

## Desarrollo e implementación de plataforma web de noticias con módulos de viralización en redes sociales

GALICIA-GARCÍA, Christian\*†, ALFARO-HERRERA, Julio César, CURIOCA-VARELA, Yedid y CÓRDOVA-OSORIO, Luis Alberto

*Universidad Tecnológica de Tehuacán. Prolongación de la 1 sur No. 1101 San Pablo Tepetzingo, 75859 Tehuacán, Puebla*

Recibido Enero 9, 2017; Aceptado Marzo 6, 2017

### Resumen

El presente artículo habla del proceso de desarrollo y características de una plataforma web administrable de noticias que pueda ser implementado en varias agencias o empresas de la región, de su diseño para abarcar la mayoría de necesidades básicas de una empresa de este tipo, de el porque se desarrolló un sistema administrador adaptable a celulares, de la compatibilidad de las publicaciones con las redes sociales, de su sistema de notificaciones web y viralización de las notas con el objetivo de incrementar el número de visitas, la necesidad de la empresa para la creación de las Apps para IOS y Android con el objetivo de abarcar el mayor número de plataformas y medios para difundir las noticias. También se describe el proceso de implementación en una agencia de noticias y de los resultados obtenidos con el objetivo de mejorar la plataforma para futuras implementaciones en otras empresas y con esto lograr una maduración del producto.

**CMS, Diseño Responsivo, Viralización, IOS, Android, Agencia de noticias**

### Abstract

The present article describes the development process and the characteristics of a manageable news platform, that can be implemented in several agencies and enterprises in the region, it is also described its design to fulfill most of the basic needs of a company that covers this kind of requirements, besides, it is explained the reason why it was developed an adaptive management system for mobile devices and the posts' compatibility with the social networks, its web notification service and how to create trending news in order to increase the number of visits, on the other hand, it will be justified why an enterprise needs apps for IOS and Android platforms to have more users and media to share news. It is finally described the process to implement the web site in a news agency and the obtained results to optimize the platform for future a implementation in different agencies and accomplishing a mature product.

**CMS, Design Response, Viralization, IOS, Android, News Agency**

**Citación:** GALICIA-GARCÍA, Christian, ALFARO-HERRERA, Julio César, CURIOCA-VARELA, Yedid y CÓRDOVA-OSORIO, Luis Alberto. Desarrollo e implementación de plataforma web de noticias con módulos de viralización en redes sociales. Revista de Investigaciones Sociales. 2017, 3-7: 7-12

\*Correspondencia al Autor (Correo electrónico: Christian.galicia@uttehuacan.edu.mx)

†Investigador contribuyendo como primer autor.

## Introducción

Actualmente vivimos en un cambio de paradigma en la forma en que los medios se ven obligados a interactuar con los ciudadanos y los nuevos actores informativos en la producción y distribución de las noticias (Jenkins, Deuze, 2008), por lo cual se planteó desarrollar una plataforma de noticias acorde a las necesidades actuales de las agencias ya que también hay una mayor flexibilidad en la forma que las noticias son difundidas, la información periodística debe circular en múltiples plataformas de distribución con el objetivo de poder competir con el exceso de medios informativos similares.

La proliferación de medios sociales en internet ha provocado que los ciudadanos tengan la posibilidad no solo de consumir las noticias, sino también de compartirlas, para lo cual las plataformas de noticias actuales deben ser compatibles y amigables a los medios sociales con el fin de facilitar este trabajo.

## Objetivos

### Objetivo General

Desarrollar una plataforma de noticias adaptable a las necesidades actuales de las empresas periodísticas de la región de Puebla.

### Objetivos específicos

- Diseñar una interfaz responsiva, tanto en el FrontEnd como en el BackEnd.
- Desarrollar un catálogo de “secciones” adaptable a las necesidades de cada agencia de noticias
- Implementar módulos para la viralización de las noticias a través de notificaciones web, push y optimización para redes sociales.

- Desarrollar las Apps que consuman los servicios de noticias generados por la plataforma.

## Desarrollo

La primera parte en el proceso de desarrollo fue el levantamiento de requerimientos el cual se realizó basado en el conocimientos de los procesos, quien lo hace, como lo hace y con que lo hace, además de establecer las condiciones que deben cumplirse para ejecutar dicha actividad (Pérez-Virgen, 2013), con esto se recabaron las necesidades básicas de una agencia de noticias, lo cual nos permitió iniciar con el proceso de desarrollo de la plataforma.

No.	Requerimientos
1	Visualización de las noticias en múltiples plataformas
2	CRUD para la clasificación de noticias
3	Implementar sistemas de viralización y optimización en redes sociales
4	Administración del contenido en móviles

**Tabla 1** Requerimientos por prioridad

La prioridad en el proyecto fue desarrollar un diseño adaptable para lo cual se usó el framework bootstrap, esta herramienta nos permitió la creación de interfaces compatibles con múltiples resoluciones, la parte complicada fue pensar en cómo desarrollar esta interfaz independiente del módulo de administración con el objetivo de que en futuros proyectos la interfaz se pudiera sustituir sin problemas para implementarse en otras agencias con un nuevo diseño.



**Figura 1** Protipo para la empresa tehuacandigital.com.mx



**Figura 2** Protipo para la empresa entiemposcomunicaciones.com

Otro aspecto importante fue el hecho de que las agencias pudieran crear, modificar y eliminar las diferentes clasificaciones de noticias, para lo cual se creó un sistema de catálogos el cual les permite crear nuevas secciones y clasificar las noticias, si una sección no está funcionando como se esperaba el sistema permite eliminar esa clasificación o renombrarla sin afectar las noticias que contiene dicha sección, hablamos de un sistema CRUD para las clasificaciones de las noticias.

La siguiente fase consistió en optimizar las noticias con el paradigma de linked Data, en Facebook se logra esto con Open Graph Protocol que se centra en grafos sociales y con la API de Facebook, esto nos permite que las noticias se puedan compartir de una manera más amigable y legible, con la API de Facebook se logró automatizar el proceso para la publicación en Facebook de las noticias desde el BackEnd de la página, también se implementó la API de Twitter como red social alterna para compartir las notas.



**Figura 3** Modulo en el BackEnd para compartir en redes sociales

Además se implementó un sistema de suscripción y notificaciones (Web Push), esta técnica es utilizada por Facebook para informar de lo que está pasando en la red social cuando te encuentras fuera de ella, en el portal web esta técnica se aplica para informar de las noticias más relevantes que suceden al momento, es un módulo muy útil para una página de noticias ya que le permite al usuario recibir noticias en tiempo real aunque el usuario no se encuentre en la página.



**Figura 4** Ejemplo de solicitud para recibir notificaciones, implementado en un tercer prototipo

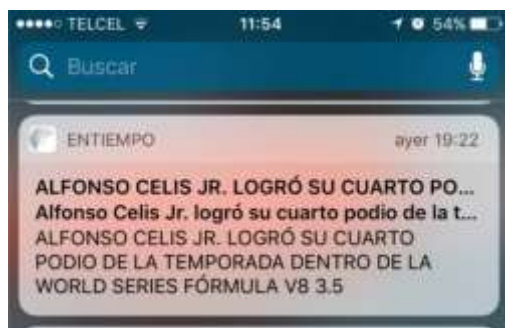
Esta técnica permite que la agencia de noticias informe de los sucesos relevantes antes que cualquier otro medio ya que las notificaciones se transmiten en tiempo real a todos los usuarios que tienen un navegador abierto y que aceptaron la suscripción.



**Figura 5** Módulo en el BackEnd para el envío de notificación

Como se aprecia en la Figura 5 se desarrolló un módulo en el BackEnd el cual permite enviar notificación tanto web push como notificaciones a IOS y Android.

Para el proceso de desarrollo de las Apps se usó tecnología híbrida, esta tecnología nos permite reducir el costo de una aplicación nativa y la falta de funcionalidades de una página móvil, une lo mejor de estos 2 mundos, una aplicación híbrida es una página web móvil desarrollada en html5 con capacidad de manejar los elementos nativos del dispositivo, en este caso el sistema de notificaciones push, otra ventaja de esta tecnología es que nos permite compila la aplicación para más de una plataforma IOS y Android.



**Figura 6** Ejemplo de notificación push en IOS



**Figura 7** App en IOS

La capacidad para actualizar el contenido en cualquier momento tantas veces como la actualidad lo requiere es la principal característica de internet asumida entre los periodistas digitales, esta es una de las principales diferencias con los “medios tradicionales”, ofrecer noticias de última hora actualizadas o seguir la evolución de un hecho en desarrollo (Domingo, D, 2004). Es por este motivo que se decidió desarrollar un administrador de contenido (BackEnd) adaptable a celulares.



**Figura 8** Administrador de contenido en vista móvil

Esta característica permite que los periodistas puedan subir las noticias en tiempo real, en el lugar de los hechos con su celular y con la opción de notificaciones informar instantáneamente a todos los seguidores. El resultado es una combinación interesante de tecnologías que te permiten informar en tiempo real de todo lo que está pasando y al ser un medio que logra informa primero provoca una mayor viralización de la nota lo que trae beneficios para la empresa.

## Resultados

Se implementaron 2 prototipos, uno con las opciones de viralización, noticias amigables a las redes sociales y notificaciones push y el otro solo con la opción de noticias amigables a las redes sociales. Los 2 portales pertenecen a la misma región y ofrecen noticias similares, indiscutiblemente el portal con el sistema de viralización tiene mayor número de visitas pertenecientes de las redes sociales que el que no cuenta con este servicio.

	4.119	78
	% del total	
	100,00 % (4.119)	
1. Social	2.115 (51,35 %)	
2. Organic Search	1.371 (33,28 %)	
3. Direct	586 (14,23 %)	
4. Referral	47 (1,14 %)	

**Figura 9** Portal sin modulos de viralizacion

	148.873	
	% del total	
	100,00 % (148.873)	
1. Social	134.594 (90,41 %)	
2. Direct	10.397 (6,98 %)	
3. Organic Search	3.762 (2,53 %)	
4. Referral	120 (0,08 %)	

**Figura 10** Portal con modulos de viralizacion

Las estadísticas pertenecen al mismo periodo de tiempo, del 1 de mayo de 2017 al 31 de mayo de 2017 y por lo que se puede observar la plataforma con todos los módulos capta el 90.41% de su público de las redes sociales y el segundo portal solo el 51.35%.

En este ejercicio no discutimos el número de visitas sino su procedencia, ya que hay otros factores como la promoción y el tiempo de antigüedad de las páginas que influyen en la cantidad de visitantes. Los resultados obtenidos son; que estas tecnologías nos permiten atraer un mayor público de redes sociales y facilitar la viralización al informar antes que nadie con el sistema de notificaciones push.

## Conclusiones

Los medios sociales como forma de comunicar noticias en la Web 2.0 son un amplio y complejo reto para las empresas informativas tradicionales.

Las redes sociales, como plataformas de distribución de contenidos que son, generan su actividad y buena parte de su flujo de contenidos en base a la economía de la colaboración y contraprestación gratuita de los usuarios, sin apenas filtrado ni selección (Campos Freire, 2008), esto puede ser utilizado por las empresas periodísticas como una forma de lograr atraer mayor público y lograr competir contra un creciente número de agencias informativas que surgen en estos tiempos modernos.

La plataforma se encuentra en la versión 4, la cual esperamos sea implementada en este 2017 con una nueva agencia de noticias, la parte en la que se está trabajando es en la usabilidad para los usuarios y la posibilidad de incorporar mayor número de redes sociales que sean compatibles con la plataforma para distribuir y viralizar las noticias de manera automática.

## Referencias

Jenkins, H., & Deuze, M. (2008). *Convergence culture*.

Pérez-Virgen, H. L., Salamando-Mejía, C. A., & Valencia-Ayala, L. S. (2013). Levantamiento De Requerimientos Basados En El Conocimiento Del Proceso. *Revista Científica*, (16), 42-51.

Piedra, N., Cadme, E., & Chicaiza, J. (2014). Representación Semántica del marco metodológico para la implantación de desarrollos curriculares virtuales accesibles ESVI-AL.

Angulo, R. (2013). Aplicaciones móviles híbridas: lo mejor de dos mundos. *Debates IESA*, 18(1), 80-81.

Domingo, D. (2004). Rutinas profesionales y valores en las redacciones de medios digitales catalanes: periodismo digital en contextos reales. *Comunicación para el Grupo de Trabajo*, 89.

Campos Freire, Francisco. "Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales." *Revista Latina de comunicación social* 11.63 (2008).