

# La nueva generación de portales: de la información a la colaboración.

José Ruiz Cristina

[jruiz@germinus.com](mailto:jruiz@germinus.com)

**Germinus XXI**, División de Desarrollo de Aplicaciones

Avda. Manoteras, 44. 2ª planta, 28050 Madrid

Tel. +34 91 2961234. <http://www.germinus.com>



**RESUMEN:** En este artículo se analizará la evolución de los portales web de la que estamos siendo testigos durante el último año. Frente a los portales tradicionales basados totalmente en contenidos dinámicos, sustentados por gestores de contenido y basados en el concepto de “el periódico en la web”, estamos viendo nacer una nueva generación de portales basados en la colaboración, en la participación y en la personalización, donde el protagonista es el usuario y se trata de trasladar a la web la experiencia y la vida cotidiana de las comunidades reales.

El análisis se realizará tanto en clave funcional, insistiendo en los factores que convierten estos portales en una experiencia mucho más atractiva para el usuario final, como en clave técnica, analizando las plataformas que sustentan esta evolución con nuevos entornos y paradigmas de desarrollo web.

## 1 Los portales informativos: el periódico en la web

A partir del éxito del concepto de portal web como escaparate de empresas, organizaciones, y todo tipo de iniciativas en internet, durante los últimos años hemos contemplado un crecimiento exponencial en el número de implantaciones de portales. Su expansión ha sido tal que han pasado de ser un factor diferenciador a una necesidad que toda empresa u organización sabe que debe cubrir si no quiere quedarse atrás. En paralelo a este crecimiento, hemos visto que a nivel de funcionalidad sus diferencias se han estrechado, confluyendo en lo que podríamos llamar el paradigma del “periódico en la web”.

Liderados a nivel ideológico por portales de periódicos o publicaciones escritas, el resto de portales en internet han seguido esta línea de funcionalidad estructurando su valor para los navegantes en un conjunto de contenidos informativos actuales, dinámicos, coherentemente estructurados y fáciles de acceder, que llegan a toda la comunidad mundial de internautas. Incluso el diseño gráfico que en los primeros tiempos era el abanderado de la originalidad o el atractivo de un portal, ha cedido en su importancia ante conceptos como la usabilidad, la accesibilidad o la rapidez de acceso a la información que potencian aún más el mensaje de *portal = información*.

## 2 La tecnología hasta hoy

A nivel técnico los fabricantes de software han dado soporte a estas necesidades a través del crecimiento y evolución de los sistemas que han dado en llamarse *gestores de contenidos*. Desde los antiguos portales monolíticos administrados por un único responsable que era a la vez grafista, editor de contenidos y administrador de sistemas, hemos pasado a portales que gracias a estos productos soportan un modelo basado en el ciclo de vida o *workflow* del mundo tradicional de las publicaciones, con decenas de personas que se reparten los roles de edición, supervisión, y publicación de los contenidos.

De esta manera se han conseguido superar los problemas que limitaban el dinamismo de los contenidos en los portales, consiguiéndose replicar el modelo de las publicaciones escritas e incluso superarlo, gracias a las indiscutibles

ventajas de Internet como medio de comunicación:

- Inmediatez en la publicación y acceso a la información. Posibilidad de corregir o ampliar la información de forma inmediata.
- Carácter universal de la información.
- Acceso a archivos de información antigua prácticamente ilimitados.
- Funcionalidades de búsqueda, interrelación y recuperación de información en base a criterios específicos.

Según un estudio realizado por la Universidad de California en catorce países dentro del World Internet Project, la confianza en Internet como medio de información ha crecido de forma espectacular en los últimos años, así como el acceso a Internet dentro de la población en general, que supera el 60% en países como Gran Bretaña, Suecia o Estados Unidos. Eventos de interés puntual como el seguimiento de los atentados del 11 de septiembre o las elecciones de Estados Unidos, en los que la inmediatez y universalidad de la información en los portales informativos no tiene rival, confirman el éxito de este tipo de portales.

El crecimiento de estos portales y su penetración en la sociedad como medio informativo parece imparable, pero ¿es este el camino que seguirán los portales en el futuro? ¿tiene Internet algo más que ofrecer a la sociedad a través de los portales web?

### **3 La colaboración: la nueva generación de portales**

En el último año, sin embargo, venimos contemplando cómo surgen portales en los que el protagonismo se traslada hacia los usuarios, cuya participación se convierte en la clave del éxito del portal.

Esta evolución empezó por portales que seguían siendo eminentemente informativos pero complementaban la información con el comentario de los usuarios. Portales como lanetro, amazon, etc. comenzaron a diferenciarse a través de la valoración que los usuarios hacían de la información, que se convertía en la clave de su valor para otros usuarios. Otros portales como slashdot o los

basados en sistemas blog basan su valor en el debate y la información aportada por los propios usuarios.

Pero la verdadera evolución masiva hacia la comunicación y colaboración a través de Internet comenzó a fraguarse en otros canales de Internet que nada tenían que ver originariamente con los portales: los sistemas de mensajería instantánea, que permiten en términos generales la comunicación en tiempo real entre personas, enriquecida por un sistema de información de presencia que permite conocer e incluso buscar interlocutores antes de establecer la comunicación, y saber en todo momento si están o no en línea. Este sistema pasó del entorno académico al entorno doméstico en noviembre de 1996, en que apareció la primera beta de ICQ (*I seek you*), de la compañía israelí Mirabilis. En 1998 este sistema tenía ya más de siete millones de usuarios, y fue comprado por AOL. Ese mismo año Microsoft lanzó su cliente MSN, que se estableció finalmente como líder de mercado.

A día de hoy 145 millones de usuarios utilizan activamente MSN, y la mensajería instantánea se ha incorporado a la sociedad como un medio de comunicación imprescindible tanto en el ámbito personal como en el laboral. Su crecimiento es imparable y se prevé que en muy poco tiempo las operadoras móviles de comunicación tomen el relevo, integrando la identidad de los usuarios en Internet con los servicios de telefonía, de tal modo que un usuario pueda mantener una conversación con otro independientemente de si está en Internet o al habla en un teléfono. La evolución de este canal de comunicación parece también meteórica.

La mensajería instantánea aportó una nueva forma de ver Internet, una perspectiva en la que el usuario no es espectador, sino que toma la iniciativa y la palabra. Acostumbrado a ver la televisión o leer el periódico desde una posición anónima y pasiva, Internet ofrece por primera vez al usuario de a pie la opción de hablar y ser escuchado. En un primer momento sólo de usuario a usuario (P2P) pero, poco a poco, en torno a estos sistemas surgen sitios web dedicados que permiten establecer canales de comunicación no individuales, sino a nivel de grupo. Son lo que se han dado en llamar *redes sociales*.

Las redes sociales se basan en un concepto muy simple: en los sistemas de mensajería instantánea todo usuario tiene un conjunto de contactos o amigos, pero no conoce a los "amigos de sus amigos". Las redes sociales hacen visibles estas conexiones de segundo o tercer nivel que permiten que un usuario "presente" a dos personas que previamente no se conocen. Enriquecidas por brillantes ideas en torno a esta premisa básica y por potentes motores de búsqueda en torno al perfil de sus usuarios, las redes sociales constituyen auténticas comunidades globales a las que un internauta puede unirse en muy poco tiempo, y encontrar así amigos, pareja, trabajo, etc. Estos sistemas se estructuran a través de sitios web generalistas como Tribe, Orkut, Friendster, MySpace, LinkedIn, Meetic, etc. Algunos de ellos están orientados simplemente a conocer amigos, otros más a relaciones de pareja, y otros más al ámbito laboral, pero todos tienen en común la interacción y comunicación como base de su existencia.

La influencia de este tipo de sistemas y su calado en el usuario actual de Internet ha hecho que recientemente los portales también empiecen a evolucionar en esta dirección. Mientras que en un principio este tipo de portales de red social era generalista, hoy día están surgiendo ya lo que en algunos entornos se llaman *redes sociales especializadas*, que no son sino la confluencia del concepto de portal corporativo con el de red social, y que puede denominarse *portal colaborativo*.

Así, los entornos educativos (universidades, colegios y comunidades educativas en general), las intranets de empresas medianas y grandes, las redes de investigación, las asociaciones de profesionales, y en general cualquier organización que conste de una comunidad social de usuarios demanda hoy día un nuevo tipo de portal muy centrado en el usuario que no sólo sea un escaparate informativo, sino un entorno de trabajo, información y colaboración adaptado a su realidad, organización y actividad donde el usuario reciba el protagonismo y la interactividad que poco a poco se está acostumbrado a tener en Internet.

El traspaso del protagonismo al usuario llega a ser casi completo en estos portales, haciendo que los usuarios se conviertan en autores de contenidos, en grafistas y en maquetadores, y

que hagan del portal un entorno totalmente personal, combinando los servicios e información que proporciona a su completo gusto. Este concepto, que comenzó llamándose *myportal*, ha derivado al término de *webtop*, pues pretende que toda la actividad diaria de los usuarios, que tradicionalmente desarrolla en el escritorio o *desktop* de los sistemas ofimáticos locales, se traslade al portal.

Además de hacer vivir el portal como una experiencia personal a los usuarios, estos nuevos portales se centran en la colaboración, que potencian como su valor clave desplazando así a la información. Permiten un entorno multiportal donde no hay uno sino múltiples espacios web en torno a grupos de colaboración, que mantienen unida en la web a la comunidad de usuarios a la que se dirigen, a través de su participación.

#### **4 Nuevas tecnologías para nuevas necesidades**

Los portales tradicionales adolecen de limitaciones técnicas que dificultan su adaptación a estas nuevas necesidades. A un nivel muy general, un análisis crítico de la tecnología actualmente implantada detecta las siguientes limitaciones:

- **Personalización:** los portales colaborativos requieren personalización a nivel de grupo y a nivel de usuario. Cada grupo y cada usuario debe tener una usabilidad e incluso un interfaz gráfico diferente al resto. Hoy día los portales soportan muy pocas variaciones en este sentido.
- **Gestión de contenidos:** no sólo los administradores del portal deben contribuir a sus contenidos. Cualquier usuario debe ser capaz de hacerlo, eso sí, con facilidades de control de visibilidad en base a su grupo, departamento o puesto dentro de la comunidad o jerarquía de usuarios global. Los portales tradicionales carecen de las facilidades necesarias para que un usuario no especializado cree contenidos, y de los mecanismos de control necesarios para impedir que dichos contenidos sean visibles sólo para ciertos usuarios o grupos de usuarios.
- **Gestión de maquetación web:** los usuarios y grupos de usuarios no deben

limitarse a colaborar y crear sus propios contenidos, sino que deben ser capaces de expresarse en la web manteniendo su propio espacio dentro del portal, con su propia estructura de secciones, subsecciones, columnas, ventanas, aspecto gráfico, etc. Hoy día los portales son maquetados exclusivamente por el administrador de sistemas, o por el proveedor que desarrolla el portal. Es normalmente ya muy costoso incluso para un técnico especializado modificar la estructura de un sólo sitio web, y esto limita obviamente la posibilidad de que haya múltiples portales gestionados por los propios usuarios, sin conocimientos especializados, uno por cada usuario, grupo, departamento, centro, o entidad dentro de la comunidad, que es un requisito de los portales colaborativos.

- **Colaboración:** los portales colaborativos no sólo requieren mostrar contenidos, sino que como su propia denominación indica deben incluir herramientas de colaboración, que permitan a sus usuarios sentirse parte de la comunidad a través de su participación y comunicación con otros usuarios en salas de conversación, tabloneros de anuncios, blogs, encuestas, foros, etc.
- **Tecnología abierta:** el salto hacia los propios usuarios como creadores de contenidos y subportales descoloca a muchos productos de gestión de contenidos y portales cuyas licencias se miden por el número de usuarios que realizan este trabajo de gestión, y que están dimensionadas a nivel de coste para un orden de como mucho decenas de administradores en grandes clientes. Si hablamos de cientos o miles de usuarios potenciales, los costes se disparan. Esto, unido a la propia evolución de la tecnología web que se renueva cada poco tiempo completamente, hace que sea una demanda cada vez mayor el no tener coste asociado a número de usuarios, ni atarse a tecnologías propietarias.

Están empezando a establecerse en el mercado entornos de desarrollo y soluciones que facilitan la implantación de este tipo de portales, como los servidores de portal (*portal servers*) y las plataformas más especializadas

en colaboración, que aúnan herramientas ya conocidas como blogs, chats, foros, agendas o tabloneros de anuncios en soluciones completas de los grandes fabricantes (Sun, Oracle, BEA, Vignette). Incluyen grandes avances tecnológicos como la inclusión de la tecnología de portlets para permitir la gestión de maquetación, pero ninguna cumple completamente con los requisitos que hemos identificado previamente para esta nueva generación de portales.

Por otra parte, la evolución imparable del software libre en torno a estos estándares hace plantearse como alternativa la integración de soluciones open, que eliminan el coste de licencia asociada a usuarios.

Germinus, basándose en esta idea, ha construido la plataforma colaborativa **Xpression**. Se trata de una plataforma integrada, completa, abierta, escalable, y basada en software open, que cubre todas las necesidades de los nuevos portales colaborativos, y se ha implantado con éxito en portales como EducaMadrid, Telecentros de RED.ES, EduCantabria y Cámara de Comercio de Madrid, que constituyen una amplia representación del tipo de redes sociales especializadas que buscan nuevas soluciones.

## 5 Conclusiones

Los valores clave de personalización y colaboración convierten esta nueva generación de portales en una herramienta de trabajo muy útil para múltiples comunidades de usuarios que han dado de este modo un salto más en su apreciación de Internet como un medio cada vez más natural (habitual / cercano / natural) e imprescindible en su vida diaria.

El éxito de las implantaciones realizadas por Germinus para un variado espectro de clientes prueba que la tecnología está lista para responder a estas nuevas demandas. Los usuarios también. Es el momento del relevo generacional.