

## **INFORMACIÓN PARA TODOS**

### **ANÁLISIS EXPRESIVO DE PORTALES EDUCATIVOS INSTITUCIONALES**

#### **Índice**

#### **Introducción**

#### **1. Modelo de análisis**

#### **2. Conclusiones**

##### **2.1. Conclusiones derivadas de la aplicación del modelo de análisis**

###### **2.1. Objetivos fundamentales**

###### **2.2. Público objetivo**

###### **2.3. Consumo**

###### **2.4. Contenidos**

###### **2.5. Elementos narrativos y multimedia**

###### **2.6. Interfaces**

###### **2.7. Estructuras interactivas**

###### **2.8. Tipos de interactividad**

###### **2..9. Forma de presentación de los enlaces**

###### **2..10. Accesibilidades especiales**

#### **3. Tendencias de los portales educativos institucionales**

##### **3.1. Internet / Intranet**

##### **3.2. Portal de portales**

##### **2.3. Creador u orientador del modelo de los portales institucionales especializados en las diversas enseñanzas**

##### **3.4. Organizador de las bases de datos (buscador especializado)**

**3.5. Personalizador de contenidos**

**3.6. Marca de calidad y confianza (normas éticas, de contenidos...)**

**3.7. Promotor, coordinador y gestor general de las aportaciones públicas y privadas**

**Información para todos**

**FUENTES**

## Introducción

Este artículo resume la investigación sobre portales educativos institucionales financiada por el Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. La investigación se centra en los aspectos expresivos de los principales portales educativos institucionales de España y del mundo.

La convergencia interactiva de medios que facilita Internet y otros soportes telemáticos, como la televisión digital, abren unas posibilidades inusitadas en campos muy diversos, y, especialmente, en el educativo. Este enunciado, del que cada vez se duda menos, aunque muchos lo acepten como inevitable, está pasando del campo de las promesas al de las realidades, y aquí se producen verdaderos conflictos, pues algo tan obvio, como la juventud del medio, hace que no esté desarrollada una narrativa del mismo, que no exista una tradición asumida de utilización y comprensión, que abunden los problemas tecnológicos (lentitud, cuelgues...), que no se haya alcanzado la ergonomía deseable de las interfaces de *software* y *hardware*...

No es baladí insistir en estos tópicos, ya que ni siquiera se han desarrollado unas definiciones diferenciadoras y se continúa mimetizando el mundo de la imprenta. Así se habla de páginas web, como si los multimedia interactivos *on line* fueran un folleto digital. Otras veces se habla de sitios web, realizando una traducción directa del inglés, algo muy habitual que lleva a decir barbaridades como *refrescar* la pantalla, por actualizarla. Una denominación más apropiada podría ser sede web, pero queda mucho terreno por roturar, incluido en el campo de la lingüística. Para comprender la importancia de una buena definición, me gusta utilizar las palabras de *El defensor* de Pedro Salinas (1991): “No habrá ser humano completo, es decir, que se conozca y se dé a conocer, sin un grado avanzado de posesión de la lengua. Porque el individuo se posee a sí mismo, se conoce expresando lo que lleva dentro, y esa expresión sólo se cumple por medio del lenguaje. Ya Lazarus y Steinhalt, filósofos germanos, vieron que el espíritu es lenguaje y se hace por el lenguaje.

Hablar es comprender, y comprenderse es construirse así mismo y construir el mundo”.

Si el principal atributo de los multimedia interactivos o hipermedia es la convergencia de medios, esa convergencia puede reflejarse en Internet, en un soporte *off line*, como el CD-Rom, DVD..., o en la televisión digital. Precisamente la multiplicación de canales que permite la compresión digital y sus posibilidades interactivas y de convergencia con Internet (TVPC, Television Personal Computer, PCTV, Personal Computer Television) ensanchan las vías de la comunicación educativa. Ya sé que muchos estarán pensando, ¿con la velocidad actual de Internet es posible y razonable plantearse televisión a través de la misma? Pues sí, es posible y es razonable, siempre que se cuente con verdaderos expertos desarrolladores, no con simples usuarios de programas de autor. Ya se ofrecen servicios de compresión dinámica de vídeo que permiten televisión en directo a través de Internet. Los servidores de televisión de compresión dinámica utilizan sistemas expertos para personalizar la calidad de la señal de acuerdo al equipo y a las condiciones de recepción de cada usuario. Esto quiere decir que si usted tiene un equipo modernísimo y, además, está conectado a Internet por ADSL, fibra óptica, RDSI... recibirá una buena calidad de señal, pero si tiene un equipo medio y un módem común, también recibirá los mismos contenidos en tiempo real, aunque con una calidad mucho más baja.

Después de un preanálisis de numerosos portales educativos institucionales, se eligieron los más significativos, junto al portal español y a algunos portales autonómicos. He aquí los portales analizados

**AVERROES, Red Telemática Educativa de Andalucía (España)**

[Averroes.cec.junta-andalucia.es/](http://Averroes.cec.junta-andalucia.es/)

**CNICE (Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa)**

[www.cnice.mecd.es/](http://www.cnice.mecd.es/)

**Education.fr (Francia)**

[www.education.fr](http://www.education.fr)

**Educ.ar (Argentina)**

[www.educ.ar/educar/index.jsp](http://www.educ.ar/educar/index.jsp)

**EMU, Punto de encuentro electrónico de la educación danesa  
(Dinamarca)**

[www.emu.dk/](http://www.emu.dk/)

**NATIONAL GRID FOR LEARNING (Reino Unido)**

[www.ngfl.gov.uk/index.jsp](http://www.ngfl.gov.uk/index.jsp)

**SchoolNet (Canadá)**

[www.schoolnet.ca/](http://www.schoolnet.ca/)

**Sistema Educativo Digital Vasco (España)**

[www.hezkuntza.net/programa/default\\_c.htm](http://www.hezkuntza.net/programa/default_c.htm)

**XTEC, Xarxa Telemática Educativa De Catalunya (España)**

[www.xtec.es/](http://www.xtec.es/)

La investigación tiene 257 páginas. Dado el espacio de este capítulo, se opta por resumir las conclusiones derivadas de la aplicación del análisis y se apuntan las principales tendencias de los portales educativos.

## **1. Modelo de análisis**

Aunque el espacio impida una explicación del modelo de análisis, enunciando sus puntos cardinales, el lector podrá hacerse una idea aproximada de sus pretensiones y alcance.

**CRÉDITOS** (institución promotora, empresa desarrolladora, país, idiomas)

**OBJETIVOS** (objetivos que persigue la institución)

**PÚBLICO OBJETIVO** (público en general, padres, alumnos...)

**CONSUMO** (hogar, sala de profesores, clase...)

**CONTENIDOS/MAPA WEB** (resumen de contenidos, presentación mediante índice, diagramas de flujo, reflejo sobre el mapa de la ruta seguida...)

**ESTRUCTURAS** (informativa, narrativa, dramática, niveles de información, estructuración de los niveles...)

**ELEMENTOS NARRATIVOS** (utilización de personajes, espacios, tiempos y acciones, utilización de metáforas y otras figuras retóricas, ... y su materialización. La materialización específicamente multimedia se verá en el siguiente apartado).

**MULTIMEDIA** ( este apartado se centra en los elementos más específicamente multimedia: imagen en movimiento y sonido).

**INTERFAZ** (tipo de interfaz: textual, icónica, simbólica, dinámica, sonora, *push*, *pull*... y espacio: de selección y de representación)

**INTERACTIVIDAD (selectiva, constructiva, transformativa) y ERGONOMÍA INTERACTIVA (facilidad de navegación, accesibilidad a los contenidos, claridad de la ruta, conocimiento de la ruta seguida, búsquedas... )**

**COHERENCIA EXPRESIVA Y ESTÉTICA (utilización de los elementos expresivos, del color... expresivamente)**

**NOVEDADES (forma de presentar las novedades, actualizaciones...)**

**ASPECTOS DIFERENCIALES**

**ENLACES A OTRAS SEDES Y FORMA DE PRESENTACIÓN**

**FUENTES DE FINANCIACIÓN EXTRAORDINARIAS**

**ASPECTOS TÉCNICOS (megabytes de la aplicación, aspectos técnicos destacables, deficiencias técnicas, tiempos de acceso...)**

**PERSONALIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS**

**BUSCADOR**

**RESUMEN DEL ANÁLISIS**

## **2. Conclusiones derivadas de la aplicación del modelo de análisis**

Este apartado va más allá de las meras conclusiones. Su intención es plantear las conclusiones fundamentales y dejar el camino expedito para esbozar las tendencias presentes y futuras de los portales educativos de forma sintética basándonos en tres ejes fundamentales:

**El desarrollo de Internet**

## **El desarrollo de los portales en general**

### **El desarrollo de los portales educativos**

Partiendo de estas bases, intentamos enriquecer las perspectivas que se abren utilizando nuestros conocimientos como investigadores y autores, para no caer en la simpleza de convertirnos en meros notarios de lo que se está haciendo en la actualidad.

Se ha repetido mucho que en el uso de Internet no sabemos muy bien hacia dónde vamos, pero lo hacemos a toda velocidad. Ese presente debe convertirse en pasado. Es cierto que conocemos muy poco de Internet, pero sí tenemos la obligación de saber hacia dónde caminamos y qué usos educativos podemos extraer de la Red.

Reflexión y acción son dos elementos fundamentales: “se hace camino al andar”. Naturalmente hay que hacer excelentes rutas y propiciar el uso de las rutas. Aquí radica uno de los retos fundamentales de los portales educativos: llegar a sus públicos objetivo y conocerlos mejor.

#### **2.1. Objetivos fundamentales**

Se resumen los objetivos apuntados en los diversos portales y se enuncian otros que aparecen subyacentes:

Servir a todos los niveles del mundo educativo, especialmente a docentes, discentes y padres.

Constituirse como el punto de encuentro de todos los niveles educativos del país de referencia.

Actuar como elemento democratizador de la educación.



Reunir material educativo, servicios y recursos disponibles en Internet.

Impulsar y coordinar esfuerzos públicos y privados.

Incentivar la participación de todos los actores de la educación e intentar amalgamar sus esfuerzos.

Fomentar intercambios educativos a través de foros, *chats...*, en definitiva, fomentar la educación.

Desarrollar el uso educativo constructivo de Internet, es decir, la creación de contenidos por los propios actores.

Ofrecer las noticias más importantes del sector que pueden pasar inadvertidas en los medios generalistas tradicionales.

Poner la educación al alcance de todos

Como se ha comprobado, los objetivos son muy amplios. Algunos portales los plantean directamente, como el andaluz Averroes, incluso adaptándolos a los diversos públicos objetivo.

## **2.2. Público objetivo**

### **Ilustración 1. Algunos materiales educativos del CNICE tienen apartados específicos para el profesorado, alumnado y público en general**

Todas las personas involucradas en la educación, tanto emisores como receptores de todos los niveles, con especial atención a docentes, discentes, padres y tutores.

Toda la ciudadanía comprometida con su tiempo y con la cultura.

Todas las instituciones y empresas que tengan que ver con el mundo de la educación y de la formación.

Empresas e instituciones que estén interesadas en participar como patrocinadores, desarrolladores de productos educativos...

Aunque en distintos grados, los portales educativos se dirigen a toda la sociedad, máxime en un mundo como el actual en el que la formación continua es una necesidad.

En los países ricos, a pesar de la abundancia, el empleo ha pasado de ser un bien que una vez logrado se dispone de él para toda la vida a un bien temporal. De hecho se manejan conceptos como empleabilidad en lugar de empleo para destacar la capacidad de las personas en generar sus propios puestos de trabajo y de adaptarse a nuevas demandas.

### **2.3. Consumo**

Aunque ahora predomine el consumo individual en el hogar y en el centro de trabajo, buena parte de las bondades educativas de los portales se conseguirán en las aulas interactuando con el grupo próximo y con personas de cualquier otro lugar unidas por el interés temático o por unos mismos objetivos.

El portal danés promueve aulas virtuales compartidas.

La tecnología ya hace posible, incluso, compartir el espacio virtual mediante la inclusión de avatares (representaciones de los usuarios). Piénsese, por ejemplo, que utilizando un programa como *Avatar Maker*, se pueden

personalizar los avatares y compartir un escenario virtual para representar una obra de teatro entre alumnos de centros lejanos.

Otro reto más para los portales educativos es poner los medios y fomentar este tipo de consumo grupal que conlleva una participación constructiva de los receptores, dando un paso más allá de las ya clásicas charlas electrónicas o *chats*.

Una vez creadas las infraestructuras necesarias en los centros educativos, el consumo grupal en red o en la propia aula puede hacerse realidad, una realidad constructiva muy rica que contrasta con el consumo individual privado casi siempre centrado en la interactividad selectiva.

## **2.4. Contenidos**

Hay una serie de contenidos que se repiten en todos los portales, como son los contenidos que se refieren a la educación reglada. Vamos a destacar los menos convencionales:

Producciones propias sobre temas de interés científico y educativo, como las promovidas por el CNICE ([www.cnice.mecd.es/proyectos/arqueologico/index.html](http://www.cnice.mecd.es/proyectos/arqueologico/index.html)).

Las reivindicaciones de la First Nation Assembly que agrupa a los aborígenes canadienses y que se incorporan al portal SchoolNet de Canadá.

Un interesante portal sobre museos, 24 Hour Museum, promovido por el NGfL británico.

Interesantes publicaciones electrónicas, como Txalaparta ([www.hezkuntza.net/programa/txalaparta/default\\_c.asp?orria=sarrera\\_c](http://www.hezkuntza.net/programa/txalaparta/default_c.asp?orria=sarrera_c)).

htm), revista de nuevas tecnologías del Sistema Educativo Digital Vasco o Red Digital del CNICE (reddigital.cnice.mecd.es/).

El auge de los foros en el portal danés (22.000, sí, 20.000 específicos entre pequeños grupos y 2000 abiertos), donde cualquier grupo que tenga acceso a la Intranet del portal puede crear su foro propio.

Los concursos del portal danés sobre búsquedas en Internet, sobre ecología...

**Ilustración 2. Juego para gestionar una fábrica de chocolate que ofrece el portal danés. [skolesim.emu.dk/choko.html](http://skolesim.emu.dk/choko.html)**

Los juegos de simulación del EMU danés sobre la gestión de un bar, de una fábrica de chocolate, de las fuentes de energía de una isla y sobre inversiones en bolsa.

La importancia que se da en el portal danés a las ayudas para crear trabajos escolares apoyándose en Internet.

El apoyo a actividades extraescolares del portal danés: música, deportes...

Las informaciones prácticas del portal danés para profesores (información sobre profesores invitados, viajes...) y alumnos, con ayudas clásicas, como la elección de estudios, estudios en el extranjero, o tan novedosas como facilitarles que se independicen de sus hogares.

La decidida apuesta del portal francés por integrar a la Universidad en el portal ofreciendo un listado de universidades por Academias y un portal específico de la universidad francesa, algo que también hace el argentino.

## 2.5. Elementos narrativos y multimedia

La lentitud casi general de las conexiones a Internet hace que predomine lo textual con pequeños adornos infográficos, pocas fotografías, alguna animación bidimensional y poca presencia de imagen en movimiento y de animaciones tridimensionales.

El modelo a seguir es el de los multimedia *off line* (CD-Rom, DVD...), en los que predomina lo visual sobre lo textual y, cada vez más, las imágenes audiovisuales, la realidad virtual..., pero de una forma pausada e inteligente.

Algunos portales tan sobrios como el británico han redefinido su imagen añadiendo más imágenes en su interfaz principal y en el resto de niveles de información.

Existe una clara tendencia a utilizar la programación con flash, pues los nuevos navegadores ya incorporan los *pluggins* necesarios para la reproducción, con lo que se evita tener que descargar programas, algo que supone una auténtica barrera para muchos internautas; pero lo habitual es ofrecer paralelamente una opción HTML para las personas que continúen con viejas versiones de los navegadores.

El portal argentino pone a disposición de los usuarios viejas y nuevas versiones de navegadores.

Un interesante ejemplo de utilización de animaciones bidimensionales puede verse en el CNICE ([www.cnice.mecd.es/tv\\_mav/tv\\_mav\\_flash.htm](http://www.cnice.mecd.es/tv_mav/tv_mav_flash.htm)).

Los elementos más propiamente multimedia, como el vídeo comienzan a aparecer en los últimos niveles de información, para que no constituyan una barrera previa a cualquier contenido.

### **Ilustración 3. Representación de un pequeño televisor para transmitir imagen en movimiento.**

**[www.bbc.co.uk/education/wordsandpictures/phonics/magicpencil/](http://www.bbc.co.uk/education/wordsandpictures/phonics/magicpencil/)**)

El portal educativo de la BBC ha apostado por la televisión en Internet, con interesantes posibilidades para el aprendizaje utilizando la imagen audiovisual en movimiento.

Otros portales, como el Sistema Educativo Digital Vasco incorporan alguna breve secuencia de vídeo y enlazan con la televisión generalista para recibirla en directo.

Para comprender mejor el desarrollo de los elementos multimedia en Internet, se puede observar lo que ocurrió con la evolución del CD-Rom como soporte, primero puramente textual, después incorporó imágenes fijas, sonidos, vídeo en pequeños recuadros, hasta llegar a reproducir vídeo a toda pantalla con calidad profesional si se utiliza la compresión adecuada.

Con la realidad virtual ocurre lo mismo que con el vídeo, su introducción está siendo lenta por los problemas que supone descargar los *pluggins* necesarios para leerla y el tiempo de espera que implica descargar los archivos. Como se vio en la primera parte del estudio, sí se están introduciendo simulaciones de realidad virtual que, como los IPIX ([www.ipix.com/](http://www.ipix.com/)), permiten visualizar y recorrer los 360 ° de cualquier espacio como si de realidad virtual propiamente dicha se tratase.

Todos estos elementos han de tenerse muy en cuenta ya en el presente, siempre que su uso expresivo se justifique. No tiene justificación, por el contrario, incorporarlos como floreros tecnológicos.

Y algo muy importante, toda la tecnología debe estar al servicio de los elementos narrativos. De nada sirve tener un maravilloso entorno de realidad virtual si no está al servicio del discurso educativo.

Personajes, espacios, tiempo y acciones deben configurarse adecuadamente valiéndose de todas las opciones que la tecnología ofrece. Por ejemplo, el portal andaluz utiliza la figura de Averroes, aunque no es habitual que los portales incorporen personajes reales o virtuales como elementos narrativos.

Un ejemplo de utilización de los personajes virtuales en una Web informativa lo constituye Ananova.com ([www.ananova.com/](http://www.ananova.com/)). Algunos lectores recordarán que la popularidad de esta presentadora virtual llevó a que la actual propietaria de sus derechos pagase casi 20 millones de euros por ella. La citada Ananova presenta las noticias más importantes como las tradicionales locutoras de televisión.

## **2.6. Interfaces**

Casi todas las interfaces principales de los portales son textuales, icónico-textuales o, en alguna ocasión, exclusivamente icónicas. Es lógico que se plantean unas selecciones muy claras que no admitan ningún género de duda para navegar adecuadamente por los contenidos.

Algunos iconos son ya tan claros, como la @ para correo electrónico que pueden utilizarse sin mermar la comprensión.

Pero si es casi obligado utilizar interfaces textuales o icónicas muy claras en las opciones principales, no hay que descartar otro tipo de interfaces para otras interfaces secundarias o para la propia interfaz principal para invitar, por ejemplo, a participar en concursos ocultos, juegos...

Las interfaces simbólicas, las interfaces abiertas de la realidad virtual... En fin, hay que pensar en todas las posibilidades que ofrece la narración multimedia interactiva para que estos nuevos lenguajes evolucionen.

La pregunta capital y más difícil de resolver es interrogar a los contenidos qué tipo de interfaz necesitan, cuál es la más idónea expresiva y estéticamente y no desequilibrar la balanza hacia el lado estético en perjuicio de los contenidos.

Tampoco hay que caer en la simpleza de pensar que la estética es algo superfluo en los temas educativos, pues la estética es parte importante de la expresión.

Aunque la mayoría de las interfaces sean *pull* u opacas. Es decir, haya que entrar en ellas para conocer los contenidos que cobijan. No hay que olvidar las posibilidades de las interfaces *push* o transparentes o semitransparentes que muestran antes de clicar sobre ellas parte de los contenidos.

No es fácil sopesar la conveniencia de cada una de ellas. Por ejemplo, para las noticias, muchos portales acuden a las interfaces transparentes o semitransparentes, pero, en algunos casos, la obsesión por mostrar lo que hay detrás del enunciado de selección convierte toda la interfaz en algo abigarrado y hasta farragoso.

## **2.7. Estructuras interactivas**

Las estructuras interactivas deben estar al servicio de la navegabilidad facilitando a los receptores los cambios rápidos de opciones y el conocimiento exacto de dónde se encuentran en cada momento.

La mayoría de los portales utilizan estructuras interactivas polidendríticas o multiarborescentes, esas que permiten cambiar de opción en todo momento sin tener que volver a la interfaz principal.

Pero, como siempre, hay que ser muy cauto a la hora de aplicar las teóricas mejores soluciones, pues cada caso es un mundo. A veces, las restricciones



positivas puntuales pueden lograr unos objetivos que no se alcanzarían de otra manera.

Hay ciertos contenidos que requieren, por ejemplo, seguir una secuencia lineal, en estos casos se pueden incorporar restricciones inteligentes para que la libertad de navegación no contribuya a la dialéctica de la fragmentación de esos contenidos que es necesario recibir íntegramente de una forma lineal.

Algunos portales, además del mapa Web o índice general incorporan otros en algunas interfaces secundarias que pueden ayudar a clarificarlas.

Las ingentes cantidades de información que acumulan los portales obligan a pensar continuamente en facilitar el acceso.

## **2.8. Tipos de interactividad**

Como se puede comprobar fácilmente, el tipo de interactividad que predomina es la selectiva (el receptor selecciona lo que le ofrece el autor); pero es muy importante dar a los receptores un papel cada vez más activo en algunas opciones que permiten la interactividad transformativa (el receptor puede transformar los contenidos del autor) y constructiva (el receptor puede construir y unir sus contenidos a los creados por los autores del portal).

Foros, charlas electrónicas o *chats*, aulas virtuales, inclusión de Webs personales y profesionales, proyectos abiertos que el receptor debe continuar... En fin existen múltiples opciones para invitar al receptor a que se convierta en coautor del portal.

## **2.9. Forma de presentación de los enlaces**

Existen diversas maneras de presentar los enlaces a otras sedes Webs de interés para los receptores.

**Que la Web enlazada sustituya la pantalla del portal**

**Que la Web enlazada se inserte dentro de una ventana del propio portal**

**Que la Web enlazada se incorpore como una ventana superpuesta a la del propio portal**

Si se opta por la primera, como hace entre otros el portal argentino, el usuario se sumergirá en la nueva Web y no dispondrá de un conector directo para recuperar el portal de partida.

Incluir la Web enlazada dentro de una ventana del propio portal supone una apropiación indebida de unos contenidos que no le corresponden y al receptor se le niega la dirección de esa Web. Esta forma de conexión no suele darse en los portales, salvo que se conecte con Webs patrocinadas por el portal. De todas formas, insistiremos que no es recomendable y está generando en algunos casos reclamaciones de derechos de autor.

La tercera solución suele ser la más habitual y la que el sentido común aconseja. Se abre una nueva ventana que se superpone sobre la interfaz del portal. Se puede navegar libremente por la Web con la que se ha enlazado y si se desea volver al portal, basta con cerrar esa ventana y debajo se encuentra la pantalla que originó el enlace.

## **2.10. Accesibilidades especiales**

Algún portal, como el británico, incorpora una opción textual especial para personas con deficiencias visuales

([www.ngfl.gov.uk/textonly/index.jsp?sectionId=1](http://www.ngfl.gov.uk/textonly/index.jsp?sectionId=1)); pero, en general, se tienen poco en cuenta a las personas con algún tipo de deficiencia.

La tecnología del habla permite, por ejemplo, convertir textos y explicaciones de imágenes en sonidos.

Es responsabilidad de todos los portales educativos desarrollar cada vez más su accesibilidad para todos. En la investigación se resaltaba el proyecto *Mundo de estrellas* desarrollado por el Servicio Andaluz de Salud ([www.estrellas.org](http://www.estrellas.org)) en Intranet para niños hospitalizados, proyecto que aúna infoentretenimiento y educación a distancia proponiendo a los niños que entren en distintos mundos virtuales mutados en avatares.

**Ilustración 4. El portal español CNICE promueve un interesante proyecto de aulas hospitalarias.: [www.cnice.mecd.es/proyectos/aulashosp/index.html](http://www.cnice.mecd.es/proyectos/aulashosp/index.html)**

### **3. Tendencias de los portales educativos institucionales**

Se podría afirmar que los portales educativos institucionales abarcan uno de los campos más amplios y complejos y de mayor responsabilidad. Su concepción debe ser muy abierta, de forma que permitan crecimientos múltiples sin necesidad de redefinir el concepto.

Éstas podrían ser algunas de las líneas maestras sobre las que gravitase la creación de un portal educativo institucional:

#### **Concepto general**

- Internet / Intranet**
  
- Portal de portales**

- **Contenidos propios generales y especializados aplicables a todo el mundo de la enseñanza**
- **Interfaz introductoria de portales especializados en las diversas enseñanzas**
- **Interfaz introductoria de portales aplicados a la enseñanza públicos y privados**
  
- **Creador u orientador del modelo de los portales institucionales especializados en las diversas enseñanzas**
  
- **Organizador de las bases de datos (buscador especializado)**
  
- **Personalizador de contenidos**
  
- **Marca de calidad y confianza (normas éticas, de contenidos...)**
  
- **Promotor, coordinador y gestor general de las aportaciones públicas y privadas**

### **3.1. Internet / Intranet**

Buena parte de los portales educativos institucionales presentan parte de sus contenidos abiertos a todo el mundo (Internet) y otros, a disposición de los usuarios específicos para los que están pensados directamente (Intranet), para lo cual, estos últimos, necesitan una contraseña personal.

Cursos, foros muy especializados entre grupos... utilizan la vía Intranet para evitar interferencias no deseables.

Ciertos contenidos de Intranet pueden ser accesible, también, a todos aquellos que se hayan registrado, evitando algunas consecuencias que puede traer saberse en el anonimato.

El portal danés tiene partes que pide contraseña.

### **3.2. Portal de portales**

La amplitud y complejidad de los contenidos, las ramificaciones que cada estadio de la enseñanza lleva consigo y el continuo crecimiento de los campos a tratar aconsejan que el portal educativo institucional incorpore contenidos propios generales y especializados de interés aplicables a todo el mundo educativo.

Que este gran portal actúe como interfaz introductoria a los portales educativos especializados en las enseñanzas primarias, secundarias, universitarias... No se trata, por tanto, de ofrecer meros enlaces, sino de introducir a los receptores convenientemente en esos portales especializados en los diversos estadios educativos.

Tal vez el portal que más se acerca a ese concepto sea el del Reino Unido (NGfL) junto con el francés.

Este gran portal de portales, también debe actuar como interfaz introductoria de otros portales complementarios a los institucionales, tanto si son generalistas como si están especializados en un tema concreto o en algún actor de la enseñanza, siempre que cuenten con el certificado de calidad oportuno y, a su vez, incorporen una opción de enlace a este portal de portales.

Se ha insistido en que el gran portal actúe como interfaz introductoria, no como mero enlace. Esto quiere decir que al receptor, ante tal avalancha de contenidos, hay que explicarle, si él lo desea, qué encontrará detrás de esa

opción. Se trata de hacer la opción semitransparente y dinámica, de forma que sea un escaparate de los contenidos y de los cambios en esos contenidos.

Naturalmente, ese escaparate introductorio debe organizarse de manera que sea el subportal el que lo incorpore y lo actualice.

Es muy fácil incorporar enlaces y dejar al receptor que vagabundee por ellos, de ahí la necesidad de aplicar criterios transparentes de ayuda.

Cuando en el portal británico se clica sobre una de las opciones principales, en este caso SCHOOLS. Nos proporciona las subopciones bajo el título de QUICK LINKS a la izquierda y en el centro las explica brevemente, convirtiéndolas así en semitransparentes. El receptor ya cuenta con una pequeña orientación antes de acceder a ellas, si lo tiene muy claro, elige directamente en los QUICK LINKS.

Educ.ar, el portal argentino, también sigue estos criterios de enlace directo y enlace explicado. En este caso se cumple una doble función:

Indicar qué hay detrás para que el receptor se haga una idea de los contenidos sin necesidad de recorrer todas las opciones opacas.

Presentar las novedades, de forma que inciten a entrar a aquellos que ya conocen los contenidos y no tienen intención de volver a entrar pensando que no hay nada nuevo.

### **3.3. Creador u orientador del modelo de los portales institucionales especializados en las diversas enseñanzas**

El portal institucional principal debería ser el creador o, al menos, el orientador del modelo aplicable a los distintos subportales para que se produzca una cierta unidad conceptual y estético-expresiva.

Es importante seguir unos criterios que permitan al receptor moverse de una manera similar por todos esos subportales y percibir que está dentro de ese gran portal que los unifica.

Es de enorme utilidad crear un manual de estilo del portal, especificando perfectamente los distintos usos, tipos de letras, tratamiento de las imágenes, espacios de selección y de representación... así como desarrollar una serie de páginas que puedan utilizarse para añadir contenidos sin que se resientan los valores estético-expresivos.

Estos manuales de estilo son imprescindibles incluso en pequeñas Webs, para que su puesta al día y crecimiento no reste unidad al conjunto.

Education.fr, el portal institucional francés es un portal de portales, pero no mantiene unidad estético-expresiva en los subportales. La forma de enlazar los subportales con el portal principal es añadiendo una franja inferior que sirve de enlace.

### **3.4. Organizador de las bases de datos (buscador especializado)**

Se insiste durante todo el estudio sobre la importancia de las bases de datos y de un buen buscador que permita el acceso directo a los contenidos y la personalización y jerarquización de los mismos.

Es fundamental contar con unas excelentes bases de datos y con un buen mantenimiento, de forma que el buscador funcione perfectamente, algo que no suele suceder. En algún portal, como el francés EDUCATION.FR, las

búsquedas ofrecen unos resultados tan amplios y poco acertados, que se revelan inútiles.

Pero en casi todos los buscadores se han encontrado fallos estrepitosos. Por ejemplo, en el portal británico, al buscar uno de los subportales del NGfL, Virtual Teacher Centre, en lugar de proporcionarlo directamente, no aparece en los resultados.

Hasta ahora todos estos detalles se difuminaban, con la especialización de los usuarios, estos fallos pueden alejarles del portal.

El buscador más eficaz de esta investigación ha sido el canadiense ([www.schoolnet.ca/home/e/search/](http://www.schoolnet.ca/home/e/search/)), un verdadero ejemplo a seguir. El principal buscador, opción SEARCH funciona muy bien sin filtro alguno, gracias a las potentes y bien organizadas bases de datos del portal. En opciones avanzadas se cuenta con unas doscientas posibilidades de filtros. Permite realmente personalizar los contenidos que se desean recibir.

**Ilustración 5. Antes de entrar en la web buscada, el portal canadiense orienta sobre los contenidos.**  
**[www.schoolnet.ca/accueil/e/resources/metadata/newurl\\_music\\_4638\\_e.html](http://www.schoolnet.ca/accueil/e/resources/metadata/newurl_music_4638_e.html)**

Los resultados de las búsquedas del buscador de SchoolNet, el portal de Canadá, muestran el enlace, una pequeña descripción de la Web con la que se va a enlazar y una interesante METADATA INFORMATION, los datos que se encuentran en la base de datos, muy clarificadores para el usuario.

### **3.5. Personalizador de contenidos**



Se ha insistido en que el buscador es uno de los elementos clave para personalizar y jerarquizar los contenidos. La interactividad es sinónimo de diálogo, de comunicación directa, de personalización...

Hay que pensar en programas expertos que favorezcan esas personalizaciones.

Muchos portales invitan a registrarse a todo el que lo desee, es una manera de conocer mejor a los públicos objetivos indirectos.

Casi todos los portales comerciales envían las novedades por correo electrónico y permiten, mediante filtros, que el receptor seleccione lo que desea recibir, algo que no suelen hacer los educativos. Sí promete hacerlo el argentino Educ.ar.

Un estudiante puede estar interesado en las becas, si se le informa de las convocatorias y se le invita a entrar en el portal para completar y complementar la información, será un usuario habitual y sentirá que el portal piensa en él.

Casi todos los portales ofrecen correo electrónico gratuito a sus públicos directos, el portal argentino, por ejemplo, se lo facilita a todo el que se registre. El correo gratuito es una de las estrategias que utiliza el denominado *marketing viral*, que viene a ser una versión sofisticada del clásico boca a boca.

Para muchos usuarios, disponer de correo electrónico con las siglas del portal educativo es mucho más interesante que tener, por ejemplo, el clásico *hot mail* de Microsoft o de yahoo.

También invita a registrarse el portal británico, aunque no ofrece nada a cambio.

### **3.6. Marca de calidad y confianza (normas éticas, de contenidos...)**

Es lógico que en una jungla como Internet, los usuarios recelen de muchos de los contenidos que se les ofrecen, máxime si tienen tanta trascendencia como son los educativos.

Una de las funciones de los portales educativos puede ser la creación del certificado de calidad que conlleve la inclusión de su logotipo en otros portales educativos. Esta iniciativa puede ser doblemente beneficiosa para el portal institucional y para otros portales públicos y privados que esperan tener un buen número de visitantes y contar con su confianza.

El portal británico, NGfL, apunta en esta dirección. Para lograrlo, el propio portal institucional debe alcanzar una notoriedad y una confianza destacable entre los usuarios. Es importante que el logotipo del portal alcance esos atributos y se mantenga a través del tiempo, pues los cambios de denominación consiguen todo lo contrario.

Contando con el consenso de otras instituciones y de patrocinadores, el portal debe crear unas normas éticas y legales de obligado cumplimiento para los que deseen adherirse a él.

El portal argentino ofrece un modelo evaluativo para que el receptor lo aplique a las Webs con contenidos educativos, para evitar la recepción de contenidos poco rigurosos recubiertos del cierto halo de confianza que confieren este tipo de contenidos:  
[www.educ.ar/educar/ayuda/verdoc.jsp?url=TUTOR006%2FPAG6.HTM&contexto=ayuda/](http://www.educ.ar/educar/ayuda/verdoc.jsp?url=TUTOR006%2FPAG6.HTM&contexto=ayuda/).

### **3.7. Promotor, coordinador y gestor general de las aportaciones públicas y privadas**

Existe una clara tendencia de los portales institucionales (Argentina, Canadá, Reino Unido, Dinamarca...) a contar con patrocinios de todo tipo, sin perder por ello independencia y actuando como promotores, coordinadores y gestores generales de esa responsabilidad social tan importante que es la educación.

En estos tiempos de consolidación de Internet, conviene posicionarse sólidamente y marcar claramente las líneas a seguir, atrayendo patrocinios que en el futuro tal vez sean más difíciles de lograr.

Las aportaciones pueden ser muy variadas y conviene crear una cultura de intercambio con el mundo empresarial.

Planteados, como se han expuesto, los modelos éticos, conceptuales y de funcionamiento, las aportaciones de instituciones y empresas serán de gran valor. Uno de los ejemplos paradigmáticos es el portal canadiense SchoolNet, que integra instituciones nacionales, regionales, asambleas de aborígenes y una gran variedad de empresas.

Una de las opciones del portal danés ofrece venta *on line* de productos educativos.

El portal argentino Educ.ar presenta en distintas opciones a los patrocinadores principales ([www.educ.ar/educar/home/socios\\_estrategicos.jsp](http://www.educ.ar/educar/home/socios_estrategicos.jsp)), a los que denomina, socios estratégicos y también revela los apoyos institucionales y los obtenidos de las llamadas Empresas.com.

### **Información para todos**

Es probable, de hecho, que el primer efecto de la difusión telemática implique una ampliación del hiato del saber entre capas culturales distintas,

terminando por aumentar la información de los ya informados (Bettetini, 1984, 107).

Así de pesimista se mostraba Bettetini ya en 1984, aunque el tiempo le haya quitado parte de razón, es cierto que existen terceros mundos digitales en la altisonante sociedad de la información global.

Uno de los grandes retos de los portales educativos es hacer realidad el lema de la UNESCO: “información para todos” ([www.unesco.org/webworld/ifap/](http://www.unesco.org/webworld/ifap/)) y que éste sustituya al de “sociedad de la información”. El lema “información para todos” va aparejado a otro lema: “tecnología al alcance de todos”.

### **Ilustración 6. Programa de la UNESCO *Información para todos***

Los portales educativos institucionales ofrecen información para todos, cultura para todos. Globalizar ese todos debe constituirse en una meta incuestionable.

### **FUENTES**

BARFIELD, L. *Usner Interface: Concepts and Design*. Nueva York: ACM Press/ Addison-Wesley, 1992.

BETTETINI, Gianfranco. *La conversación audiovisual*. Madrid: Cátedra, 1986.

COTTON, B. & OLIVER, R. *Understanding Hipermedia*. Phaidon Press Ltd: Londres, a.1993.

GARRAND, Timothy. *Writing for multimedia*. USA: Focal Press, 1997.

- GILDER, George. *Life After Television*. W.W. Norton & Co., 1994.
- HOBBS, Vicki M. y otros. *Virtual Classrooms : Educational Oportunity Through Two-Way Interactive Television*. Technomic Pub Co., 1996.
- HORTON, William. *The Icon Book*. New York: John Wiley & Sons, 1994.
- KURZWEIL, R. *The age of intelligent Machines*. Cambridge, Massachussets: Massachusetts Institute of Technology, 1991. Versión castellana: *La era de las máquinas inteligentes*. México, D.F.: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, 1994.
- LANDOW, G.P. *Hypertext. The convergence of contemporary critical theory an technology*. Baltimore y Londres: Johns Hopkins University Press, 1992. Versión castellana: *Hipertexto*. Barcelona: Paidós, 1995.
- LAUREL, B. *Art of Human-Computer Interface Design*. Nueva York: Addison-Wesley, 1990.
- Computers as Theatre*. Nueva York: Addison-Wesley, 1991.
- MAYBURY, M. T. (Editor). *Intelligent Multimedia Interfaces*. Menlo Park, California: AAAI Press & The Mit Press, 1993.
- MORENO MUÑOZ, Antonio. *Diseño ergonómico de aplicaciones hipermedia*. Barcelona: Paidós, 2000.
- MORENO SÁNCHEZ, Isidro. *Musas y nuevas tecnologías. El relato hipermedia*. Barcelona: Paidós, 2002.
- "Televisión digital: Bases tecnológicas y narrativas para la televisión interactiva del futuro". En: PABLOS PONS, J. y JIMÉNEZ SEGURA, J. (Coords). *Nuevas Tecnologías. Comunicación Audiovisual y Educación*. Barcelona: Editorial Cedecs, 1998.

- “¿Monólogos tecnológicos o diálogos multimedia?”. *Cuadernos monográficos de aula* (Llanes, Asturias), junio, 1999.
- “Iconos hipermedia: la llave interactiva”. *Icono 14* (Madrid), núm. 1, 2000.
- “Genoma digital”. *Anàlisi* (Barcelona), núm. 25, 2001.

NIELSEN, Jacob. *Usabilidad. Diseño de sitios Web*. Madrid: Prentice Hall, 2000.

*Technology Review*: [www.techreview.com/](http://www.techreview.com/)

VITALE, Joe. *Cyber Writing*. USA: Amacom, 1997.

## **PORTALES ANALIZADOS**

**AVERROES, Red Telemática Educativa de Andalucía (España)**

[Averroes.cec.junta-andalucia.es/](http://Averroes.cec.junta-andalucia.es/)

**CNICE (Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa)**

[www.cnice.mecd.es/](http://www.cnice.mecd.es/)

**Education.fr (Francia)**

[www.education.fr](http://www.education.fr)

**Educ.ar (Argentina)**

[www.educ.ar/educar/index.jsp](http://www.educ.ar/educar/index.jsp)

**EMU, Punto de encuentro electrónico de la educación danesa (Dinamarca)**

[www.emu.dk/](http://www.emu.dk/)

**NATIONAL GRID FOR LEARNING (Reino Unido)**

[www.ngfl.gov.uk/index.jsp](http://www.ngfl.gov.uk/index.jsp)

**SchoolNet (Canadá)**

[www.schoolnet.ca/](http://www.schoolnet.ca/)

**Sistema Educativo Digital Vasco (España)**

[www.hezkuntza.net/programa/default\\_c.htm](http://www.hezkuntza.net/programa/default_c.htm)

**XTEC, Xarxa Telemática Educativa De Catalunya (España)**

[www.xtec.es/](http://www.xtec.es/)

**BUSCADORES ESPECIALIZADOS**

**ASKERIC (inglés)**

Buscador que versa sobre temas educativos, con especial incidencia sobre tipos de materiales útiles para la enseñanza.

[ericir.syr.edu/](http://ericir.syr.edu/)

**AWESOME LIBRARY (inglés)**

Extensa pero cuidada selección de unas 14.000 direcciones para orientar a profesores, alumnos, padres y bibliotecarios de contenidos formativos de utilidad existentes en la red.

[www.awesomelibrary.org/](http://www.awesomelibrary.org/)

**BUSCOPIO**

Es un excelente buscador de buscadores.

[www.buscopio.com](http://www.buscopio.com)

**EDUCATION WORLD (inglés)**

El mundo de la educación en Internet. Recopila cualquier dato en relación con la educación desde cualquier punto de vista : educación a distancia, proyectos educativos, materiales, pedagogía, etc.

[www.education-world.com/](http://www.education-world.com/)

ALBA 33

Portal internacional de "vortales" (**portales** de acceso a Internet especializados). Facilita más de 50.000 direcciones seleccionados por especialistas, descritas y ordenadas en 36 categorías y más de 700 subcategorías temáticas

[db.alba36.com/top/lang=ESP](http://db.alba36.com/top/lang=ESP)