

El Portal de la Comunicación InCom-UAB, un espacio académico sobre comunicación de referencia en Internet

Ramon García Sedó

Institut de la Comunicació – Universitat Autònoma de Barcelona

España

ramon.garcia@uab.es

Resumen:

El Portal de la Comunicación InCom-UAB (www.portalcomunicacion.com) es un portal especializado en comunicación que tiene como objetivo ofrecer información y documentación especializada en los diferentes aspectos académicos de la comunicación.

Después de más de 4 años, el Portal se ha consolidado como un espacio sobre comunicación de referencia en Internet.

La presente ponencia pretende compartir la experiencia adquirida con este proyecto en línea y profundizar en las características de un sitio web desarrollado y mantenido por el Instituto de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona (InCom-UAB), con una clara vocación de punto de encuentro de personas interesadas en la Comunicación y su entorno académico.

Palabras clave:

Portal, comunicación, universidad, investigación, red

Ponencia:

El Portal de la Comunicación InCom-UAB (www.portalcomunicacion.com) es un portal especializado en comunicación que tiene como objetivo ofrecer información y documentación especializada en los diferentes aspectos académicos de la comunicación.

Después de más de 4 años, el Portal se ha consolidado como un espacio sobre comunicación de referencia en Internet.

La presente ponencia pretende compartir la experiencia adquirida con este proyecto en línea y profundizar en las características de un sitio web desarrollado y mantenido por el Instituto de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona (InCom-UAB), con una clara vocación de punto de encuentro de personas interesadas en la Comunicación y su entorno académico.

1. El contexto. Webs académicos sobre comunicación

Los sitios web académicos sobre comunicación que se pueden encontrar en la Red a nivel latinoamericano se pueden clasificar en cuatro grandes categorías: revistas digitales especializadas en comunicación, directorios de recursos sobre comunicación, sitios web de asociaciones, y sitios web de reflexión para profesionales:

- a) Las **revistas digitales especializadas** en comunicación son sitios web especializados en temas muy concretos dentro del ámbito de la comunicación: nuevas tecnologías, telecomunicaciones, periodismo digital, fotografía, etc.
- b) Los **directorios de recursos sobre comunicación** ofrecen recursos sobre comunicación ordenados por categorías y subcategorías.
- c) El tercer grupo está formado por sitios web de **asociaciones** con espacios que incluyen servicios, recursos de interés, o textos y documentos en línea.
- d) Por último podemos hablar de **sitios web de reflexión para profesionales de la comunicación**, en la que se abordan de forma reflexiva cuestiones que afectan a la práctica profesional de los usuarios del web.

Portales y buscadores

La consultoría Ogilvy Interactive elaboró en abril de 1999ⁱ un informe titulado *Los portales en España*. En este informe se define un portal como

“la puerta de entrada a Internet [...] [Los portales] pretenden ser el epicentro de la experiencia del internauta en la red. Su objetivo es ser aquel lugar en la red desde el cual el usuario inicia su navegación y al que vuelve cuando se encuentra perdido”.

El estudio afirma que “los portales son simples intermediarios de conocimiento que pretenden poner en orden el caos que representa la red” y que éstos proporcionan toda una serie de servicios como sistemas de búsqueda, foros de usuarios, chats, titulares del día, etc.

El Portal de la Comunicación InCom-UAB es un portal por su voluntad de ser un punto de referencia para los usuarios interesados en el mundo de la comunicación y por su objetivo: pretende organizar y presentar de forma clara la información existente en Internet en materia de comunicación.

De este modo, el Portal puede ser clasificado como **portal vertical o temático** debido a su clara determinación por contenidos temáticos muy definidos y por estar dirigido a un colectivo bien identificado: los **estudiantes, profesores, investigadores y profesionales de la comunicación**, dando especial importancia a aquellas **personas interesadas en los estudios sobre comunicación y su entorno académico**.

El estudio de Ogilvy anteriormente mencionado auguraba el aumento de la presencia de portales verticales, en perjuicio de los horizontales, de carácter generalista, más bien destinados a personas con poca experiencia en Internet o que no tienen unos objetivos claros en la red.

Otro fenómeno que se ha producido en los últimos años ha sido la generalización del uso de buscadores como Google como principal vía de acceso a los recursos existentes en la red. **Ante la potencia del motor de búsqueda de Google, los portales, que incluyen buscadores o directorios, tienden a dejar de ser grandes bases de datos de recursos**

para convertirse en directorios de recursos seleccionados y clasificados, con el objetivo de facilitar la gestión de la información a los usuarios. Sirva de ejemplo la sección “Recursos en línea sobre comunicación” del Portal de la Comunicación InCom-UAB, que ofrece una cuidada selección de los recursos más destacables dentro de nueve categorías convenientemente divididas y subdividas.

Podemos concluir que el Portal de la Comunicación InCom-UAB puede ser considerado un portal vertical, dedicado a la comunicación, pero abierto a todas las áreas y ámbitos que abarca dicha disciplina. De este modo se tratan aspectos relacionados con la comunicación periodística, la economía de la comunicación, los estudios culturales, Internet y la sociedad de la información, políticas de la comunicación, publicidad, semiótica, sociología de la comunicación, o teoría de la comunicación.

Así, el Portal de la Comunicación InCom-UAB ocupa un vacío en el panorama de Internet a nivel académico latinoamericano, ya que se puede clasificar como portal temático por su clara determinación, por sus contenidos temáticos muy definidos y porque se dirige a un colectivo muy específico, los estudiantes, profesores, investigadores y profesionales de la comunicación.

2. ¿Qué es el Portal de la Comunicación InCom-UAB?

El Portal de la Comunicación InCom-UAB del Instituto de la Comunicación de la UAB, inaugurado en marzo de 2001, ofrece información y documentación especializada en los diferentes aspectos de la comunicación, orientada a los investigadores, estudiantes y profesionales de la Comunicación, prioritariamente de América Latina, España y Cataluña.

Desde su puesta en línea, el Portal de la Comunicación InCom-UAB se ha constituido en mediador y punto de referencia en Internet para todas aquellas personas interesadas en los estudios sobre medios de comunicación, sociedad de la información, tecnologías de la información y comunicación (TIC), y sus repercusiones e influencias en la organización social.

Objetivos

El Portal de la Comunicación InCom-UAB, que desde su lanzamiento cuenta con dos versiones (una en español y la otra en catalán), cumple cuatro grandes objetivos:

- a. Seleccionar y sistematizar la información disponible en la Red sobre Comunicación**, ofreciendo enlaces a las webs y a los contenidos que se consideran de mayor interés.
- b. Ofertar contenidos de producción propia**, en cuya elaboración participan expertos de diversas universidades españolas y latinoamericanas.
- c. Servir de punto de encuentro e intercambio de ideas entre estudiosos que comparten unas mismas o similares inquietudes intelectuales**, siempre dentro del ámbito de la investigación en Comunicación.

d. Fomentar la investigación en ciencias de la comunicación y promover la colaboración entre el mundo universitario y el profesional. El Portal, por su propia naturaleza, permite la difusión de conocimientos y el intercambio de ideas entre los sectores profesionales y la investigación universitaria en comunicación.

Soporte institucional del Portal

El Portal de la Comunicación InCom-UAB es un proyecto del Instituto de la Comunicación de la UAB, que ha contado con colaboración con Fundación Auna (antes Fundación Retevisión) desde su proceso de creación (abril 2000) hasta abril de 2003. En julio de 2001 se incorporó como nuevo socio colaborador del Portal la Generalitat de Catalunya, a través de la Direcció General de Mitjans Audiovisuals (2001) y la Secretaria de Telecomunicacions i Societat de la Informació (2004).

3. Estructura y contenidos

Todos los contenidos del Portal de la Comunicación InCom-UAB encuentran su principal acceso en la página principal del Portal.

a) Recursos en línea sobre comunicación

Esta sección cuenta con más de **3.000 enlaces de interés**, seleccionados, comentados y revisados periódicamente por un grupo de especialistas en diferentes ámbitos de la comunicación. Los recursos aparecen organizados en **nueve categorías** (noticias, documentación, academia, organismos, medios, industrias culturales, publicidad, telecomunicaciones, buscadores).

En las diferentes subsecciones se pueden encontrar sitios web destacados, por la calidad y la cantidad de información que ofrecen.

El principal valor añadido de esta sección es el trabajo de selección y descripción de los enlaces que se ofrecen. Esta sección es un instrumento de mediación entre el usuario y la ingente cantidad de información sobre comunicación presente en Internet.

Todo ello conlleva un trabajo constante de actualización.

b) Aula abierta

Dentro de este bloque se incluyen cuatro grandes secciones:

- **Lecciones del Portal:** Las lecciones del Portal son textos, actualmente trece, elaborados por expertos, en exclusiva para el Portal. Los textos aparecen ampliados con enlaces y bibliografía. Las lecciones están clasificadas en diferentes ámbitos de la comunicación y seleccionadas de acuerdo a las asignaturas y materias que pueden ser de interés para cualquier estudiante de comunicación.

Los usuarios pueden acceder a esta sección previo registro gratuito. En los seis primeros meses de funcionamiento, las Lecciones del Portal han acumulado una base de datos de cerca de 1.800 usuarios.

- **Entrevistas del Portal:** Esta sección incluye entrevistas a importantes comunicólogos realizadas en exclusiva para el Portal de la Comunicación InCom-UAB.
- **Conferencias en línea:** desde finales de 2004 el web difunde en directo y en diferido conferencias de expertos en comunicación. Hasta el momento se han ofrecido las conferencias de Armand Mattelart y de Martín Becerra con una muy buena acogida por parte del público.
- **Textos en línea:** Se ofrece una cuidada selección de enlaces a textos existentes en otros sitios web sobre nueve campos temáticos: comunicación periodística, economía de la comunicación, estudios culturales, Internet y sociedad de la información, políticas de la comunicación, publicidad, semiótica, sociología de la comunicación, teoría de la comunicación.

c) Bibliografía

Este bloque de contenidos incluye tres grandes secciones:

- **Reseñas bibliográficas de novedades editoriales:** obras recientemente publicadas que tratan algún tema relacionado con los diferentes ámbitos de la comunicación.
- **Reseñas bibliográficas de libros de referencia:** reseñas sobre libros que se consideran de gran interés para los estudios en comunicación, independientemente de su fecha de publicación.
- **Presentaciones en línea:** siguiendo la idea de las conferencias en línea, el Portal ha ofrecido en directo la presentación de las novedades editoriales de Román Gubern y Néstor García Canclini. Después de su difusión en directo, el usuario puede consultar la grabación del evento.

c) Observatorios

El Portal de la Comunicación InCom-UAB, a través de los Observatorios, se propone **dinamizar la producción de grupos de investigación** (comentarios, artículos, textos de referencia) sobre grandes temas de interés prioritario y de actualidad en el campo de la comunicación elaborados por expertos de cada área temática.

Actualmente cuenta con tres Observatorios: Políticas de Comunicación, Comunicación Local, y Comunicación y Salud. Los observatorios ofrecen textos en línea, documentos de interés, enlaces y bibliografía destacada sobre cada uno de los temas que abordan.

i) Observatorio de Políticas de Comunicación (OPC)

El Observatorio de Políticas de Comunicación, además de ofrecer un seguimiento permanente de las cuestiones de actualidad relacionadas con las políticas mediáticas y

de telecomunicaciones, cuenta con un foro de debate en torno al propio concepto de políticas de comunicación, una sección con reseñas sobre libros de referencia en la materia, un amplio apartado con textos tomados de revistas electrónicas o cedidos por los autores, y un listado con los organismos competentes en políticas de comunicación.

ii) Observatorio de Comunicación Local (OCL)

El OCL mantiene un alto grado de actualización, respondiendo a la propia evolución y al actual peso específico de la comunicación local en Catalunya y España. El objetivo principal de este observatorio es crear una estructura permanente dedicada a la investigación, la divulgación y la formación relacionadas con la comunicación local y comarcal, en particular, y la de proximidad, en general.

El web es uno de los instrumentos principales de que dispone el Observatorio para la consecución de estos objetivos ya que constituye una gran plataforma de difusión de conocimiento. El sitio contiene: textos en línea sobre la comunicación local en el mundo, una selección de enlaces de interés con las webs de los actores del sector, un directorio de medios locales en Catalunya, y una versión digital del *Informe de la Comunicació Local a Catalunya*.

Dentro de su funcionamiento diario, el Observatorio mantiene una política de contacto permanente con el sector mediático profesional, y de presencia en diversos foros de debate, conferencias y congresos.

iii) Observatorio de Comunicación y Salud (OCS)

Nacido en marzo de 2005, el OCS tiene como finalidad el estudio de la comunicación en relación con la salud respecto a tres ejes: la comunicación entre sujetos, la comunicación entre instituciones y sujetos y el análisis de la información sociosanitaria que transmiten los medios de comunicación de masas. Junto a la investigación, el OCS también tiene como objetivos la divulgación, la formación y la organización de eventos en el ámbito de la comunicación y la salud.

d) Monográficos del Portal

Esta sección es una de las más consultadas del Portal. Periódicamente ofrece a los usuarios espacios temáticos sobre cuestiones muy concretas en diferentes aspectos de la comunicación, incluyendo enlaces a documentos en línea, enlaces a sitios web relacionados y textos redactados en exclusiva por expertos en el tema.

Algunos de los monográficos publicados tratan sobre Juan Pablo II y los medios de comunicación, sobre la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, homosexualidad y medios de comunicación, los estudios universitarios de comunicación, Internet y las poblaciones indígenas, etc.

e) Congresos y simposios

A modo de agenda de actividades, esta sección recoge los principales encuentros académicos en los que es posible participar con alguna aportación, bien sea comunicación o póster, con especial atención a los que se producen en España y América latina.

Esta sección es posible gracias a la colaboración de universidades, investigadores y organizadores de eventos de todo el mundo, quienes encuentran en el Portal el espacio para dar a conocer las actividades que organizan.

f) Cátedras asociadas al Portal

El Portal de la Comunicación InCom-UAB ofrece un enlace con las páginas web de las cátedras gestionadas por los centros de investigación asociados al Portal.

i) Cátedra UNESCO de Comunicación de la UAB

La Cátedra Unesco de Comunicación de la UAB se creó en 1989 y fue la primera en el mundo dedicada a esta temática. Desde 1999 se encuentra adscrita al Instituto de la Comunicación (InCom-UAB). En su web ofrece información general sobre la Cátedra y sobre las actividades que organiza. También pueden encontrarse referencias sobre actividades organizadas por otras Cátedras e instituciones, fundamentalmente académicas, especializadas en comunicación. Cabe destacar un apartado especial, con enlaces y documentos de interés, dedicado a las iniciativas de la Unesco en este mismo campo.

ii) Cátedra Internacional de Olimpismo de la UAB

En 1995 la Universidad Autónoma de Barcelona y el Comité Olímpico Internacional firmaron un acuerdo y crearon la primera Cátedra Internacional de Olimpismo.

El web de la Cátedra tiene como objetivos ser una herramienta de difusión de las actividades de la Cátedra; un canal de comunicación entre los investigadores en Olimpismo; un punto de referencia en los estudios, la investigación y la educación olímpica; y ser puente entre los operadores olímpicos y el sector académico.

El web se concibe como una gran aula abierta y al mismo tiempo como un centro de documentación sobre Olimpismo en Internet que ofrece una variada tipología de recursos documentales de producción propia y de producción externa (documentos en línea, webs, lecciones básicas, etc.) clasificados temática y formalmente. También incluye el Directorio Internacional de Estudios Olímpicos, base de datos que ofrece información sobre aquellos investigadores e instituciones relacionadas con los estudios Olímpicos.

g) Congresos InCom-UAB

Esta sección incluye el acceso a los sitios web de dos acontecimientos académicos organizados por el InCom-UAB:

- Diálogo "Comunicación y diversidad cultural". Fórum Universal de las Culturas - Barcelona 2004. Del 24 al 27 de mayo de 2004. Barcelona.
- 23 Conferencia y Asamblea General de la IAMCR/AIERI/AIECS "Comunicación intercultural". Del 21 al 26 de julio de 2002. Barcelona.

Estos espacios ofrecen al usuario más de 1.200 ponencias sobre diferentes aspectos dentro del ámbito de la comunicación.

4. Posicionamiento en la red El Portal de la Comunicación InCom-UAB en los buscadores

Podemos considerar el Portal de la Comunicación InCom-UAB como el portal vertical de comunicación hispano, en lengua española y catalana, mejor posicionado en el buscador más importante e influyente de la red, Google.

Al buscar el término "comunicación" y "comunicació" en Google el Portal de la Comunicación InCom-UAB aparece en primer lugar. Esto es importante teniendo en cuenta que Google recibe una media de 66 millones de usuarios al mes: cuatro de cada cinco búsquedas realizadas en Internet pasan por él.

Las visitas y los usuarios del Portal

El Portal recibe diariamente una media de 1.700 visitantes. Las visitas generan más de 55.000 consultas mensuales a la base de datos y un volumen de datos transferidos que asciende a 18Gb.

Sumando las dos versiones existentes, a lo largo de sus 53 meses de vida el Portal ha recibido más de 1.100.000 visitas, experimentándose un espectacular crecimiento a partir del segundo año de vida.

Hasta el momento España concentra el mayor porcentaje de entradas, un 45% (en un año, este porcentaje ha pasado del 63 al 45). El porcentaje de visitas procedentes de los países latinoamericanos va registrando un paulatino y constante aumento, superando ya el 50%. Los países latinoamericanos que más consultan el Portal son México (17%), Argentina (6%), Venezuela (5%), Chile (3%), Colombia (2,7%), Perú (2,5%), Brasil (2,1%) y Bolivia (1%).

Audiencia potencial del Portal de la Comunicación InCom-UAB

La audiencia potencial del Portal de la Comunicación InCom-UAB puede estimarse en una población de unas 600.000 personas, considerando el núcleo principal de usuarios (estudiantes, profesores e investigadores de la comunicación). La audiencia potencial es de hecho mayor si se consideran los usuarios provenientes de los diferentes sectores profesionales interesados en el campo de la comunicación y la sociedad de la información.

El público potencial en Latinoamérica puede calcularse en unas de 460.000 personas, entre estudiantes, profesores y comunicólogos de las facultades de comunicación existentes.

El público potencial en España puede calcularse en unas 40.000 personas vinculadas a las 45 Universidades españolas que ofrecen estudios de Comunicación.

A esa cantidad debemos sumar el público de habla hispana interesado en la temática existente en Estados Unidos de América (EUA). De hecho, actualmente, el 4% de los visitantes del Portal proceden de EUA.

También deben considerarse los expertos de otros dominios lingüísticos interesados en el desarrollo de la comunicación en España y Latinoamérica.

Boletín de novedades

En junio de 2001 se creó el boletín de novedades como medio de difusión para todas aquellas personas que habían manifestado su interés por estar informados acerca de los nuevos contenidos añadidos al Portal.

Desde entonces se han difundido ediciones semanales del boletín a una lista de correos de algo más de 4.500 suscriptores. La difusión de este boletín ha demostrado ser de una gran eficacia como sistema de fidelización y de incremento del número de visitas al Portal.

5. Constante desarrollo

Inmediatamente después del lanzamiento del Portal, se inició el proceso de actualización y mantenimiento de sus contenidos.

El funcionamiento diario del Portal se basa en dos elementos:

- El web nace y crece en el Instituto de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, aprovechando al máximo el conocimiento que generan los diferentes proyectos de investigación que este grupo de investigación lleva a cabo.
- El Portal se nutre con la información facilitada por una red de colaboradores académicos repartidos en diferentes países del mundo. Así el web se convierte en un punto de encuentro de personas interesadas en la temática, y de difusión de actividades y publicaciones académicas promovidas por especialistas de todo el mundo.

A partir del análisis y de la valoración de los colaboradores académicos y de los comentarios recibidos de los propios usuarios, se elabora un plan de revisión continuado.

De esta revisión sistemática va resultando, no sólo una mejora de la calidad de los contenidos, sino la reestructuración sustancial y periódica de algunas de las secciones del Portal.

La constante actualización y revisión de los contenidos ha ido acompañada de una voluntad por la mejora tecnológica del portal, de su legibilidad y la modernización del diseño.

En sus meses de vida el Portal ha ido introduciendo importantes cambios y mejoras tecnológicas destinados a facilitar las rutinas de producción y edición, pero también destinados a mejorar la legibilidad y la interactividad de los usuarios con los contenidos del Portal.

Después de más de 4 años de funcionamiento, las grandes líneas de actuación que ha previsto el Portal de la Comunicación InCom-UAB en el futuro se basan en la potenciación de contenidos de producción propia; la experimentación y la innovación tecnológica; y el aumento de los vínculos de cooperación con instituciones de diferentes países.

Todo ello con el objetivo de mantener el Portal como un sitio de referencia sobre comunicación en la Red, y como una herramienta de apoyo a la actividad investigadora y docente de la comunidad académica interesada en los diferentes aspectos de la comunicación.

ⁱ VV.AA.: *Los portales en España*. Ogilvy Interactive. Abril 1999.