

O que é CMS e porque você precisa de um

Se o site de sua empresa pede atualização freqüente e ainda não usa um sistema de gerenciamento de conteúdo, veja aqui alguns argumentos muito simples para convencer de uma vez a diretoria.

Por Francisco Millarch

A situação típica é a seguinte: você tem um website que cresceu ao longo do tempo e, embora ele cumpra seu papel, está ou esquecido no tempo, ou se tornando um “elefante branco”.

Se a sua empresa é realmente ativa, tem constantemente novos clientes, produtos a serem divulgados, mensagens para seus parceiros e press–releases para a mídia, é natural que você queira publicá–los em seu site. Se não o faz, perde oportunidades de negócios e de fortalecer sua imagem institucional.

Não é exceção encontrar sites como os descritos acima atualizados pelo “webmaster” da empresa - o mesmo que cuida da rede interna, atualiza softwares e hardware e tenta limpar os vírus -, através de ferramentas como o Frontpage ou Dreamweaver.

Estas ferramentas foram concebidas para a criação de novos sites e visam estruturar o design, HTML (linguagem de apresentação das páginas) e outros componentes. Mas não são ideais para gerenciar novos conteúdos diários. Entre as limitações mais óbvias deste modelo, podemos salientar:

- A administração do site geralmente fica atrelada a um computador específico, onde o software está instalado e configurado (senhas de FTP, licença de uso do programa, etc).
- São comuns modificações acidentais nas páginas e em seus códigos, pois o conteúdo, neste caso, está misturado com a lógica de programação. Isto pode resultar em links quebrados, problemas de formatação, alterações no design e até mesmo a indisponibilidade do site como um todo.
- Ao longo do tempo, as páginas criadas no seu site ficam “perdidas”. É difícil implementar um mecanismo de pesquisa granular e organizar as informações em seções e categorias para que possam ser facilmente encontradas. A arquitetura da informação é comprometida, bem como a experiência e satisfação do usuário final.

Fazendo uma analogia à construção civil, é como se fizéssemos um “puxadinho” sempre que quiséssemos ampliar a casa.

Em uma situação ainda mais problemática, é firmado um contrato com uma agência de design, possivelmente aquela que criou o site original, que faz a manutenção e outras alterações que você solicita. Grande parte das empresas que contratam este tipo de serviço têm queixas constantes quanto à qualidade final, primeiramente pelo custo, seguido da falta de autonomia e muitas vezes do tempo de resposta para a publicação dos novos conteúdos. Afinal, as agências têm uma série de outros clientes e novos projetos com orçamentos maiores, além de não entenderem as suas prioridades e seu negócio tão bem quanto você.

Felizmente existe uma solução para isto: um sistema de gerenciamento de conteúdo, ou em inglês, CMS - Content Management System, cujo objetivo é exatamente o de estruturar e facilitar a criação, administração, distribuição, publicação e disponibilidade da informação.

Parece complexo, mas, sob o ponto de vista do usuário final, não é. Um CMS oferece ferramentas simples, todas acessadas através de qualquer navegador (Internet Explorer, Netscape, Firefox), que permite realizar todo o processo de gerência, desde a criação até o arquivamento do conteúdo.

É comum estar incorporado aos gerenciadores de conteúdo a possibilidade de cuidar desde a aparência do site até mesmo os menus de navegação.

Sob a ótica dos negócios

Existe uma gama de vantagens que um sistema de gerenciamento de conteúdo oferece, entre elas:

- Estruturação do processo de autoria, no qual toda a sua equipe poderá contribuir, cada um na sua área de atuação e conhecimento
- Diminuição do tempo necessário para a criação de novas páginas e atualizações das já publicadas
- Harmonia estética com o resto do site e demais conteúdos
- Melhor estruturação da navegação, mantendo a coerência com projeto inicial de arquitetura da informação
- Maior flexibilidade, para acrescentar ou editar conteúdos de forma descentralizada e em qualquer lugar, dia ou noite, dentro ou não do escritório
- Permissão granular de acesso às informações publicadas
- Maior segurança
- Gerenciamento de versão dos conteúdos
- Escalabilidade
- Diminuição dos custos de manutenção

Sistemas avançados de CMS possuem muitos recursos adicionais, como workflow (fluxo de tarefas), que permite que conteúdos sejam adicionados ao sistema, porém ainda não disponíveis aos usuários finais, até a aprovação final de um editor–chefe.

Conteúdos também podem ter data e hora de início e fim de publicação.

Em termos simples, um CMS permite que a empresa tenha total autonomia sobre o conteúdo e evolução da sua presença na internet e dispense a assistência de terceiros ou empresas especializadas para manutenções de rotina. Nem mesmo é preciso um funcionário dedicado (o famoso webmaster), pois cada membro da equipe poderá gerenciar o seu próprio conteúdo, diluindo os custos com recursos humanos.

A habilidade necessária para trabalhar com um sistema de gerenciamento de conteúdo não vai muito além dos conhecimentos necessários para editar um texto no Word.

Atualmente, o desenvolvimento de sites de tamanho reduzido pode ser feitos com orçamentos modestos. Obviamente, sites mais complexos têm um custo proporcionalmente mais elevado, como quase tudo na vida.