

## 1. Introducció

Actualment la oferta d'oci i cultura és molt amplia i rica arreu del territori català, fins al punt que els mitjans de comunicació generalistes no poden donar a conèixer tot el que es fa. És per aquest motiu que s'han creat suplementos culturals gratuïts com el “Sortim” de l'Avui o el “Que fem?”, de la Vanguardia; o mitjans especialitzats de pagament com la coneguda “Guia del Ocio” o “Time Out”. Aquesta última ha tingut un creixement vertiginós en qüestió de dos anys i actualment és una revista de referència i li ha pres una quota de mercat important a “La Guia de Ocio”, que es trobava pràcticament sola en aquest mercat a Catalunya. Tots aquests són mitjans professionals amb continguts que van de les darreres estrenes de cinema i teatre, passant per una guia de restaurants i arribant a aquell llibre interessant que ha publicat una petita editorial de Gràcia.



Hi ha altres propostes molt interessants que entren en l'apartat de suplement gratuït com és “Calle 20”, de 20 Minutos amb continguts adreçats a donar a conèixer les darreres tendències culturals, o “Punt de Festa” del diari El Punt i que té un contingut molt enfocat a promocionar les fires i festes del territori català.

La comarca del Maresme té la sort de comptar amb uns mitjans de comunicació sòlids, professionals i independents com els setmanaris gratuïts “Capgros” i “Tot Mataró”, “Televisió de Mataró”, “Canal Català Maresme”, “Diarimaresme.com” o “Ràdio Arenys de Munt”. Tots ells tenen apartats de cultura, cinema, teatre, fires, festes i de notícies d'actualitat relacionades amb la cultura i l'oci de la comarca. Però, o no surten tots els actes o espectacles que es realitzen o queden emmascarats per temes més candents com pot ser la política o l'esport. Per un mitjà generalista és difícil donar veu a totes les entitats i associacions de tots els àmbits d'una ciutat, sempre s'ha de fer una selecció d'aquelles

notícies que es creu que són més importants, quedant escapçada l'actualitat cultural de la comarca.

En moltes ocasions dóna la sensació que la cultura i l'oci a la nostra ciutat i comarca és escàs i que per consumir-ne has de marxar a Barcelona. I no és així, la comarca del Maresme compta amb una xarxa cultural molt interessant i àmplia, cada dia es fan xerrades, presentacions, conferències, obres de teatres i cicles de cinema, només cal que es doni a conèixer el que es fa. Donant una mica més de ressò mediàtica a la cultura, es pot acabar, per exemple, amb el fals mite que a Mataró no es fa res.

Perquè no hi ha a la comarca un mitjà dedicat únicament a temes de cultura i oci? Per que no podem conèixer els actes i espectacles que es fan a ciutats tan importants i properes com Granollers, Blanes i també Barcelona? Arrel d'aquestes preguntes sorgeix la necessitat d'omplir aquest buit informatiu per poder crear una plataforma digital i donar veu a totes aquelles entitats, institucions, empreses i associacions que volen donar a conèixer aquells actes culturals que duen a terme per aconseguir ser un lloc de referència on consultar tota l'actualitat sobre el cinema, teatre, exposicions, conferències o excursions que es fan a la nostra comarca.

A primera vista pot semblar una feinada mastodòntica i que cal una estructura empresarial tipus revista amb redactors, dissenyadors, fotògrafs, comercials i una inversió inicial de molts diners. Aquesta estructura tan costosa és regeix pels principis de l'empresa clàssica i es pot simplificar considerablement i reduir la despesa. A grans trets, s'evaluarà amb deteniment més endavant, el disseny de la pàgina web es pot realitzar amb programari lliure i plantilles amb un aspecte professional similar al de qualsevol diari digital; cada cop més les institucions, empreses i associacions comptem amb un departament de premsa que pot facilitar la informació, tant text com foto; i no cal una redacció física amb periodistes, es pot treballar on-line; optimitzar la informació que arriba i la creació d'una xarxa de col·laboradors que aportin material al portal és essencial per poder actualitzar a diari el portal web i donar una informació diària i de qualitat.

## 2. Objectius

- Crear un portal web d'oci i cultura on la gent pugui trobar articles, vídeos i fotos sobre cinema, teatre, música i notícies vàries.
- Propiciar que les entitats de la comarca siguin els principals creadors de continguts.
- Implicar a les entitats culturals amb el projecte.
- Crear una xarxa de contactes amb els generadors culturals de la zona.
- Oferir un punt de trobada per a tota aquella gent que vol ser informada de la cultura i l'oci que es dur a terme al Maresme.
- Aconseguir una plataforma d'informació cultural de la comarca del Maresme, gestionada de manera cooperativa.

### **3. El Portal**

Com ja s'ha comentat, el plantejament inicial és donar continguts pràcticament de tot: cinema, teatre, música, dansa, DVD's, llibres, conferències, xerrades, còmics, excursions, fires i feste. Però evidentment és massa agosserat i cal una estructura en forma de redacció que implicaria a molta gent i uns recursos econòmics que actualment no dispo. Així doncs s'ha decidit engegar la pàgina web amb el que es pot actualitzar diàriament:

- Cinema
- Música
- Teatre

Aquests són els principals continguts que es consumeixen a la xarxa i un dels més actius a la comarca. Es començarà amb aquests continguts i mica en mica s'anirà ampliant a altres àmbits culturals i d'oci a mesura que l'equip creixi.

#### **3.1 Continguts**

Gairebé totes les sales de concert, teatres i ajuntaments compten amb departaments de premsa que poden facilitar molt la feina a l'hora de crear continguts. Ni molt menys serà tan sols un "còpia i enganxa" del que enviïn des dels gabinetes de premsa, hi haurà un tractament periodístic de tota la informació que arribi a la redacció. La idea és poder aprofitar al màxim els departaments de premsa per poder reduir el temps de redacció i així poder oferir més continguts en menys temps. Unes hores diàries és el temps inicial que crec que es pot dedicar inicialment per poder donar uns continguts de qualitat. A més hi haurà el valor afegit de les cròniques, crítiques i reportatges que els col·laboradors aportaran.

Pel que fa a la recerca de col·laboradors i autors es pot fer una primera crida a totes les entitats, institucions o col·lectius que volen anunciar-se a la web, per si hi ha algú està interessat a col·laborar en el projecte. També hi ha la possibilitat de parlar amb els propis

alumnes del GMA de l'EUPMT així com estudiants de Batxillerat de la comarca. En el propi portal també es publicitarà la possibilitat que pot aportar continguts.

Pel que fa a buscar la implicació de les entitats i col·lectius culturals de la comarca es farà prèviament amb un correu electrònic per donar a conèixer el portal i donar la possibilitat d'aportar o comunicar tots aquells actes culturals que dugin a terme. També es comunicarà als Ajuntaments de la comarca, així com als seus departaments de cultura. Es crearà un llistat de totes les entitats, associacions, col·lectius i ajuntaments de la comarca per tal de tenir coneixement de tota la xarxa cultural amb la que es compta per poder donar el màxim de ressò possible a l'activitat.

Per altra banda també es parlarà amb les productores i distribuïdores de cinema, teatre i música a nivell estatal per tal de rebre informació més general sobre, per exemple les estrenes de cinema que arriben a la comarca.

### **3.2 Partners**

De partida, el portal comptarà amb la col·laboració de *partners* importants i amb una trajectòria destacada a la comarca. Això comporta que el portal s'estreni a la xarxa amb un volum molt important de continguts audiovisuals i de text. D'altra banda, la web comptarà amb una part important de nova audiència vinguda de l'intercanvi de banners amb *partners*, que d'una altra manera hagués costat molt aconseguir.

Un d'ells és el portal comarcal de notícies *Diari Maresme*, que es publica sota llicència Creativa Commons i, després de parlar amb el seu director, Albert Lladó, ens permet aprofitar tots aquells continguts sempre i quant siguin signats com a [diarimaresme.com](http://diarimaresme.com).

Per altra banda es compta amb la col·laboració del programa d'actualitat cinematogràfica de Televisió de Mataró *Última Sessió*, que ofereix tots els vídeos que setmanalment publiquen a youtube. Estrenes, reportatges, DVD's, Banda Sonora i notícies són alguns dels continguts sobre cinema que queden coberts.

També de Televisió de Mataró és el programa d'actualitat cultural *La Fàbrica*. El programa, dirigit per Eloi Aymerich, explica cada dijous l'actualitat cultural de la comarca en un programa setmanal que segueix més de 22.000 persones. Entrevistes, agenda, tertúlia cultural i actuacions en directe és el contingut que forma actualment *La Fàbrica* i que compta amb una audiència molt fidel i molt lligada al moviment associatiu i cultural de la comarca.

Clack Produccions, productora encarregada de dur a terme *La Fàbrica* per a Televisió de Mataró, s'ha ofert també per col·laborar amb el projecte i aportar els continguts musicals del programa d'actualitat musical *Diari de la Música*. El programa, que s'emet al canal de TDT Maresme Digital (en procés de fusió amb TVM), està en negociacions per fer-se al Vallès Oriental i a Tarragona. El portal disposarà de materials audiovisuals de concerts, prèvies, reportatges i entrevistes vinculades a l'actualitat musical de la comarca.

### **3.3 Seccions**

Una vegada s'ha definit els temes es podran consultar inicialment a la web (cinema, teatre i música) és important definir com es mostraran aquests continguts i quines altres seccions es podran trobar a la web.

Principalment, els continguts es mostraran en format de posts, acompanyats de fotografies, vídeos o links relacionats. Els posts s'inclouran dividits en els tres temes abans esmentats i poden tenir forma de notícia prèvia, notícia o crítica.

A banda de les seccions genèriques de cinema, teatre i música, la web inclourà altres seccions com enquestes, notícies més votades, vistes i comentades.

### **3.4 Criteris d'actualització**

L'actualització d'un portal web és essencial perquè la gent hi entri. L'usuari necessita entrar al portal i veure que hi ha moviment, que la informació es va actualitzant a diari. Si la web mostra una imatge de deixadesa, amb pocs continguts i actualitzats cada molt

temps, aquest usuari entrarà un parell de cops i deixarà de fer-ho al veure el panorama. Si volem fidelitzar als usuaris cal que el portal estigui actualitzat a diari, amb contingut de qualitat i ordenat d'una manera clara. Es pot donar el cas, que per disponibilitat horària, un dia es redactin 5 posts, però només es publiquen 3 i es programen el altres dos per dies posteriors. D'aquesta manera, encara que un dia no es redacti cap post, es pot actualitzar el portal amb articles redactats amb anterioritat.

Hi ha elements de disseny que permeten que actualitzant la web amb dos o tres notícies diàries, l'estètica del portal variï considerablement i doni molta sensació de moviment. Per exemple, un *slideshow* a la portada amb les fotografies de les notícies més destacades o un ranking dels posts més visitats, votats o comentats, donarà dinamisme.

Tenint en compte que gran part del contingut del portal vindrà donat per departaments de premsa i que tindrà un tractament periodístic, permetrà que l'adaptació d'aquest article pel portal no comporti un gran esforç pel redactor o webmaster. Encara que l'objectiu final sigui crear molts continguts a diari, es partirà amb la idea de fer uns quatre o cinc posts per dia i ampliar aquest número a mesura que creixi el nombre de col·laboradors. Aquests posts estaran acompanyats com a mínim d'una foto i, si es pot, amb un vídeo i links relacionats amb la notícia.

Amb aquests quatre o cinc posts diaris, s'arribarà a una trentena d'entrades a la setmana. Tot i que els continguts es redactaran de dilluns a divendres, per als caps de setmana es pot deixar programat automàticament que es publiquin notícies, donant sensació d'activitat tot i ser cap de setmana.

En èpoques de vacances, ponts i festius és d'agrair el fet de poder programar que es publiquin continguts automàticament. D'aquesta manera, abans d'un pont de tres dies, per exemple, es pot redactar amb antelació sis o set posts i programar-los perquè es publiquin durant aquells tres dies festius. Així doncs, la gent que entri al portal durant els dies de festa trobarà la web igualment activa i amb continguts diaris.

### 3.5 Redacció On-line

Encara hi ha la mentalitat que per crear un portal de notícies o una revista, cal una estructura de redacció clàssica amb un espai físic on tenir, entre altres, el periodista, el fotògraf i el dissenyador. Però els temps han canviat i cada cop més es posa de manifest que hi ha una alternativa a aquesta estructura tan costosa de mantenir.

Sense anar més lluny, el diari El Punt ja no té un espai físic a Mataró. La redacció que es trobava al camí de la Geganta s'ha dissolt i cadascú treballa des de casa. A través d'internet i el telèfon mòbil continuen fent la seva feina, amb un horari laboral i un cap de redacció que, també des de casa, continua portant una redacció. S'ha passat d'una redacció tradicional i clàssica a una redacció On-line, igualment efectiva, però amb una estructura molt més econòmica. Els mitjans purament digitals fan servir aquesta estratègia. Hi ha una línia editorial, uns continguts que s'han d'oferir, però cadascú treballa des de casa.

En el cas d'aquest projecte, comptar amb una redacció On-line ben gestionada és bàsic. Una vegada es compta amb un bon nombre de col·laboradors, aquests tindran la possibilitat de penjar ells mateixos els continguts, sempre amb l'aprovació final d'un webmaster, des del lloc on vulguin i en l'horari que els hi vagi bé. La comunicació via telemàtica, a banda de abaratir costos, permet la mateixa rapidesa a l'hora de comunicar-se amb els col·laboradors. La intranet de qualsevol gestor de continguts (Joomla o Wordpress) és un punt de trobada ideal d'una redacció On-line, dons en ella hi ha tota la informació, posts, arxius i documents que es necessiten per redactar una notícies.

Depenent dels permisos que l'administrador doni a un col·laborador o un altre, aquests podran publicar directament la notícia, o caldrà l'aprovació final de l'administrador per tal de publicar-la.



## 4. Model de negoci cooperatiu

Aquest portal sorgeix per fer xarxa i potenciar la cultura a la comarca, però ni molt menys neix amb la idea de fer negoci d'això i viure dels anuncis per es pengin a la web i ni molt menys dels esforços dels altres. Primer de tot, seria un error pensar que un portal d'oci i cultura d'aquestes característiques pot arribar a ser una font d'ingressos suficient com per viure-hi. Des del meu punt de vista, considero que si el projecte aconseguix a curt termini uns ingressos com per cobrir les despeses de la inversió inicial, per mi el primer any ja serà rendible econòmicament.

Si en un futur el projecte aconseguix uns ingressos continus, que repeteixo no és la opció primordial, ja es mirarà la formula que es durà a terme per tornar-los a invertir en el portal amb un millor servei, contractació de webmaster per optimitzar el disseny o empreses de posicionament. però sempre sense ànim de lucre i posant la mirada en la qualitat del portal. Aquest com un servei d'oci i cultura cooperatiu i no una màquina de fer diners.

### 4.1 Empresa-Xarxa

Avui, l'activitat econòmica es troba influenciada per dos importants motors de canvi: la globalització i la irrupció a l'esfera productiva de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC). La creixent ampliació espacial i temporal dels mercats va modificant els esquemes de producció, distribució, intercanvi i consum de l'econòmica tradicional, que, progressivament, s'insereix en un procés de transició cap a una economia global i basada en el coneixement, de la qual les TIC en són la seva infraestructura bàsica.

L'empresa xarxa és un model estratègic, organitzatiu i productiu que es fonamenta en la descentralització en xarxa del conjunt de les seves unitats. Aquesta nova manera d'empresa no seria possible sense un potent instrument tecnològic com pot ser internet. Les TIC fan possible el negoci electrònic o *e-business*, són la condició necessària per a fer empresa d'una altra manera: a través de les xarxes informàtiques i de telecomunicacions. Per tant, l'*e-business* no només abraça el conjunt de noves activitats productives que han sorgit arrel de l'ús productiu de les TIC, les anomenades empreses *puntcom*. Les activitats productives

tradicionals també afegixen valor, tot i que amb diferents necessitats, amb l'ús de les tecnologies digitals.

En el cas del portal d'oci i cultura es pot aplicar aquest principi d'Empresa Xarxa i d'empresa *puntcom*. Tot i que el propòsit d'aquesta *empresa* no és el de treure un rendiment econòmic, a la pràctica totes les parts involucrades treballen per un objectiu comú que és el de promocionar la cultura i donar a conèixer el que es fa a la comarca. Sota les ordres d'un webmaster, els col·laboradors i redactors externs aporten la seva feina en forma de continguts per incorporar-los en un projecte unitari conformat per una xarxa de col·laboradors.

## 4.2 Economia Longtail

Que és *The long tail*? Aquest és un concepte que va contextualitzar Chris Anderson al 2004. Es basa en la idea existent de dos tipus de mercat:

- Un mercat centrat en uns pocs productes que produeixen un alt rendiment.
- Un mercat centrat en una gran quantitat de productes que produeixen un rendiment molt baix però que en termes acumulats poden igualar o superar a l'anterior.



Aquests tres principis la caracteritzen:

- La democratització de la producció.
- La democratització de la distribució (ebay, youtube...).
- La connexió entre oferta i demanda. A través de buscadors, RSS, recomanacions d'usuaris, filtres col·laboratius, les persones poden navegar la llarga cua d'ofertes culturals, ampliar els seus gustos i trobar el que estaven buscant.

La idea del *Long Tail* afavoreix la proliferació de *micronichos* especialitzats a internet. Portals webs i continguts que abans no tenien cabuda al mercat, actualment es troben amb una demanda important. Aquesta llarga cua està formada per *micronichos*, que junts, poden moure un mercat publicitari equivalent al que mouen les grans marques. Per tant, empreses que abans no tenien cap capacitat per sobreviure per la manca de publicitat, actualment veuen com s'ha democratitzat la demanda i troben el seu lloc en aquesta llarga cua.

En aquest sentit hi ha la oportunitat de treure al mercat un producte una oferta tan concreta com és la cultura i l'oci del Maresme amb la possibilitat de fer-se amb poc temps un lloc dins del mercat.

### **4.3 Becaris i retribucions en espècies**

En aquest tipus de mitjans és bàsica l'ajuda de col·laboradors i becaris per crear continguts. Els mitjans de comunicació sempre s'han nodrit d'ells, de gent amb ganes de col·laborar, d'escriure i donar a conèixer el seu punt de vista sobre un tema concret. També hi ha molta gent a la xarxa que ha engegat un blog i l'acaba deixat perquè no té temps d'actualitzar-lo o perquè simplement no hi veu futur. La idea dels blogs cooperatius va sorgir amb la finalitat de que, entre uns quants, facin un blog amb cara i ulls encara que un dels seus integrants no escrigui sovint, quanta més gent, més possibilitat hi ha que la web tingui continguts diaris.

Com ja s'ha comentat, la idea no es fer un negoci d'això, és crear un blog cooperatiu i participatiu. En un principi no hi haurà retribució econòmica per cap col·laborador, ni per mi mateix, però hi ha altres maneres de poder retribuir la feina feta. La retribució en espècies en aquest sentit pot ser gratificant i lúdica a la vegada. Entrades per concerts, preestrenes de cinema, invitacions de teatre, presentacions d'un disc... és la retribució en espècie que es pot oferir en un principi.

## 5. Creació de la marca, onsortim?

Un dels elements que m'ha portat més hores de reflexió ha estat l'elecció del nom, del que en definitiva serà la marca de la web. Amb un nom maco no es crea una marca, però és una part molt important, doncs en tot moment vestirà el projecte que porta al darrea i serà el reflex diari del que representa. Aquest, al meu parer, ha de coincidir amb el domini. Ha de ser un terme fàcil de recordar, fàcil de pronunciar i que porti implícit o explícit el contingut de la web.

En una primera instància es va decidir incloure el terme Maresme dins del nom i poder jugar amb altres paraules com oci, cultura o lleure per que la gent trobi un element identitari i inequívoc del que trobarà a la web. De la primera pluja d'idees en varen sortir aquestes propostes:

1. [www.totocimaresme.cat](http://www.totocimaresme.cat)
2. [www.ocimaresme.cat](http://www.ocimaresme.cat)
3. [www.ociculturamaresme.cat](http://www.ociculturamaresme.cat)
4. [www.ocicostamaresme.cat](http://www.ocicostamaresme.cat)
5. [www.xarxamaresme.cat](http://www.xarxamaresme.cat)
6. [www.culturamaresme.cat](http://www.culturamaresme.cat)
7. [www.lleuremaresme.cat](http://www.lleuremaresme.cat)

Un dels handicaps d'aquests dominis és que estan massa vinculats a un territori, a la zona del Maresme. Això exclou a poblacions importants tan properes com Granollers, Blanes o Barcelona i limita molt el contingut. Així que els vaig descartar tots.

En una segona pluja d'idees s'ha pensat en dominis que no es limitin a la geografia, que convidi a compartir el temps lliure i que mostrin una actitud activa per prendre decisions sobre on anar i que fer. També s'ha de tenir en compte la brevetat, ja que és més fàcil que la gent el recordi, així com la facilitat a l'hora de escriure'l. Són aquests:

1. [www.ociculturadigital.cat](http://www.ociculturadigital.cat)
2. [www.onsortim.cat](http://www.onsortim.cat)
3. [www.sortimavui.cat](http://www.sortimavui.cat)
4. [www.oniquan.cat](http://www.oniquan.cat)
5. [www.onquedem.cat](http://www.onquedem.cat)

L'opció [onsortim.cat](http://www.onsortim.cat), juntament amb [onquedem.cat](http://www.onquedem.cat) són les que trobo més adients per un portal d'oci i cultura. En aquest punt, i davant del dubte, he decidit fer una consulta per internet a amics, familiars i coneguts per que opinessin. Tenir la opinió de gent de diferents edats, sexe, estatus socials i costums em donarà una visió més àmplia de l'acceptació dels noms. Dels 120 que han contestat, aquests han estat els resultats:

1. 45% - [www.onsortim.cat](http://www.onsortim.cat)
2. 30% - [www.onquedem.cat](http://www.onquedem.cat)
3. 25% - [www.oniquan.cat](http://www.oniquan.cat)
4. 00% - [www.sortimavui.cat](http://www.sortimavui.cat)
5. 00% - [www.ociculturadigital.cat](http://www.ociculturadigital.cat)

Entre els motius que ha portat a alguns enquestats a escollir el domini [onsortim.cat](http://www.onsortim.cat) (amb el 45% dels vots) és la idea d'un nom que porta implícita i explícitament incorporada la idea de sortir, passar-s'ho bé, aprofitar el temps lliure i d'agenda cultural. El domini [onquedem.cat](http://www.onquedem.cat) ha estat el segon més votat amb un 30% dels vots, però té l'inconvenient que el suplement cultural del diari digital [capgross.com](http://www.capgross.com) és el "quedem?". El que resulta menys explícit és l'[oniquan.cat](http://www.oniquan.cat), però tot i així la gent l'ha escollit amb un 25%. La resta de dominis, [ociculturadigital.cat](http://www.ociculturadigital.cat) i [sortimavui.cat](http://www.sortimavui.cat), no els han votat ningú i eren, personalment, els que menys m'agraden.

Després d'una llarga reflexió, donada la importància de la decisió, he decidit escollir com a nom del portal d'oci i cultura [onsortim.cat](http://www.onsortim.cat).

## 5.1 El disseny, un marcador visual

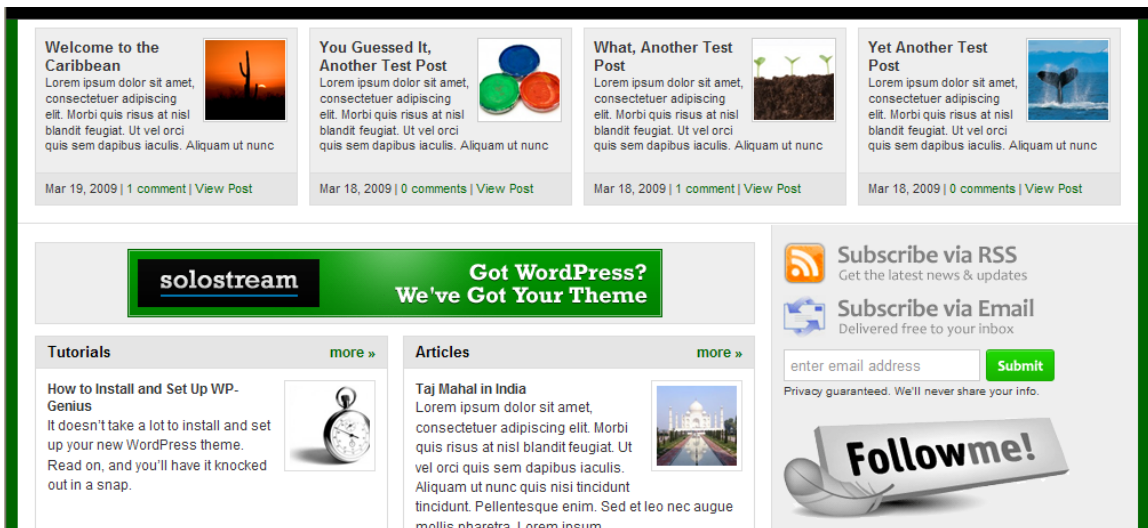
Un dels aspectes que també he volgut cuidar és el disseny gràfic i visual del portal. Hi ha molts aspectes a aquest nivell que poden fer que un usuari no torni a visitar el teu blog o web, i hi ha altres que el poden fidelitzar.

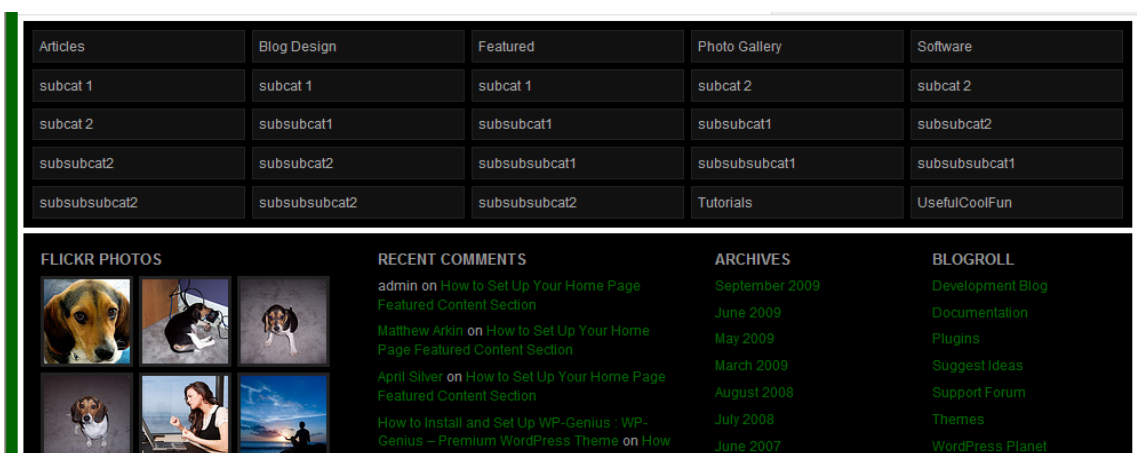
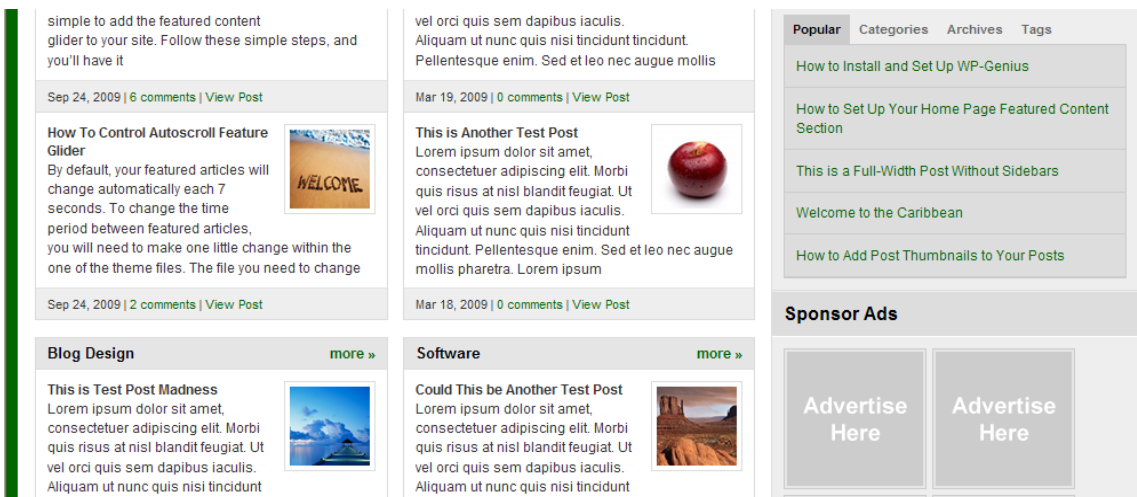
Alguns portals de notícies que visito amb assiduïtat i he tinc com referència són capgros.com, lamalla.cat, 20minutos.es, publico.es i lavanguardia.es. De la mateixa manera que jo ho faig, milers de persones les visiten diàriament.

Aquests són portals dinàmics, accessibles i clars, amb un nombre determinat de notícies a la portada i destacades per ordre d'importància. També tenen un gran nombre de fotografies, vídeos i banners. Després de buscar per centenars de galeries de plantilles i themes no trobava cap disseny que complís amb les característiques abans esmentades. Després d'insistir vaig arribar a una pàgina dedicada només al disseny de plantilles per Wordpress amb característiques molt similars al que busco.

A soloestream.com he trobat un seguit de plantilles que m'han convençut, entre elles la que porta per nom wp-genius i que he adquirit per 59€. Té un disseny molt clar i funcional, un *slideshow* frontal amb fotografia, text de les notícies més destacades, gestor de comentaris, organitzador de posts, gestor de banners, núvol de tags o buscador. Les categories es troben separades en tants grups com es vulgui i es poden crear les pàgines estàtiques que convinguin. És un portal visualment atractiu, gens carregat, intuïtiu i gràficament brillant.

Aquesta és una mostra:





## 5.2 La redacció del contingut i el posicionament editorial

La gent pot recordar el nom de la web, li pot agradar o no, també considerar que el disseny és encertat i útil, però si els continguts que s'ofereix no són de qualitat i no tenen interès, ja no cal que ens plantegem més res. Per aconseguir que onsortim.cat sigui una marca, un nom reconegut a tota la comarca, no basta amb publicitat, s'ha de fidelitzar a l'usuari amb continguts interessants, actualitzats i ordenats.

La intenció principal és poder donar informació de pràcticament tot allà que es duu a terme a la comarca, prioritzant aquells actes que poden tenir més repercussió, però intentant que cap quedi fora. S'ha escollit com a temes principals el cinema, el teatre i la música perquè són aquells que mouen més gent i, per tant, necessita una consulta ràpida i actualitzada.



Però ja s'ha dit, la idea final és poder donar accés a altres temes com llibres, exposicions, xerrades...

A l'hora d'escriure un bon article hem de ser concisos. A diferència de la redacció en paper, es suggereix publicar un 50% com a màxim del text del que podríem trobar en un diari. També s'ha d'evitar l'ús de blocs de text molt llargs i prioritzar els paràgrafs curts, descansos i destacar les idees clau. També hem d'incloure hipertext quan volem profunditzar en algun tema.

## 6. Simplicitat tecnològica i resultats professionals

El segon gran dubte que s'ha plantejat és quin Gestor de Continguts (CMS) he de fer servir per tirar endavant el meu projecte i que em doni el mínim de problemes possible, partint del principi que els meus coneixements en desenvolupament web són molt bàsics. L'objectiu és poder obtenir el màxim de rendiment possible en el menys temps possible, a un cost, si pot ser, zero.

### 6.1. Joomla o Wordpress?

Buscant per la xarxa, he trobat que la oferta de CMS és molt extensa (Joomla, Drupal, OsCommerce, Wordpress, ZenCart, PhpBB, Magento, Mambo, PHP-Nuke), però no tots tenen una bona acceptació entre els bloggers, ja sigui perquè són massa simples, massa complicats o no es troben els plugins o les plantilles que es busquen. Després de preguntar per forums i visitar infinitats de webs, he arribat a la conclusió que només Joomla, Wordpress i Drupal tenen al darrera una comunitat important que fa d'aquests tres gestors de continguts els més punters amb gran varietat de plantilles, components i plugins. D'aquests tres, Drupal és potser el que, tot i ser molt conegut i extens, queda a l'ombra de Wordpress i Joomla, que en els darrers anys han fet un creixement excepcional.



Així doncs, al meu parer Wordpress i Joomla són les millors opcions pel que fa a software lliure per la creació de pàgines web i blogs. Sense cap coneixement d'HTML es pot crear un web fàcil i economicament. Tot i així, totes dues plataformes tenen diferències, coses a favor i en contra.

Sense cap mena de dubte, Wordpress és molt més fàcil de fer servir. Molts webmasters i dissenyadors prefereixen recomanar i utilitzar Wordpress precisament perquè busquen una plataforma que no es transformi en un potencial problema. Justament el que busco.

Es diu que en el pitjor dels casos, un usuari sense cap coneixement de gestió de pàgines web, pot aprendre a fer servir Wordpress en menys de 40 minuts. En canvi amb Joomla, la corba d'aprenentatge és bastant més pronunciada, precisament per les característiques més avançades que incorpora. Desafortunadament, els usuaris que escullen Joomla, necessiten comptar amb el recolzament d'un webmaster molt més sobint que aquells que escullen Wordpress. Per altra banda, aquells que utilitzen Wordpress, generalment aprenen totes les seves característiques de manera molt ràpida, el que es tradueix en una major independència, agilitat i seguretat a l'hora de treballar.

Wordpress té les característiques de poder actualitzar la web d'una manera més fàcil i sobretot, ràpida. Les tasques a realitzar són fàcils de completar en pocs minuts i els usuaris es senten més útils i satisfets de poder fer-ho per sí mateixos.

Per altra banda, la gran virtut de Joomla és el seu poder visual i flexibilitat, en Joomla és pot aconseguir pràcticament tot. Les capacitats d'aquesta plataforma són infinites i la manipulació de base de dades és excel·lent. Es poden aconseguir pàgines realment professionals.

Joomla va ser dissenyat com un sistema gestor de continguts, Wordpress, com una plataforma de publicació que ha evolucionat i s'ha convertit també en un sistema gestor de continguts, el que els dona unes certes fortaleses, però també moltes debilitats.

Després d'analitzar els dos gestors, he vist que Joomla pot donar un aspecte visual molt atractiu i interessant, però per aconseguir-ho cal una feina prèvia molt important tècnicament i a l'hora d'actualitzar el portal no és tan àgil com Wordpress. Amb aquest últim també es poden aconseguir dissenys interessants, però no arriben al nivell de Joomla, tot i que cada cop surten plantilles més treballades i algunes s'apropen al nivell de Joomla.

Unes de les característiques que he valorat positivament és l'agilitat a l'hora de publicar els continguts, sense parafernàlies visuals però amb una aparença professional i de portal de notícies, així com la facilitat a l'hora d'incorporar complements i plugins. Wordpress compleix aquesta premissa i ha estat la que ha fet que la balança es decantés per aquest gestor de continguts.

## 6.2 Característiques de Wordpress

L'èxit de Wordpress com sistema de publicacions de blogs no admet dubtes, però encara hi han molts webmasters que no el consideren com una opció vàlida en la generació de portals o altre tipus de webs més estàtiques.

És potser la seva orientació cap a l'escriptura diària, la interacció amb els lectors, la seva disposició a la elaboració, el que fa pensar que no pot adaptar-se a les necessitats especials d'un portal web o similar. Però no és cert, al contrari, Wordpress té moltes característiques que fan que sigui una eina perfecta per la generació de webs estàtiques amb un disseny que s'allunyi al d'un blog.

Wordpress és molt senzill d'administrar. És un sistema molt menys pesat de càrrega per al sistema i més senzill de configurar que altres CMS com Joomla, Movable Type o Drupal. Només entrant al panel d'administració de Wordpress, es veu la simplicitat i efectivitat amb la que podem accedir i gestionar a tots els continguts del portal.

A més, el fet de realitzar tot el manteniment i configuracions online fa que sigui una eina absolutament dinàmica per al webmaster ja que el permet administrar el web des de qualsevol lloc amb connexió a internet. També les actualitzacions del sistema, la gestió de la base de dades, inclús la instal·lació de component (plugins) és un fet trivial que es pot realitzar des del panel de l'administració. Per altra banda, qualsevol canvi que es realitzi, aquest s'actualitzarà al moment sense necessitat de tenir accés per FTP.

**Pàgines i Posts:** En Wordpress hi ha dos tipus de continguts, les pàgines i els posts. Les pàgines són continguts de caràcter estàtic, de referència, que no s'actualitzen a la portada

sinó que ofereixen informació permanent a la que es pot accedir mitjançant menús de navegació o llistats. Els posts, en canvi, són escrits de contingut dinàmic, perfectes per notícies i temes nous, que es van situant en primer lloc de la portada en ordre de jerarquia cronològica (el darrer publicat és el primer que es veu). Aquesta dinàmica pot canviar-se per adaptar-se a les necessitats d'un portal com el que es vol aconseguir. Així doncs es pot configurar fàcilment quants posts apareixen a la portada, fixar alguns perquè sempre estiguin en primera posició o canviar totalment aquest sistema de funcionament i fer que el contingut de la portada sigui una pàgina estàtica. Tot això es pot configurar amb un simple clic en el panell de l'administració.

Aquesta és la imatge d'un post a onsortim.cat:

The screenshot shows a web browser window displaying a blog post. The browser's address bar shows the URL 'Krabat i el molí del Diable, el nou Harry Potter? ...'. The page features a blue header with an iStockphoto logo. The main content area has a breadcrumb trail: 'You are here: Home » Cinema » Krabat i el molí del Diable, el nou Harry Potter?'. The title of the post is 'Krabat i el molí del Diable, el nou Harry Potter?' with a subtitle 'admin | gen 21, 2010 | 0 comments'. The text of the post begins with 'Basada en la novel·la homònima escrita per Ottfried Preussler, convertida en un clàssic de la literatura juvenil alemanya i traduïda a més de 50 idiomes (al nostre país distribuïda per Noguer). La pel·lícula ha estat reconeguda amb el Bavarian Film Awards en la categoria de Millor Pel·lícula Infantil i Juvenil.' Below the text is a photograph of two characters from the movie 'Krabat'. The post concludes with 'Krabat és un adolescent horfe a qui una veu li diu en somnis que es dirigeixi a un vell molí, on l'iniciaran a ell i altres joves en l'art de la magia negra. Però tots els sers diabòlics exigeixen un alt preu pel que ofereixen: l'alma, la llibertat e inclús la vida. Com defensar-se d'algú que controla el teu pensament, la teva voluntat i els teus somnis? Krabat no es resigna a cabar com els seus amics.' At the bottom, it mentions the film's release on January 29th. The right sidebar contains a 'Subscribe via RSS' link, a 'Categories' list (Cinema 7, Featured 10, Libres i còmics 1, Música 3, Notícies 4), a 'Pàgines' list (Cartellera), a 'Calendari' for January 2010, and a 'Blogroll' section.

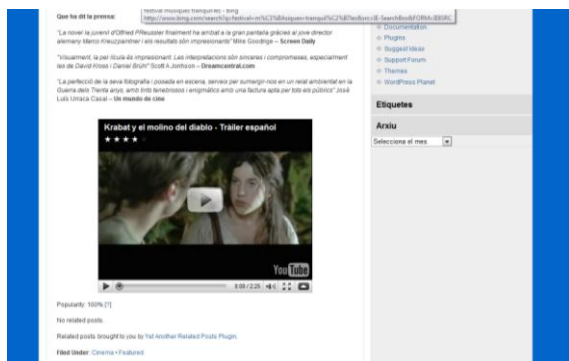
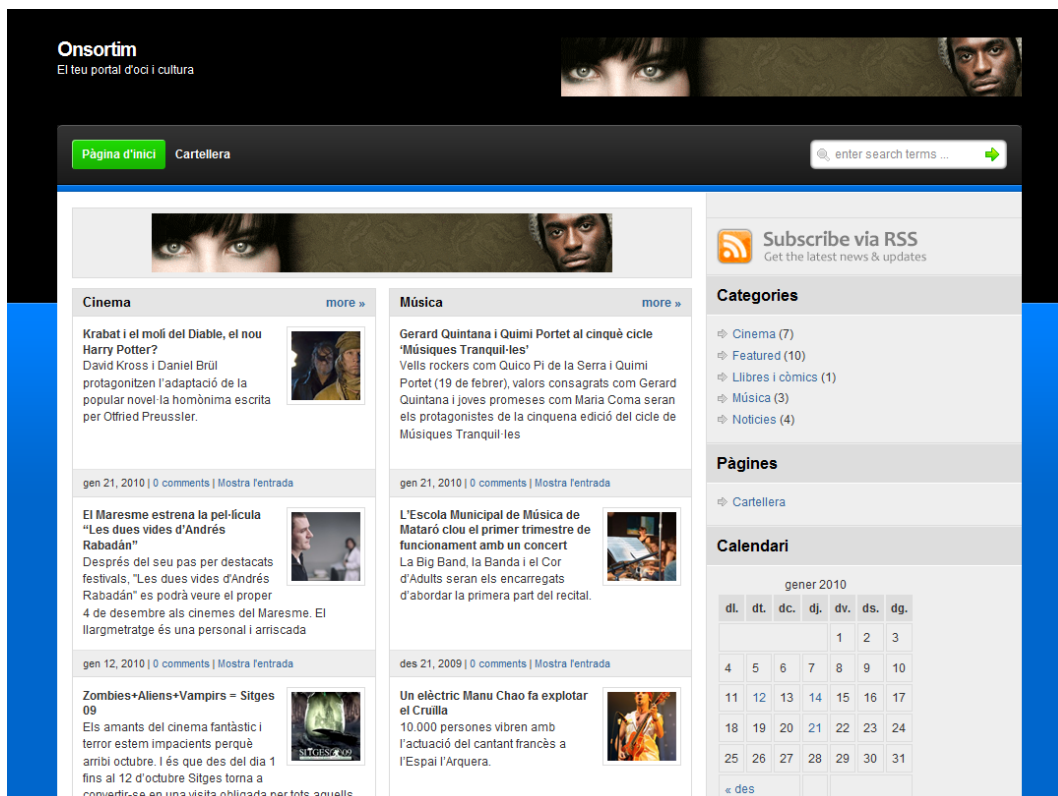
**Categories i Tags:** El sistema de jerarquia de continguts mitjançant categories, i de simplificació de recerca mitjançant Tags, fa que sigui extremadament senzill organitzar posts i pàgines. D'aquesta manera es poden oferir al lector llistats organitzats de les seccions o apartats del lloc web per que pugui accedir ràpidament a altres continguts similars o de la mateixa temàtica. Aquestes jerarquies es poden oferir de diferents maneres, ja sigui com a llistat desplegable, núvols de tags, pàgines estàtiques jerarquitzades, etc.

**Agregadors/Difudidors:** Aquesta és una eina que no pot faltar en cap portal web que ofereixi informació a diari. Els coneguts com Feeds RSS o Atom són un sistema fantàstic d'oferir al visitant la subscripció a les actualitzacions de contingut d'una web sense necessitat de visitar-la diàriament. Amb aquest sistema l'internauta pot escollir revisar les novetats de la web d'es d'una aplicació especialitzada per visualitzar aquest tipus de continguts o subscriure's i rebre els nous continguts en el seu correu electrònic.

Aquesta és una eina perfecta de fidelització que ofereix a la carta el contingut d'aquella web que t'interessa sense tenir la obligació de visitar-la diàriament. A més, es pot incloure continguts multimèdia, anuncis... Amb un senzill plugin instal·lat a Wordpress, aquesta eina et permet saber en tot moment quanta gent s'afilia a la teva web i quines són les seccions més populars.

**El disseny:** Molta gent pensa que Wordpress, que va néixer com un gestor de blogs, té una estètica massa de blog i que no es pot fer res original, vistós i dinàmic. Aquest tipus de comentaris són totalment caducs i no tenen res que veure amb la realitat actual. Avui dia existeixen milers de plantilles per Wordpress que permeten ubicar barres laterals, banners, llistats, espais per notícies, galeries de fotos i vídeos, pràcticament tot el que desitgi. Hi ha moltes que són gratuïtes i totalment configurables i personalitzables. Només s'ha de visitar qualsevol de les centenars de galeries de plantilles que hi ha, gratuïtes o de pagament, escollir que s'adapti millor a les necessitats i, si és necessari, personalitzar-la, canviar l'encapçalament, canviar funcions, o fins i tot canviar l'aspecte totalment.

Aquest és un disseny de prova del portal [onsortim.cat](http://onsortim.cat):



**Extensibilitat mitjançant plugins:** La funcionalitat bàsica de Wordpress ja és molt satisfactòria, però a més es pot estendre la seva capacitat de diferents maneres mitjançant plugins, normalment gratuïts. Existeix una varietat enorme d'extensions d'aquest tipus, de manera que es pot adaptar

exactament a les necessitats de cada web. Instal·lar un plugin normalment exigeix col·locar-ho la seva carpeta en un directori específic de la instal·lació de Wordpress (wp\_content/plugins). En la secció plugins de Wordpress.org tenen un centenar de plugins classificats i descrits per que puguem conèixer tots els detalls del seu ús, tot i que tots són molt fàcils de fer servir.

**Usuaris:** Un dels temors de qualsevol webmaster és la configuració d'usuaris o, en el seu defecte, tenir que administrar i "alimentar" ell mateix tota la web amb continguts nous generats per altres persones en el seu ordinador, i tot el que això comporta de treball posterior d'ajust de codi, etc. Amb Wordpress això està solucionat.

Amb el sistema de perfils i permisos es pot donar accés al planell de l'administració a quants usuaris es desitja i configurar exactament a quines funcions podran accedir.

- **Subscriber:** Són usuaris que poden accedir a continguts privats o només per subscriptors. És un perfil ideal per webs on es permet només l'accés als continguts als usuaris registrats.
- **Contribuidor:** És qualsevol usuari que pot escriure nous articles i notícies, i modificar-los. Qualsevol contingut nou no es publica directament sinó que requereix l'aprovació d'un administrador. Ideal per webs amb molts col·laboradors i que requereixi un mínim de qualitat en les noves entrades.
- **Autor:** És un altre perfil col·laborador, però aquest publica directament els seus escrits.
- **Editor:** És gairebé un administrador que, fora de les funcions pròpies de l'administrador (instal·lacions, modificacions de plantilles, plugins...) pot gestionar articles i notícies de qualsevol altre usuari. Seria com un Cap de Redacció si fem servir l'analogia periodística.

A aquest tipus d'usuari permet sumar altres perfils mitjançant plugins o modificant els existents, tenint així un control efectiu i senzill dels nostres continguts i usuaris de la web.

**Interacció:** Potser el millor que ofereix un sistema Wordpress és la interacció amb l'usuari. Però també és que més por dona a un administrador d'una web, ja que la gent pot opinar i aportar continguts en temps real. Aquest tema és decisió personal de l'administrador de la web i, tot i que es recomana que sempre es fomenti la col·laboració del lector doncs això enriqueix el portal, es pot inhabilitar aquest tipus de participació des del mateix planell de l'administrador. Els usuaris poden comentar tots els articles i notícies, però sempre que es falti el respecte algú, aquests comentaris s'eliminaran.

Per una altra banda, a través de widgets d'enquestes, mini chats, forums i altres tipus de serveis per fer que l'usuari intervingui i comenti, fan més atractiva en interactiva la visita. Entot cas, sempre és una oportunitat que un webmaster responsable no pot deixar de provar i conèixer. D'aquesta manera, si deixem que l'usuari pugui interactuar amb els continguts i



crear-ne de nous, el web estarà evolucionant de la Xarxa cap a una Web 2.0, fins i tot a una Web Semàntica.

### **6.3 Pros i contres de fer un portal de notícies amb Wordpress**

Aquest tipus de plantilles canvien radicalment l'aspecte de blog i li dona el d'un portal web estil revista amb les seves característiques i els seus inconvenients.

#### **Punts a favor:**

- Són ideals per blogs amb molts autors i continguts diaris, perquè permet, al mostrar extractes en comptes de posts sencers, visualitzar gran quantitat de continguts d'un sol cop d'ull.
- Ofereix un aspecte molt Professional, com el d'un portal de continguts, que permetrà diferenciar-lo de la resta de blogs. Serà una web més.
- L'estructura de petits extractes d'informació permet als lectors decidir visual i ràpidament que articles són del seu interès i fer clic per veure-ls complets.
- Generen més impressions de pàgina degut a la seva estructura de no mostrar el contingut complet en portada, el que deriva en majors ingressos per publicitat.
- Més multimedia en portada degut a que aquest tipus de plantilles acostumen a venir preparades per mostrar una secció de vídeos, fotos, notícies breus, podcast...
- T'obliguen a tenir un ordre precisament per la necessitat d'ordenar en categories cada tipus de contingut.
- Ofereixen ajuda de navegació al lector com la organització de posts per seccions, barres de navegació desplegable...

#### **Punts en contra:**

- El que és una virtut, la organització, també requereix l'ús de més temps a l'hora d'elaborar la llista de categories i diferents seccions del portal.

- Si no s'actualitza a diari poen donar la sensació de deixadesa, de que el contingut no canvia. És contraproductiu pel blogger mitjà.
- Requereix més clics dels lectors, i el que pot ser una avantatge al respecte de la rendibilitat és provable que no agradi alguns visitants.
- Depèn de l'estructura que fem servir por ser confús navegar per un portal d'aquest tipus, sobretot si els lectors estan acostumats a la lectura en blog i a l'estructura d'articles en ordre cronològic. Seccions barrejades i dos banners mal col·locats poden fer perdre un visitant.
- La majoria de plantilles d'aquest tipus acostumen a ser de pagament, precisament pel treball extra de programació que ens estalviem. I es que l'habitual client d'aquestes plantilles no són bloggers, sinó empreses, mitjans de comunicació i altre tipus d'organitzacions que requereixen aquest tipus de portal combinat amb la senzillesa que ofereix wordpress.

## 6.4 El Hosting

Escollir un bon hosting no és una tasca fàcil, ja que és una decisió bastant important i s'han de tenir en compte molts paràmetres. La oferta de hosting és impressionant, hi han centenars d'empreses que ofereixen aquest servei i en ocasions amb uns preus ridículs que et poden portar a picar l'ham. Després de preguntar en forums i a coneguts que treballen en el món de la informàtica, tothom coincideix en que és preferible pagar una mica més i rebre un servei de qualitat, que et permeti oblidar-te dels aspectes tècnics i només dedicar els esforços a crear continguts.

Així que després de comparar preus, serveis i ofertes entre les empreses de hosting més importants de l'estat (Arsys, 1and1es , Acens, Hostalia, Hispavista i Nominalia), la que més confiança m'ha inspirat ha estat Nominalia. Al contractar el servei de Hosting Professional, l'empresa m'ofereix per 120€, entre altres coses:

- Domini onsortm.cat
- Espai en disc dur il·limitat
- Backup diari

- Accés FTP il·limitat
- 50Gb de trànsit mensual
- Ample de banda il·limitat
- Base de dades MySQL
- 3 comptes de correu
- Estadístiques webalizer
- Servei tècnic 24 hores

La contractació d'un domini qualsevol ja inclou un servei de hosting bàsic, però pot quedar superat a la mínima que el portal tingui un nombre important de visites diàries. És per això que he decidit comprar el Servei Professional amb la intenció de contractar el Corporatiu a mig termini i si el nombre de col·laboradors i usuaris creix considerablement.

## 7. Viabilitat Econòmica

Una de les virtuts d'una redacció on-line i d'empresa en xarxa és que les despeses es redueixen considerablement. Ja no hi ha despeses de lloguer, llum, aigua, IBI i altres impostos.

La figura fiscal de la web ve representada al meu nom en règim d'autònoms, així que no hi ha més despeses de Seguretat Social que la quota d'autònom i les revisions trimestrals d'IVA.

La inversió inicial per començar el projecte a nivell tècnic inclou:

- Domini: 45€
- Hosting: 120€
- Plantilla Wordpress: 59€

S'ha fet una estimació econòmica aproximada del projecte i s'ha separat en tres grups: despeses de manteniment de la web, treball de redacció i despeses fiscals. El primer d'ells s'ha desglossat primordialment en domini, hosting i plantilla wordpress. El segon any la despesa de la plantilla desapareix, ja que es paga una vegada i es pot fer un ús il·limitat.

Pel que fa al treball de redacció, s'estima que calen unes 3 hores diàries per dur a terme la redacció dels continguts. Això suposa unes 60 hores al mes, a uns 10€/hora representa uns 600€ al mes de nomina en net. Aquesta xifra s'ha de multiplicar per 1,7 per obtenir la despesa total en brut, i aquest s'ha de multiplicar per 14 pagues. El total és de 14280€ pel que fa a la despesa de tenir a una persona 3 hores diàries treballant en el portal. Si aquests 14280€ sumem el hosting i el domini obtenim una despesa anual de 14445€.

Tant la inversió inicial com les hores de dedicació es consideren que són a fons perdut. Aquest és un esforç personal, una inversió per tal de que el projecte vagi endavant. Si en un futur s'arriba a tenir algun tipus d'ingressos, com a mínim s'intentarà cobrir les despeses de manteniment tècnic.

## 8. Possibles ampliacions

### 8.1 Objectius a curt, mig i llarg termini

L'objectiu final d'aquest projecte és completar i enriquir la oferta informativa cultural existent a la comarca i desmarcar-se com un mitja de comunicació de referència en aquest àmbit. Aquest és l'objectiu principal, però hi ha altres a curt, mig i llarg termini que faran que el projecte tingui alguna opció d'èxit.

#### 8.1.1 Objectius a curt termini

Un període d'entre 4 i 6 mesos és el que es considera adequat per polir aquells aspectes de caràcter més tècnic i trobar el caràcter editorial del portal, entre els quals hi ha els següents:

- Optimitzar al màxim la pàgina web: Estructura, disseny, navegació...
- Crear una agenda exhaustiva dels actes que es fan a la comarca.
- Potenciar la presència del portal a internet i buscadors a través del posicionament SEO i intercanvi de banners.
- Fer publicitat *analògica*: targetons, flyers, postalfree i anuncis en premsa escrita per donar a conèixer la web.
- Fer un ús racional de les xarxes socials per promocionar i donar a conèixer onsortim.cat.
- Marcar els mínims de qualitat dels continguts de la web.
- Actualitzar a diari.
- Donar a conèixer a totes les entitats, institucions, associacions i empreses de la comarca perquè ens incloguin en els seus llistats de premsa i enviïn informació dels actes que organitzen. És precís fer un primer contacte via correu electrònic o telefònic, per després fer un segon contacte més personal en qualsevol dels actes que hagin organitzat.
- Potenciar la galeria de fotos i vídeo.

- Buscar col·laboradors que aportin continguts i enriqueixin amb el seu punt de vista la web.
- Fer intercanvi de banners amb blogs i webs de la comarca.

### **8.1.2 Objectius a mig termini**

Els objectius principals a mig termini, en un període d'uns 12-18 mesos són:

- Consolidació d'una xarxa de col·laboradors.
- Obtenir un trànsit important, d'unes 10.000 visites mensuals.
- Aconseguir la implicació d'una part important del teixit cultural de la comarca.
- Contractar els serveis d'un webmaster per portar el seguiment i control tècnic de la pàgina web.

### **8.1.3 Objectius a llarg termini**

L'objectiu a llarg termini és poder convertir onsortim.cat en una marca coneguda a tota la comarca i que sigui un portal web de referència. S'ha marcat una data límit de 20 mesos per aconseguir tal objectiu.

Un dels altres objectius a llarg termini és que el portal sigui econòmicament viable i generi els ingressos mínims per cobrir les despeses de hosting, domini, webmaster i publicitat.

## 9. Conclusions

Els gestors de continguts a base de plantilles i mòduls, tipus Joomla, Wordpress i Drupal, ha propiciat la proliferació de portals digitals de continguts ben diversos amb una aparença ben professional. La simplificació i la estandardització d'una tecnologia, que a priori estava reservada només per als webmasters, obre el camí a gent, com és el meu cas, que no té els coneixements tècnics per tirar endavant una idea.

Per altra banda, s'ha posat de manifest que la economia de "microempreses" i la publicitat de "micronichos" ha permès la fragmentació del mercat socioeconòmic on empreses que fa 10 anys no tenien mercat, o simplement ni es plantejaven, actualment tenen cabuda i són rendibles econòmicament.

Ara per ara, les empreses amb base tecnològica són el 40% del total de les microempreses i mitjanes empreses de l'Estat. I a mesura que la tecnologia es simplifiqui i s'estandarditzi més, en tots els àmbits d'una empresa, sorgiran més projectes com aquests.

Personalment considero que a la vegada és una eina de doble tall doncs es poden tirar endavant blogs i portals bons, amb continguts interessants i elaborats, i per altra banda, podem trobar portals que són només un copia i enganxa de notes de premsa, sense cap criteri, sense contrastar... que pot desvirtuar la realitat. És llavors quan l'usuari ha d'arribar a discernir entre un bon portal i un de dolent. De portals i webs de notícies es creen molts a l'any, però només aquells que compten amb el recolzament de l'audiència pot tirar endavant.

## 10. Bibliografia

- [1] **www.ayudawordpress.com** – Portal de la comunitat hispano-americana de wordpress que compta amb tutorials, plugins, components, actualitzacions i notícies sobre el gestor.
- [2] **www.wphacks.com** – Wordpress Hack és un portal col·lectiu que dóna a conèixer totes les notícies relacionades amb el famós gestor de continguts.
- [3] **www.blogpyc.wordpress.com** – Portal de disseny que, entre altres continguts, explica trucs per optimitzar Wordpress i Joomla a partir del disseny gràfic.
- [4] **www.signt.net** – Blog col·lectiu sobre el món blogger. Notícies, tutorials...
- [5] **www.premiumtemplate.org** – Una de les galeries més amples de plantilles i themes per Wordpress i Joomla. A més, conté plugins i components.
- [6] **www.templarts.com** – Una altra web amb moltes galeries de templates organitzada per temes.
- [7] **www.solostream.com** – Empresa on-line dedicada Disney de pàgines web amb un stock variat en themes per a Wordpress.
- [8] **www.emprendelo.com** – Portal sobre xarxes social i negocis on-line