

# **Cambio de plataforma de edición del ciberperiódico Comunic@ndo**

M. Iglesias-García; C. González-Díaz; J. A. Navalón-García

*Departamento de Comunicación y Psicología Social  
Universidad de Alicante*

## **RESUMEN**

El ciberperiódico Comunic@ndo es una de las herramientas de innovación docente que se utiliza en las prácticas de la asignatura Comunicación y medios escritos, de primer curso del Grado de Publicidad y RRPP de la Universidad de Alicante. A través de este cibermedio, los alumnos aprenden a analizar y redactar textos informativos de una forma aplicada y amena. Durante el curso 2013-2014 se ha iniciado una nueva etapa del proyecto: se ha cambiado la plataforma de edición, también denominada Control Management System (CMS). Se explica en este artículo qué características tiene el nuevo sistema de edición, que ha pasado de una plataforma de pago (GoPress) a una plataforma abierta y gratuita (WordPress). El cambio ha significado una mayor flexibilidad en el diseño del ciberperiódico, así como una modernización de la imagen. Además, el nuevo CMS ha mejorado las opciones de publicación de las noticias y reportajes, facilitando el trabajo de los alumnos. Por otro lado, el proceso ha generado la modificación en la guía de estilo de Comunic@ndo, así como la necesidad de adiestrar al profesorado en el manejo de WordPress.

**Palabras clave:** Ciberperiódico, Comunic@ndo, CMS, WordPress, edición online.

## 1. INTRODUCCIÓN

La Sociedad de la Información y de la Comunicación, en la que ya estamos inmersos, está provocando una serie de cambios importantes en el proceso educativo. Así, el profesor ha pasado de ser un transmisor de contenidos a un facilitador del aprendizaje, un mediador, y el alumno ha pasado de ser un receptor de información a un constructor de su conocimiento (Escofet *et al.*, 2001). Además, para construir ese conocimiento se hace imprescindible la interacción y la colaboración con los compañeros y con el profesor. Por ese motivo, las TIC no son sólo una herramienta de enseñanza, dirigida por el profesor en un proceso diseñado por él, sino que permiten al estudiante y/o al grupo de estudiantes tomar un papel activo en la construcción de su conocimiento (Barberá, 2004). Esto provoca un cambio de mentalidad complejo, tanto en los profesores como en los alumnos, ya que modifica la manera de enseñar y de aprender.

Ante estos retos, en el curso 2010-2011, se creó la Red de Investigación *Comunic@ndo*, dentro del Programa de Redes de Investigación en Docencia Universitaria, que está organizado por el Instituto de Ciencias de la Ecuación (ICE) y que está financiado por el Vicerrectorado de Planificación Estratégica y Calidad de la Universidad de Alicante. Este grupo de investigación se creó para dar apoyo metodológico y educativo a los profesores de la asignatura Comunicación y medios escritos, que estamos realizando las prácticas de esta asignatura en aula de informática.

### 1.1 La asignatura Comunicación y medios escritos y el ciberperiódico *Comunic@ndo*

El ciberperiódico *Comunic@ndo* es una de las herramientas que se utiliza en las prácticas de la asignatura Comunicación y medios escritos, de primer curso del Grado de Publicidad y RRPP de la Universidad de Alicante. A través de este cibermedio, los alumnos aprenden a analizar y redactar textos informativos de una forma aplicada y amena. *Comunic@ndo* forma parte de un proyecto académico de aproximación real de las tecnologías de la información al alumnado de la asignatura Comunicación y Medios Escritos. Consiste básicamente en la puesta a punto de una redacción encargada de dar vida a un ciberperiódico, más allá de la experimentación en el aula.

El trabajo que aquí presentamos ha sido realizado con estudiantes universitarios de primer curso, que se pueden considerar “nativos digitales” (García, 2010), con el objetivo de mejorar, por un lado, su competencia mediática en el uso de Internet y concretamente del uso de un ciberperiódico: *Comunic@ndo* y por otro dado, observar la implementación de este

medio digital como herramienta docente para la enseñanza-aprendizaje de determinadas competencias comunicativas de la asignatura. De esta manera, los alumnos aprenden desde un entorno real lo que es un cibermedio, las secciones que tiene y la forma de redactar para Internet.

Los alumnos participan activamente en la elaboración de noticias, reportajes y entrevistas relacionadas con la comunicación, la publicidad y la universidad, en el ciberperiódico *Comunic@ndo*, en el que desarrollan las competencias y capacidades recogidas en la guía docente de la asignatura. Con esta herramienta se pretende fomentar la participación y el trabajo en equipo de los alumnos, que forman parte de una redacción de un cibermedio universitario. Además de la redacción de noticias en las clases prácticas, los alumnos que forman el equipo de jefes de sección se reúnen cada 15 días para planificar las actividades.

Así, por un lado, hay una parte de la redacción que está compuesta por todos los alumnos de la asignatura, que realizan prácticas en el ciberperiódico, escribiendo noticias, artículos y entrevistas. Estos trabajos les sirven para introducirse en el mundo del ciberperiodismo, al tiempo que desarrollan las competencias y habilidades recogidas en la guía docente. Su colaboración es temporal, y dejan de pertenecer a la redacción cuando acaba el cuatrimestre.

Por otro lado, existe una redacción estable del ciberperiódico que está compuesta por todos aquellos alumnos que, voluntariamente, aceptan la responsabilidad de llevar adelante los diferentes trabajos que engloban el mantenimiento de un medio digital, dedicando parte de su tiempo libre, sin recibir a cambio ningún tipo de compensación en forma de calificaciones, pero siendo conscientes del beneficio curricular que les da su participación. Este carácter voluntario viene recompensando en forma de una práctica semiprofesional que les sitúa en primera línea de las nuevas tendencias desde dos puntos de vista: el técnico, que les otorga conocimientos de gestión y edición online; y el periodístico, que les anima a buscar y redactar noticias para las diferentes secciones.

En este grupo de alumnos voluntarios surgió la idea de una renovación de la imagen del ciberperiódico, y aprovechando la ocasión, la profesora propuso también la migración del sistema de edición (hasta ahora un sistema propietario, de pago), para tener un mayor control sobre los cambios y experimentar con el sistema de edición WordPress.

## 1.2 El sistema de edición digital (CMS)

En los últimos años se ha desarrollado el concepto de sistema de gestión de contenidos (Content Management Systems o CMS). Se trata de herramientas que permiten crear y mantener un sitio web con facilidad, encargándose de los trabajos más laboriosos que hasta ahora ocupaban el tiempo de los administradores de las webs (Gilbane, 2000). Son potentes herramientas de gestión de contenidos, muchas de ellas de acceso libre y disponibles con licencias de código abierto.

Los gestores de contenidos proporcionan un entorno que posibilita la actualización, mantenimiento y ampliación de la web con la colaboración de múltiples usuarios (ver imagen 1). En cualquier entorno virtual ésta es una característica importante, que además puede ayudar a crear una comunidad cohesionada que participe más de forma conjunta (Caraballo, 2007).

Imagen 1. Esquema del funcionamiento de un CMS. Fuente: W3Techs



Los CMS permiten la creación de una estructura de soporte para la gestión de contenidos, principalmente en la web. Estos programas poseen una interfaz capaz de controlar una o varias bases de datos que contienen la información del sitio web.

James Robertson (2003) 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.

En primer lugar, un CMS aporta herramientas para que los creadores sin conocimientos técnicos en páginas web puedan concentrarse en el contenido. Lo más habitual es proporcionar un editor de texto WYSIWYG, en el que el usuario ve el resultado final mientras escribe. Para la creación del sitio propiamente dicho, los CMS aportan herramientas para definir la estructura, el formato de las páginas, el aspecto visual, uso de patrones, y un

sistema modular que permite incluir funciones no previstas originalmente (Pérez-Montoro, 2005).

Por otro lado, los documentos creados se depositan en una base de datos central donde también se guardan el resto de datos de la web, los datos relativos a los documentos (versiones hechas, autor, fecha de publicación y caducidad, etc.), datos y preferencias de los usuarios, la estructura de la web, etc.

Además, una página aprobada se publica automáticamente se decide, y cuando caduca se archiva para futuras referencias. En su publicación se aplica el patrón definido para toda la web o para la sección concreta donde está situada, de forma que el resultado final es un sitio web con un aspecto consistente en todas sus páginas. Esta separación entre contenido y forma permite que se pueda modificar el aspecto visual de un sitio web sin afectar a los documentos ya creados y libera a los autores de preocuparse por el diseño final de sus páginas. El sistema se encarga de gestionar muchos otros aspectos como son los menús de navegación o la jerarquía de la página actual dentro del web, añadiendo enlaces de forma automática.

Utilizar una herramienta de gestión de contenidos de código abierto tiene otra ventaja que hace decidirse a la mayoría de usuarios: su coste. Habitualmente todo el software de código abierto es de acceso libre, es decir, sin ningún coste en licencias. Sólo en casos aislados se hacen distinciones entre empresas y entidades sin ánimo de lucro o particulares.

En la actualidad existen una gran cantidad de CMS pero sobresalen 3 por su nivel de utilización: Drupal, WordPress y Joomla (W3Techs, 2012). El CMS elegido para editar *Comunic@ndo* fue finalmente WordPres, por las características que se detallan a continuación.

### 1.3 WordPress

WordPress ([www.wordpress.org](http://www.wordpress.org)) es uno de los gestores de contenidos más usados, que surgió a partir de una iniciativa para crear un sistema de publicación personal. Fue en sus inicios un CMS orientado al desarrollo de blogs, pero ha evolucionado hacia uno de los CMS de uso general más completos del mercado, y se ha convertido en un completo sistema de gestión de contenidos. Su modelo se basa en una comunidad de desarrolladores, utiliza tecnología PHP y dispone de un sencillo sistema para incluir nuevas funcionalidades mediante complementos (plug -ins).

Su origen se encuentra en la herramienta b2/cafelog, diseñada por Michel Valdrighi, y pensada como un sistema para la gestión de blogs personales. La primera versión de WordPress, la 0.7, surge en 2003 (Pérez-Montoro, 2005).

WordPress es uno de los CMS más conocidos, utilizados y descargados del mercado, el motivo se encuentran es la sencillez de uso e implantación, dirigido a webs en las que se requiere una presencia básica en Internet y de comunicación, como por ejemplo: sitios corporativos, comunidades de usuarios, tiendas online, etc. Además con una buena base de conocimiento y experiencia este CMS también puede ser utilizado en escenarios más complejos.

WordPress dispone de infinidad de extensiones, estas se encuentran clasificadas en tres grandes grupos, plugins, themes y mobile; existe un apartado en la comunidad, para que los usuarios incluyan sus sugerencias para nuevas extensiones y si estas son interesantes, llevarlas a cabo.

Otra de las características principales de WordPress es la protección de la privacidad de los contenidos es a través de la definición de niveles de usuario, protección de contenidos por contraseña, filtros antispam o controles de comentarios. También cabe destacar la opción de generar estadísticas de acceso al sitio Web: número de visitantes, lugar de origen de las visitas, páginas visitadas, tiempo de acceso, etc.

Todas estas características han hecho que el sistema de edición CMS escogido para *Comunic@ndo* haya sido finalmente WordPress.

## **2. EL CAMBIO EN COMUNIC@NDO**

El ciberperiódico *Comunic@ndo* empleaba un sistema de edición CMS creado por la empresa alicantina de trabajo en redes y comunicación Nitsnets Studio, bajo el nombre de *Gopress* (Iglesias y González, 2012). La decisión de cambiar esta plataforma se planteó al tener que cambiar de imagen y optar por un CMS de código abierto, y por lo tanto, gratuito.

### **2.1 Cambio de imagen**

A la hora de rediseñar la imagen del ciberperiódico se tuvo en cuenta la filosofía anterior, en cuanto a claridad y orden en la disposición de los elementos de la *homepage*. Ha primado ante todo la legibilidad, ya que se trata de una web de contenidos periodísticos, sin olvidar que exista un equilibrio entre la imagen y el texto. Para ello, se escogió una plantilla de WordPress ya preparada, y que es fácilmente adaptable en cuanto a colores y secciones. El

resultado (ver imagen 2) es una portada del ciberperiódico en la que se pueden disponer más elementos, y entre los que se incluyen los accesos a las redes sociales Facebook, Twitter y Google +, el buscador y RSS.

Imagen 2. Nueva imagen de portada de Comunic@ndo



La nueva plataforma permite tener una clasificación más amigable de las publicaciones para el usuario, y permite visualizar en la página de inicio el doble de publicaciones que la anterior. Además, destaca los iconos de Facebook y Twitter, lo que da también una mayor visibilidad a las noticias y reportajes del cibermedio.

## 2.2 Nuevas secciones, nuevas funcionalidades

A la hora de distribuir los contenidos, se han mantenido las secciones generales: Comunic@ndo, Opin@ndo, Inform@ndo y Entrevist@ndo. Pero, dadas las nuevas funcionalidades, también se han creado subsecciones, elegidas por los propios alumnos. Los temas que más les han interesado han sido Cine, Moda, Videojuegos, Tecnología y Viajes.

Las noticias, al escribirse y ser etiquetadas según su temática, aparecen automáticamente en la subsección correspondiente, creándose una especie de archivo de todo lo publicado en ese apartado (ver imagen 3).

Imagen 3. Sección de entrevistas de *Comunic@ndo*

Comunic@ndo Opín@ndo Inform@ndo **Entrevist@ndo** Contacto

## Archivo en la categoría Entrevist@ndo

**"El marketing digital en España todavía tiene mucho recorrido po...**  
abril 2, 2014 1 comentario

Daniel Gutiérrez es experto en Marketing Digital y growth hacker. Ingeniero informático de formación, aunque como él mismo afirma "de informático ya me queda muy poco o nada", ya que en l...

**Yaroslav Blokhin: "Cuando amas algo de verdad, ésta es tu mejor ...**  
marzo 31, 2014 Comentar

876 Seguidores 806 Followers

L'OREAL BRANDSTORM 2014 // WIL

### 2.3 Posibilidades del nuevo CMS

El nuevo sistema de edición o CMS, a nivel de administración, abre un abanico de posibilidades que antes no estaban disponibles, y su interfaz gráfica es fácil de entender y usar, sin complicadas opciones. Así, existen numerosos complementos (plugins) que permiten hacer numerosas labores (encuestas, eventos, valoraciones, etc), sin conocimientos de programación, ya que cualquier usuario de la web con permiso para ello, puede cambiar el aspecto de la página fácilmente, debido al potente panel de administración que dispone la plantilla. El área de administración también puede ser usada amigablemente desde dispositivos móviles, y además, WordPress dispone de su aplicación oficial desde la que también se puede publicar.

El panel de administración también permite ocultar ciertas publicaciones a las que sólo se podrá acceder si se conoce la URL exacta, para evitar la publicación de contenido sin revisar y verificar que está preparado para su publicación. Permite también que varios usuarios colaboren. Por ejemplo, si alguien no puede hacer cierta modificación o ampliar una noticia, otro usuario con privilegios para ello podrá hacer dicha modificación.

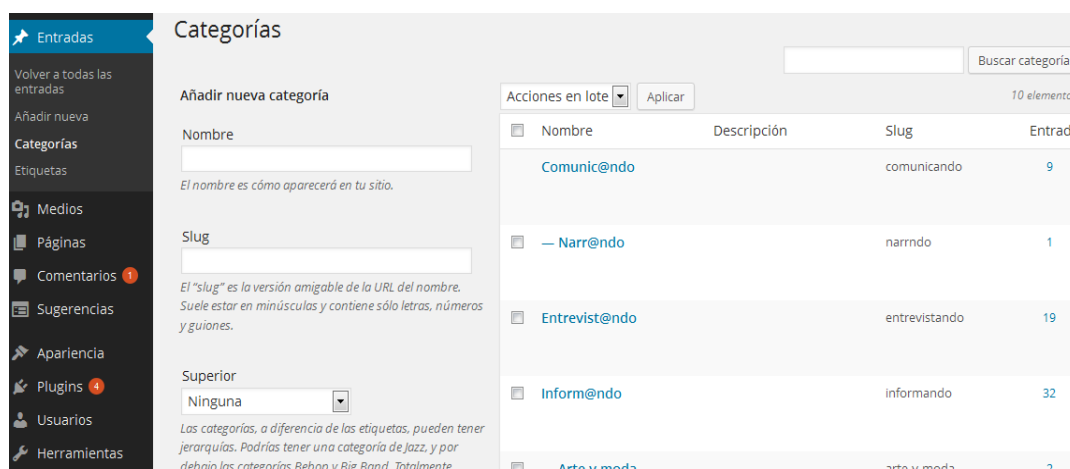


Imagen 4. Escritorio general del CMS de *Comunic@ndo*



Por otro lado, la facilidad para dar permisos a diferentes niveles de la publicación en varias categorías, facilita que los alumnos que más quieran implicarse puedan ser jefes de sección y tener acceso a gestionar directamente la sección que coordinan (ver imagen 5).

Imagen 5. Gestor de categorías del CMS de *Comunic@ndo*



La sencillez en su uso es precisamente la principal ventaja que ofrece este CMS a la hora de acercar a cualquier usuario al mundo del periodismo digital, con unos resultados visuales profesionales, lo que constituye el principal motivo para que fuese elegido como nuevo gestor digital para el proyecto. De este modo se consigue la progresiva adaptación técnica de cada alumno al margen de sus conocimientos informáticos previos. En menos de dos semanas todos los miembros de *Comunic@ndo* alcanzan el nivel necesario para desenvolverse con soltura en el CMS.

Como puede observarse en la imagen 6, a la hora de redactar una noticia el alumno se enfrenta a un editor de texto muy completo, que además incluye herramientas sencillas para incluir imágenes y vídeos. También cabe destacar la facilidad de poder utilizar el hipertexto dentro de la noticia, una característica imprescindible en ciberperiodismo.

Imagen 6. Interfaz de la edición de una noticia



En relación a la interacción, las noticias pueden ser comentadas por los lectores y se incluye una hemeroteca. Además, cada lector puede elegir las noticias más interesantes y guardárselas en PDF o enviarlas por correo electrónico, o difundirlas en las redes sociales.

En cuanto a los contenidos, los temas sobre los que escriben los alumnos son muy variados, ya que tienen libertad para elegir, aunque destacan las noticias y reportajes sobre temas de comunicación y publicidad. *Comunic@ndo* consta de cinco grandes secciones (Informando UA, Comunicación, Cultura, Opinando y Servicios), que a su vez se dividen en otros apartados, como por ejemplo Blogs, Deportes o Curiosidades.

### 3. CONCLUSIONES

El cambio de CMS en el ciberperiódico *Comunic@ndo* ha significado una mayor flexibilidad en el diseño, así como una modernización de la imagen. Además, el nuevo CMS ha mejorado las opciones de publicación de las noticias y reportajes, facilitando el trabajo de los alumnos. La sencillez del sistema de edición favorece el aprendizaje de los alumnos y mejora su rendimiento académico en las prácticas de la asignatura Comunicación y medios escritos.

Por otro lado, el proceso ha generado la modificación en la guía de estilo de *Comunic@ndo*, así como la necesidad de adiestrar al profesorado y los alumnos en el manejo de WordPress.

Una vez realizada la migración de contenidos a la nueva plataforma se inicia ahora un proceso de mejora e implementación de nuevos complementos (plugins) que se deberá hacer poco a poco, teniendo en cuenta las necesidades de los alumnos y la mejora de las funcionalidades del ciberperiódico.

#### 4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barberá, E. (2004). *La educación en la red*. Barcelona: Paidós.
- Carballo Pérez, Y. (2007). La gestión de contenidos en portales Web. *ACIMED*. 15(3). Recuperado de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1024-94352007000300007&script=sci\\_arttext](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1024-94352007000300007&script=sci_arttext)
- Escofet, A. Alabart, A. & Vila, G. (2006). *Ensenyar i aprendre amb TIC a la universitat*. Barcelona: Institut de Ciències de l'Educació de la Universitat de Barcelona.
- García, A.F. (2010). Nativos digitales y modelos de aprendizaje. *SPDECE*. Recuperado de <http://spdece07.ehu.es/actas/Garcia.pdf>
- Gilbane, F. (2000). What is Content Management?. *The Gilbane Report*. 8(8). Recuperado de [http://www.gilbane.com/gilbane\\_report.pl/6/What\\_is\\_Content\\_Management](http://www.gilbane.com/gilbane_report.pl/6/What_is_Content_Management)
- Iglesias, M. & González, C. (2012). Desarrollo de competencias mediáticas en estudiantes de publicidad y relaciones públicas: El caso del ciberperiódico *Comunic@ndo*. *Actualidades Investigativas en Educación*. 12 (2), 1-19.
- Pérez-Montoro Gutiérrez, M. (2005). Sistemas de gestión de contenidos en la gestión del conocimiento. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, 14. Recuperado de <http://bid.ub.edu/14monto2.htm>
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6. Recuperado de <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>
- Regueira Edelman, M.G. (2011). Aprendiendo con las TIC: una experiencia universitaria. *Actualidades investigativas en Educación*. 11, 1 – 30.
- Robertson, J. (2003). So, what is a content management system?. Step two designs. Recuperado de [http://www.steptwo.com.au/papers/kmc\\_what/index.html](http://www.steptwo.com.au/papers/kmc_what/index.html).

W3Techs (2012). Usage Statistics and Market Share of Content Management Systems for Websites. 8. Recuperado de <http://w3techs.com>