



**III Congreso Internacional Virtual de Educación  
1-11 Abril del 2003**

**Recursos educativos en Internet: los portales educativos**

Aurora Cuevas Cerveró [accerver@bib.uc3m.es](mailto:accerver@bib.uc3m.es)

Francisco Javier Calzada Prado [fcalzada@bib.uc3m.es](mailto:fcalzada@bib.uc3m.es)

M<sup>a</sup> Jesús Colmenero Ruiz

Universidad Carlos III de Madrid

**Resumen:**

Los portales educativos son espacios web que ofrecen múltiples servicios a los miembros de la comunidad educativa: información, instrumentos para la búsqueda de datos, recursos didácticos, herramientas para la comunicación interpersonal, formación, asesoramiento y entretenimiento. Actualmente no existen criterios definidos ni autoridad competente para otorgar la credencial de *Portal Educativo* a una sede web, por tanto cualquier persona, institución o empresa puede colgar sus páginas y denominarlas *Portal Educativo*, la situación es bastante caótica y hay un gran desajuste en cuanto a la calidad de estos recursos. A nuestro entender es necesario trabajar en el sentido de organizar estos recursos y evaluar su calidad, la labor de los profesionales de la Documentación es absolutamente pertinente e imprescindible en este campo.

**Palabras clave:** Recursos educativos, Portales, Documentación.

## 1 Espacios web de interés educativo

Un sitio o espacio web está formado por un conjunto de páginas web relacionadas entre sí mediante enlaces hipertextuales o programas que se ofrecen a través de Internet con un propósito concreto, por ejemplo instruir sobre algún tema, hacer publicidad, presentar información o distribuir material. Cualquier sitio web en un momento dado puede tener un uso educativo, puede servir para llevar a cabo ciertos aprendizajes, sin embargo se denomina web educativo al que se diseña específicamente con el propósito de facilitar aprendizajes o proporcionar recursos didácticos.

Siguiendo a Marqués Graells<sup>1</sup> podemos establecer una tipología de espacios web de interés educativo:

- **Tiendas virtuales.** Son puntos de venta on line de todo tipo de material didáctico y recursos.
- **Entornos tutorizados de teleformación.** Ofrecen sobre todo cursos, clases tutorizadas y asesoramiento. De gran éxito, sobre todo, las universidades virtuales.
- **Publicaciones electrónicas.** Ediciones de material sobre un tema determinado o una publicación periódica
  - **Materiales didácticos on-line.** Diseñados con finalidad instructiva, son entre otros, modelos de ejercicios, documentos informativos, simuladores, textos y programas.
  - **Webs temáticos.** Aunque no estén diseñados con intencionalidad instructiva pueden resultar muy interesantes para los educadores por la variedad de información específica y por su amplia temática.
  - **Prensa electrónica.** Diarios y revistas. Publicaciones periódicas de temática diversa que pueden consultarse on line.
- **Webs de presentación o personales.** Presentan a la persona o empresa editora de la página, representan la imagen de esa persona o empresa ante el mundo.
  - **Webs de profesores.** Presentan sus líneas de investigación, sus programas y publicaciones, permiten compartir información con alumnos y profesores
  - **Webs de centros educativos.** Incluyen, entre otras datos información sobre su funcionamiento, actividades y proyectos educativos.
  - **Redes de escuelas.** Se entienden como un servicio para un conjunto de

escuelas, donde una determinada comunidad escolar ofrece un lugar de encuentro a la comunidad escolar, suelen tener acceso restringido.

- **Centro de recursos, bibliotecas y buscadores.** Estos espacios facilitan la localización de material didáctico, como libros, documentos o artículos, deben estar bien estructurados y estar en posesión de potentes motores de búsqueda.
- **Entornos de comunicación interpersonal.** Procuran poner en contacto a personas con intereses comunes, para intercambiar información, debatir, pueden formar listas de distribución, chats y otros servicios.
- **Portales educativos.** Pretenden ofrecer todo tipo de servicios educativo, integrándolos en un mismo espacio

Las sedes web de temática educativa, como hemos visto, reúnen recursos de diferentes tipo: servicios educativos, fuentes documentales, materiales curriculares, experiencias didácticas, enlaces, etc. La denominación titular con la que aparecen en la red es múltiple, sus autores las denominan comunidades temáticas, sedes web, centros de recursos, páginas de educación, aunque quizá la más popular y frecuente en la actualidad sea la de *Portal Educativo*.

## 2 Los Portales. Evolución histórica y actualidad

Un portal es una página que funciona como punto de entrada a Internet, concentra servicios y productos y organiza, a su modo y según sus intereses el contenido de Internet para *ayudar* a los usuarios en la navegación. Aunque parezca que los portales han aparecido recientemente, la verdad es que hace ya algunos años que existen webs que, sin denominarse *portales*, realizan todas sus funciones características. El origen de los portales hay que buscarlo en estas sedes webs, la mayoría de las cuales ha evolucionado mucho en poco tiempo. Podría establecerse una evolución en el desarrollo de los portales, siguiendo a Baró i Queralt J. y Ontalba y Ruipérez, J.A.<sup>2</sup>

- 1ª etapa: inicios de los años 90-1996. Según L. Á. Fernández Hermana, el primero fue el de Time-Warner, aunque desde hace ya muchos años han existido webs que han ofrecido servicios diversos. Una buena prueba de ello la encontramos en America OnLine (<http://www.aol.com>) o Compuserve

(<http://www.compuserve.com>). Estos proveedores de servicios ofrecían, inicialmente, una parte restringida sólo a sus clientes con una gran cantidad de servicios.

- 2ª etapa: 1997-1999. Con la popularización de Internet, los grandes proveedores, abren parte de sus servicios a cualquier persona. Este cambio de orientación fue debido a la intención de captar nuevos clientes y de fidelizar a los existentes. Otro motivo de gran importancia, hay que buscarlo en la aparición y ofrecimiento de Servicios de Valor Añadido (SVA) por parte de motores de búsqueda como Yahoo o Altavista. Es en este momento cuando puede empezar a hablarse de portales tal y como los conocemos en la actualidad.
- 3ª etapa: 1999-2001. Se caracteriza por la proliferación de portales de diferente procedencia geográfica y por la transformación de motores de búsqueda (como Olé-Terra) y de distribución de software) en portales. En 1999 se unen Retevisión y Excite, Telefónica compra Olé y aparece la versión castellana de Yahoo y Altavista. Además de las compras y las grandes alianzas estratégicas (Terra-Lycos) es el inicio de las salidas a bolsa, la búsqueda de rentabilidad mediante publicidad y el intento de captación de clientes por medio del ofrecimiento de todo tipo de servicios con la intención de diferenciarse de la competencia.

A veces no es fácil diferenciar entre un portal o un buscador, pues ambos proporcionan al usuario herramientas o mecanismos para facilitar la navegación, para recorrer la red en busca de una información concreta y, muchas veces, también encontramos sedes web que se autodenominan portal pero no pueden ser considerados como tales. Las sedes web en nuestro país no han tenido un proceso normal de desarrollo, han crecido demasiado rápido y probablemente gran parte de los ahora denominados portales desaparecerá en poco tiempo, ya que el número de usuarios es limitado, el mercado escaso y la competencia fuerte. Los portales son el producto de la conjunción entre páginas especializadas y directorios y motores de búsqueda, su interés radica en pretender presentar en la página principal la mayor cantidad de la información que se encuentra en la sede web. Entre los creadores de portales encontramos todo tipo de actores, desde pequeñas empresas a grandes transnacionales, pasando por aficionados o universidades, todos con el fin común de convertirse en el web de

referencia para los internautas. En este sentido Pérez de Leza<sup>3</sup> insiste en que lo que los portales pretenden es conseguir que los clientes puedan hacer todo lo que necesiten sin tener que salir del website concreto, es una manera de captar clientes ya que el interés empresarial de cualquier portal es conseguir que su página genere lealtad entre los usuarios, maximizar el tiempo que va a estar navegando en sus páginas y asegurarse la frecuencia del regreso a su sede.

Dada la proliferación masiva de portales y de usuarios de los mismos podemos establecer una tipología, siguiendo a Gómez Hernández y García Gómez<sup>4</sup>:

- Megaportales o portales generales. Son portales pensados para un público muy amplio, ofrecen contenidos de carácter general y su pretensión es cubrir las temáticas más demandadas. Ofrecen también servicios de valor añadido como espacios web gratuitos, comunidades virtuales, chat, correo electrónico, etc. Este modelo, orientado sobre todo a usuarios principiantes, se está quedando desfasado, sobre todo, por la proliferación de este tipo de portales y porque la demanda del mercado pasa por la especialización temática, geográfica o corporativa.
- Portales corporativos. Son los portales dedicados a las personas relacionadas con una empresa o institución, tienden a ser una prolongación natural de las intranets corporativas, en las que se provee a los empleados de información de la empresa y de enlaces a webs públicos y de mercado vertical.
- Portales especializados o temáticos. Son los orientados a los usuarios interesados en un tema concreto, especializados en un tema determinado, por ejemplo destinado a un área geográfica concreta o los portales educativos.

## **2.1 Los Portales Educativos.**

Los portales educativos son espacios web que ofrecen múltiples servicios a los miembros de la comunidad educativa: información, instrumentos para la búsqueda de datos, recursos didácticos, herramientas para la comunicación interpersonal, formación, asesoramiento y entretenimiento. Los principales destinatarios de este espacio son, sin duda, profesores y alumnos y aunque son de carácter gratuito en su mayoría, muchos de ellos persiguen, aunque sea implícitamente, un objetivo comercial. Hay que tener en cuenta que algunos de estos portales pertenecen a empresas vinculadas con el mundo

editorial<sup>5</sup> que buscan hacerse un hueco en el entramado comercial de Internet; otros pretenden difundir una buena imagen institucional o contactar con clientes potenciales, por tanto la gratuidad de la oferta de los portales educativos hay que aceptarla con reservas.

### **Evaluación de Portales Educativos**

Evaluar significa apreciar en qué medida lo evaluado presenta unas características que se estiman pertinentes y que han sido especificadas partiendo de la consideración de unos criterios, así toda evaluación exige una observación, una medición y un juicio.

Al realizar una evaluación partimos de una intencionalidad y unos destinatarios, por tanto los criterios que se utilicen han de ser acordes con la intencionalidad de la evaluación y con los destinatarios de la misma. Si nos centramos en la evaluación didáctica, al evaluar unos determinados materiales podemos hacerlo por ejemplo para conocer cuáles tienen mayor información sobre un tema, cuáles son, desde un punto de vista técnico, los mejores o los más adecuados para determinado tipo de estudiantes; si nos centramos en los destinatarios de la evaluación, podrían ser los docentes, los responsables o gestores de instituciones educativas o los diseñadores de material didáctico.

En la evaluación de los recursos didácticos uno de los criterios más importantes a considerar es el de la eficacia didáctica, esto es, qué funcionalidad presenta como medio facilitador de aprendizaje. La eficacia didáctica con respecto a los recursos dependerá, en primer lugar de las características de los materiales, en el caso de los portales educativos estamos evaluando materiales digitales, deberemos pues abandonar los parámetros de los materiales impresos y valorar el hecho de que la forma de acceder a la información y la de recuperación es distinta. La eficacia didáctica con respecto a los recursos dependerá también de la forma en que son utilizados con los estudiantes y del diseño de la acción educativa.

Para validar los recursos didácticos podemos considerar dos tipos de evaluación, una evaluación objetiva, que se centra en valorar la calidad de los recursos, se hace a partir de la consideración de unos criterios de calidad concretados en unos indicadores que se pueden identificar en los materiales a evaluar y una evaluación contextual, que valora las formas en que se han usado los medios en un contexto educativo

determinado. Al evaluar los portales educativos hay que tener en cuenta los servicios que ofrecen así como múltiples aspectos técnicos, estéticos, pedagógicos, funcionales y de calidad. No es tarea fácil, por la propia complejidad que presentan estos espacios, sin homogeneidad ni en la estructura ni en los contenidos y con una cantidad ingente de información, sin embargo nos parece imprescindible comenzar estableciendo criterios de orden y de calidad en los contenidos didácticos procedentes de la red. La normalización es, evidentemente, una necesidad. El desarrollo de la investigación en este sentido y el establecimiento de políticas generales de acción es algo prioritario, aunque complejo pues convergen en este campo e intervienen en su desarrollo disciplinas de campos muy distintos. Aunque ya existen normas, como la ISO 9241, que procuran normalizar los interfaces, documentos y estructuras electrónicas, pensamos que la normativa, aunque necesaria, es difícil de imponer, por la naturaleza misma de internet, en este sentido hay que realizar una labor de sensibilización, donde la cultura de la calidad tenga un papel relevante, las redes académicas y las instituciones son espacios privilegiados para desarrollar estas acciones.

Los portales educativos, que pretenden ofrecer todo tipo de servicios educativos integrándolos en un mismo espacio web, tienen la intención de constituirse en la referencia básica y necesaria en cuanto a recursos educativos en la comunidad escolar<sup>6</sup>. Si finalmente consiguen introducirse en la escuela y convertirse en esa deseada referencia, es clara la necesidad de articular mecanismos de catalogación, evaluación y normalización para estos espacios. La labor de los profesionales de la Documentación, los documentalistas, es por tanto absolutamente pertinente e imprescindible en este campo.

### **3 Conclusiones:**

- Los portales educativos proporcionan a la comunidad escolar la mayor fuente de recursos educativos disponibles en Internet. Constituyen, entre otras cosas, una buena base material para el desarrollo de actividades relacionadas con el acceso, manejo y uso de la información (alfabetización informacional) y, en suma, con el aprendizaje a lo largo de la vida.
- Actualmente no existen criterios de ningún tipo para denominar a un portal

como educativo, no existen criterios definidos ni autoridad competente para otorgar la credencial de *Portal Educativo* a una sede web, por tanto cualquier persona, institución o empresa puede colgar sus páginas y denominarlas *Portal Educativo*, la situación es bastante caótica y hay un gran desajuste en cuanto a la calidad de estos recursos.

- A nuestro entender es necesario trabajar en el sentido de organizar estos recursos y evaluar su calidad: los documentalistas son los profesionales mejor cualificados para emprender esta tarea.
- Los documentalistas especializados en educación han de seguir rigurosamente la evolución de los portales educativos en Internet, en la actualidad la mayor y más interesante fuente de información y recursos para la comunidad escolar, e ir definiendo sus propias líneas de actuación e investigación en este sentido.

## Notas

---

<sup>1</sup> Marqués Graels, P. (2000). *Los espacios web multimedia: tipología y funciones*. Disponible en Internet: <http://dewey.uab.es/pmarques> [Consultado el 13 de Mayo de 2002]

<sup>2</sup> Baró i Queralt J. y Ontalba y Ruipérez, J.A (2001) *Portales españoles: ¿demasiados productos para pocos clientes?* Disponible en Internet: <http://www.uoc.es/web/esp/art/uoc/0107029/portales.html> [Consultado el 15 de Mayo de 2002]

<sup>3</sup> Pérez de Leza, J. (2000) El valor añadido de un portal. En *Ecomm*, 13. Disponible en Internet: <http://www.ecommdigital.com/printart.ctm?ID=342> [Consultado el 15 de Febrero de 2001]

<sup>4</sup> Gómez Hernández, J. A.; García Gómez, J.C. (2001) Qué son y de dónde vienen los portales de Internet. En *Educación y Biblioteca*, nº 123, p. 75

<sup>5</sup> Algunas de estas empresas, como Anaya y Santillana, durante años han conseguido múltiples beneficios con la edición de libros de texto y material impreso relacionado con la enseñanza como por ejemplo clásicos de obligada lectura en los programas educativos y material para vacaciones.

<sup>6</sup> Podemos encontrar un exhaustivo análisis acerca de las motivaciones económicas y políticas que parecen estar detrás de los portales educativos en Bullón, P. (2001). *Comunidades virtuales de profesores. IWORLD*. Disponible en Internet: <http://www.idg.es/iworld/impart.asp?id=118311> [Consultado el 18 de Mayo de 2002]



---

## Bibliografía

Arnedo, Tx. (1999). De portales a plazas: Presente y futuro de los portales en Internet. *Internet '99*. Asociación de Usuarios de Internet. Disponible en Internet: <http://www.aui.es/biblio/libros/mi99/3portales.htm>. [Consultado el 8 de mayo de 2002].

Baró i Queralt J. y Ontalba y Ruipérez, J.A (2001) *Portales españoles: ¿demasiados productos para pocos clientes?* Disponible en Internet: <http://www.uoc.es/web/esp/art/uoc/0107029/portales.html> [Consultado el 15 de Mayo de 2002]

Boettcher, J.; Strauss, Howard. (2000, 20 de enero). What Is a Portal, Anyway?. *TechTalk Event*. Disponible en Internet: <http://www.cren.net/know/techtalk/events/portals.html>. [Consultado el 8 de mayo de 2002].

Boronat, D. (1999). *Los portales en España*. Barcelona: Ogilvy Interactive

Bullón, P. (2001). “Comunidades virtuales de profesores”. En *IWORLD*. Disponible en Internet: <http://www.idg.es/iworld/impart.asp?id=118311> [Consultado el 18 de Mayo de 2002]

Codina, Ll. (2000a). “Evaluación de recursos digitales en línea: conceptos, indicadores y métodos”. En *Revista Española de Documentación Científica*. Vol. 23, núm. 1, p. 9-44.

Cortes, A. (1999). “Portales y posicionamiento en la nueva Internet para todos”. En *AHCIET. Revista de telecomunicaciones*. Vol. 17, núm. 80, p. 50-57.

Fernandez Hermana, L. (1999, 24 de abril). ¿De dónde vienen los portales?. *en.red.ando*. Disponible en Internet: <http://www.enredando.com/cas/editorial/enredando152.html>>. [Consultado el 8 de mayo de 2002].

García Gomez, J. C. (2001, julio-agosto). “Portales de Internet: concepto, tipología básica y desarrollo”. En *El profesional de la información*. Vol. 10, núm. 7-8, p. 4-13.

Gómez Hernández, J. A.; García Gómez, J.C. (2001) “Qué son y de dónde vienen los portales de Internet”. En *Educación y Biblioteca*, nº 123, p. 75

Gutiérrez, M. L. (1999). “Webs educativos: herramientas para la enseñanza”. En *Comunicación y Pedagogía*, 158, pp. 73-80

Kotlas, C. (1998). Evaluating Web Sites for Educational Uses: Bibliography and Checklist. Disponible en Internet: <http://www.unc.edu/cit/guides/irg-49.html> [Consultado el 22 de Abril de 2002]

---

Marquès Graells, P. (2001). *Los portales educativos* Disponible en internet: <http://dewey.uab.es/pmarques> [Consultado el 18 de mayo de 2002].

Marquès Graells, P. (2000). *Los espacios web multimedia: tipología y funciones*. Disponible en Internet: <http://dewey.uab.es/pmarques> [Consultado el 13 de Mayo de 2002]

Marquès Graells, P. (1999). Criterios para la clasificación y evaluación de espacios web de interés educativo. Revista *EDUCAR*, 25, pp. 95-111

Omenech, E.; Rodríguez Burrell, J.. (1999). “El éxito de los portales en internet: piensa global, actúa local”. En *Economía Industrial*. Núm. 326, p. 95-104.

Pérez de Leza, J. (2000) “El valor añadido de un portal”. En *Ecomm*, 13. Disponible en Internet: <http://www.ecommdigital.com/printart.ctm?ID=342> [Consultado el 15 de Febrero de 2001]

Schrock, K. (1998): *Evaluation of World Wide Web Sites: An Annotated Bibliography*. Disponible en Internet: <http://ericit.org/digests/EDO-IR-1998-02.shtml> [Consultado el 18 de mayo de 2002].

© CiberEduca.com 2003

La reproducción total o parcial de este documento esta prohibida sin el consentimiento expreso de sus autores.

CiberEduca.com tiene el derecho de publicar en CD-ROM y en la WEB de CiberEduca.com el contenido de esta ponencia.

**® CiberEduca.com es una marca registrada.**

**©™ CiberEduca.com es un nombre comercial registrado.**