómoda, segura e inteligentemente posible.” (Wikipedia)

En el transcurso de la ponencia iremos complementado esta definición con los aportes de otros expertos, lo que nos permitirá una comprensión más acabada del tema.

Usabilidad y accesibilidad

³ Disponible en URL: < http://www.atedis.gov.ar/acceso_guia.php (último acceso 17/07/2012)

⁴ Disponible en URL: < <http://www.w3c.es/Divulgacion/GuiasBreves/Accesibilidad> (último acceso 17/07/2012)



La usabilidad y la accesibilidad son conceptos que van de la mano; aunque diferentes, se complementan necesariamente. Un producto o servicio primero debe ser accesible y luego, fácil de usar para los fines que persigue.

Por otro lado, la accesibilidad es un atributo de calidad imprescindible, universal y objetivo. Mientras que la usabilidad es recomendable, específica y subjetiva, ya que cada cosa es usable en sí, sino en la percepción generada en sus usuarios con necesidades, contextos y oportunidades determinadas⁵.

Por eso, un sitio Web debe garantizar la accesibilidad universal para todos; pero la usabilidad para su propio universo de usuarios, en todas las tipologías probables⁶ que en éste se comprendan⁷.

En otras palabras, la accesibilidad obliga diseñar universalmente para todos las personas, mientras la usabilidad, recomienda hacerlo para una audiencia específica.

Elementos de la usabilidad

Del texto de la norma ISO/IEC 9241 que indica "*Usabilidad es la eficacia⁸, eficiencia⁹ y satisfacción¹⁰ con la que un producto permite alcanzar objetivos específicos a usuarios específicos en un contexto de uso específico*", se desprenden los elementos que interrelacionan en la usabilidad:

1. usuarios específicos,
2. tareas específicas y
3. contextos específicos que mantienen entre ellos relaciones de eficacia, eficiencia y satisfacción.

Características de la usabilidad

A estas alturas de la exposición, ya estamos en condiciones de asegurar que para que un producto o sede Web sea considerado usable por un determinado usuarios necesariamente debe conducirlo, de forma eficaz, eficiente y satisfactoria¹¹, al cumplimiento de los fines para las que fue creado¹².

⁵ Un mismo producto, servicio o sitio web puede ser percibido como más o menos usable, según el usuario, contexto o la tarea. Por ejemplo, un mismo sitio web que hace un par de años, fuera percibido como muy usable por sus usuarios, hoy podría ya no serlo ya que no responde a sus nuevas necesidades de uso.

⁶ Hay que diferenciar usuarios posibles, de usuarios probables. Usuarios posibles son todos aquellos que tienen posibilidades de acceder al servicio; mientras que usuarios probables, son aquellos que más frecuentemente lo necesitan y utilizan.

⁷ Por ejemplo, la sede Web de un laboratorio farmacéutico debe ser accesible por cualquiera, más allá de sus capacidades y contextos. Pero es necesario, que se mantenga siempre fácil de usar por todos sus tipos probables de usuarios. Y siendo los visitantes médicos unos de los tipos de usuarios más probables y frecuentes, no brindarles actualmente la posibilidad de una interfaz Web adaptada al uso móvil, le generaría perjuicios económicos a la empresa.

⁸ Eficacia es la capacidad de un producto o servicio que permitir el logro de los objetivos o tareas para los cuales el producto fue diseñado. Un peine debe ser eficaz para desenredar el cabello, si bien también pueda ser utilizado para separar hileras en una urdimbre, por ejemplo.

⁹ Eficiencia es la capacidad de un producto o servicio para permitir el logro de los objetivos o tareas para los cuales fue creado, de la manera más fácil, económica y rápida posible. Una lámpara de bajo consumo nos resulta hoy más eficiente para iluminar que una bombilla eléctrica, de su misma capacidad lumínica, ya que permite un considerable ahorro de energía.

¹⁰ Satisfacción en este caso, es la capacidad de un producto o servicio para permitir el logro de los objetivos o tareas para los cuales fue creado pero minimizando los esfuerzos necesarios y también las frustraciones por los posibles errores de aprendizaje y uso.

¹¹ Un sitio web, será percibido más usable en la medida que el beneficio de usarlo (su utilidad) justifique el esfuerzo por encontrarlo y por aprender a utilizarlo.

¹² No se debiera magnificar la facilidad de uso por sobre el cumplimiento de la tarea o fines del usuario. "*Si la facilidad de uso fuera el único criterio válido, las personas se quedarían en los triciclos y nunca probarían las bicicletas*" (Engelbart, citado por Hassan Montero, Y; Ortega Santamaria, S. (2009)



Pero los expertos añaden otras características que motivarán aún más la percepción de usable sobre un sitio web:

1. Si éste les resulta:
 - a. Fácil de aprender, recordar y usar
 - b. Flexible, que se adapta a todos los tipos probables de usuarios
 - c. Robusto, resistente
 - d. Seguro
 - e. Interesante y atractivo
2. Si les otorga sensación de control sobre los procesos, la información y la privacidad.

Estudios de usuarios

La identificación de las necesidades reales de los usuarios es básico para el diseño de la sede Web; de ella depende el éxito o fracaso de la usabilidad de nuestro sitio.

Existen numerosas y variadas metodologías de estudios de usuario, más todas ellas persiguen el objetivo común de indagar certeramente las necesidades, limitaciones, comportamientos y características de los usuarios probables a fin de lograr el diseño web más eficaz, eficiente y satisfactorio posible.

Los estudios de usuarios más aplicados son: Test con usuarios, Evaluación por expertos (o heurística), Card sorting, Eye-tracking, Etnografía, entrevistas, encuestas y analítica Web.

- Test de (con) usuarios: Es la tarea más fiable empleada para detectar las necesidades y dificultades reales de los usuarios. Consiste en la observación directa de un grupo de usuarios (alrededor de 15) mientras llevan a cabo una serie de tareas solicitadas por el evaluador. Se recomienda realizar este test en las etapas más tempranas del proyecto. Las desventajas principales: alto coste que implica el reclutamiento de los usuarios y los tiempos de los evaluadores para la realización de las pruebas y el análisis de los resultados.
- Evaluación heurística: Consiste en la evaluación realizada por expertos (entre 3 y 5) que analizan el sitio de acuerdo a principios de usabilidad previamente establecidos. Esta evaluación se puede realizar en cualquier momento del proyecto. Es un método más económico que el anterior pero menos fiable, pues no refleja las necesidades y conductas reales, pudiendo reportar falsas alarmas de usabilidad, es decir encontrar fallas donde no las hay.
- Card sorting: Se utiliza para detectar las relaciones semánticas (mapas mentales) de los conceptos en las mentes de los usuarios a fin de poder organizar los contenidos del sitio de la manera que mejor se correspondan. Consiste en solicitar a un grupo de usuarios (con un perfil acorde a la audiencia del sitio) que agrupen conceptos, representados en tarjetas, por su similitud semántica. Si bien es un método económico, rápido y fiable, el evaluador debe poseer una mínima experticia semántica para designar los conceptos que los usuarios han de agrupar. También suelen presentar dificultad para los usuarios al no tener claramente las relaciones semánticas entre los conceptos dados.
- Eye -tracking: Esta prueba se realiza para determinar las zonas “más calientes”, o sea las que llaman más la atención de los usuarios. Consiste en seguir el movimiento de los ojos en la pantalla. Los mayores inconvenientes de esta prueba son: la complejidad tecnológica y los costos, que se requieren. Asimismo el evaluador debe tener



conocimientos profundos sobre el tema, ya que un uso inexperto puede conducir a resultados erróneos.

- **Etnografía:** Con esta prueba se busca obtener datos sobre el comportamiento de los usuarios frente al sitio, pero no en situaciones provocadas como los estudios anteriores, sino mediante la observación natural y en situaciones reales. Considera tanto la documentación extraída del lugar de observación (como diarios de campo), como las resultantes de indagación (opiniones, relatos de experiencias de los usuarios). Una de las principales limitaciones es el ruido informacional, producto de la acumulación de datos innecesarios.

No se pueden dejar de mencionar otras metodologías destacables que por ser más conocidas, no habremos de detenernos en describir: encuestas, entrevistas y analítica web.

Estrategias de usabilidad Web genéricas más recomendables

1. Conozca lo que sus usuarios necesitan y prefieren
2. Separe contenido de formato.
3. Confeccione varias hojas de estilo CSS que permitan usos alternativos de los contenidos de la página (por ejemplo, para ser utilizada desde un dispositivo móvil)
4. Organice respetando del usuario
 - a. objetivos y motivos por los que visita nuestro sitio web
 - b. experiencias previas en la Web
 - c. conocimientos y lenguaje
 - d. contextos tecnológicos
 - e. percepción visual humana en entornos web
5. Jerarquice la información, márquele al visitante lo más importante e interesante del sitio
 - a. agrupe
 - b. separe
 - c. diferencie, remarque
6. Minimice sus posibilidades de error
 - a. brinde la información justa
 - b. oriente con información de contexto (menú migas de pan)
 - c. sea consistente con el conocimiento y las experiencias previas
 - d. mantenga consistencia de diseño entre las diferentes páginas del mismo sitio
 - e. permítale rectificar y anular errores
7. Respete su escaso tiempo disponible
 - a. sea breve y conciso; concreto y directo
 - b. cuide que el sitio se descargue rápidamente
 - c. minimice la carga visual y cognitiva
 - d. no haga pensar al usuario en cómo debe hacer las cosas; que él pueda enfocar la atención en la información que necesita, no en cómo llegar a ella.



Conclusiones

Si optimizamos los servicios web de nuestra asociación de patrimonio teniendo en cuenta las particularidades, habilidades digitales, necesidades, preferencias y contextos de sus visitantes, no sólo impactará positivamente en nuestra comunidad y en el patrimonio de culto que defendemos, sino además en toda la demás cibercomunidad que se relacione directa o indirectamente con nosotros.

Los valores del patrimonio que protegemos se comunicará eficazmente, se enriquecerán nuestros servicios y ayudaremos, aún sin darnos cuenta, al crecimiento y progreso de la sociedad. Vale la pena entonces, procurar un mejor diseño de nuestros servicios digitales, no?

Bibliografía

Argentina. Ley 26.653 de accesibilidad de la información en la páginas web, de 3 de noviembre de 2010. [en línea]. Disponible en URL:

http://www.atedis.gov.ar/folios/acceso_a_la_informacion_publica%5B1%5D.pdf (último acceso 1 de febrero de 2012)

Baeza-Yates, R; Rivera Loaiza, C . (2002). Ubicuidad y usabilidad en la Web. [en línea].

Disponible en URL:<<http://www.dcc.uchile.cl/~rbaeza/inf/usabilidad.html> (último acceso 1 de febrero de 2012)

Gobierno de Chile. (2008) Guía para el desarrollo de sitios web. Versión 2.0 [en línea].

Disponible en URL: <http://www.intercambiosvirtuales.org/libros-manuales/guia-para-desarrollo-de-sitios-web-guiaweb-20> (último acceso 4 de febrero de 2012)

Hassan Montero, Y.; Ortega Santamaría, S. (2009) Informe APEI sobre usabilidad. [en línea].

Disponible en URL:<<http://eprints.rclis.org/bitstream/10760/13253/1/informeapeiusabilidad.pdf> último acceso 1 de febrero de 2012)

INTECO (2009). Guía de recomendaciones de accesibilidad y calidad web. [en línea].

Disponible en URL:

http://www.inteco.es/Accesibilidad/difusion/Manuales_y_Guias/guia_accesibilidad_pyme (último acceso 7/10/2011)

Krug, S (2006). No me hagas pensar. Madrid: Pearson.

Krug, S. (2010). Haz fácil lo imposible. Madrid: Anaya

Marcos Mora, M. C. (2004). Interacción en interfaces de recuperación de información: conceptos, metáforas y visualización. Gijón (Asturias): Trea, 2004. 404 p.

Morville, P.; Rosenfeld, K. Arquitectura de Información para la WWW. 2ª. Ed. Cambridge (Massachusetts): O'Reilly.

Neri, C. (2005). El panal de Morville. [en línea]. EN: Moebius. Disponible en URL:

<http://epuan.blogspot.com.ar/2005/07/el-panal-de-abejas-de-morville.html> (último acceso 7/10/2011)

Nielsen, J; Loranger, H. (2007) Usabilidad. Prioridad en el diseño web. Madrid: Anaya

Wikipedia. [en línea]. Disponible en URL: <http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada> (último acceso 8 de febrero de 2012)

World Wide Web Consorcio. Guía breve de accesibilidad web. [en línea]. Disponible en URL:

<http://www.w3c.es/divulgacion/guiasbreves/accesibilidad> (último acceso 7/10/2011)



DIANA RODRÍGUEZ PALCHEVICH es Miembro de la Asociación Pampeana de Conservación del Patrimonio Cultural (A.P.C.P.C.)

Posee un Máster en Documentación Digital por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona.

Se desempeña como facilitadora tecnológica, gestora de información digital y curadora de contenidos en línea. También es consultora en manejo de documentos digitales.