

Lo nuevo

[Inicio](#) > [Lo nuevo](#) > Una radiografía de los sitios web de los candidatos presidenciales

5 de Abril 2006

Una radiografía de los sitios web de los candidatos presidenciales

Centro de Estudios de Usabilidad, A.C. [1](#)

En el último año, el desarrollo y penetración de Internet en México ha experimentado un cambio de suma trascendencia, tanto por el número de mexicanos que tienen acceso al medio como por sus características sociodemográficas [2](#):

- 17.1 millones de usuarios a nivel nacional
- 32.4% se concentran en centros urbanos (28 ciudades mayores de 500 mil hab.)
- 38% cuenta con nivel de estudios de licenciatura
- 1.41 horas diarias es el tiempo promedio de uso de Internet
- 49% declaró estar conectado todo el día debido a la capacidad de ancho de banda
- Internet aumenta el alcance de la TV (74 a 80%), Radio (51 a 59%), Diarios (17 a 30%) y Revistas (32 a 39%) en 6, 8, 13 y 7 puntos más, respectivamente.

A la luz de estos cambios, no cabe duda que Internet debe ser un espacio natural para la política, en donde los candidatos y sus campañas se encuentren frente a los ciudadanos y se fortalezca una cultura política participativa.

Además, en la medida que la información y la rendición de cuentas encuentre una herramienta eficaz para cristalizarse en los sitios web construidos por los candidatos, las posibilidades de ejercer un voto informado cobra su verdadera dimensión.

Con la premisa de que los sitios web de los candidatos reflejan su visión sobre la importancia que tiene Internet para explicar, transparentar, e informar su oferta política y con base en ello, interactuar y recibir retroalimentación de los ciudadanos, El Centro de Estudios de Usabilidad A.C. realizó durante el mes de marzo de 2006 una evaluación de usabilidad de los cinco sitios web de los candidatos a la presidencia de la República para determinar inicialmente el grado en que dichos espacios:

- Son fáciles de usar;
- Responden eficientemente a las necesidades de los ciudadanos que los utilizan;
- Permiten realizar eficazmente las acciones y tareas que el usuario requiere y;
- Sí el usuario se percibe satisfecho al utilizarlo.

La necesidad de este estudio deriva también de los resultados de la encuesta en línea [3](#) que el CEUS aplicó a 439 usuarios de Internet entre el 13 y el 20 de marzo de 2006, en el cual casi el 80% declaró haber visitado recientemente el sitio web de alguno de los candidatos.

Nota Metodológica . [4](#)

Los sitios web fueron revisados utilizando una metodología de evaluación cualitativa, que analiza un conjunto de lineamientos de usabilidad o "buenas prácticas" que los sitios web deben cumplir para que sean fáciles de usar por el usuario promedio, es decir, por quién no cuenta con instrucción especial en materia de tecnología y se comporta como la mayoría de los cibernautas mexicanos.

Así mismo, este tipo de criterios se encuentran validados y definidos a partir de extensivos y rigurosos estudios e investigaciones en la materia, realizados a nivel internacional, de los cuales se cuenta con una amplia bibliografía sobre el tema. [5](#)

Para este trabajo se aplicaron **33 lineamientos de usabilidad** agrupados en cinco apartados y la correspondencia de cada sitio con esos criterios fue calificado por un grupo de expertos del CEUS, de acuerdo a la siguiente escala:

Valor	Descripción
0 puntos	No cumple con el lineamiento o es inexistente en el sitio web
1 punto	Cumple de forma parcial o incompleta con el lineamiento
2 puntos	Cumple satisfactoriamente con el lineamiento

Cada sitio web fue analizado en lo individual y posteriormente los resultados de cada evaluador se contrastaron entre sí, con el objetivo de identificar los aspectos divergentes y establecer el resultado final a partir de la argumentación que respaldó las calificaciones otorgadas a cada lineamiento.

Finalmente, los resultados obtenidos se trasladaron a una escala base 10, a fin de poder comparar los diferentes rubros entre sí y obtener una calificación global por sitio analizado.

Criterios evaluados.

1) Desempeño general del sitio web.- Bajo este rubro se agruparon los aspectos relativos a la velocidad de descarga, compatibilidad de navegadores, visibilidad y optimización del sitio en buscadores, y en general aquellos aspectos técnicos de del desempeño del sitio web que tienen una especial relevancia para la experiencia de uso.

2) Arquitectura y navegación.- El sistema de búsqueda interno y mapa del sitio, información organizada con criterios claros y comprensibles, estructura de navegación consistente, vínculos (links) visibles e identificables son los elementos que aquí se consideraron. Cabe señalar que dichos aspectos representan uno de los principales problemas de usabilidad de los sitios web en general . [6](#)

3) Contenidos.- La eficiente publicación de contenidos es el aspecto más crítico de cualquier estrategia de comunicación web y representa mucho más que la simple carga de información en el espacio virtual. Esta relacionado con lo que los usuarios esperan encontrar en el sitio web y sobre todo la facilidad con la que, una vez encontrada la información, ésta es de lectura sencilla, actual, relevante y pertinente. Por ello, los contenidos se analizaron en base a: su clasificación por criterios definidos, con encabezados descriptivos y la inclusión de un resumen del contenido completo; su frecuencia de actualización; si disponen de versiones opcionales para imprimir y descargar, entre otros.

4) Propuestas del candidato.- Por el contexto en el que se inscriben los sitios web analizados se decidió aislar los contenidos específicos relativos a la oferta política del candidato y centrar la atención en la forma en que se integran al sitio web. La necesidad de presentar un rubro específico para las propuestas fue respaldada por el 75% de los usuarios encuestados [7](#) quienes señalaron que desean encontrar las propuestas y plan de gobierno en los sitios web de los candidatos.

5) Interacción con los ciudadanos.- Internet es un medio interactivo y multidireccional (permite la comunicación y retroalimentación con los usuarios), lo que lo distingue de los medios tradicionales. La información que se vierta en los sitios web debería ser catalizador del debate y promover el contraste de las ideas, al tiempo que permita recoger la percepción, necesidades y sugerencias de los ciudadanos. Para lograrlo, se espera que los sitios web evaluados incluyan mecanismos de participación ciudadana en forma de foros, chats, blogs, listas de correo, etc, y sobre todo alienten y respondan con celeridad a las peticiones de los electores.

Evaluación Global de Usabilidad (Escala de 0 a 10)

Los resultados del estudio muestran que los sitios web de los candidatos presentan un **bajo nivel de usabilidad**, lo que impacta negativamente la experiencia de uso de sus visitantes.

En términos globales, los sitios presentan:

1. Dificultad para que el usuario encuentre con celeridad los contenidos que desea;
2. Un diseño que satura visualmente y provoca confusión sobre la localización de la información más relevante;

3. Uso excesivo de recursos gráficos (galerías, animaciones de flash, banners) y multimedia (audio y video) que, paradójicamente son los de menor demanda por parte de los usuarios e impactan negativamente en los tiempos de descarga de las páginas.

No obstante que el sitio de Andrés Manuel López Obrador superó el bajo promedio general (4.72) al obtener 5.0 puntos en una escala máxima de 10, dista mucho de ser un sitio que incorpore en su diseño y estructura las mejores prácticas orientadas a ofrecer al visitante una experiencia de uso satisfactoria: en 11 de los 33 aspectos evaluados obtuvo una evaluación negativa.

La evaluación más baja se encuentra en el rubro de **Propuestas del candidato**, en donde los sitios de Patricia Mercado y de Roberto Campa respectivamente, hacen descender el promedio general de ese aspecto a 3.2 puntos, al carecer de contenidos específicos sobre su oferta política. Por su parte el sitio de Roberto Madrazo superó a los demás al obtener un puntaje de 6.0.

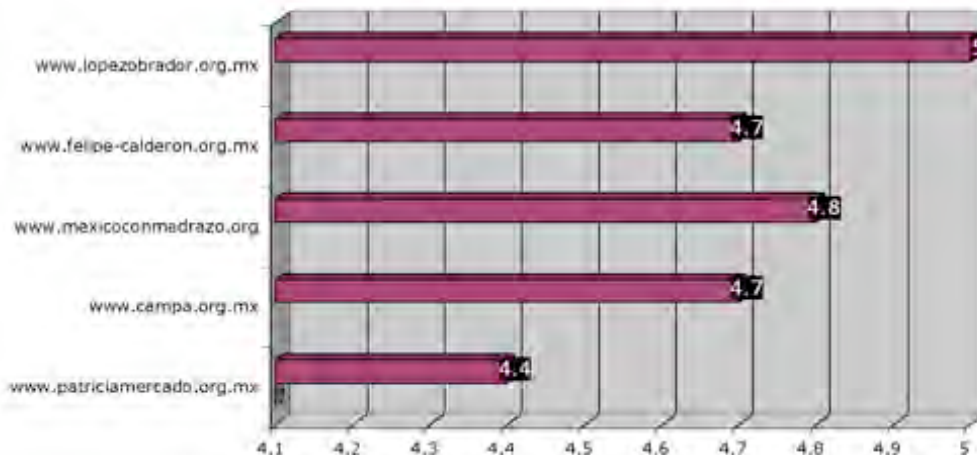
Lo anterior se torna aún más crítico si consideramos que la información que más desean encontrar los visitantes en los sitios web de los candidatos son precisamente las **propuestas y plan de gobierno, aspecto que fue señalado por el 75.40% de los encuestados, seguido de las estrategias puntuales para cumplir dichas propuestas** que obtuvo el segundo lugar de las menciones con un 64.69%, según se puede ver más adelante.

Finalmente, los rubros que obtuvieron la mejor calificación son los relativos a la arquitectura y la navegación con 5.4 puntos, seguido del desempeño del sitio web –funcionalidad técnica- con 5.24 puntos.

Estos mismos rubros obtuvieron los más altos puntajes de la evaluación en el sitio de Patricia Mercado, con 7.1 puntos en Desempeño Técnico y el de Roberto Campa, con 8.0 puntos en Estructura y Navegación.

Gráfica 1

Evaluación global de usabilidad



Cuadro resumen

Sitios Web	Desempeño del website	Arquitectura y Nevegación	Contenidos	Propuestas	Interacción con los ciudadanos	Evaluación Global
lopezobrador.org.mx	6.4	4	6	4	2.5	5
mexicoconmadrazo.org.mx	3.5	6	5	6	3.3	4.8
campa.org.mx	5	8	5	1	3.3	4.7
felipe-calderon.org.mx	4.2	5	4.5	5	4.1	4.7
patriciamercado.org.mx	7.1	4	4.5	0	4.1	4.4
PROMEDIO	5.24	5.4	5	3.2	3.46	4.72



Imagen tomada el 9 de marzo de 2006
mexicoconmadrazo.org



Imagen tomada el 9 de marzo de 2006
felipe-calderon.org.mx



Imagen tomada el 9 de marzo de 2006
lopezobrador.org.mx



Imagen tomada el 9 de marzo de 2006
patriciamercado.org.mx



Imagen tomada el 9 de marzo de 2006
campa.org.mx

A continuación analizaremos cada uno de los rubros evaluados, indicando en cada caso, aquellos aspectos que merecen un comentario particular, ya sea por que representan un claro ejemplo de un problema severo de usabilidad que debe ser corregido o, por el contrario, permiten ejemplificar una buena práctica que eleva los niveles de satisfacción del visitante.

1.- Desempeño del sitio web

Mejor puntuación: Patricia Mercado / 7.1 puntos

Peor puntuación: Roberto Madrazo / 3.5 puntos

Evaluación promedio de los sitios: 5.24 puntos

Con un tiempo de descarga de la página promedio de 148.27 segundos (2.47 min) con módem de 56kb, el sitio de Felipe Calderón presenta el desempeño más pobre en términos de velocidad. En contraste, el sitio de Patricia Mercado presenta un tiempo aceptable de 29.55 seg, ligeramente inferior al límite aceptable de 30 seg.

Es de reconocer que todos los sitios presentaron una adecuada compatibilidad con las diferentes plataformas y navegadores (Explorer, Safari y FireFox).

El sitio de Felipe Calderón fue el que presentó una mejor visibilidad en buscadores, al ser localizado en el primer lugar del listado de los tres principales motores de búsqueda nacionales (Google, Yahoo y MSN).

En un aspecto similar, la decisión de diseñar la totalidad el sitio de Roberto Madrazo con tecnología Flash impacta negativamente en la compatibilidad de su sitio frente a los buscadores, en donde Google solo presenta una página indexada frente a 284 del sitio de López Obrador.

Cuadro resumen

Lineamiento	Patricia Mercado	Roberto Campa	Roberto Madrazo	Felipe Calderón	Andrés Manuel López O.	Promedio entre los sitios
Compatibilidad de navegadores	2	2	2	2	2	2
Vínculos rotos o inexistentes	1	2	2	0	1	1.2
Compatibilidad con buscadores	2	1	0	1	2	1.2
Visibilidad en buscadores	1	1	1	2	1	1.2
Tiempo de descarga	2	1	0	1	1	1
Adecuada Resolución de pantalla (800x600)	2	0	0	0	2	0.8
Uso de tecnologías estandar	0	0	0	0	0	0
Total	7.1	5	3.5	4.2	6.4	5.24

2.- Arquitectura y navegación

Mejor puntuación: Roberto Campa / 8.0 puntos

Peor puntuación: Andrés Manuel López O. / 4.0 puntos

Evaluación promedio de los sitios: 5.4 puntos

Con excepción del sitio de Felipe Calderón, el resto de los sitios web carecen de un sistema de búsqueda interno. Esta grave omisión se agudiza si consideramos que aproximadamente el 88% de los usuarios recurre, como primera opción, a los sistemas de búsqueda para localizar la información de su interés. ¿Con más de 280 páginas de información en el sitio de Andrés Manuel López O., es posible que los usuarios encuentren con facilidad lo que desean si no cuentan con un sistema de búsqueda eficiente o un mapa del sitio que les ofrezca claridad de cómo se encuentra organizado el sitio?

Los sitios de Roberto Madrazo y de Roberto Campa presentan las estructuras de navegación más consistentes pues permanecen homogéneas en cada una de las zonas o secciones y le permite al usuario conocer y recorrer el sitio sin riesgo de confundirse o perderse. El sitio de Roberto Campa si bien es el único que presenta un mapa del sitio, la escasa cantidad de información que publica le resta utilidad y valor.

Cuadro resumen

Lineamiento	Patricia Mercado	Roberto Campa	Roberto Madrazo	Felipe Calderón	Andrés Manuel López O.	Promedio
Estructura de navegación consistente a lo largo del sitio	2	2	2	1	2	1.8
Organización clara y coherente de la información	1	2	2	1	1	1.4
Vínculos visibles e identificables	1	2	2	1	1	1.4
Sistema de búsqueda interno, bien ubicado y con resultados relevantes	0	0	0	2	0	0.4
Mapa de navegación del sitio	0	2	0	0	0	0.4
Total	4.0	8.0	6.0	5.0	4.0	5.4

3.- Contenidos

Mejor puntuación: Andrés Manuel López O. / 6.0 puntos

Peor puntuación: Patricia Mercado y Felipe Calderón. / 4.5 puntos

Evaluación promedio de los sitios: 5.0 puntos

Al navegar en internet, el recurso más valioso es el tiempo y la lectura en pantalla es 25% más lenta que en papel ⁸. Los usuarios antes que leer, “escanean los contenidos” buscando elementos relevantes que les proporcionen la información suficiente para determinar si dicho contenido es de su interés y, en consecuencia, centrar su atención en él.

Este patrón de comportamiento de los usuarios, contrasta con el tipo y forma en que algunos de los sitios web analizados presentan sus contenidos. Mientras que el sitio de Patricia Mercado cuenta con un tamaño de fuente de 12 puntos o más, lo que facilita su lectura en pantalla, el sitio de Andrés Manuel López O. –no obstante haber obtenido la mejor calificación global en este rubro- muestra sus textos en un menor tamaño; abuso de la tipografía en “negritas o bold”; algunos de ellos sobre fondos de color; y tipografía heterogénea.

Otro aspecto que, por su inexistencia nos obliga a señalarlo de forma particular, es el relativo a versiones de los contenidos más relevantes presentados en lenguas indígenas e inglés.

Finalmente, y no por ello menos importante, es la calidad de todo sitio web -siempre necesaria aunque poco extendida-, de ser usado con facilidad, visitado o accedido por todas las personas, sin importar entre otras cosas el tipo de hardware, software, infraestructura de red, idioma, edad y capacidades visuales y/o auditivas disminuidas. ⁹

La aplicación del Test de Accesibilidad Web (TAW) a los sitios web de los candidatos presidenciales nos mostró que todos presentan problemas de accesibilidad, sin embargo éstos varían en proporción con la cantidad de información que contienen los sitios; algunos con dificultades menores, pero al fin obstáculos importantes para el acceso a los contenidos.

Cuadro resumen

Lineamiento	Patricia Mercado	Roberto Campa	Roberto Madrazo	Felipe Calderón	Andrés Manuel López O.	Promedio
Tipografía de fácil lectura	2	2	2	2	1	1.8
Clasificación de contenidos usando criterios comprensibles y lógicos	1	2	2	2	2	1.8
Actualización periódica del sitio	1	1	2	2	2	1.6
Los contenidos presentan un encabezado descriptivo que contribuye a su comprensión	1	1	2	1	2	1.4
Los contenidos presentan un resumen que brinde un panorama general del tema abordado	1	1	1	1	2	1.2
Adecuado contraste entre textos y fondo	1	1	1	1	1	1
Ofrecen versiones de impresión y descarga opcionales	0	2	0	0	2	0.8
Tamaño de fuente legible	2	0	0	0	0	0.4
Contenidos en lenguas indígenas e inglés	0	0	0	0	0	0
Criterios de accesibilidad	0	0	0	0	0	0
Total	4.5	5	5	4.5	6	5

4.- Propuestas y oferta política

Mejor puntuación: Roberto Madrazo / 6.0 puntos

Peor puntuación: Patricia Mercado / 0 puntos

Evaluación promedio de los sitios: 3.2 puntos

Una amplia mayoría de los usuarios (75.4%) encuestados esperan encontrar las propuestas y plan de gobierno de los candidatos en sus sitios web, mientras que sólo un 12.9% declaró que las galerías y fotos del candidato son contenidos que deben estar presentes. (ver tabla)

¿Qué desearía encontrar en el sitio web de los candidatos a la presidencia de la república?

1	Propuestas y plan de gobierno	75.40%
2	Estrategias puntuales para cumplir las propuestas	64.69%
3	Relación de posibles integrantes de su gabinete	52.39%
4	Estudios psicométricos del candidato (Personalidad, inteligencia y valores)	49.66%
5	Patrimonio personal y familiar	46.01%
6	Biografía y trayectoria política	45.33%
7	Posturas claras sobre temas polémicos	43.96%
8	Foros de discusión y espacios de comunicación con el ciudadano	37.81%
9	Agenda de campaña	27.11%
10	Noticias, discursos y comunicados	22.10%
11	Spots de audio y video	16.86%
12	Galerías de fotos del candidato	12.98%

Es preocupante que las propuestas de los candidatos no ocupen un lugar central en sus espacios virtuales y aquellas que existen se presentan en formatos poco amigables para el usuario, ya sea en forma de documentos PDF [10](#) (Campa y Calderón) o en extensos listados no clasificados que le dificultan al ciudadano identificar el tema o tópico que aborda cada uno (AMLO).

En la clasificación de las propuestas contrastan con los demás contendientes, los sitios de Roberto Madrazo y Felipe Calderón, que las publican organizadas por temas, lo que en principio hace más sencilla su localización y lectura para el ciudadano.

Cuadro resumen

Lineamiento	Patricia Mercado	Roberto Campa	Roberto Madrazo	Felipe Calderón	Andrés Manuel López O.	Promedio
Las propuestas se encuentran clasificadas por temas	0	0	2	2	1	1
Sitúa de forma relevante y clara las propuestas del candidato	0	1	1	1	1	0.8
Estrategias puntuales	0	0	1	1	1	0.6
Las propuestas se encuentran en un formato de fácil lectura	0	0	1	0	1	0.4
Las propuestas se encuentran clasificadas por público objetivo	0	0	1	1	0	0.4
Total	0	1	6	5	4	3.2

5.- Interacción con los ciudadanos

Mejor puntuación: Felipe Calderón y Patricia Mercado / 4.1 puntos

Peor puntuación: Andrés Manuel López O. / 2.5 puntos

Evaluación promedio de los sitios: 3.5 puntos

Por sus virtudes interactivas, Internet es el espacio ideal en donde los ciudadanos pueden encontrarse entre sí. Los partidos y candidatos cuentan con herramientas y están en condiciones de promover la discusión libre e informada de las ideas, donde el eje de la reflexión sean sus diferentes propuestas de cara a los grandes retos que enfrenta nuestro país.

Por ello, los sitios web de los aspirantes presidenciales deberían constituirse en auténticas comunidades virtuales, lo que implica sin duda, un acto de apertura por parte de los propios candidatos. Abrir los sitios a la participación pública implica facultar a los ciudadanos en la construcción y socialización de la oferta política de cada candidato. Significa abrir un espacio para el ejercicio de la ciudadanía y la promoción de una cultura política participativa.

Sin embargo, los resultados de la evaluación en esta materia presentaron la segunda calificación más baja, alcanzando apenas 3.5 puntos en una escala de 10.

Para la evaluación en este rubro, se enviaron dos mensajes de correo electrónico a cada uno de los sitios con las siguientes preguntas: *¿Dónde encuentro las propuestas del candidato?* y *Soy un empresario que paga muchos impuestos, ¿por qué debería votar por ud?*

De forma sorprendente, únicamente la primera pregunta recibió respuesta -una semana después de haber sido enviada- por parte de los responsables del sitio web de Patricia Mercado.

Cuadro resumen

Lineamiento	Patricia Mercado	Roberto Campa	Roberto Madrazo	Felipe Calderón	Andrés Manuel López O.	Promedio
Formularios básicos de comunicación para el ciudadano	2	2	1	1	1	1.4
Herramientas de participación ciudadana (redes, foros, blogs, chat, etc)	0	1	0	1	0	0.4
Envío exitoso de una solicitud de información	1	1	1	1	0	0.8
Tiempo de respuesta a la primera solicitud	2	0	0	0	0	0.4
Tiempo de respuesta a la segunda solicitud	0	0	0	0	0	0
Públicos objetivo identificados con claridad	0	0	2	2	2	1.2
Total	4.1	3.2	3.2	4.1	2.5	3.5

Conclusiones generales.

1 Por el tipo y cantidad de información que se expone en los sitios de los candidatos (boletines, comunicados, entrevistas, noticias, fotografías), su público objetivo parece estar orientado, más a los medios de comunicación y a su propio equipo de campaña que a los ciudadanos electores.

2 A partir de los resultados de la encuesta, las noticias de los candidatos y las galerías de fotos son el tipo de contenido que menos atrae el interés de los visitantes, y sin embargo son los más abundantes en los sitios de los candidatos.

3 Se percibe una escasa valoración y bajo nivel de aprovechamiento de Internet como medio de comunicación con los ciudadanos, reflejado en la limitada presencia de herramientas interactivas.

4 Un bajo nivel de usabilidad de los sitios de los candidatos significa, un pobre desempeño de la herramienta, mala calidad de la experiencia de uso para sus visitantes, falta de pertinencia y transparencia de su información y escasa capacidad para generar lealtades (visitas recurrentes).

En el CEUS consideramos que, de corregir rápidamente estos problemas en sus sitios web, los candidatos presidenciales mandarían un claro mensaje a los electores sobre la importancia que tienen las tecnologías de la información, particularmente internet- en el marco de su proyecto nacional.

Marcaría además, una diferencia muy importante en la forma en la que los candidatos y partidos políticos conciben a los electores; continuar con el abuso del marketing político en los medios tradicionales de comunicación o presentar profesionalmente los contenidos vitales para que los ciudadanos tomen una decisión informada el próximo 2 de julio.

Descargar en PDF

Peso del archivo 125 Kb

1. El CEUS es una organización civil sin fines de lucro, dedicada a investigar, evaluar, certificar, capacitar, difundir y promover la usabilidad en los ámbitos comercial, gubernamental, educativo y social a nivel nacional e internacional.

2. Fuente: Estudio AMIPCI de Internet en México 2005.

3. Fuente: Encuesta sobre los sitios web de los candidatos a la Presidencia de la República, en www.ceus.org.mx.

4. Una completa descripción de la metodología se puede consultar en la página www.ceus.org.mx

5. Ver Research-Based Web Design & Usability Guidelines, en <http://www.usability.gov/guides/index.html>

6. Web Usability Workshop 2004, Norman Nielsen Group

7. Los resultados de la encuesta están disponibles en www.ceus.org.mx

8. Ver Nielsen, Jakob en <http://www.useit.com/alertbox/9703b.html>

9. Para una exposición más completa de este aspecto, visitar www.ceus.org.mx

10. Ver Nielsen, Jakob en <http://www.useit.com/alertbox/20010610.html>

Novedades

El boletín mensual es una publicación vía correo electrónico que realiza el equipo de CEUS para mantener informados a nuestros lectores sobre las novedades de nuestro sitio.

Registra Tu Email

Todos los derechos reservados © Centro de Estudios de Usabilidad, A.C.