

EVALUACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN DE CONTENIDOS (CMS) DE CÓDIGO ABIERTO ORIENTADO HACIA EL CIBERPERIODISMO REGIONAL

Benítez González, Gilberto¹; González Prieto, Osvaldo Miguel²

Universidad Nacional del Este

Facultad Politécnica

Ciudad del Este, Paraguay

gbg18_@hotmail.com¹; osvalcde@fpune.edu.py²

Resumen

La selección, implantación y puesta en marcha de una herramienta para gestión de contenidos es fruto de un estudio y de un análisis detallado de la organización que lo va utilizar, de los objetivos de la misma, de los procesos de trabajo y recursos de información que utiliza, y de los usuarios que van a usarlo. En consecuencia, una exhaustiva planificación, resultado del estudio previo, y una rigurosa metodología de puesta en marcha son ineludibles para tener éxito con cualquier iniciativa de gestión de contenidos. Esta situación nos lleva a realizar este trabajo con el propósito de llevar a cabo un estudio comparativo en base a sus características técnicas, y a las características presentadas por Alberto Echaluze, consideradas entre los más populares sistemas de gestión de contenidos (CMS) en código libre, con el fin de determinar cuál es el mejor adaptado para ser aplicado en el ciberperiodismo a nivel nacional. Para cumplir con este propósito, se ha realizado un estudio minucioso de los CMS de código libre con mayor uso en el mercado. Los CMS seleccionados fueron sometidos a estudio en 8 áreas (seguridad, soporte, facilidad de uso, rendimiento, administración, interoperabilidad, flexibilidad y aplicaciones incorporadas), totalizando 125 ítems de comparación, donde el 92% de los participantes consideran al CMS Liferay apto para ser aplicado en la realización de un periódico digital. También se ha hecho un estudio acerca de la situación actual del ciberperiodismo a nivel nacional, donde el 50 % de los diarios analizados cuidan medianamente la visibilidad y popularidad de sus contenidos.

Palabras claves: Ciberperiodismo, Sistema de Gestor de Contenidos (CMS), Software libre.

1. INTRODUCCIÓN

Existen varias propuestas de soluciones disponibles en el mercado para la gestión de contenidos situación que hace que la elección de un CMS sea sin duda un trabajo laborioso si no se cuenta con las informaciones precisas de las herramientas.

La dificultad se halla en la evaluación de los mismos, en términos de funcionalidad, de facilidad de uso, de sostenibilidad, de disponibilidad futura, de comunidad de usuarios, de coste y complejidad operativa, de facilidad de instalación, de servicio de soporte tanto gratuito como comercial y de muchos factores que pueden ser decisivos en la presencia de un sistema u otro.

Definir las características, funcionalidades y limitaciones. Las ventajas y desventajas que ofrece cada una de las plataformas no es una tarea simple si no tenemos definidos los parámetros necesarios y las necesidades que se quieren cubrir con el desarrollo e implementación de una página web.

En el campo de los gestores de contenidos Web las soluciones software libre han alcanzado sin duda un reconocimiento más que merecido y las soluciones privativas (no libres) no presentan, en general, ninguna ventaja adicional, de hecho suele ser todo lo contrario.

La adopción de una plataforma propietaria implica normalmente el pago de una licencia anual y un alto grado de dependencia, tecnológica y de funcionalidades, de la empresa proveedora de la misma. Sin embargo la adopción de una plataforma de código abierto deja a la institución libre de la dependencia del proveedor del sistema, puesto que el software se distribuye con código abierto, con licencia de modificación libre. La institución que opta instalar y utilizar el software puede aprovechar su capacidad técnica para modificar el código original a fin de adaptarlo a sus gustos y necesidades.

El área del periodismo digital no está ajeno a esta realidad, aunque ya se tenga el horizonte de un proyecto de implantación de un sitio web periodístico la dificultad radica en la selección de la plataforma a ser utilizado en dicho proyecto. Plántese estas preguntas ¿Cuál es el Sistema de Gestión de Contenidos de código abierto más óptimo para la creación de sitios web periodístico?, ¿Cuáles son las funcionalidades que tienen que tener los Sistemas de Gestión de Contenidos para su elección?

El presente trabajo surge a partir de estas necesidades, de contar con un estudio minucioso acerca de los CMS de códigos libres más destacados del mercado y definir de entre ellos cual es la más adecuada para aplicar en el ciberperiodismo.

1.1. SISTEMA DE GESTIÓN DE CONTENIDOS (CMS)

Tradicionalmente, un webmaster es responsable por la tarea de editar, actualizar y gestionar contenidos creados por una persona que posea el conocimiento específico de cada tipo de contenido. Con la expansión y una mayor cobertura de contenido, ocurre una sobrecarga de tareas sobre este webmaster, aumentando la dificultad de gestionar un sitio.

Entre algunas dificultades encontradas podemos citar que la manutención de un sitio queda limitada a un determinado computador donde el software, utilizado para el gerenciamiento del sitio, está instalado y configurado con las señas de acceso, licencias de uso, entre otros. Ese hecho puede causar aumento en tiempo de respuesta para la actualización del contenido del sitio, haciendo con que el sitio quede desactualizado.

En este contexto, las herramientas CMS permiten operativizar la gestión de información, proveyendo mecanismos efectivos de gerenciamiento de los contenidos de los sitios web para instituciones de diversos tipos.

La idea básica que existe detrás de un sistema de gestión de contenidos es separar la gestión del contenido de su diseño. El diseño de las páginas se almacena en plantillas mientras que el contenido puede almacenarse en bases de datos o ficheros separados. La gestión de contenidos es el proceso de emparejar lo que usted tiene con lo que ellos desean; donde usted es una organización con información y funcionalidad como valor y ellos son un sistema de audiencias definibles que desean ese valor.

Las definiciones antes expuestas se podrían completar aún más si se les suma que los gestores de contenido proporcionan un entorno que posibilita la actualización, mantenimiento y ampliación del Web con la colaboración de múltiples usuarios.

Puede decirse que los sistemas de gestión de contenidos deben su surgimiento, básicamente, a la necesidad de suplir las faltas como:

- El punto de la interfaz es muy importante para la presentación ante el usuario, una interfaz cargada de información mal delimitada, mal ordenada y con navegación enredada y confusa puede dañar el contacto.

- El hecho de que los sistemas de información automatizados dependen en gran medida de personas que procesan la información, autorizan su inclusión y de otros que la publican, comenzó a conspirar contra su efectividad y rápida evolución, porque, debido a estos procesos, la información se demoraba en estar a disposición de los usuarios finales, al tener que circular por varios especialistas; además, ocurría también que luego de su caducidad, continuaba a la vista en el sitio. Un sistema de información que pierde el hilo del desarrollo y el flujo de trabajo de la institución a la que pertenece, puede considerarse mediocre o inservible.

James Robertson propone una división de la funcionalidad de los sistemas de gestión de contenidos en cuatro categorías: creación de contenido, gestión de contenido, publicación y presentación.

1.2. CIBERPERIODISMO

El periódico digital ha recibido muchas denominaciones: periódico electrónico, informativo electrónico multimedia interactivo, servicio informativo online, prensa online, diario digital, diario online, sitio de noticias online, sitio web de noticias, diario en internet, ciberperiódico, y un largo etc.

En los últimos años se habla más de periódico digital pero también de sitio de noticias.

Periodismo digital, también llamado ciberperiodismo, es un término nuevo para describir la tendencia del periodismo que tiene como espacio principal de desarrollo al Internet. Según palabras de Ramón Salaverría, "es la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos".

Reconocemos igualmente que este concepto sigue en construcción, mucho más cuando cuenta con el precedente de las variadas acepciones que sufrió – periodismo electrónico, periodismo en línea, periodismo digital- para llegar a asumirse como ciberperiodismo.

Las características principales del ciberperiodismo son las siguientes: es un producto digital, es hipertextual, es instantáneo, es actualizable, es mundial, es accesible, es interactivo, puede ser personalizado, es multimedial y es gratuito.

En Paraguay, hasta fines de la década del '90, no se tenía idea siquiera del auge que tendría el ciberperiodismo en tan solo 10 años. En todos los medios

periodísticos de Asunción, que incorporaron como novedad una opción complementaria al periodismo digital, muy pronto se dieron cuenta que la cantidad de lectores es más en las páginas de Internet que en el papel impreso.

2. METODOLOGÍA

Para poder cumplir el objetivo del trabajo primeramente, se ha estudiado acerca del ciberperiodismo a nivel país. Para el efecto, se ha seleccionado 6 periódicos digitales, para el estudio se utilizó como guía el modelo denominado "Metodología de Análisis y Evaluación de recursos digitales en línea". En un segundo momento se realizó un estudio minucioso sobre los principales CMS de código libre disponible en la web.

Los CMS seleccionados fueron sometidos a estudio en 8 áreas (seguridad, soporte, facilidad de uso, rendimiento, administración, interoperabilidad, flexibilidad y aplicaciones incorporadas), totalizando 125 ítems de comparación.

3. RESULTADOS Y CONCLUSIÓN

Debido a que fueron hechos dos estudios independientes, se presentan los resultados en forma separada. En una primera etapa se ha estudiado los principales diarios digitales del país y la región, y en la segunda etapa, el estudio estuvo centrado en los principales CMS de código libre disponibles en la web.

Primeramente se presentan los resultados del estudio realizado a los principales diarios digitales del país y la región. En este estudio no se analizan los contenidos de los medios digitales sino las características de los mismos. El carácter estructural de los indicadores analizados hace que este estudio se refiera al medio y no a la noticia, y el carácter independiente de cada uno.

El estudio ha analizado la página principal y todas las secciones de los diarios seleccionados. Para la identificación y descripción de los indicadores se ha tomado como punto de partida la propuesta presentada en "Metodología de análisis y evaluación de recursos digitales en línea" (Codina, 2006).

Los indicadores se dividen en dos grupos:

Generales:

- Valoran aspectos que toda web, con independencia de su temática, género, objetivos, etc., debe cuidar.

Específicos:

- Internos, propios, y a la vez característicos de los sitios web de los medios de comunicación: valoran elementos concretos que el sitio de un diario en línea debiera incluir.
- Externos pero vinculados a los medios y que permiten observar el impacto de la web social en la prensa digital.

A esto se le agrega el estudio de los diarios digitales seleccionados ante las características principales presentadas como el Prof. Alberto Echaluze Orozco, y son las siguientes: es un producto digital, es hipertextual, es instantáneo, es actualizable, es mundial, es accesible, es interactivo, puede ser personalizado, es multimedial y es gratuito.

Los resultados más resaltantes se presentan a continuación:

Ningún sitio web (diarios digitales) analizados satisface los niveles de adecuación de accesibilidad a sus contenidos según las reglas elaboradas por la Iniciativa para la Accesibilidad Web (WAI) del World Wide Web Consortium (W3C).

Medio	Hora actual	Autor noticia	Enlace sección	Enlace hemer	Enlace externo	Art. autor	Fotografía infografía	Audio video
<i>www.ultimahora.com</i>	Sí	No	Sí	No	No	No	Si	Si
<i>www.abc.com.py</i>	Sí	No	Sí	No	No	No	Si	Sí
<i>www.lanacion.com.py</i>	Sí	No	Sí	No	No	No	Si	No
<i>www.diariovanguardia.com.py</i>	Sí	Sí	Sí	No	No	Sí	Sí	No
<i>www.tnpress.com.py</i>	Sí	No	No	No	No	No	Sí	No
<i>www.diariolajornada.com.py</i>	Sí	Sí	Sí	No	No	Sí	Sí	No

Tabla 1. Resultado obtenidos en Indicadores específicos internos en la Categoría Profundización de la información (Análisis 3/9/2013)

El 50 % de los diarios analizados cuidan medianamente la visibilidad y popularidad de sus contenidos, el resto obtuvo muy baja puntuación, según PageRank de Google, TrafficRank de Alexa, número de enlace que recibe los

diarios digitales según Google y número de páginas web indizadas por esta empresa.

En la categoría Profundización de la Información, el 33,3% de los diarios digitales analizados presentan audios y video en sus artículos periodísticos. El 100 % de los medios analizados están presentes en la red social Facebook y 83,3 % están presentes en Twitter. El 87,5% de las características de ciberperiodismo presentado por Alberto Echaluze están presentes en los diarios digitales analizados. Las características deseables de los CMS para ser aplicados al ciberperiodismo.

A continuación se presentan los resultados obtenidos en el estudio realizado a los CMS. Éstos, han sido seleccionados mediante la evaluación de un conjunto de criterios, algunos de los más representativos son:

- Licencia
- Posicionamiento en el mercado
- Valoración por los expertos
- Características funcionales
- Aspectos técnicos
- Modelo comercial y de negocio.

Se han utilizado como marco referencial algunos estudios anteriores sobre CMS como: Libro Blanco de los Gestores de Contenidos Open Source, versión 3.0, Informe sobre la Cuota de Mercado de los CMS Open Source, versión del 2011, Estudio sobre el uso e impacto de los gestores de contenidos en la modernización e innovación de las PYME españolas, entre otros.

Como ya se ha mencionado en los apartados anteriores, los CMS fueron evaluados en 8 áreas diferentes (seguridad, soporte, facilidad de uso, rendimiento, administración, interoperabilidad, flexibilidad y aplicaciones incorporadas).

Las áreas y los requisitos para cada área fueron seleccionadas utilizando como base principal la investigación llevada a cabo por (Lapa, 2004), donde especifica los requisitos fundamentales para analizar y comparar los CMS, al evaluar su

aplicabilidad y necesidad de utilización en determinado proyecto y por (Schwingel, 2008) "Sistemas de produção de conteúdos no ciberjornalismo -A composição e a arquitetura da informação no desenvolvimento de productos jornalísticos". Estos dos estudios fueron combinados con un servicio de comparación en línea de CMS (Web CMS Matriz) y fue realizada una matriz para cada área.

Para realizar la evaluación de las categorías se ha definido valores para la puntuación de los mismos: se definió una escala de cero "0" a cuatro "4", de acuerdo, a los calificativos otorgados a las características, de los CMSs previamente seleccionados, en el sitio Web CMS Matrix (www.cmsmatrix.org); y al grado de relación que guarda con el ciberperiodismo. A las características que guardan una estrecha relación con el ciberperiodismo se le adiciona un puntaje adicional.

Los calificativos utilizados en el sitio web se presentan a continuación:

Yes (Sí), indica que la característica está incluida en el CMS.

No, indica que el CMS no posee dicha característica.

Limited (limitado), significa que la característica está incluida en el CMS pero su uso está limitado.

Free AddOn, significa que la mencionada característica puede ser añadida de forma gratuita.

Costs Extra (costes adicionales) significa que si se quiere añadir la característica señalada, supone un coste adicional.

Para la puntuación de las consideraciones ya mencionadas más arriba, se estimó el siguiente estándar valorativo:

Opción de respuesta	Valor – Peso
Si ^{*1}	$(3+1^{2**})= 4$
Si	3
Extensión gratuita	2
Extensión gratuita *	$(2+1^{**})= 3$
Limitado	1

^{1*} Características presentes en los CMS evaluados que guardan estrecha relación con el ciberperiodismo.

^{2**} Puntaje adicional otorgado a las características que fueron consideradas indispensable para el área de ciberperiodismo.

Extensión con costo	0
No	0

Tabla 2.Opciones de respuestas y valores para evaluación de los CMS

Para el cálculo del subtotal de las áreas de cada característica (Ejemplo: área de seguridad) se le asigna una variable (FA) con un valor constante uno (1) y al valor o peso de los puntajes se le asigna la variable (PO). Para el cálculo de la puntuación de las áreas de cada plataforma se procede a sumar el resultado de la multiplicación de las variables $FA * PO$, obteniendo de esta forma una ecuación para dicho calculo.

$$\text{Puntuación} = \sum^n (FA * PO)$$

Donde:

m= cantidad de características evaluadas por área

Sumando los subtotales de cada área, se obtiene el puntaje final por cada plataforma. El CMS con mayor puntaje final se considerará como el más óptimo entre las plataformas evaluadas para ser aplicadas en la construcción del ciberperiodismo.

Los resultados más relevantes, obtenidos de este estudio, se presentan a continuación:

- En el área de seguridad, los CMSs más destacados son Liferay y Typo3.
- Los CMSs Liferay y Ezpublish se destacan por la calidad de soporte que ofrecen.
- Se destacan por la facilidad de uso los siguientes CMSs Liferay seguido de Typo3, Plone y Ezpublish.
- En el área de rendimiento, los CMS más destacado son Ezpublish y Liferay.
- En el área de administración, los CMSs quienes más sobresalen son Ezpublish y Typo3.
- En el área de interoperabilidad, los destacados son Plone Ezpublish y Liferay
- En el área de flexibilidad, los CMS destacados son Ezpublish y Plone.

- En el área de aplicaciones incorporadas, los CMSs que sobresalen son Plone y Liferay.

Resumen de puntajes obtenidos por los CMS evaluados en cada una de las áreas:

Área	CMS							
	D	E	J	L	O	P	T	W
Seguridad	39	47	37	52	38	49	51	34
Soporte	43	45	41	45	41	42	43	43
Facilidad de uso	39	50	40	56	38	51	52	42
Rendimiento	16	20	12	20	12	18	16	14
Administración	39	47	36	44	31	46	47	26
Interoperabilidad	14	20	15	20	13	21	19	15
Flexibilidad	25	28	26	25	25	28	27	23
Aplicaciones Incorporadas	87	89	91	96	38	100	92	89
Puntaje Total	302	346	298	358	236	355	347	286

Tabla 3. Puntaje por área y puntaje total obtenido por cada CMS evaluado

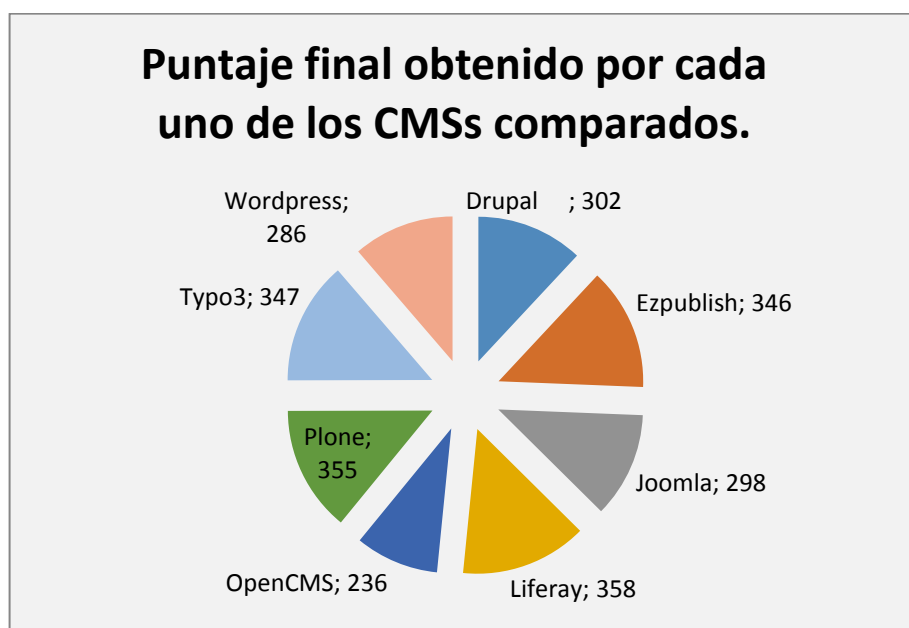


Gráfico 1. Puntaje total obtenido por los CMS evaluados en el estudio

En base al estudio realizado, la plataforma Liferay se destaca como la más apta entre las preseleccionadas, para ser aplicado en el ciberperiodismo.

En una tercera etapa, con el fin de validar la plataforma Liferay, se realizó una configuración de un servidor web dentro del cual fue instalado y explorado las principales opciones y características de dicha plataforma creando un sitio web (diario digital) de ejemplo.

Como etapa final fue hecha una demostración en dos escenarios relacionados con el ciberperiodismo (profesionales del área y alumnos de periodismo), donde se llevó a cabo una encuesta sobre ciberperiodismo y CMS Liferay.

Los resultados más resaltantes de la encuesta son:

- El 92 % de los participantes consideran a la herramienta Liferay apto para ser aplicado en la realización de un periódico digital.
- El 100 % de los encuestados creen que el futuro del periodismo esta en internet.
- Todos los encuestados consideran que el acceso a los diarios digitales debe seguir siendo gratuito.

4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Codina, L. (2006). Metodología de Análisis y Evaluación de Recursos Digitales en Línea. Recuperado de <http://www.lluiscodina.com/metodos/metodos2006.doc>

Lapa, E. (2004) Gestão de Conteúdo como apoio à Gestão do Conhecimento, São Paulo: Brasport.

Schwingel, C. (2008) Sistemas de produção de conteúdos no ciberjornalismo., Salvador – Bahia.

Aamañanzas, E., Diaz Noci, J., y Meso, K. El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio., Barcelona, 1996.

Garcia Cuerda, X. (2004). Introducción a los Sistemas de Gestión de Contenidos (CMS) de código abierto. Recuperado de <http://mosaic.uoc.edu/2004/11/29/introduccion-a-los-sistemas-de-gestion-de-contenidos-cms-de-codigo-abierto/>

Merelo Guervós, J. J. (2005). Introducción a los sistemas de gestión de contenidos. Recuperado de <http://geneura.ugr.es/~jmerelo/tutoriales/cms/>

Gutiérrez, M., Pérez, M. (2005). Sistema de gestión de contenidos en la gestión del conocimiento. Recuperado de <http://bid.ub.edu/14monto2.htm>

Mafer, D. A., Mafer, F. Historia del periodismo en internet. Recuperado de <http://periodismoeninternet.lacotelera.net/post/2008/11/12/historia-del-periodismo-internet>

Centro Interdisciplinario de Comunicación Social (CICS). (2009). Características del Periodismo Digital. Recuperado de <http://www.seminariovirtual.org/public/foro/pdf/2PDcaracte.pdf>

Terra, J. C., Gordon, C. (2002). Portais Corporativos: A Revolução na Gestão. São Paulo, Negócio Editora.

Parreiras, F. S., Bax, M. P. (2003). Gestão de conteúdo com softwares livres. In: KMBrazil. São Paulo

Bax, M. P., Pereira, J. C. (2002). Introdução a Gestão de Conteúdos. In: 3o. Workshop Brasileiro de Inteligência Competitiva e Gestão do Conhecimento. São Paulo.

Parreiras, F. S. (2003). Geração de Sistemas de Gestão de Conteúdo com Softwares Livres. Dissertação de Mestrado. Escola de Ciência da Informação, Belo Horizonte, M.G.

Martínez Vega, J. A. (1998). El periódico electrónico: un nuevo medio de comunicación para él. Departamento de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad Europea, p. 20.

Salaverría, R. (2001). Aproximaciones al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental. Edita Universidad Complutense, p. 393.