**V SIMPOSIO DE ESTUDIOS HUMANÍSTICOS**

**Título**

**Periodismo hipermedia desde las universidades: Estudio de caso del portal educativo de la UCLV**

***Title***

**Hypermedia journalism from universities: Case study of the educative portal of the UCLV**

1. MsC. Grettel Rodríguez Bazán, profesora auxiliar. País: Cuba. Institución: UCLV. Correo: [grodriguez@uclv.edu.cu](mailto:grodriguez@uclv.edu.cu)
2. Merly Rodríguez Domínguez. País: Cuba Correo

**Resumen:** El presente artículo tiene el objetivo principal de caracterizar la satisfacción de las necesidades comunicativas de los estudiantes del Curso Regular Diurno de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas a través de los componentes y contenidos del portal web educativo de este centro, durante el primer trimestre de 2016. El estudio se hace bajo una perspectiva cualitativa, aunque maneja parámetros cuantitativos dentro del análisis, utiliza los métodos Bibliográfico-Documental y Etnografía, junto a varias técnicas para obtener información, contrastarla y arribar a resultados. La información compendiada permitió identificar las necesidades comunicativas que los estudiantes esperan satisfacer a través del portal web educativo; se concluyó que solo los hombres satisfacen sus necesidades cognoscitivas en el apartado de obtención de información (en alguna medida) y ambos sexos satisfacen algunas necesidades integradoras a nivel social y de personalidad. Las necesidades comunicativas en su generalidad no son satisfechas, debido al desconocimiento de los componentes, la desactualización de los contenidos y el poco interés de los estudiantes en los temas abordados. La temática más tratada por el portal web educativo es el acontecer universitario; dentro de sus contenidos los acápites más repetidos, como celebraciones, aniversarios y efemérides, política, personalidades de todos los ámbitos, visitas importantes y publicaciones sobre reuniones, congresos y asambleas no interesan a la mayoría del público estudiantil.

***Abstract****: The present article has the main objective of characterizing the satisfaction of the communicative needs of the students of the Regular Day Course of the Central University "Marta Abreu" of Las Villas through the components and contents of the educative portal of this center, during the first quarter of 2016. The study is done from a qualitative perspective, although it handles quantitative parameters within the analysis, it uses Bibliographic-Documentary and Ethnographic methods, together with several techniques to obtain information, contrast it and arrive at results. The summarized information allowed to identify the communicative needs that students expect to satisfy through the educative portal. It was concluded that only men satisfy their cognitive needs in the section of obtaining information (to some extent) and both sexes satisfy some integrating needs at a social and personality level. The communicative needs in their generality are not satisfied, due to the ignorance of the components, the outdated content and the little interest of the students in the topics addressed. The theme most addressed by the educational web portal is university events; within its contents, the most repeated sections, such as celebrations, anniversaries and ephemerides, politics, personalities from all areas, important visits and publications about meetings, congresses and assemblies, do not interest the majority of the student public.*

**Palabras Clave:** Portales educativos; Necesidades comunicativas; Estudiantes; Universidad

***Keywords:*** *Educative portal; Communicative needs; Students; University*

**Introducción**

El siglo XXI está marcado por los recursos digitales, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y el consumo de nuevos medios. Ante tales tendencias, en el mundo se trazan estrategias para perfeccionar la forma y los contenidos de las redes informáticas; convertir los medios digitales en herramientas multifuncionales de los públicos y garantizar su globalización.

Esta tecnología genera nuevos retos en materia de interacción de los individuos; la era digital permite socializar en un espacio con límites borrosos y dinámicos. Las TIC construyen un camino nuevo sobre el cual se desarrollan formas de acceder y compartir información. Se estructuran fuertes emporios comunicativos; donde no solo están presentes los medios tradicionales, adaptados a un nuevo soporte, sino que otras instituciones hacen suyas las herramientas del ciberespacio.

Diferentes instituciones educativas se han apropiado de estos mecanismos y ponderan la unión de los preceptos pedagógicos y las nuevas tecnologías. Debido a la necesidad de mantenerse en contacto con grandes grupos de personas, las universidades se insertan en este contexto positivamente, mejoran su funcionamiento interno, permiten que el sistema educativo universitario se consolide como un modelo democrático para todos los ciudadanos y mejoran la producción científica protagonizada por los centros de investigación universitaria (Área et. al., 2002).

Estos soportes digitales proveen servicios especializados de búsqueda de datos, interacción social y formación profesional que, a su vez, enriquecen, dinamizan y diversifican el proceso comunicativo. Según sus recursos y la explotación de sus potencialidades, la educación superior utiliza las formas de manejo de la información como un catalizador de la actividad docente.

Los espacios digitales al interior de las instituciones responden a una globalización de la información digital y la necesidad de acceder a ella, a través de bases de datos, repositorios y archivos. Dentro de las academias, los portales y sitios web ayudan a conformar cierto sentido de identidad de grupo, mejoran la comunicación institucional y proveen recursos del proceso docente educativo a los jóvenes estudiantes. A su, vez, brindan servicios que resultan atractivos para los públicos con el fin de legitimarse como instrumento y opción mediática dentro de su contexto.

Se trata de estructurar un producto original que no dependa solamente de la espontaneidad. Debe precisar objetivos claros y alcanzables, usabilidad y accesibilidad, adecuada arquitectura de la información, un diseño web centrado en el usuario, planificación, diseño conceptual, diseño visual, definición del estilo y diseño de contenidos, según la intencionalidad del creador (Hassan y Martín, 2004).

Universidades de todo el mundo, como Harvard, la Universidad Autónoma de Madrid, París-Sorbona, el Consorcio de Universidades Mexicanas, entre muchas otras, han establecido portales educativos (también llamados campus virtuales, intranets) que le permiten intercambiar materiales y repositorios de información; espacios para visibilizar la institución a nivel social.

En Cuba, la Universidad de La Habana, la de Oriente y la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas fueron las primeras en asumir la tendencia internacional de vincular la educación superior a las redes informáticas.

Para la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas (UCLV) estos procesos se dieron sobre la base de la espontaneidad y de modo empírico, pues no existían parámetros y regulaciones que especificaran cómo construir el portal del plantel. Los intentos primigenios presentaban la institución hacia el exterior, sin atender las necesidades de sus públicos internos.

En un primer periodo, lo más cercano a un equipo de comunicación fue el grupo *Thema*, dedicado a gestionar los contenidos de la web, cubrir algunas noticias, carteleras e informaciones. Pese al intento de mantener informada a la comunidad universitaria, el sitio contaba con un número limitado de miembros en la obtención y publicación de informaciones.

Desde el año 2012, se rediseñó el portal web con cambios en su estructura y organización. Según la estrategia de comunicación de la UCLV, la institución reconoce dentro de sus públicos internos a los estudiantes, docentes, trabajadores, directores de procesos y cuadros. El grupo más significativo de estos comprende a los estudiantes, y hacia ellos se orienta el mayor cúmulo de servicios y opciones dentro del portal web educativo.

De ahí que se establezca como objetivo principal caracterizar la satisfacción de las necesidades comunicativas de los estudiantes del Curso Regular Diurno de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas a través de los componentes y contenidos del portal web educativo de este centro

La casa de altos estudios de la provincia central destaca entre las 3 universidades de mayor importancia en Cuba. En la sede central[[1]](#footnote-1), radican nueve facultades: Ciencias Agropecuarias, Ciencias Económicas, Ciencias Sociales, Construcciones, Humanidades, Ingeniería Eléctrica, Industrial y Mecánica, licenciatura en Matemática-Física-Computación y Química-Farmacia. Cada una de estas facultades tiene estudiantes externos y becarios, estos últimos residen tanto en municipios de la provincia, o en otros 4 territorios de la región central, Cienfuegos, Sancti Spíritus, Ciego de Ávila y Camagüey. Además, cuenta con un importante número de estudiantes extranjeros por lo que su matrícula resulta representativa por la diversidad de jóvenes, criterios y necesidades comunicativas a cubrir. Al existir varias modalidades de curso dentro de los estudiantes matriculados se decidió optar por el Curso Regular Diurno como muestra de base para el análisis.

**Metodología**

En su función de informar, entretener y educar, cada medio de comunicación está en la obligación de responder a la satisfacción de las necesidades comunicativas de sus usuarios. Estos objetivos guiaron el análisis del presente artículo que empleó la etnografía y el análisis de contenido como métodos para conocer las experiencias, peculiaridades y gratificaciones que ofrecen los componentes del portal web de la UCLV.

Para conocer las necesidades comunicativas de los estudiantes se usaron la encuesta y los grupos focales como técnica. La encuesta tuvo como objetivo principal conocer las necesidades comunicativas y el grado de satisfacción que experimentan con los elementos que componen la intranet de la UCLV. Para aplicarla se efectuó un muestreo probabilístico estratificado al total de los 5216 estudiantes de matrícula del curso 2016, para un total de 300 encuestas aplicadas.

Los grupos focales se compusieron de estudiantes de distintos niveles y facultades, buscando representación en cada uno de ellos. Estuvieron repartidos en 4 grupos, 2 de ellos de 9 estudiantes, uno de 10 y otro de 8 alumnos. Se tuvo en cuenta la variedad de facultades dentro de un mismo grupo focal, para lograr contrastar los criterios desde diversos puntos de vista.

Por último se efectuó un análisis de contenido de los trabajos publicados entre enero y marzo del 2016 con el objetivo de establecer las temáticas tratadas por el portal web.

De este modo se realizó una caracterización de las necesidades comunicativas de los estudiantes del curso regular diurno de la UCLV y la satisfacción a partir de los componentes del portal web.

**Portal web: comunicación esencial dentro de las universidades**

En la actualidad el término portal web se estudia asociado a las instituciones, específicamente de la educación superior. Aunque no siempre se les confiere una preponderancia o un uso adecuado de sus potencialidades, su correcta utilización influye en la visibilidad y posicionamiento de la academia y su correcto flujo informacional. Como explica Michavila (citado en Pardo): “la educación superior debe estar regida por parámetros de competitividad social: debe transmitir ideas de calidad, de organización, de planificación, de decisión, de capacidad de análisis y síntesis, de generación y comunicación de ideas propias” (2006, p. 4).

Así, aunque no siempre se les otorgue un valor primario como parte de la comunicación institucional, constituyen “espacios web que ofrecen múltiples servicios a los miembros de la comunidad educativa (profesores, alumnos, gestores de centros y familias), tales como información, instrumentos para la búsqueda de datos, recursos didácticos, herramientas para la comunicación interpersonal, formación, asesoramiento y entretenimiento” (Bedriñana, 2005, p. 83).

Un portal educativo tiene que cumplir determinadas funciones con respecto a sus públicos, debe incluir una comunicación institucional eficiente, aportar valor añadido en servicios y contribuir a gestionar el conocimiento de la institución (Pardo, 2006). Su clasificación se subdivide en formativos e informativos; los primeros dedicados más a la didáctica y entornos de teleformación, y los segundos avocados a la institución misma (López, 2007).

Dentro de su perfil se encuentran ofertas de asesoría a los profesores y, en algunos casos, espacios de asesoramiento sobre diversos temas: didáctica, informática, leyes. También contienen canales de comunicación (foros, listas) entre profesores, estudiantes, instituciones y empresas de todo el mundo. A través de ellos se comparten ideas y materiales, se debaten temas, se consultan dudas. Además, imbrican instrumentos para la comunicación: correo electrónico, chats, espacios para alojar páginas web (López, 2007).

A esto se añaden los servicios informativos sobre la institución, su filosofía y modelo educativo, su impacto social, programas académicos, fechas sobre inscripciones, exámenes de admisión y periodos académicos. Por lo general, este tipo de información puede encontrarse dispersa en el portal institucional y en los sitios web de las unidades académicas.

Los servicios de admisión, formación y recursos educativos de apoyo a la educación contienen bibliotecas, museos, colecciones, talleres y laboratorios especializados. La consulta de libros y artículos de revistas académicas y científicas está soportada por el servicio de biblioteca digital, realizado mediante el acceso a bases de datos bibliográficas generales y especializadas (Farley, 2007).

Generalmente la diversidad de los servicios y componentes de un portal web educativo se relaciona directamente con las necesidades, preferencias de los usuarios y los objetivos de la institución o grupo creador. La interacción con los usuarios depende en gran medida de la oferta que presenten los medios digitales, y de los espacios que decida cubrir. Según López (2007), los portales educativos tienen dos componentes principales: los productos informativos/documentales y los Servicios de Valor Agregado.

Los productos informativos/documentales más comunes enunciados por López (2007) son noticias o novedades, las *Frecuently Asked Questions* (FAQ’s) o preguntas frecuentes, agenda de eventos, guías de recursos seleccionados (libros, webs), asesoría, didáctica, informática, legal, oposiciones, bolsas de empleo, resúmenes o recortes de prensa, monográficos, normativa o legislación, impresos o modelos, convocatorias, ayudas, estadísticas educativas, publicaciones.

Esos productos son concebidos como mensajes, partes ínfimas de un sistema donde la comunicación se gesta de manera diferente. El papel de emisor y de receptor adquiere características y funciones nuevas, y se ubican al mismo nivel, en un proceso de interacción que tiene lugar en tiempo real.

Para consolidar esta relación intervienen también los Servicios de Valor Agregado que se dividen en cinco tipos. El primero de acceso a la información: se consideran esenciales para la obtención de las distintas informaciones y productos que emanan de estos portales (buscador interno, ayuda). Los interactivos permiten una interacción dinámica y frecuente entre el medio y el usuario. Están orientados a cubrir las necesidades de comunicación de los lectores (chat, foros, blogs y webmail).

El tercero está relacionado con la participación: posibilitan la intervención del usuario. Estos servicios están orientados a generar un sentimiento de protagonismo propiciado por la invitación a participar en el portal (wikis, encuestas). Otro tipo de servicio es el multimedia, destinado a reforzar la información textual, aprovechando la interacción de medios y formatos (fotografías, vídeos). (López, 2007)

Por último, se halla el de formación: los pertenecientes o relacionados con el refuerzo de la formación dirigidos tanto al profesorado como al alumnado. Se trata de recursos educativos, materiales para estudiantes (apuntes, trabajos, exámenes), obras de referencia, atlas y mapas, tutoriales, cursos, experiencias educativas) (Amatria et al, 2014).

Los componentes de los portales educativos pueden ser muy diversos, pues cada uno tiene su especificidad y cada elemento posee características capaces de satisfacer las necesidades de los públicos potenciales. Su uso intencional y consciente para la comunicación interna de un centro educativo resulta fundamental en la formación.

**Necesidades comunicativas y portal educativo en la UCLV: distancias en sus objetivos**

El portal web educativo de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas se sostiene sobre varias especificidades en la relación con sus públicos; mantiene posibilidades de interacción, más ágil que en cualquier otro medio y brinda servicios exclusivos del soporte digital. A través de sus componentes debe ser funcional y suplir las necesidades comunicativas de un público estudiantil diverso, que se relaciona de manera mediada con sus contenidos.

La intención de cohesionar este grupo (los estudiantes), cimentar su identidad como estudiantes universitarios, brindar ayuda con repositorios de información, convertirse en un medio alternativo a los tradicionales y de referencia, en ocasiones no llega a cumplirse, prolongando un ciclo de necesidades insatisfechas y poca exposición al medio.

Del total de estudiantes encuestados (300) solo 4 afirmaron no haber entrado nunca al portal educativo. Cada facultad mostró diferencias en relación a sus necesidades comunicativas, la forma de satisfacerlas, los temas que prefieren y las sugerencias al medio.

Los resultados de la encuesta arrojaron que el 85% de los estudiantes, femeninas y masculinos, necesitan información relacionada con diversos aspectos: eventos (deportivos, culturales, administrativos, científicos, de otros órdenes) y convocatorias que se realizan en la universidad, actualidad nacional e internacional, el contexto universitario en general y corroborar informaciones que se conocen por otras vías. Además, declararon que necesitan leer, ver o escuchar algo interesante o curioso, aprender cosas nuevas y aumentar su nivel cultural.

*Uno tiene que saber lo que está pasando a su alrededor, y no digo solo en la universidad, sino en el mundo, en el deporte, en la política. A veces las noticias del portal son la mismas que vemos en otros medios, pero me gusta cerciorarme de todas maneras, además es la mejor alternativa para saber lo que pasa en las facultades o a nivel general*. (Ciencias Económicas, Masculino, Grupo focal 3).

Estos aspectos revelan que los estudiantes tienen necesidades cognoscitivas, de búsqueda de información, crecimiento personal, estudio, autoconocimiento, comprensión de la realidad en que viven, reafirmación de sus modelos de vida (cercano al entorno nacional, sus líderes).

Aunque el 15% de los estudiantes alegaron no sentir interés por informarse por el portal web, el 80% coincidió en que es el medio al que más se exponen en todo el día por cuestiones de tiempo y necesitan allí un compendio de información actualizada con la mayor cantidad de aristas posibles. De esta forma pueden conocer la situación local, nacional e internacional a través de una sola plataforma, donde existe todo lo necesario en materia de información.

“Muchas veces el portal educativo es el único sitio que utilizo para informarme en todo el día, espero encontrar en él noticias no solo de la universidad, sino de todas las temáticas, sobre todo cosas interesantes, que me hagan pensar, reflexionar o que me identifique con las historias” (Ingeniería Industrial y Mecánica, Femenina, Grupo focal 1).

Yo acudo a muchos medios de prensa, desde Granma hasta Marca para revisar la política, economía y ver los deportes; cundo llego al portal educativo lo que me interesa es enterarme sencillamente de lo que pasa en la universidad, no me hacen falta grandes trabajos o tan profundo, sencillamente conocer las novedades del entorno en que me desarrollo. (Humanidades, Masculino, Grupo Focal 1).

En materia de necesidades integradoras a nivel social, ambos sexos, se mantienen con estadísticas parecidas. Tanto hombres como mujeres reconocen la necesidad de debatir temas con los amigos, aprender cómo comportarse en público, involucrarse con los eventos que suceden a su alrededor, entender con argumentos ideas contrarias, e interactuar con familiares, profesores, amigos y otros estudiantes a través del chat y el servicio de webmail o correo.

“Ese es el servicio que más uso [correo], si no fuera por eso muchísimas gestiones dentro de la universidad se volverían engorrosas y demorarían mucho. La facilidad del correo es que puedes enviar documentos y no tienes que estar cerca del lugar, solo conectado” (Humanidades, Femenina, Grupo focal 2).

Para relacionarse también existe el chat, aunque muchos lo utilizan con fines de esparcimiento o para contactar con amigos, este espacio tiene potencialidades para comunicar en todas sus aristas, desde una consulta, hasta la orientación de seminarios. Resulta muy usual su utilización en los primeros años, pues los estudiantes lo descubren como una nueva forma de comunicación, con códigos diferentes, donde no hay que emitir mensajes cara a cara.

Por su parte, las necesidades integradoras a nivel social se relacionan con el establecimiento de nexos entre el individuo y la sociedad, desde los grupos más íntimos a las esferas más inclusivas; las necesidades integradoras a nivel de la personalidad son afines con la seguridad del status dentro de un grupo, el equilibrio emotivo, dadas por la organización eficiente del tiempo, sentir que se puede influir en los demás y que el resto piensa lo mismo.

Muchos de los estudiantes, de ambos sexos, reconocen su interés por el medio debido a los espacios de debate donde pueden legitimar sus opiniones sobre temas polémicos, influenciar los foros, interactuar con otras personas y el medio institucional, escuchar argumentos, intercambiar puntos de vista y levantar la moral. Los datos, según las facultades, no tienen grandes diferencias, aunque tres de ellas (Eléctrica, Matemática, Física y Computación y Química-Farmacia) presentan, en muchos casos, alumnos que no reconocen la necesidad de interactuar con criterios contrarios al personal y aprender de otros argumentos válidos.

Este fenómeno tiene mucho que ver con los temas que se tratan y el interés que despiertan (o no) en los estudiantes. Otro de los aspectos que develaron las encuestas se refiere a la necesidad de compartir información sobre lo que escuchan, leen o conocen a través del portal educativo en múltiples espacios, desde el pasillo hasta el aula, como un ejercicio de prueba de conocimientos o simplemente como una discusión.

Relacionadas con las necesidades de interacción están las afectivo-estéticas, una de las menos señaladas por los estudiantes, solo un 57 % de las mujeres y menos de la mitad de los hombres. Reconocen tener la necesidad de sentirse identificados dentro de las noticias o encontrar a sus amigos y escuchar o empatizar con los demás, pero no les interesa participar de las experiencias de otras personas.

En menor medida, se manifiestan las necesidades de evasión, relacionadas con la condición de educativo del portal web y los componentes dedicados a estas funciones. Solo el 21% de las mujeres acude al portal web educativo en busca de entretenimiento o diversión, y la cantidad de hombres es del 48 %. Las facultades de Matemática, Física y Computación, y la de Construcciones tienen más estudiantes que utilizan el portal web educativo con estos fines.

Los componentes del portal web educativo dedicados al entretenimiento o cercanos a estas funciones son muy pocos, los servicios multimedia tienen dificultades o están desactualizados y los estudiantes, al interactuar con ellos en ocasiones, reconocen las partes negativas de la experiencia y eliminan la exposición al medio con este fin.

El chat es otro de los componentes que los estudiantes usan para pasar el tiempo, establecer conexiones al azahar con otras personas o conversar con usuarios que ya conocen, igualmente existen trabajos radiales, videos, blogs con informaciones curiosas o artículos interesantes como ofertas principales en materia de evasión.

En su conjunto y, ante la cotidianeidad de acceso a la página esta se vuelve una opción mediática de consumo de obligatorio acceso. Los estudiantes requieren entrar para diversos usos por lo que facilitar el acceso y encontrar temas llamativos y de interés se vuelve vital en tiempos de diversidad de medios hipermediales.

**Componentes del portal web UCLV, su eficacia**

Los estudiantes del Curso Regular Diurno de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas poseen diversas necesidades que buscan suplir con el portal web educativo, en correspondencia con la mediación referencial (género y facultad).

Las temáticas tratadas dentro de los componentes informativos/documentales, específicamente en las noticias y novedades, deberían permitir a los estudiantes corroborar informaciones que ya conocían, descubrir noticias sobre su entorno, sentirse cercanos e identificados con la realidad que construye el portal y satisfacer con nueva información la curiosidad general.

El portal web educativo presenta este componente en la interfaz de Portada y Universo, para una mejor organización de la información dentro del periódico digital. Las temáticas o sectores en las que se divide el sitio de noticias son: Universidad, Nacionales, Internacionales, Culturales, Deportivas y Ciencia y Técnica. La mayor cantidad de noticias publicadas durante el primer trimestre de 2016 estuvieron relacionadas con la universidad y dentro de esta temática se destacan la cantidad de noticias o novedades correspondientes a convocatorias sobre maestrías, concursos y posgrados. La siguiente tabla muestra la cantidad de temas publicadas por secciones.

Aunque los estudiantes marcaron el tema de becas y posgrados a través de la encuesta como uno de los más necesarios para ellos, la mayoría de informaciones del portal están dirigidas a los profesores exclusivamente, otra gran parte se relacionan solo con las Humanidades y, por eso, muchas facultades reconocen que no satisfacen sus necesidades cognoscitivas en materia de obtención de información sobre estos temas.

Los temas organizativos y sobre disposiciones administrativas ocupan el segundo lugar en cantidad de informaciones, sin embargo, para los alumnos estas novedades son fundamentales, pues le informan del funcionamiento interno de la institución y ayudan al desarrollo de su cotidianidad.

Dentro del acápite de la Universidad, se dedican muchas informaciones a efemérides, aniversarios, celebraciones, reuniones y asambleas; temas no prioritarios para los estudiantes, según las encuestas. La forma de tratar estos temas resulta poco atractiva al no mostrar puntos de vista diferentes a otros medios.

Las noticias relacionadas a eventos científicos (con alta frecuencia de aparición) son más populares entre los estudiantes, dado por el hecho de que se ven reflejados de esta forma en alguna medida, y satisfacen sus necesidades afectivo-estéticas.

Según las encuestas y grupos focales muchos estudiantes solo revisan algunas informaciones en la interfaz de portada y los banners. Por lo que las informaciones más alejadas de estos lugares son poco visitadas, dependiendo de las individualidades y el conocimiento del medio que posea el estudiante.

Las 826 novedades y noticias, publicadas en el periodo de tiempo en análisis, despertaron el reducido número de 46 comentarios de estudiantes, 40 en noticias del apartado Universidad y 6 en las Deportivas. Los 6 comentarios en las informaciones de deporte fueron relacionados con el futbol y se realizaron por estudiantes masculinos de las facultades de Eléctrica, Ingenierías Industrial y Mecánica, Ciencias Económicas y Química-Farmacia. Los 40 comentarios referidos a actividades cercanas a la universidad representan todas las facultades, y con mayor número de interacciones en Humanidades y Ciencias Sociales.

El análisis de contenido demostró que la navegación del portal presenta páginas que entorpecen la lectura, pues el usuario después de elegir la novedad que va a leer y hacer clic sobre ella para llegar a una página en la que nuevamente debe elegir *Leer más*. Otro aspecto negativo consiste en que las novedades no tienen hipertextos entre sí, no se relacionan con otras noticias precedentes ni eventos, no contienen enlaces para ver videos relacionados, galerías de fotos o infografía y la posibilidad multimedia es poco explotada, pues solo se utiliza una foto en cada publicación.

El espacio del portal web educativo dedicado al intercambio de ideas entre estudiantes, profesores y la institución se denomina *Debatiendo* y tiene las mismas deficiencias de las noticias y novedades en cuanto a hipertextos que lo relacionen con trabajos anteriores. Tampoco cuenta con un buen uso de los recursos multimedia, carece de gráficos, infografías, solo presenta una foto y no registra enlaces a otros textos.

Sin embargo, constituye una vía idónea para muchos para llegar a opinar y expresar sus criterios. Favorece el intercambio de opiniones y contrastar ideas y criterios con el fin de entablar discusiones productivas. Radica aquí una de las mayores fortalezas de portal web educativo, temas que propician espacios de reflexión y respuestas a preguntas e interrogantes propias de la comunidad universitaria.

“A veces las discusiones se calientan demasiado, pero eso es bueno porque al menos a la gente le interesa” (Química- Farmacia, Masculino, Grupo focal 2).

En el primer trimestre este espacio publicó 9 trabajos en enero, 14 en febrero y 13 en marzo, para un total de 34 publicaciones que generaron 86 comentarios.

Los temas tratados en este período fueron: enlaces con el programa radial Alta Tensión26, Economía cubana, la realización personal, gastronomía en la UCLV, servicios, deficiencias de las redes Wi-Fi, cánones de belleza femenina impuestos socialmente, importancia de las matemáticas, la Serie del Caribe, estereotipos femeninos en el audiovisual cubano, indisciplinas en la universidad, relación entre Cuba y los Estados Unidos, desafíos de la prensa en Cuba, la Feria del Libro y los juegos Criollos.

El tópico con más comentarios fue el relacionado con los desafíos de la prensa en Cuba, con 13. El debate estuvo protagonizado por la facultad de Humanidades en mayor medida y como peculiaridad tuvo la interacción de un grupo de mujeres, dado por el interés en el perfil que se estudia y un espacio para ventilar insatisfacciones.

Me gusta revisarlo de vez en cuando, primero veo los carteles de arriba que lo anuncian y si me interesa lo busco. No coincido con varias cosas que dicen y a veces los profesores toman un poco el mando del debate, pero es interesante conocer datos sobre la anorexia, o las interioridades del servicio Wi-Fi. (Humanidades, Femenina, Grupo Focal 2).

Debatiendo satisface necesidades cognoscitivas, integradoras a nivel social y de personalidad, afectivo-estéticas de los estudiantes. Así lo constatan las encuestas, donde los alumnos marcaron los componentes que le permiten satisfacer sus necesidades; la mayoría de ellos señaló las publicaciones que le permiten fomentar la crítica, la identidad de los estudiantes, el intercambio libre y respetuoso de opiniones

Existen dentro del portal otros blogs relacionados con el cine, la tecnología, temas generales, la comunicación y seudocultura del espectáculo. El 85% de los encuestados sabe que están allí, sin embargo, solo un 16 % reconoce haber interactuado con ellos para satisfacer la necesidad de leer algo curioso, aprender algo o pasar el tiempo, y solo el 5% de ellos emitió comentarios en estos blogs. Tiene las mismas potencialidades del blog Debatiendo, pero son casi desconocidos y sus contenidos no interesan a la mayoría.

Resulta interesante que uno de estos blogs con el nombre Amazed y ubicado dentro de los botones de acción rápida o accesos directos, sea un poco más visto que los demás; lo que corrobora la poca visibilidad de los otros blogs, pues tienen contenidos semejantes. No son anunciados en los banners, ni en la página principal que es la más visitada, por tanto los estudiantes no se molestan en indagar.

Llevo cuatro años en la universidad y no me había enterado de qué era el blog Amazed, un día lo encontré curioseando y me llamó la atención, desde entonces entro a cada rato para enterarme de lo que pasa con las series que veo o animados de estreno. (Ciencias Agropecuarias, Femenina, Grupo focal 2).

Una de las posibilidades del portal educativo para mejorar la visibilidad de sus componentes y la accesibilidad lo constituye la página de preguntas frecuentes. Este sitio se encuentra dentro del menú principal, en Servicios y muchos estudiantes no lo conocen.

Para navegar dentro de este sitio se hace de manera horizontal, es decir que no tiene facilidades para retornar a la página inicial. Al servicio se le incorporó un solucionador o *Stakdump* con recursos para problemas informáticos cotidianos y tutoriales, pero está en idioma inglés, lo que entorpece su uso.

Otro de los componentes subutilizados son las bibliotecas y repositorios de información, de vital importancia para el desarrollo académico. Aunque la mayoría de los estudiantes reconocen la necesidad de obtener información y aprender cosas nuevas, solo satisfacen estas necesidades con las bibliotecas y repositorios por debajo de un 9 % en cada facultad.

Existen varios tipos de estas bases de datos, *DSpace@ UCLV*, con trabajos de diploma, la biblioteca virtual del Centro de Documentación e Información Científico Técnica (que está en inglés). La primera tiene una interfaz más actualizada, pero la segunda se ve obsoleta, sin recursos multimedia o tipografías diversas.

También existen otras opciones desconocidas para la mayoría de los estudiantes sin distinción de género o facultad, dentro de ellas la búsqueda de libros referenciados en el catálogo del Sistema de Bibliotecas OPAC, repositorio de literatura villaclareña *Las Villas Letras* del Centro Provincial del Libro y la Lectura (dentro del Aula Virtual). Estas opciones son viables para satisfacer necesidades de esparcimiento, y distensión, sin embargo, ninguna es utilizada por los estudiantes debido al desconocimiento.

Otros estudiantes que conocen el sitio lo describen con mayor conocimiento. Precisamente, según la encuesta, las estudiantes de las facultades que más conocen los componentes del portal (Humanidades, Construcciones y Matemática, Física y Computación, que utilizan al menos 12 componentes del portal educativo) son los que más satisfacen sus necesidades. Esto se explica por la utilización de los componentes en función de las necesidades, si no se conocen, no se pueden usar.

Los componentes por sí solos tiene la potencialidad de satisfacer varias necesidades comunicativas a la vez, no solo de información, incluso las de evasión y entretenimiento a través de la lectura de un libro. Sin embargo, las encuestas arrojan que los estudiantes no conocen estas facilidades y no las usan, por la profundidad del sitio o la escasez de tiempo. Esto provoca que la mayoría de las necesidades no sean satisfechas o esto ocurra en menor medida.

El portal ha logrado incluir información jurídica importante como reglamentos, planes de estudios, marcos legales para estudiantes y profesores, pero sus rutas de acceso son profundas y de difícil acceso, por lo que no siempre constituye una vía idónea para informarse.

Un análisis del sitio permite corroborar que el portal web educativo contiene elementos novedosos y útiles para la comunicación institucional y la satisfacción de las necesidades comunicativas del público estudiantil. Pero sus potencialidades no son bien conocidas ni promocionadas y no siempre se emplean en toda la dimensión de su posible aprovechamiento personal.

Otros espacios de orientación y facilitación de datos se utilizan con frecuencia, al encontrarse en el comando de botones de acción rápida que aparece en la página inicial. Dentro de los servicios más empleados se encuentran el directorio telefónico de la UCLV, el registro de los nombres de usuarios y sus datos, el tiempo, el menú del comedor, enlace a Radio UCLV, Música Mp3, Videos UCLV, cambio de contraseñas, estado de la cuenta de Internet.

Todas estas facilidades satisfacen necesidades integradoras a nivel de personalidad y social, pues permiten a los usuarios, organizar su tiempo, prioridades, agilizar tareas y compartir informaciones con los demás.

El webmail o correo es el servicio más utilizado del portal, y son las mujeres quienes lo ubican siempre entre las tres primeras causas de satisfacción con el portal educativo. Entre las facultades no existe mucha variación y este servicio está entre las 6 primeras causas de satisfacción.

Una de las ganancias que tienen los portales educativos son sus recursos multimedia, pues no solo atraen usuarios, sino que permiten una descripción más amplia y verosímil de la realidad.

La principal carencia se encuentra en otros componentes que debieran enriquecer el portal educativo y mejorar su funcionamiento. No existen páginas que permitan la interacción y asesoría en materia académica, donde los estudiantes puedan intercambiar con especialistas o profesores de experiencia.

Componentes relacionados con la multimedialidad, propios para satisfacer necesidades de evasión de la realidad, entretenimiento o esparcimiento se encuentran desactualizados y carentes de organización, por lo que no suelen ser frecuentados con asiduidad, tal es el caso del repositorio de música.

“Está muy desactualizado, en algunos casos, hasta desorganizados los discos dentro de las carpetas, creo que debería ser un espacio construido por todos, donde la gente pudiera poner discos que tiene nuevos u otros y alguien los revise y ya” (Eléctrica, Femenina, Grupo focal 3).

No existen tampoco galerías de imágenes o repositorios de fotos clasificadas, que favorezcan una clasificación visual de la universidad y sus momentos más importantes. Un compendio pudo encontrarse dentro de *UCLV Radio*, pero el sitio por sí mismo está muy profundo[[2]](#footnote-2) y no muchos usuarios llegan allí. En ese mismo sitio existen trabajos radiales, pero no están actualizados y su podcast (emisión) no funciona.

*Videos UCLV* concuerda con la radio en la falta de crítica audiovisual, la información está puesta, pero no se valora. En algunos casos los videos no se ven, pues faltan los *plugins* para estas acciones y descargarlos se torna engorroso, aunque las opiniones difieren según el perfil.

Los contenidos multimedia s las necesidades de evasión de la realidad, entretenimiento o esparcimiento de los estudiantes pues tiene fallas técnicas y están desactualizados.

Potencialidades y deficiencias presenta el portal web educativo, aunque su mayor ventaja radica en la necesidad de los estudiantes de acceder a él. En una evaluación general los estudiantes encuestados consideraron el portal como “bueno”, evidencia de su satisfacción y necesidad de perfeccionar sus componentes a partir del conocimiento concreto sobre los estudiantes, su entorno, las identidades de grupos que manejan.

El portal educativo constituye en sí mismo un medio de comunicación y una herramienta utilitaria para los estudiantes. Su funcionamiento óptimo permite a un público amplio agilizar gestiones, aumentar recursos, mantenerse informado, divertirse, economizar tiempo, todo en función de las necesidades de cada usuario. Una universidad acorde a su tiempo y a sus jóvenes.

**Conclusiones**

Aunque el portal web educativo de la UCLV contiene elementos propios para la satisfacción de las necesidades comunicativas de los estudiantes esto se logra de una manera parcial debido a una selección de los temas no siempre acorde con las expectativas y necesidades de los estudiantes, la poca visibilidad y falta de actualización de algunos de los componentes y la existencia de cuestiones técnicas que entorpecen la interacción y la búsqueda rápida de información necesaria.

No obstante, los servicios reflejan una intención comunicativa acorde con las tendencias actuales de los portales educativos web a escala mundial en beneficio de una comunicación más efectiva y pensadas desde la hipermedialidad que las formas de hacer en la actualidad.

**Referencias Bibliográficas**

Amatria, X., Ayerdi, B., Barrenetzea, U., Fernández, I., & Zuntzunegi, I. (2014). *Comunicación electrónica. Propuesta para mejorar los textos en pantalla*. Gobierno autónomo vasco: Instituto Vasco de Administración Pública IVAP. Recuperado a partir de: http://www.euskadi.eus/noticia/2014/ propuestas-para- mejorar-la-calidad-de-los-textos-en-pantalla/web01-a2wz/es/

Area, M., Santana, P. J., del Castillo -Olivares, J. M., García, A., Medina, M. del C., Estéves, R., Rodríguez, W. (2002). *Los Campus Virtuales Universitarios en España. Análisis del estado actual* (Ponencia). Tenerife, España: Laboratorio de Educación y Nuevas Tecnologías (Edullab) Universidad de La Laguna. Edificio Central s/n La Laguna.

Bedriñana, A. (2005). *Técnicas e indicadores para la evaluación de portales educativos en Internet.* Revista de Investigación de la Fac. de Ciencias Administrativas, UNMSM, 7(no.14), 81–87. Recuperado a partir de:sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/administracion/n14\_2005/a09.pdf

Farley, L. (2007). *Campus Virtual: la educación más allá del LMS.* Revista de Universidad y Sociedad del conocimiento, 4(no.1).

Hassan, Y., & Martín, F. J. (2004). *Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información*. Hipertext.net, (2).

López, R. (2007). *Los portales educativos: clasificación y componentes*. Anales de Documentación, (no.10), 233–244.

Pardo, H. (2006). *Pautas hacia un modelo de aplicación web institucional universitaria. El caso de los webcom: sitios de facultades de comunicación de Iberoamérica.* Universidad Autónoma de Barcelona.

1. La UCLV posee tres campos universitarios distanciados uno de otro. La sede central, la sede Varela, con carrera de perfiles pedagógicos y la sede Fajardo, con especialización en Cultura Física. En el momento que se realizó la investigación las 3 sedes acababan de integrarse como una universidad por lo que los estudiantes objeto de la investigación fueron los de la sede central con más tiempo y tradición de exposición al portal web. [↑](#footnote-ref-1)
2. Se refiere a la cadena de nodos hipertextuales que hay que seguir para llegar hasta este sitio, los usuarios no suelen tomarse todo ese tiempo de revisar. [↑](#footnote-ref-2)