

La efectividad de gestores de contenido a través del uso de TI en los medios de comunicación

Viviano Alonso Pérez Romero, Víctor Manuel Arias Peregrino, Dulce María León de la O,
Hugo Del Ángel Delgado, Clemente Hernández Arias

Tecnológico Nacional de México Campus Villahermosa, Cd. Industrial; Departamento de Postgrado e Investigación; Carretera Villahermosa Frontera, Km. 3,5, Cd. Industrial, Villahermosa Tabasco, CP: 86010.

Resumen

El trabajo muestra un análisis de los gestores de contenidos de mayor demanda en la actualidad y sus características técnicas, contenidos y como se aplican sus herramientas en lo administrativo para llevar a cabo el direccionamiento de la información. Se muestran conceptos y elementos que marcan sus inicios y su trascendencia en la evolución. de los sistemas gestores de contenidos y su papel como herramienta administrativa en los sistemas de información, comunicación y tecnologías.

Abstract

The work shows the content managers in greatest demand today and their technical characteristics, content and how their tools are applied administratively to carry out the routing of information. Concepts and elements that mark its beginnings and its significance in evolution are shown. of content management systems and their role as an administrative tool in information, communication and, technology systems.

Palabras clave: Sistemas de gestión de contenidos, Sistemas de información, Gestor de información, Tecnologías de la información
Keywords: Content management systems, Information systems, Information manager, Information technologies

1. INTRODUCCIÓN

Las Tecnologías de la información es una rama relativamente nueva, teniendo sus inicios a principios de la década de los 70. Fue desde ahí el punto de partida de la era digital, que hoy en día converge manteniéndonos comunicados e informados en todo momento y que día tras día ha ido suprimiendo las barreras de la información, y que a su vez estas generaron una revolución en las formas de administrar la información que con ello generaba una carencia en el control de la información. El plantear como administrar y gestionar grandes flujos de información (Barreto, 1998). Fue en los años 80 cuando la información paso a tener un lugar importante dentro de las organizaciones, tomándose como un recurso crucial, capaz de incrementar la productividad en todos los ámbitos: Económicos, Administrativos y Tecnológicos.

Los avances del internet cambiaron la retrospectiva del alcance a la información como medio de comunicación.

El autor Aldo Albuquerque plantea a la acción de manejar información como “La necesidad de gerencia y controlar dicho volumen de información, almacenarla, caracterizar su contenido y priorizar su uso” (Barreto, 1998), es decir, el internet marco un antes y después a la delimitación del alcance a la información.

La generación actual se distingue por el constante uso en todo momento de información en todos los ámbitos de la sociedad. Es difícil no percibir el interés en las organizaciones por mantener su información en base a sus jerarquías para su correcto uso en función del cumplimiento de sus objetivos (León, 2011).

Y es desde este punto en que los sistemas gestores de contenido (CMS, por sus siglas en inglés) han generado una marca en el uso y la descentralización de la información dando como resultado la reducción en tiempos y costos del manejo de la información, así como su alcance a distintos niveles en las organizaciones que los apliquen.

El objetivo de este trabajo es considerar y conceptualizar ciertos puntos necesarios para el análisis de los CMS, así como comentar ciertos aspectos clave desde sus inicios hasta su aplicación hoy en día

2 INTRODUCCIÓN DE LOS PRIMEROS SISTEMAS COMO GESTORES DE CONTENIDOS (CMS)

HISTORIA

A principios del año 1994, una pequeña empresa en Oakland, California dedicada a las tecnologías de la información implementa por primera vez una base de datos como almacén para contenidos de una página web, con la finalidad de reutilizar contenido y ofrecer una herramienta a los autores para mejorar su entorno. Desafortunadamente la idea no tuvo el éxito deseado entre el público. En ese mismo año la empresa RedDot retomó esa idea y se posicionó como una de las empresas pioneras en el desarrollo de gestores de contenido. Fue hasta el siguiente año cuando presentaron su CMS con una base de datos para la reutilización de contenido.

Uno de los primeros CMS de código abierto fue Typo3 hecho por un desarrollador danés llamado Kasper Skårhøj con la finalidad de atender la demanda de sus clientes para tener un sitio web actualizado sin la necesidad de modificar la estructura del diseño.

Pero el principal impedimento para el desarrollo de un sitio era la falta de tecnologías que facilitaran la construcción del sitio web. Por otra parte, los desarrollos de herramientas para el diseño de sitios web no crecían a la misma velocidad del internet, aún estaban en una etapa de desarrollo por lo cual era difícil para cualquier profesional contar con las herramientas necesarias para la construcción de un sitio.

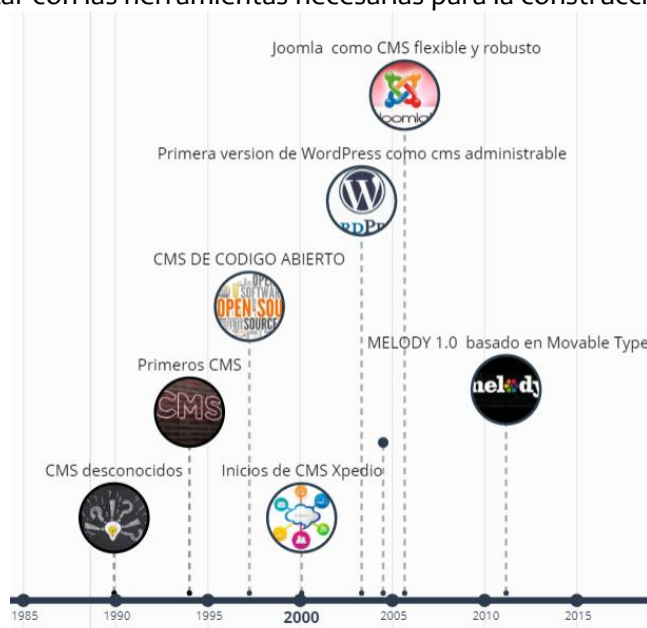


Figura 1. Evolución de los CMS

Fue entonces que con la presencia de tecnologías como MYSQL o PHP (ambas de código abierto) que se pudo idealizar con un sistema gestor de contenidos de uso general y gratuito. Cabe mencionar que con las tecnologías antes mencionadas surgió una tendencia a nivel global por desarrollar software gratuito y sin el uso de licencias de pago, además de la posibilidad de modificar la estructura del código a requerimientos específicos.

Los CMS más Populares en el mercado	% Mercado CMS
WordPress	61.6%
Joomla	4.8%
Shopify	3.1%
Drupal	3%
Squarespace	2.8%

Tabla 1. Principales CMS en la actualidad

WORDPRESS



Figura 2. Logo Oficial WordPress

Participación en el mercado global del 34.1%. Características: Se convirtió en el CMS más utilizado hasta la fecha desde su aparición en 2003, inicio como una plataforma de blogging. Entre sus principales características son que es de código abierto, fácil instalación e implementa un extenso portafolio de herramientas, temas y pluggins para su aplicación. Acepta cualquier servidor que soporte PHP, cuenta con soporte para HTTPS. Su versión 5.0 representa el 5% de participación en los websites a nivel global, entre sus principales casos de éxito destacan empresas como Adobe, AMC y BBC (Los CMS más populares del 2020, 2020)

JOOMLA



Figura 3. ;Logo Oficial Joomla!

Participación en el mercado global del 2.8%. Características: Es el segundo CMS más popular y es ideal para portales multilinguaje, de noticias y social media. Ofrece herramientas exclusivas para que el administrador de la página pueda optimizar el websites. Tiene un gran portafolio de extensiones y plantillas lo que facilita la creación de sitios. Entre sus principales casos de éxito destacan empresas como IKEA, Harvard University y Linux (Los CMS más populares del 2020, 2020).

SHOPIFY

Figura 4. Logo Oficial Shopify

Participación en el mercado global del 1.6%. Características: Es básicamente un CMS con respaldo en su nube (SAAS). La información de sus clientes se encuentra bajo medidas de seguridad al estar respaldada en sus servidores. Tiene una amplia comunidad para soporte y ofrece un gran número de plantillas para sus websites, pero su principal característica son sus protocolos de seguridad que permiten enviar y recibir transacciones en múltiples divisas. El defecto de este CMS es que al garantizar transacciones “seguras” tiene una cuota por transacción. Entre sus principales casos de éxito destacan empresas como Thinx, Gymshark y Marc Wenn (Los CMS más populares del 2020, 2020)

DRUPAL

Figura 5. Logo Oficial Drupal

Participación en el mercado global del 1.8%. Características: Es una tecnología para el desarrollo web de fácil actualización y gestión es una plataforma de código abierto, rápido y multipropósito es ideal para e-commerce y blogs ofrece la posibilidad de añadir otros servicios encuestas, foros. Es ideal para aquellos que buscan una interfaz simple y sencilla. entre sus principales casos de éxito destacan empresas como Tesla Motor, Pfizer y Qualcomm (Braojos, 2019).

2. APORTACIÓN TECNOLÓGICA

En los últimos años el uso de los CMS se ha diversificado en empresas de diferentes áreas. En las escuelas sirven para administrar la información académica de los alumnos, en las empresas con fines comerciales para llevar la entrada de sus productos y en los hospitales para llevar un control de la información médica de sus pacientes.

Los CMS representan una solución eficaz para el control de grandes flujos de información de diversa índole o formato, al digitalizar la información se puede respaldar y las búsquedas son más precisas y efectivas (Villa-Montoya, 2010).

Estos beneficios representan para los medios de comunicación un incremento en la productividad:

- reducción de costos en recursos y personal
- un extenso repertorio para la reutilización del material de archivo
- mejora creativa por parte del personal asignado

Los CMS actuales open source se basan principalmente en PHP (acrónimo de Hypertext Preprocesor), Java y XML (extensible markup language) (Schneider, 2008). Teniendo la fácil adaptación de piezas a varios formatos.

Para que los CMS sean efectivos en los sistemas de comunicación y en la provisión de servicios. Además del propio gestor encargado de almacenar, organizar y reportar, en la empresa debe tener un sistema Workflow. Que en la práctica es una estructura en la cual la información pasa de un funcionario a otro, siguiendo cierta jerarquía de acuerdo a un conjunto de reglas preestablecidas (Villa-Montoya, 2010).

En teoría, esta gestión se puede organizar de forma manual, pero actualmente la mayor parte del Workflow se sistematiza en el contexto de la tecnología de la información, más conocido como sistemas de TI (HEFLO, 2019).

2.1 QUÉ ES UN WORKFLOW

La tecnología Workflow se define como un conjunto de herramientas que cuando se definen bajo un punto de vista administrativo, forman un puente entre la producción y la administración de una empresa. Esta tecnología conecta los sistemas de TI a la cultura de la empresa y por lo tanto enlaza a los empleados con los procesos de negocio de la empresa en cuestión.

En general la tecnología Workflow no solo mantiene la comunicación e intercambio de información con las diferentes áreas de la empresa implicadas en la misma, sino que también asegura que todas las actividades sean ejecutadas por el personal asignado.

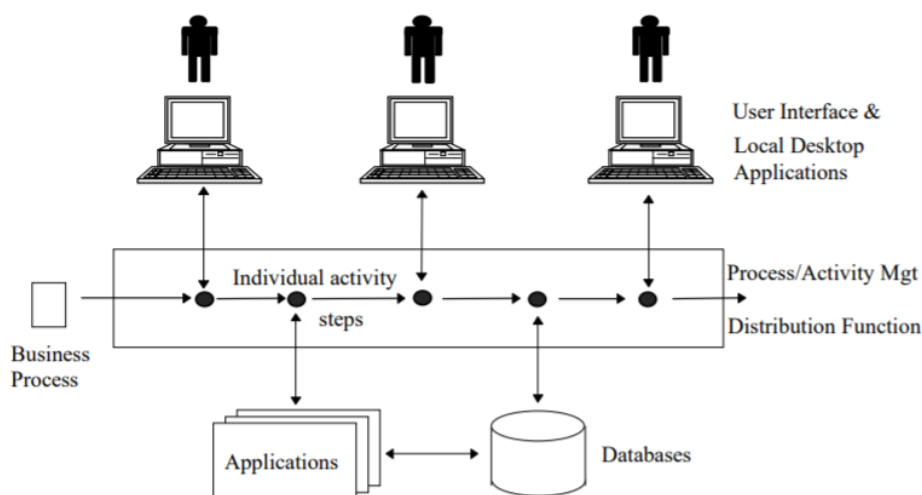


Figura 6. Distribución de un ciclo de trabajo Workflow

Con esta herramienta técnica, el profesional de la información o personal de TI evita la adaptación específica en el CMS para cada área optimizando así los procesos y siguiendo una plantilla preestablecida (Villa-Montoya, 2010).

3. CONCLUSIÓN

La aplicación de sistemas gestores de contenidos en la actualidad es necesario para las instituciones y empresas, que por las ventajas ofrecen al diseñar un sistema web, y la calidad requerida por el cliente final que cada vez impone mayores estándares para la sociedad actual, así como hacer uso de la escalabilidad y fácil manipulación que ofrece el usar un sistema gestor de contenidos en general.

El proceso que realizan los CMS hace que se administren las bases de datos para la localización y jerarquización de los distintos tipos de contenidos de forma ágil y optima, impulsando el desarrollo en los medios de comunicación u otros campos en los que se apliquen.

Es importante señalar que los papeles de los diseñadores de sistemas web deben ser dinámicos para la continua creación de productos digitales y establecer la cantidad de flujos de información a gestionar ya que como tal los CMS son herramientas informáticas que pueden facilitar el proceso o empeorarlo al omitir ciertos alcances en el proceso.

REFERENCIAS

- [1] Barreto, A. d. (1 de septiembre de 1998). *Academia.edu*. Obtenido de https://www.academia.edu/1750495/Los_tres_mundos_de_la_Ciencia_de_la_informaci%C3%B3n
- [2] Braojos, P. (16 de septiembre de 2019). *The Digital Marketing Web*. Obtenido de Drupal: Características y ventajas de uso: <https://www.marketinet.com/blog/drupal-caracteristicas-ventajas-de-uso#gref>
- [3] HEFLO. (2019). Obtenido de <https://www.heflo.com/es/blog/workflow/que-es-workflow/>
- [4] Hollingsworth, D. (29 de noviembre de 1994). *Workflow Management Coalition The Workflow Reference Model*. Obtenido de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.198.5206&rep=rep1&type=pdf>
- [5] León, Y. R. (2011). *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*. Obtenido de Sistemas gestores de contenidos: una mirada desde las ciencias de la información: <http://www.acimed.sld.cu/index.php/acimed/article/view/153/96>
- [6] *Los CMS más populares del 2020*. (06 de abril de 2020). Obtenido de <https://www.tutopress.co/blog/cms-mas-populares-de-internet/>
- [7] Schneider, S. (2008). *IEEE Xplore. nternational Conference on Automated Solutions for Cross Media Content and Multi-Channel Distribution*. Florence, Italy: IEEE.
- [8] Villa-Montoya, R. F.-I. (08 de julio de 2010). *Gestores de contenido en la arquitectura de la producción multiplataforma. El caso de Televisió de Catalunya*. Obtenido de https://www.academia.edu/36044269/Gestores_de_contenido_en_la_arquitectura_de_la_producci%C3%B3n_multiplataforma._El_caso_de_Televisi%C3%B3_de_Catalunya

Correo electrónico autor: alonsoperom@gmail.com, varper@itvillahermosa.edu.mx,