



**ALICANTE MAYO 2004**

«Contenidos de calidad, elemento diferenciado en el posicionamiento web: E-excellence un modelo de éxito», de Pilar Moreno (Liceus.com).

**PROYECTO DE CALIDAD EN CONTENIDOS HISPANOS**

**E-exceLlence**

**PARA RED DE COMUNICACIONES INTERNET**

**MADRID**

**2004**

LICEUS, SERVICIOS DE GESTIÓN Y COMUNICACIÓN S.L.  
C/JOSÉ DEL PRADO Y PALACIOS, 1-LOCAL  
MADRID – 28030  
C.I.F. B/83605618  
TLF./FAX 913287310  
[INFO@LICEUS.COM](mailto:INFO@LICEUS.COM) [WWW.LICEUS.COM](http://WWW.LICEUS.COM)

## PRESENTACION

En Abril de 2003 se constituye la empresa “Liceus, Servicios de Gestión y Comunicación S. L.” que, a través del sitio [www.liceus.com](http://www.liceus.com), gestiona un portal dedicado a las Humanidades, desde el que se difunden contenidos culturales y docentes relativos a ese ámbito del conocimiento humano. Se trata de este modo de dar respuesta a una importante laguna detectada en la red, al menos por lo que concierne a los contenidos en lengua española.

Cada vez más, amplios sectores de la sociedad buscan en el conocimiento de los contenidos humanísticos unas satisfacciones profundas, por más que sean difícilmente cuantificables en términos económicos.

La utilización de “las industrias de la lengua” para referirse a todas aquellas actividades mercantiles y comerciales que giran en torno al conocimiento de la lengua propia o de las ajenas (enseñanza de idiomas, viajes de aprendizaje, actividad editorial, etc.) está ya acuñada de modo duradero, pues esas actividades mueven recursos económicos cada vez más importantes (en el Reino Unido, ese sector es el segundo más importante tras la explotación del petróleo del Mar del Norte; en España, ese mismo sector, que está en franca expansión, alcanza ya probablemente los 300 millones de euros/año). Del mismo modo, el innegable mayor desarrollo cultural y económico del que disfrutan en la actualidad al menos los países occidentales y en particular España, unido al efecto imparable de la globalización y de la consecución de derechos sociales y laborales impensables hace unas décadas (semana laboral de 35/40 horas), permiten a los ciudadanos de esos países disponer de tiempo, dinero y formación para emplearlos, al menos en parte, en la práctica de un ocio formativo, dominio por excelencia de las Humanidades. De ahí, el abrumador desarrollo del turismo cultural, las masivas asistencias a exposiciones, conciertos y otros espectáculos, el auge de la industria editorial de lectura y de ocio, etc.

La situación es tal, que es preciso que los contenidos de carácter humanístico se adapten y se difundan por los canales que se demandan ahora, a comienzos del tercer milenio. Son muchos los que se han dado cuenta de ello, pues detrás hay también un sector económico en alza. Y, entre otras vías de difusión y de acceso a esos contenidos, la red de comunicaciones **Internet** ha supuesto un revulsivo que, sin duda ninguna, ha de transformar nuestras sociedades. Las generaciones que ya llaman a las puertas del mercado laboral son usuarias habituales de la red para acceder a todo tipo de conocimientos y la consideran el lugar natural para la expresión y difusión de los suyos. Estas generaciones se diferenciarán de las de finales del siglo XX precisamente y de manera muy sustancial por el uso que hacen y harán aún con más asiduidad de la red. Lo que no esté en ella, simplemente no se conocerá.

Es preciso verter a la red todo el inmenso y generoso legado humanístico recibido para perpetuar su existencia, sí, pero también para “democratizar” aún más el acceso a él. Nadie duda de la importancia y de la urgencia de esa necesidad, que, entre otras ventajas, ha de favorecer una mayor permeabilidad social al facilitar en plano de igualdad el desarrollo intelectual y cultural de los ciudadanos, vivan donde vivan y

procedan de la extracción social que procedan. Además es preciso hacerlo en lengua española para **dar servicio a una comunidad de cerca de 400 millones de hablantes** y que continúa en franca expansión demográfica. Y, por fin, es preciso hacerlo con los máximos niveles y garantías de calidad, para evitar ignorancia, abusos y manipulaciones.

Por lo demás y frente a ciertas previsiones iniciales que hacían suponer menores costes de producción y de distribución que en las empresas tradicionales, la experiencia de estos años ha mostrado que el público que se abastece a través de Internet es sumamente exigente y selectivo y, de acuerdo con la escala de valores actual, demanda continuas novedades e informaciones cada vez más completas y depuradas, de modo que no resulta fácil su fidelización. Por ello es preciso hacer importantes inversiones para mantener actualizada la calidad del producto, tanto por lo que se refiere a su valor intrínseco como por lo que se refiere al formato de su presentación en el mercado electrónico. Y esas constantes actualizaciones han resultado ser más costosas de lo que inicialmente se había previsto.. **De nada sirve tener una red eficaz de Ordenadores en todos los Centros de Enseñanza si luego se carece de los CONTENIDOS rigurosos que supongan la razón de ser del PLAN INFO que se pretende establecer. La “brecha digital” no solo será salvada con equipamientos sino con contenidos de calidad.**

## **EL PROYECTO E-EXCELLENCE**

### ▪ **Definición.**

El proyecto **E-Excellence**, del portal [www.Liceus.com](http://www.Liceus.com), se define como un espacio virtual, que tiene como **objeto** el desarrollo de las materias docentes y educativas en un portal informático específico del área de las Humanidades, en formato digital para su acceso a través de la Red de telecomunicaciones Internet.

Su justificación se debe a la inexistencia dentro del mercado de los webs de Internet de un portal específico para el tratamiento de las HUMANIDADES, en todo caso, tan sólo páginas temáticas relacionadas con alguna de sus disciplinas, o bien, se incluyen dentro de otras páginas más generales con tratamiento de algún tema humanístico concreto.

Los usuarios que quieren acceder a algún contenido humanístico deben de realizar su búsqueda a través de las páginas que de forma específica se encuentran dispersas por toda la red, ralentizando y dificultando el resultado.

**E-excellence** SE CONVIERTE ASÍ EN EL BANCO DE CONTENIDOS EDUCATIVOS, DE REFERENCIA PARA TODOS AQUELLOS QUE NECESITEN ACCEDER A CUALQUIER CONOCIMIENTO DE CARÁCTER HUMANÍSTICO EN ESPAÑOL DE CALIDAD.

La necesidad de dotar de Contenidos al Plan Info XXI viene dada por la cada mayor necesidad de seleccionar y filtrar la cantidad exorbitante de información contenida en la Red que resulte realmente útil para el Colectivo docente, tanto profesores como alumnos.

Así el estudio de la Universidad de Berkeley que afirma que la cantidad de información nueva se ha doblado en los últimos tres años (un incremento anual del 30% entre 1999 y 2002). Ha cambiado la 'ecología humana': "De pronto, casi cualquier aspecto de la vida humana es registrado y almacenado en algún formato". Sólo en 2002 se produjo información equivalente a medio millón de bibliotecas, cada una capaz de albergar la colección impresa (19 millones de títulos) de la Biblioteca del Congreso estadounidense. Eso en cifras se traduce en 5 exabytes (más de 5 millones de terabytes, o casi 5,5 billones de megabytes) almacenados en papel, película y medios ópticos o magnéticos (que se anotan el 92%, casi todo en discos duros). Por su parte, la información que fluyó por radio, televisión, telefonía e Internet, totalizó casi 18 exabytes. De ellos el teléfono se lleva el 98%, mientras que la World Wide Web, en su cara visible, generó unos miserables 170 terabytes (400.000 terabytes el email), o 17 veces el tamaño de la Biblioteca del Congreso. Queda por tanto evidente el doble reto: avanzar en los sistemas de almacenamiento y conseguir organizar y resumir el maremagno de información. E- excellence, es la herramienta indicada en relación con la Información en español para materiales educativos.

### ▪ **Objetivos.**

El proyecto **E-Excellence**, desarrollado a partir de la experiencia acumulada por el portal [www.Liceus.com](http://www.Liceus.com), proporciona en la red a cualquier usuario interesado en las Humanidades (Historia, Antropología, Cultura clásica, Lengua, Literatura, Arte, Filosofía, Geografía, Música y Cine, etc.), sea cual sea su nivel y el campo de su interés, y de acuerdo con unas tarifas asequibles y acordes con la información que se facilita, todo lo que necesite saber sobre tales materias en lengua española con una calidad garantizada y contrastada, de tal modo que, en realidad, pueda disponer de una extensísima y variadísima biblioteca virtual actualizada y en la que la información es fácilmente recuperable.

- **Características.**

- a) **Niveles de contenidos:**

- Las líneas editoriales que cubre el proyecto son las siguientes:

- 1.- **Primer nivel:** Nivel enciclopédico, donde se puedan encontrar con facilidad y rapidez respuestas a preguntas habituales (quién, cuándo, dónde, cómo, cuánto), llevado a cabo por la alianza establecida con la Empresa **Micronet**.

- 2.- **Segundo nivel:** Nivel de Manual universitario, donde los datos presentados en el primer nivel reciban un tratamiento crítico, organizado por temas y en los que el usuario puede encontrar respuestas a un nivel avanzado a los grandes ámbitos de interés humanístico, todo ello de producción propia e inédita.

- 3.- **Tercer nivel:** Nivel de investigación y de e-books, en el que se recoge y encuentra cualquier trabajo de investigación concerniente a las Humanidades, sea cual sea su extensión, formato o punto de vista epistemológico, siempre y cuando la calidad del trabajo se considere adecuada. Finalmente, y en la medida en que se vayan desarrollando los contenidos de estos tres niveles se abordarán otros aspectos, como son Revistas electrónicas de Humanidades, que exigirán un esfuerzo suplementario para mantenerlas a un ritmo de aparición fijo y periódico.

- b) **Presentación de los contenidos:**

- 1.- Consulta directa en la red, destinada a cualquier usuario que desee acceder de manera libre e inorgánica a los contenidos.

- 2.- Cursos de Humanidades on-line, destinados a los usuarios que deseen alcanzar el nivel propio de una persona bien formada en conocimientos humanísticos con carácter global.

- 3.- Cursos de formación y de especialización, destinados a los usuarios que deseen profundizar en el conocimiento de alguna parcela de contenidos a nivel de especialista y con vistas o no al ejercicio de una actividad o profesión.

- 4.- Paquetes temáticos, que se ofrecen conjuntamente al usuario según las necesidades que vaya planteando el mercado. A título de ejemplo, se señalan algunas posibilidades: temarios de oposiciones para Enseñanza Secundaria, temarios de cursos on-line impartidos desde Liceus, i-books especiales (v.gr. Historia de España, El Siglo de Oro, Mitologías y Bellas Artes, etc.).

- 5.- Bancos de datos bibliográficos, textuales, sonoros, e icónicos, en los que los usuarios puedan encontrar de manera eficaz la mejores y más abundantes “ilustraciones” sobre cualquier aspecto del saber humanístico.

Para alcanzar esos objetivos, Liceus ha constituido un nutrido y experimentado equipo de trabajo, solidamente estructurado y jerarquizado, en el que figuran desde primeras figuras de la intelectualidad española (académicos, catedráticos, escritores, etc.) a profesores universitarios de reconocido prestigio en sus respectivos ámbitos de saber y con una dilatada experiencia docente e investigadora.

Los conocimientos elaborados por el equipo académico reciben un tratamiento informático moderno y muy inteligible por el usuario, al que se le garantizan mediante los métodos más actuales de registro y pago informatizado, el acceso a ellos de forma inmediata y de acuerdo con unas condiciones de mercado óptimas. Así mismo, se proporcionan al usuario registrado todas las informaciones complementarias, de modo interactivo, sobre las cuestiones específicas de su interés.

#### ▪ **Público objetivo**

Los contenidos que se comercializan a través de **E-excellence** se dirigen en a los siguientes colectivos:

- Estudiantes universitarios de las Ciencias Sociales y las Humanidades.
- Profesorado y otro personal docente de las mismas disciplinas.
- Estudiantes de post-grado y personal de investigación de carreras universitarias humanísticas.
- Estudiante de los últimos cursos de E.S.O. y C.O.U.
- Público en general interesado en el conocimiento de las Humanidades, asociaciones culturales, prensa escrita, oficinas de información y turismo etc

Según fuentes del M.E.C. el total de personas que suponen este público objetivo es de 1.726.113.- (sólo en territorio español).

\* Los usuarios hispanos de Internet invirtieron una media de 26,5 horas online en septiembre de 2003, un 21% más que el año pasado, y el crecimiento en el consumo de contenidos se cifra en las 2.791 páginas visitadas por el usuario medio hispano en septiembre de 2003, un 30% que las consumidas en 2002. Estos datos marcan una tendencia que habla de la importancia creciente de los contenidos en Internet para la audiencia hispana, que empieza a desarrollar una fidelidad hacia este medio que puede ser muy interesante para el futuro.

#### **Comercialización.**

La comercialización de los Contenidos de E-excellence se realizará mediante la compra unitaria de artículos como, tanto a usuarios únicos como a instituciones, estableciéndose en el primer año la siguiente política de suscripción:

##### **Pack Básico:**

Suscripción anual sección divulgativa: Enciclonet.

##### **Pack Opositor:**

Adquisición de temarios de oposiciones para enseñanzas medias.  
Disponible en el año 2005.

##### **Pack Temático (en preparación):**

Por ejemplo, Historia de España, Historia de las religiones, etc.

##### **Pack Universitarios:**

Según modalidad de suscripción.

##### **Pack Investigadores.**



## LICEUS, SERVICIOS DE GESTIÓN Y COMUNICACIÓN.

### LÍNEAS DE ACTUACIÓN.

- El portal [www.liceus.com](http://www.liceus.com)

A pesar de la ventaja que supone Internet de poder disponer de un volumen de información elevado, este factor puede acabar siendo algo negativo. Los buscadores permiten encontrar documentos de interés; sin embargo, resulta extremadamente fácil acabar perdiéndose en la gran “tela de araña”, decepcionando así a los usuarios que acuden a la misma en busca de una información ágil, rápida y eficaz. Una de las carencias que presenta la nueva sociedad de la información, es la falta de enseñanza sobre cómo desarrollar habilidades que permitan dosificar y discriminar la gran cantidad de información que vierte Internet sobre sus usuarios. **E-excellence** pretende marcar su diferencia con otras páginas similares en distintos aspectos ofreciendo:

1.- *Calidad*: por medio de contenidos de interés asequibles para todos, con el mínimo tiempo de espera, fácilmente asimilables y con información muy ordenada; por medio de un uso de imágenes discriminado para no castigar al usuario con tiempos de descarga indefinidos; por medio de un sistema de navegación muy intuitivo de manera que el usuario pueda navegar adecuadamente; personalizando las secciones para facilitar el contacto humano y vencer así la resistencia de posibles usuarios ante el medio.

2. *Interactividad*: posibilitando que el usuario participe en los contenidos mediante la selección de los mismos, fundamentalmente en las secciones secundarias, y una vez conseguido este contacto, aprovechar la interacción para invitarles a que sean partícipes dando su opinión acerca de los contenidos de este espacio y conseguir así una mayor calidad. De esta forma se pretende conseguir que la interactividad no consista en dar mayor cantidad de contenidos entre los que elegir, sino en permitir que los usuarios creen sus propios contenidos.

3.- *Actualización*: renovando los contenidos del espacio virtual, convirtiendo sus páginas en algo dinámico.

4.- *Fidelización*: la actualización de los contenidos fideliza una audiencia de usuarios de modo que acceden de manera asidua a este espacio con el fin de obtener información que le resulte de interés. Esto redundará en una generación de tráfico, que aumenta las posibilidades de mercado futuro para las líneas de negocio activas.

En definitiva, **E- excellence** pretende convertirse en la herramienta básica de consulta para cualquiera que desee adquirir conocimientos rigurosos y de calidad

**en aquellas disciplinas humanísticas que en él se engloban;** o dicho de otro modo, habrá de ser la guía más útil a disposición del usuario de Internet de habla hispana para acceder a contenidos de calidad en el dominio de las Humanidades. Su concepción interdisciplinar y empresarial, por otra parte, permitirá derribar las fronteras artificiales levantadas en torno a las Humanidades que, por su propia naturaleza, son de interés universal. Entre sus objetivos específicos son de destacar los siguientes:

1.- *Servicio documental:* con el que se pretende ayudar al usuario de forma rápida y eficaz para que encuentre la respuesta a su consulta por compleja que resulte.

2.- *Publicaciones:* mediante las que se posibilita la presentación de trabajos de investigación y su contraste con otras fuentes, creando grupos de discusión y trabajo que fomenten el conocimiento específico de temas humanísticos y la colaboración entre usuarios.

3.- *Debate interactivo:* que consiste en la creación de un Foro de Debate cultural multidisciplinar que recoja las inquietudes y la divulgación de los conocimientos humanísticos entre todos los usuarios del portal.

4.- *Fomento y creación de empleo:* para establecer entre la Empresa y sus Colaboradores un compromiso, es decir, Liceus.com son ellos, y detrás de ellos siempre está la empresa generando así unas expectativas laborales nuevas para las distintas carreras humanísticas, dentro del campo de la documentación y la investigación.

5.- *Investigación y actualización:* para promover compromisos con los usuarios en el seguimiento, actualización, calidad máxima y controles puntuales, de todas y cada una de las secciones del portal.

Los colaboradores que participan en la elaboración de los artículos son doctores y licenciados con una larga trayectoria profesional, especializados y responsables de las distintas áreas que conforman el portal, con amplia experiencia en el campo de la docencia, la edición de libros y la realización de conferencias y seminarios. Así mismo, se cuenta con un equipo técnico dedicado a la investigación de mercados y funciones de marketing, así como de gestión y dirección empresarial.

“Liceus, Servicios de Gestión y Comunicación, S.L.” trabaja además en *joint venture* con la empresa de informática proveedora de servicios de Internet 2GRE2 Network, responsable del área técnica y mantenimiento del portal [www.liceus.com](http://www.liceus.com) para aportar el soporte tecnológico necesario en la consecución del proyecto; esta empresa asumirá las tareas de mantenimiento del portal y la herramienta de gestión, mantenimiento del dominio [www.liceus.com](http://www.liceus.com), gestión de los banners, buscador de contenidos del portal, buscador externo (direcciones de interés), Webmail, sistema de noticias genérico, sistema de noticias del propio portal, foro de debate por categorías, agenda de direcciones de los registrados y registro de usuarios del área privada.

A nivel interno, “Liceus, S.G.y C. S.L.” dispone de un departamento de investigación documental en el que trabajan estudiantes de los últimos cursos y licenciados de las distintas carreras de letras en prácticas, en colaboración con centros de enseñanza superior públicos y privados, para proveer de contenidos las diferentes secciones del portal, bajo la supervisión de profesionales de la docencia con una

probada trayectoria en el campo de la investigación y divulgación de la enseñanza académica.

La incentivación a través de otras actividades como becas de investigación, certámenes literarios, y trabajos de documentación en equipo entre los propios usuarios del portal, y la oportunidad de publicar tesis, artículos y otros trabajos, será un valor añadido de capital humano del que se enriquecerá el portal.

Durante estos años de actividad, Liceus ha acumulado una gran experiencia, en buena medida paralela a la de las empresas cuya actividad más importante se desarrollaba a través de las nuevas tecnologías. Estas empresas han tenido que acometer profundos ajustes estructurales y financieros que, en general, han reducido drásticamente las mal fundadas expectativas creadas en torno a ellas a principios de los noventa. En torno al mundo de Internet se habían vendido futuros y castillos en el aire, pero la realidad se ha encargado de redimensionar los proyectos y situarlos en la posición que verdaderamente les corresponde. Muchos de ellos, incluso bien financiados y dotados de equipos humanos aparentemente competitivos, han debido limitar sus objetivos y sus expectativas o incluso han desaparecido. En general, esto ha sido prácticamente una ley en los casos en que el producto final no estaba bien definido o en los que sus mercados potenciales no estaban aún preparados para asimilar las ofertas.

El resultado de todo ello es la existencia de un portal que en la actualidad da servicio a unos 7.000 usuarios/día que visitan más de 5000.000.- de páginas/mes

- **Liceus, Publicación Cultural del Siglo XXI**

Además, del Portal informático, se ha acometido la iniciativa de crear una revista de Humanidades, *Liceus*, ya bien asentada pues ha visto la luz el número 10. La revista *Liceus* ofrece una amplia gama de contenidos clasificada por temas, así como entrevistas, reportajes, itinerarios culturales y otras secciones de interés para los lectores, sobre todo la sección dedicada a la publicación de trabajos inéditos, para que los trabajos de estudiantes e investigadores puedan salir a la luz pública.

- **Otras publicaciones:**

El desarrollo de los contenidos formativos y docentes tiene en el formato impreso su mejor vía de introducción en la sociedad y el mercado.

Así se han desarrollado distintas líneas editoriales que permiten un riguroso tratamiento de la información cultural, imprescindible en cualquier departamento de prensa o comunicación de los clientes, dado el mercado al que se dirige Liceus.

Entre los proyectos que se abordan desde Liceus merecen señalarse “El Universitario de Liceus”, Guías Universitarias, Catálogos y Revistas corporativas de Comunicación interna y externa

- **Los cursos *on-line*. Liceus formación (C.I.D.E.I.H.)**

La formación, la innovación y la investigación, tratados desde parámetros de multiculturalidad e interdisciplinariedad, constituyen los ejes esenciales del **Centro**

**Interdisciplinario de Investigación, Desarrollo e Innovación de las Humanidades, C.I.D.E.I.H.**, desde el cual y a través de su Laboratorio ayuda en la preparación de humanistas de post-grado en relación con el mercado de trabajo, dotándolos de información y técnicas aplicadas al campo empresarial del siglo XXI, y participa en proyectos europeos junto a otras Universidades como el Programa Tempus. Para ello se cuenta con alianzas y colaboraciones con Instituciones públicas y privadas, como la Universidad de Aarhus en Dinamarca y la Universidad de Oviedo para crear un Laboratorio de Humanidades en la Universidad de Damasco que avalan la calidad y el rigor científico de los programas curriculares.

En este sentido cuenta con la aplicación de las herramientas que ofrecen las Nuevas Tecnologías: e-learning /e-content /e-book. En la actualidad y desde su sección Liceus.Gestión Cultural, Liceus ofrece diversos Cursos de formación, bien presenciales, bien on-line, entre los que se cuentan los siguientes: Master en Gestión cultural para la Empresa, Curso de Experto en Relaciones Internacionales, Curso de Creación escrita, Master en Estudios europeos, Master en Museología, etc., y se pretende abordar otros tales como Cursos de formación al profesorado o Cursos de Formación para Empresas e Instituciones.

Para todo ello tiene firmados Convenios de Colaboración con instituciones como la Universidad de Alcalá, la Universidad de Oviedo o Fundaciones de carácter Cultural. Como la Fundación del Sur.

- **Consultoría y Gestión del Conocimiento en Red.**

La gestión cultural forma parte de la economía de los países con una riqueza patrimonial importante. Empresas e Instituciones demandan servicios cada vez más profesionalizados. Desde Liceus, el equipo humano (especialistas en Arte, Historiadores, conservadores y documentalistas) diseñan y desarrollan soluciones eficaces y personalizadas para cada una de ellas. Ahora es preciso señalar las siguientes posibilidades que se ofrecen al cliente potencial: Diseño y alojamiento de páginas web: Registro de dominios /Actualizaciones /Desarrollo de Contenidos; Campañas publicitarias / Diseño de imagen corporativa / Plan de medios etc.; Desarrollo de proyectos culturales: Consultoría, estudio de subvenciones, búsqueda de patrocinadores etc. para Fundaciones; Planificación y organización de eventos y certámenes: Conferencias Seminarios Congresos; Gestión y cesión de contenidos: Edición y digitalización de textos / Críticas de exposiciones / Itinerarios Culturales / Guías didácticas.

## **MEDIOS NECESARIOS PARA LLEVAR A CABO EL PROYECTO E-EXCELLENCE.**

Un proyecto de digitalización editorial de la magnitud que afronta Liceus precisa de dos medios fundamentales que son las que le dan sentido.

- **Los medios Materiales.**

Equipos informáticos de tratamiento y digitalización de textos e imágenes, servidores de hosting y programas de software de edición.

- **Los medios Humanos.**

Equipos de Colaboradores coordinados por un equipo de especialistas en cada una de las áreas, supervisado todo ello por el COMITÉ CIENTÍFICO, formado por

personalidades del mundo académico, garante último de la Calidad de los Contenidos de E-Excellence

Para ambos casos se cuenta con las colaboraciones externas que justifican la presentación de este Proyecto en la forma de COOPERACIÓN, siendo la empresa de soluciones informáticas 2Gre2 Network, la encargada de la parte técnica.

- **Acuerdos y alianzas:**

**ALITER, Escuela de Negocios.**

**ARTE Y EMPRESA.**

**FUNDACIÓN DEL SUR.**

**EDICIONES CLÁSICAS**

**ARIEL.**

**HISTORIA 16.**

**UNIVERSIDAD DE ALCALÁ.**

- **El Comité científico.**

En este momento, están propuestos como miembros del Comité científico los siguientes Profesores:

Arqueología e Historia de América: Manuel Gutiérrez Estevez (Univ. Complutense).

Arqueología: Manuel Bendala Galán (Univ. Autónoma de Madrid).

Arte: Delfín Rodríguez (Univ. Complutense).

Cultura Clásica: Antonio Alvar Ezquerro (Univ. de Alcalá).

Filosofía: Javier Muguerza (UNED).

Geografía: Josefina Mendoza (Univ. Autónoma de Madrid).

Prehistoria: Martín Almagro Gorbea (Univ. Complutense).

Historia Antigua e Historia de las Religiones: Jaime Alvar Ezquerro (Univ. Carlos III).

Historia Medieval: Julio Valdeón Baroque (Univ. de Valladolid).

Historia Moderna: Enrique Martínez Ruiz (Univ. Complutense).

Historia Contemporánea: Sisinio Pérez Garzón (Univ. de Castilla - La Mancha).

Lingüística general: Ángel López García (Univ. de Valencia).

Lengua española: Agustín Vera (Univ. de Murcia).- Director Instituto Cervantes Paris

Literatura española: Rosa Navarro (Univ. de Barcelona).

Literaturas españolas no castellanas: Julia Butinyá (UNED).

Literaturas extranjeras: José Luis Caramés (Univ. de Oviedo).

Literatura hispanoamericana: Teodosio Fernández (Univ. Autónoma de Madrid).

Teoría de la Literatura y Crítica literaria: Fernando Gómez Redondo (Univ. de Alcalá).

Literatura comparada: Francisco García Jurado (Univ. Complutense).

Literatura oral: José Manuel Pedrosa (Univ. de Alcalá).

Música: Emilio Casares (Univ. Complutense).

Cine: Jenaro Taléns (Univ. de Valencia).

- **Coordinadores y Colaboradores.**

En la actualidad E-excellence ha celebrado contratos mercantiles de colaboración con 180 profesores titulares y catedráticos de 21 Universidades españolas y extranjeras para la elaboración de los contenidos.

## JUSTIFICACIÓN SOCIAL DEL PROYECTO E-EXCELLENCE

### **Los contenidos online en español para la audiencia hispana de EEUU, un arma cargada de futuro** ( Artículo aparecido en prensa 14/11/2003.)

“La audiencia hispana en Estados Unidos empieza a reflejar los patrones de uso de Internet del usuario medio online, según un estudio realizado por comScore Media Metrix. Las conclusiones de esta investigación tienen cierta relevancia, ya que el crecimiento se ha producido a pesar de las barreras lingüísticas con las que se encuentran estos usuarios.

El estudio revela que un 49% de los 12,5 millones de usuarios hispanos de Internet en el mercado estadounidense prefiere utilizar el español solamente, o en todo caso una mezcla de español e inglés. Esto supone que, mientras los contenidos en inglés pueden captar a una gran proporción de la audiencia hispana, aún es necesario proveer a ésta de contenidos relevantes en español. Los anunciantes ya han tomado buena nota de este hecho. El pasado mes de julio, Mediabriefing recogía unas declaraciones hechas en Advertising Age por Christy Haubegger, fundadora y antigua editora de Latina, quien aseguraba que la mayoría de las investigaciones, tiempo, esfuerzos y recursos se han dedicado hasta ahora al mercado hispano-dependiente, y que hay una evolución en marcha en la que las agencias están pasando del simple marketing en español a hacer un marketing para hispanos.

La cuestión es que los ingresos en los hogares latinos de Estados Unidos están en correlación con las capacidades lingüísticas. Es difícil encontrar hogares con un buen nivel de ingresos cuyos habitantes sólo hablen español. Según sus datos, hay 1,2 millones de familias hispanas cuyos ingresos superan los 75.000 dólares. En el caso de Los Angeles, un 47% de los consumidores son hispanos. De ellos, sólo el 9% se maneja únicamente en español, el 15% entiende algo de inglés, el 17% habla ambas lenguas y el 37% las domina plenamente. Los que sólo hablan inglés representan el 22%.

Mediabriefing recordaba hace unos meses que, a pesar de que la población latina se acerca a Internet en una proporción tres veces superior a la del resto de la población, lo cierto es que partía de muy atrás, ya que la penetración de ordenadores en los hogares latinos es menor que la media. Además, su desembarco en el mundo online está siendo mucho más lenta que la de cualquier otro grupo demográfico. No obstante, el estudio de comScore Media Metrix concluye también que el tamaño de la población hispana online ha crecido vertiginosamente, así como el tiempo de uso y el número de páginas vistas, frente a los datos que se daban en 2002. Los usuarios hispanos de Internet invirtieron una media de 26,5 horas online en septiembre de 2003, un 21% más que el año pasado, y el crecimiento en el consumo de contenidos se cifra en las 2.791 páginas visitadas por el usuario medio hispano en septiembre de 2003, un 30% que las consumidas en 2002.

Estos datos marcan una tendencia que habla de la importancia creciente de los contenidos en Internet para la audiencia hispana, que empieza a desarrollar una fidelidad hacia este medio que puede ser muy interesante para el futuro.

AOL Time Warner, con 9,7 millones de visitantes únicos, capta al 76% de los usuarios hispanos de Internet en Estados Unidos, ganando la partida a Yahoo! y MSN. En esta carrera por la audiencia hispana estadounidense, AOL se impone también a Terra Lycos, que se destaca por publicar una gran cantidad de contenidos en español.

Terra Lycos logró en septiembre que un 43% de la población online hispana de Estados Unidos visitara su sitio. Con 1,5 millones de visitantes únicos, Terra Networks es el sitio en lengua española más importante entre los hispanos que viven en Estados Unidos, según explicaba ayer MediaPost. Además, la media de tiempo invertido por los visitantes a las sitios de Terra Networks ha crecido un 50% en los pasados 12 meses. Los sitios en español de Yahoo!, con 1,4 millones de visitantes hispanos, han experimentado un crecimiento del 14% en el último año”.