

Solo no, con herramientas sí. Puesta en marcha de un medio ciudadano

Ya en 2004, aún en los albores del fenómeno blog, un artículo de la revista Mosaic de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) (1), que explicaba de forma clara qué son y cómo funcionan los Sistemas de Gestión de Contenidos (CMS) de código abierto, apuntaba hacia un futuro con una habitual presencia de éstos en la creación y mantenimiento de sitios web. Así ha sido, y los CMS han constituido piedra angular sobre la que edificar los medios que han permitido a los ciudadanos informarse unos a otros de manera directa, sin intermediarios. Con esta base, y armados con cualquiera de las múltiples herramientas digitales de utilidad para el periodismo que en los últimos años se han desarrollado, los ciudadanos han visto potenciadas sus capacidades para convertirse en informadores y montar sus propios medios. De unos -los CMS- y de otras -las herramientas periodísticas digitales- tratamos brevemente en este artículo con el fin de ofrecer algunas pistas para la puesta en marcha de un medio ciudadano.

Medios ciudadanos: origen y evolución

Aunque hay quienes citan otros precedentes, es común señalar al surcoreano OhmyNews (2) como pionero de los medios digitales con contenidos mayoritariamente ciudadanos. Fundado en el año 2000, aproximadamente un 70% de sus contenidos procedía de las colaboraciones ciudadanas, que eran revisadas por los periodistas profesionales en plantilla en el medio antes de su publicación.

El éxito de esta iniciativa llevó a OhmyNews a la expansión (3). *OhmyNews International*, versión internacional en inglés, y *OhmyNews Japan*, edición local para Japón animada por una aportación millonaria de la corporación japonesa SoftBank, fueron la consecuencia de ese éxito. Pero el experimento japonés resultó fallido. Apenas tres meses después de su lanzamiento, en noviembre de 2006, el nuevo medio perdía su carácter ciudadano, y dos años después, en agosto de 2008, sufría el cierre definitivo. Un fracaso que anticipaba el destino de la propia matriz OhmyNews, que en agosto de 2010 renunciaba a ser un medio de información para transformarse en un blog donde cubrir y discutir todo lo relacionado con el fenómeno del periodismo ciudadano.

A pesar de ese indeseado final, OhmyNews quedará siempre como referencia y ejemplo para los medios ciudadanos que en otras partes del mundo surgieron al calor de su triunfo. GroundReport (4), fundado en Estados Unidos pero de cobertura internacional, AgoraVox (5) en Francia o la Red de Diarios Ciudadanos de Chile (6) son solo tres ejemplos del buen número de medios que surgieron en los inicios de esta nueva era del periodismo ciudadano digital.

Estos primeros medios compartían el “espíritu OhmyNews”. De estructura y formato similares a los de la prensa digital profesional, en algunos casos fundados y coordinados por periodistas profesionales, se diferenciaban

(1)
García Cuerda, Xavier (2004). "Introducción a los Sistemas de Gestión de Contenidos (CMS) de código abierto" (<http://mosaic.uoc.edu/2004/11/29/introduccion-a-los-sistemas-de-gestion-de-contenidos-cms-de-codigo-abierto/>). Revista Mosaic, Universitat Oberta de Catalunya.

(2)
Web de OhmyNews, ya en desuso: <http://www.ohmynews.com/>

(3)
Artículo sobre OhmyNews en la Wikipedia en inglés: <http://en.wikipedia.org/wiki/OhmyNews#History>

(4)
Web del medio ciudadano estadounidense GroundReport: <http://groundreport.com/>

(5)
Web del medio ciudadano francés AgoraVox: <http://www.agoravox.fr/>

(6)
Web de la Red de Diarios Ciudadanos de Chile: <http://www.mivoz.cl/>

de otros medios de información por introducir la participación de los ciudadanos en la generación de noticias. Una hornada de medios, algunos ya tristemente desaparecidos, que representaron un primer cuerpo de choque en defensa de ese incipiente fenómeno del periodismo ciudadano.

Tras el asentamiento de esa generación de medios, el periodismo ciudadano comenzó a desarrollarse en otros ámbitos. De un lado, en los propios medios profesionales, que interesados por causas diversas en el fenómeno abrieron secciones a la participación ciudadana y emprendieron iniciativas de periodismo hiperlocal en las que los propios lectores aportaban los contenidos. De otra parte, entre la propia ciudadanía, que generaba sus propios medios ya sin la supervisión profesional o simplemente ejercían de informadores en sus respectivos blogs y, algo más tarde, en las redes sociales.

En cuanto a la adopción del periodismo ciudadano por parte de los medios tradicionales, sería tarea para un artículo ex profeso examinar todas las variantes adoptadas. Ha habido de todo: desarrollo de plataformas propias, alianzas con plataformas de periodismo ciudadano ya existentes, creación de medios hiperlocales con contenidos ciudadanos... Casi todos los grandes medios tradicionales han probado en algún momento las mieles de la información ciudadana y algunos han sido, o aún son, fervientes defensores de esa modelidad de periodismo. El Chicago Tribune fue uno de los pioneros (7), no solo en su apoyo al periodismo ciudadano sino también en la promoción del uso periodístico de Twitter y la utilización de esta red de microblogging como fuente de noticias; The New York Times llegó a ofrecer cursos de periodismo ciudadano (8); el británico The Guardian, quizá el más implicado en la colaboración entre periodismo profesional y ciudadano (9), llegó a crear un nuevo concepto que abunda en ese escenario, *Open Journalism* (10) (Periodismo Abierto), que desembocó en GuardianWitness (11), una plataforma para el periodismo ciudadano con la supervisión de profesionales del diario.

(7)
Artículos sobre el Chicago Tribune en PeriodismoCiudadano.com: <http://www.periodismociudadano.com/tag/chicago-tribune/>

(8)
Artículos sobre The New York Times en PeriodismoCiudadano.com: <http://www.periodismociudadano.com/tag/new-york-times/>

(9)
Artículos sobre The Guardian en PeriodismoCiudadano.com: <http://www.periodismociudadano.com/tag/the-guardian/>

(10)
Sección de Open Journalism en The Guardian: <http://www.theguardian.com/media/open-journalism>

(11)
GuardianWitness, medio de periodismo abierto de The Guardian: <https://witness.theguardian.com/>

(12)
Web de Global Voices: <http://globalvoicesonline.org/>

(13)
Web de la plataforma Ushahidi: <http://ushahidi.com/>

(14)
Artículo sobre Ushahidi en la Wikipedia en español: <http://es.wikipedia.org/wiki/Ushahidi>

Mención aparte en esta diversidad de vías de expresión del periodismo ciudadano merece Global Voices (12). Fundada en 2005 por Rebecca MacKinnon y Ethan Zuckerman mientras ambos cursaban como becarios en la *Berkman Center for Internet and Society* de la Universidad de Harvard, es en la actualidad una comunidad con más de 800 voluntarios repartidos por todo el mundo, entre escritores, analistas, expertos en medios online y traductores. Así definen ellos mismos su labor: “Curamos, verificamos y traducimos noticias, que usted puede haberse perdido en Internet, de blogs, medios independientes y redes sociales en 167 países”. Un gran equipo rastreando la Red para traducir hasta a 30 lenguas diferentes noticias de las que sin Global Voices posiblemente no tuviéramos conocimiento.

Otra variante en las formas de información ciudadana son las plataformas de seguimiento en procesos políticos, catástrofes naturales, conflictos sociales... La más significativa de estas plataformas es Ushahidi (13) (término que significa “testimonio” en swahili). Creada en Kenia para recibir denuncias de violencia durante la crisis postelectoral a principios de 2008, esta plataforma permite geolocalizar la información que proporcionan los ciudadanos mediante SMS, e-mail, Twitter o un formulario incorporado en la web. De estos medios, el teléfono móvil es un componente central de la plataforma, facilitando la colaboración y difusión de información en sitios donde no llega Internet o su penetración es baja.

El software que sustenta Ushahidi es de código abierto, lo que facilita su uso en cualquier circunstancia y explica que se haya convertido en un estándar de geolocalización en las situaciones antes mencionadas. La Wikipedia expone algunos de los casos cubiertos con esta plataforma (14):

“Desde entonces [2008], se han organizado proyectos similares en Gaza, República Democrática del Congo y África del Sur. El software ha sido también utilizado para monitorear elecciones en la India y en México, rastrear el virus de influenza H1N1 y apoyar los esfuerzos humanitarios después del terremoto de Haití de 2010, el seísmo de Chile del mismo año, la crisis de Libia de 2011 (que apoyó las acciones de protección a civiles del Consejo de seguridad de la Organización de las Naciones Unidas) y las inundaciones que afectaron a Colombia entre 2010 y 2012.”

Con la diversificación de herramientas digitales a disposición de los reporteros ciudadanos –que veremos más adelante– y la evolución de los dispositivos móviles –de manera particular los smartphones–, el periodismo ciudadano, inicialmente desarrollado en texto en gran medida, pasa a ser cada vez más gráfico. Los *MoJo* (de “*mobile journalist*”, periodista móvil) captan ya mucho más material noticioso en imágenes, ya en fotografía o vídeo. Esto da pie a la aparición de agencias de noticias especializadas en ese material, servicios que reciben las fotografías y vídeos de los ciudadanos para ponerlos a disposición de los medios tradicionales.

Un buen ejemplo de esos servicios es la agencia de fotoperiodismo ciudadano Demotix (15). Fundada en 2008 en el Reino Unido por Turi Munthe y Jonathan Tepper y adquirida en 2012 por Corbis, Demotix ha provisto de imágenes ciudadanas a cabeceras principales de diversos países, llegando a ocupar portadas como la de The New York Times.

Finalmente, en esta sucinta y sin duda algo anárquica introducción a la diversidad en los medios ciudadanos, hemos de mencionar otra variante que, si bien no tan novedosa, se ha impuesto con vigor en los últimos tiempos: la curación de contenidos. Aunque no específicamente una forma de periodismo ciudadano, pues se trata de recolectar información más que de generarla, la curación de contenidos ha encontrado su hueco en la narrativa periodística digital gracias, en gran parte, a las herramientas que para esa función han ido apareciendo. Una de las más conocidas y usadas entre éstas es Storify (16), un servicio cuyo lema es “recolecta, publica, comparte”. Y así, como reza el lema, es básicamente como funciona. En Storify podemos construir nuestra historia con nuestro propio texto y añadiendo piezas de otros medios (noticias de medios tradicionales, actualizaciones de las redes sociales, imágenes, vídeos...). Algo que nos da la oportunidad de crear una narración amplificada con las piezas recogidas en otras fuentes y que posteriormente, tras ser publicada en Storify, podemos compartir en las redes sociales o incorporar a nuestro blog o sitio web.

Como apuntaba en el párrafo anterior, no ha sido ésta una relación cronológica y pormenorizada de la evolución de los medios ciudadanos, sino solo un muestrario con algunas de las diferentes vías de expresión que desde el lanzamiento de OhmyNews ha venido teniendo el periodismo ciudadano. Una introducción destinada a que el lector valore esas diferentes vías de cara a decidir qué tipo de medio quiere o necesita crear.

Como resumen, podríamos decir que, salvando las distancias, en sus comienzos los medios ciudadanos se diseñaban a imagen y semejanza de los medios profesionales digitales. Y que más tarde, con el desarrollo de las tecnologías digitales, esas vías de expresión del periodismo ciudadano se han ido diversificando, dando forma a nuevos medios y plataformas con nuevas fórmulas y narrativas.

En cualquier caso, y para lo que aquí nos interesa, cualquier medio ha de tener detrás una plataforma, un software, para editar, gestionar y publicar los contenidos. De esto nos ocupamos a continuación, centrándonos en los Sistemas de Gestión de Contenidos (CMS) más populares.

(15)
Web de la agencia de fotoperiodismo ciudadano Demotix: <http://www.demotix.com/>

(16)
Web del servicio de curación de contenidos Storify: <https://storify.com/>

Sistemas de gestión de contenidos

No vamos a complicar aquí el asunto de la elección de un CMS para nuestro medio. Muchos son los que existen, pero dos, principalmente, los más usados en el entorno de los medios ciudadanos: Drupal (17) y WordPress (18). En ellos nos vamos a centrar.

Ambos son de descarga gratuita y ofrecen un software libre, de código abierto, sobre el que podremos trabajar si fuera necesario. Pero aún sin conocimientos de programación, sin necesidad de modificar ese código, nos sirven para crear nuestro medio.

Drupal

Es el CMS ideal si necesitamos crear un medio ya de cierta envergadura. De hecho, hay medios profesionales que usan este sistema (19). Entre otros, El Espectador (20) de Colombia –que también publica sobre Drupal el medio ciudadano Soy Periodista (21)– o la Tribune de Genève (22), en Suiza.

La adopción de Drupal por parte de diarios profesionales para su versión digital da una idea de las posibilidades y consistencia de este CMS. Es especialmente recomendable, pues, si pensamos crear un medio ciudadano generalista, de ámbito nacional o incluso internacional, con gran volumen de noticias y una alta participación de los colaboradores en la edición de noticias.

Aunque no imprescindible, puede resultar conveniente contar en el equipo del medio con alguien que conozca bien la plataforma y sepa desenvolverse dentro de ella, ya que la curva de aprendizaje es mucho más empinada que en WordPress, el otro CMS que proponemos aquí.

Drupal puede ampliar sus capacidades mediante “módulos”, pequeñas piezas de software que añaden funcionalidades a las que ya vienen precargadas en el el paquete de instalación de la plataforma. *Newspapers on Drupal* (23), un grupo de discusión en la web de Drupal sobre la construcción de medios con este sistema, ofrece un listado de módulos que pueden resultarnos de interés para la creación de nuestro medio. Módulos para la arquitectura y organización de los contenidos, la presentación, el flujo de trabajo, etc.

El mencionado grupo es asimismo muy interesante para conocer cómo otros medios están usando Drupal y aprender de sus experiencias.

WordPress

Por razones de facilidad en su uso y su curva de aprendizaje, WordPress es el CMS que aquí elegiremos para la construcción de nuestro medio. Más ligero que Drupal, WordPress nació para la gestión de blogs, pero con el tiempo ha ido evolucionando hasta convertirse en un CMS polivalente, también adecuado para la construcción de webs más complejas como la de un medio periodístico. Como ejemplo, Global Voices, proyecto del que hablábamos en la introducción sobre los medios ciudadanos, se sustenta sobre este sistema.

WordPress es el CMS más extendido. En el WordCamp de San Francisco (24), en julio de 2013, se cifraba en 18,9 el porcentaje de webs gestionadas con WordPress de entre el total de webs publicadas en la Red (25). Y otro

(17)

Web del sistema de gestión de contenidos Drupal: <https://drupal.org/>

(18)

Web del sistema de gestión de contenidos WordPress: <http://wordpress.org/>

(19)

Listado de sitios de medios periodísticos contruidos con Drupal: <https://groups.drupal.org/node/5100>

(20)

Web del diario colombiano El Espectador: <http://www.elespectador.com/>

(21)

Web de Soy Periodista, medio ciudadano del diario colombiano El Espectador: <http://www.soyperiodista.com/>

(22)

Web del diario suizo Tribune de Genève: <http://www.tdg.ch/>

(23)

Grupo de discusión sobre Drupal para medios periodísticos: <https://groups.drupal.org/newspapers-on-drupal>

(24)

Web del WordCamp 2013 de San Francisco: <http://2013.sf.wordcamp.org/>

(25)

Contreras, Manu (2013). "WordPress ya gestiona el 18,9% de las webs" (<http://www.fayerwayer.com/2013/07/wordpress-ya-gestiona-el-189-de-las-webs/>)

informe más reciente, éste de Built With (26), establece en un 46,51% la penetración de WordPress entre las webs gestionadas con algún tipo de CMS.

Estas cifras dan testimonio de la alta presencia de WordPress en Internet, por lo que, en contraposición a lo que sucedía con Drupal, será fácil que entre los miembros de nuestro equipo exista alguien que lo haya usado y esté familiarizado con él.

WordPress ofrece dos posibilidades de uso. Por un lado, una versión totalmente gratuita, *wordpress.com* (27), que incluye el alojamiento en servidor. Solo se requiere darse de alta en la plataforma y ya podemos empezar a publicar. Muchos conocerán esta versión por tener alojados allí sus blogs, función principal de *wordpress.com*, pero si nuestro medio ciudadano no va a presentar una estructura demasiado compleja también puede servirnos. El inconveniente frente a la versión descargable de WordPress, que ahora veremos, es la imposibilidad de realizar modificaciones en la plataforma, debiendo conformarnos con lo que en ella nos ofrecen ya preconfigurado. No obstante, como ya he apuntado, es una opción a considerar si nuestro medio no es demasiado ambicioso. Y lo que sí podremos elegir, al igual que en la versión descargable, es un diseño, un tema, entre los muchos que WordPress ofrece.

La otra posibilidad es descargar el software de WordPress desde su web e instalarlo en nuestro propio servidor. Esto conlleva algún coste, principalmente dominio y servidor, aunque no excesivo, pero es la opción que nos permitirá un mayor control sobre la creación de nuestro medio y la ampliación mediante *plugins* –el equivalente a los módulos en Drupal– para añadir funcionalidades. Por esto, además de otras razones ya mencionadas, es la alternativa que aquí vamos a utilizar para la creación de un medio ciudadano.

Creando un medio ciudadano

Primeros pasos

Hemos elegido crear un medio ciudadano con el software descargable de WordPress, pero antes necesitamos disponer de un dominio, una dirección de Internet del tipo *nuestromedio.com*, y un espacio en un servidor donde alojar los archivos del medio para que nuestros contenidos se divulguen por la Red. La mayoría de las empresas de *hosting* o alojamiento ofrecen a su vez la posibilidad de adquirir el dominio, así que esto no debería representar mayor problema que el coste que conlleva, como antes decíamos realmente asumible.

Una vez que disponemos de dominio y servidor, hemos de proceder a la instalación del software de WordPress. En este punto, lo más sencillo es utilizar el instalador automático que también muchos servidores incluyen.

De no disponer de ese servicio de instalación automática, habrá que descargar el software (28) y recurrir a la instalación manual, subiendo los archivos al servidor de forma remota a través de un cliente FTP. No es un proceso complicado, y el *Codex* de WordPress lo explica paso a paso (29), pero si podemos contar con la ayuda de alguien experimentado mucho mejor. Otro recurso de interés para este fin son los artículos de Antonio Cambronerero en Blogpocket, dentro de la categoría “Aprender WordPress” (30).

(26)

Estadísticas de uso de sistemas de gestión de contenidos, en BuiltWith: <http://trends.builtwith.com/cms>

(27)

Web de la plataforma de blogging WordPress.com: <http://wordpress.com/>

(28)

Página de descarga del sistema de gestión de contenidos WordPress: <http://www.wordpress.org/download/>

(29)

Página con instrucciones de instalación del sistema de gestión de contenidos WordPress: http://codex.wordpress.org/Installing_WordPress

(30)

Cambronerero, Antonio (2014). Serie de artículos con nociones de WordPress para principiantes: <http://www.blogpocket.com/tag/aprender-wordpress/>

Una vez instalado y configurado WordPress, debemos familiarizarnos con su dinámica de uso si es que no la conocíamos. Buscando en Google podremos encontrar infinidad de manuales de uso de Wordpres. Como ejemplo, recurrimos de nuevo a Blogpocket y su “Guía de WordPress para principiantes” (31).

Tenemos nuestro WordPress instalado y nos desenvolvemos ya con soltura por su interfaz de administración. Es la hora de decidir qué aspecto va a tener nuestro medio, cuál va a ser su diseño. Para esto, o bien contamos con la ayuda de un diseñador web que nos desarrolle un tema original o elegimos entre la multitud de temas ya prediseñados que Internet pone a nuestra disposición. Muchos de estos temas son gratuitos, como los que ofrece el propio WordPress (32), y otros de pago o *premium*, a nuestra disposición en las webs de diferentes empresas dedicadas a su desarrollo y venta. La elección de uno u otro tema ya es cosa particular, pero un buen punto de partida es buscar entre los temas etiquetados como de tipo “magazine”, desarrollados con miras a publicaciones como el medio que queremos crear.

He de advertir aquí que si en lugar de usar un tema prediseñado éste va a ser desarrollado desde cero por un diseñador web, deberíamos alterar el orden en el que vamos creando el medio. Antes de tener el tema, sería conveniente que aportáramos al diseñador una idea clara del tipo de contenidos que vamos a publicar y la estructura de éstos, ya que eso le ayudará en sus labores de diseño. Como alguien dijo una vez, “un diseño sin contenidos es solo decoración”.

Pero en nuestro caso presuponemos que hemos instalado un tema prediseñado. Ya tenemos, por tanto, una web con su diseño. Vamos ahora a tratar sobre nuestros contenidos.

Estructurando nuestro medio

Con la web ya dispuesta, y antes de lanzarnos a publicar contenidos –lo que sin duda estamos deseando hacer–, hemos de definir la estructura de esos contenidos. Esto es, pensar qué secciones incorporará el medio y cómo organizar dentro de ellas los contenidos.

Esta organización la realizaríamos en WordPress mediante “categorías” y “etiquetas” (*tags* en inglés), dos formas complementarias de indexar los contenidos, cuya utilidad veremos a continuación sobre un imaginario caso concreto.

Vamos a suponer, para trabajar sobre ese ejemplo imaginario, que queremos publicar un medio hiperlocal –para un barrio o población de tamaño medio o reducido– y pretendemos ofrecer noticias de lo que acontece en nuestra comunidad e información sobre eventos de diversa índole que en ella se celebran. Ya que el volumen de noticias no será, previsiblemente, muy grande, podemos dedicar una sección de Actualidad a esas historias. Y crear secciones más especializadas, como Sociedad, Cultura y Deporte, para noticias específicas relacionadas con esas áreas.

Así pues, tendríamos una primera división de cuatro secciones para nuestro medio, que estableceríamos como “categorías” en Wordpress. El sistema genera automáticamente páginas para cada categoría, donde se mostrarán todas las noticias relacionadas con cada una de ellas. Así, simplemente con crear un menú con los enlaces a esas “páginas de categoría”, nuestro medio ya tendrá un aspecto más formal, con sus diferentes secciones en la cabecera de cada página.

(31)
Cambroner, Antonio (2014). “Guía de WordPress para principiantes” (<http://www.blogpocket.com/guia-wordpress-principiantes/>)

(32)
Repositorio de temas para WordPress: <http://wordpress.org/themes/>

En relación con esto, cabe explicar que a cada noticia se le pueden asignar tantas categorías como queramos. De esta forma, si como hemos imaginado nuestro medio no tiene un gran flujo de noticias, podemos usar las categorías para que la portada no ofrezca una imagen de desactualización. Por ejemplo, asignado a todas las noticias la categoría Actualidad y añadiendo a las que corresponda las categorías Sociedad, Cultura o Deporte. De esta forma, la portada del medio, correspondiente a Actualidad, mostrará todas las noticias que se publiquen, mientras las otras tres quedarán como secciones especializadas para los lectores interesados en las noticias específicas sobre esos temas.

Las etiquetas o *tags* nos permiten una segunda categorización más profunda y precisa. Pensemos en una noticia de cultura sobre una exposición local. Lógicamente, le asignaremos la categoría general “cultura”, que nos dirá a qué sección pertenece. Pero podremos también, mediante las etiquetas, destacar otros términos clave de la noticia que nos interesa tener indexados. Por ejemplo, el nombre del lugar donde se realiza la exposición, el artista que expone o la disciplina artística a que corresponde lo expuesto. Así, introduciríamos como etiquetas “Casa de la Cultura”, “Juan Pérez” y “pintura”.

Como con las categorías, Wordpress crea de forma automática páginas con los contenidos relacionados con cada una de las etiquetas. Gracias a eso, cualquier lector podrá conocer fácilmente todas las noticias que hayamos publicado en relación con esos términos indexados.

Conviene señalar que resultará interesante establecer unas normas para la asignación de etiquetas, en particular cuando sean varios los editores con permiso para la publicación final en el medio. No solo en cuanto a qué tipo de términos destacar como etiquetas, sino también respecto a cuestiones ortográficas: si se etiqueta todo en minúsculas, si usamos términos en plural, etc.

Aparte de estas páginas de secciones y contenidos, nos interesará publicar al menos una página del tipo “Quiénes Somos”, donde hablemos del equipo humano que hay tras el medio y la motivación y objetivos que nos han llevado a publicarlo. Y también una página con un formulario u otras vías de contacto que permitan a los lectores dirigirse a nosotros. Teniendo en cuenta en el caso del formulario, eso sí, cumplir con las leyes vigentes sobre protección de datos.

En el caso de que vayamos a abrir a cualquier ciudadano la posibilidad de contribuir con sus noticias en el medio, necesitaremos otra página del tipo “Cómo Colaborar”, explicando la dinámica de participación. Esto requeriría además el registro de los colaboradores como usuarios del sitio, lo que configuraremos con algún plugin, como explicaremos más adelante. Y no estaría demás, en este supuesto, publicar la normas de participación y, quizá, algunos consejos de buenas prácticas y ética periodística.

En resumen, hemos de planificar bien la estructura de contenidos de nuestro sitio, de manera que los lectores tengan un acceso fácil a aquello que busquen en nuestro medio en cada momento.

Editando contenidos

La edición es WordPress es sencilla e intuitiva, e incluso los principiantes podrán familiarizarse pronto con ella gracias a alguno de los manuales de uso de los que ya hemos hablado. El editor integrado, TinyMCE (33), nos resultará familiar, pues no difiere mucho de otros editores de texto que hayamos usado con anterioridad.

(33)
Web del editor de texto
TinyMCE: <http://www.tinymce.com/>

No obstante, editar textos en WordPress para la Red no es lo mismo que hacerlo en cualquier programa de ofimática. Sin adentrarnos demasiado en cuestiones técnicas, hay que explicar que los estilos de cualquier tema que utilizemos vienen configurados en un archivo con una hoja de estilos CSS (34), que ya predetermina el diseño de los elementos de nuestra web, entre ellos los tipos y tamaños de texto para títulos, párrafos, listas, etc. Por tanto, es aconsejable que en el editor de texto de WordPress solo usemos algunas de las opciones, como marcar el texto en negrita o cursiva, crear listas y poco más. En general, opciones que nos sirven para marcar y ordenar el texto. Es solo una sugerencia, pero es recomendable evitar usar las opciones del editor para cambiar el tamaño o color del texto y otras funciones más estéticas que prácticas. Si necesitamos incluir subtítulos, por ejemplo, una lista desplegable de estilos nos permite hacerlo (párrafo, título 1, título 2, etc.) de manera sincronizada con la configuración establecida en el CSS. Esta es la forma más correcta de hacerlo y tanto el aspecto final de nuestro medio como su óptimo funcionamiento (por ejemplo, en relación con la indexación en los motores de búsqueda) nos lo agradecerán.

Hemos supuesto que el contenido principal de nuestro medio tendrá formato textual, pero es muy posible que con frecuencia tengamos que incluir contenido multimedia, ya sean imágenes, vídeo, audio, presentaciones... Todo esto y más lo permite WordPress, y en cualquier caso siempre podremos instalar plugins que amplíen las posibilidades de manejo de esos contenidos. De todas formas, vamos a repasar brevemente algunos métodos incluidos en la instalación básica de WordPress.

El manejo de archivos, imágenes y otros contenidos no textuales se resuelve en WordPress con un gestor multimedia a través del cual subimos nuestros archivos al servidor antes de utilizarlos en nuestra web. En el caso de las imágenes, una vez subidas, encontramos varias alternativas de uso. Una, su inserción directa en el texto que estemos editando, que se realiza desde ese gestor y nos permite añadir algunos atributos, como título y texto complementario de la imagen, enlace y alineación, o elegir entre varios tamaños de imagen predefinidos; dos, la creación de galerías de imágenes, también desde el gestor, para incluirlas en nuestras entradas; y finalmente, tres, la selección de una "imagen destacada", en un cuadro lateral en la página de edición, cuya función suele ser la de imagen de cabecera de la noticia, junto al título de la misma.

Respecto a los vídeos o presentaciones tipo powerpoint, habitualmente exportados de medios sociales como YouTube o SlideShare, era costumbre insertarlos utilizando el código que cada servicio ofrece para tal fin. Eso ha ido cambiando, y hoy en día existen plugins que facilitan esa labor y habilitan el uso de *shortcodes* (pequeñas piezas de código que podemos insertar en el editor de texto) para tal fin. En algunos casos, como YouTube (o también Twitter), basta con incluir la URL del vídeo (o tuit) para que éste se pueda visualizar en las noticias de nuestro medio.

La inclusión de podcasts de audio funciona de manera similar a la de vídeos y presentaciones, y también existen plugins para su gestión.

Y por fin, si queremos adjuntar otro tipo de archivos, por ejemplo PDF, los subiremos a nuestro servidor desde el gestor multimedia para ponerlos a disposición de los lectores para su lectura o descarga en cualquier parte de nuestra web.

WordPress incluye por defecto dos tipos de contenidos, Entradas y Páginas. Las Entradas corresponden a lo que en un blog denominamos *posts* y en nuestro medio serán las noticias. Esto es, piezas independientes que pueden mostrarse junto a otras en una página de resumen, como la portada o una página de categoría. Las Páginas, por su parte y como ya

(34)
Artículo sobre las hojas de estilo CSS en la Wikipedia en español: http://es.wikipedia.org/wiki/Hoja_de_estilos_en_cascada

su nombre indica, son páginas individuales con un contenido estático y en las que no caben otros contenidos de la web, como la página “Quiénes Somos”. Simplificando, las noticias serán siempre editadas como Entradas, y el tipo de contenido Páginas lo reservaremos para las páginas con información sobre el medio, formulario de contacto, etc.

En forma avanzada, existen plugins que nos permiten crear más tipos de contenido si esto nos resultara necesario. Por poner un ejemplo práctico, supongamos que en la sección Deportes queremos publicar cada semana los resultados del equipo local. Podríamos crear un tipo de contenido específico Resultados asociado con la categoría Deportes. Y aún más, crear campos de contenido dentro de ese tipo Resultados, en una especie de formulario de introducción de datos, que nos faciliten las labores de edición. Es lo que se conoce como *Custom Post Types* (35) y *Custom Fields* (36). Pero, como hemos apuntado, requieren de un conocimiento algo más avanzado del que aquí consideramos para la puesta en marcha del medio. Dejamos pues solo la mención de esta posibilidad para quienes deseen explorarla.

Otra característica del medio será, con toda seguridad, la existencia de una pluralidad de editores. Sin contar, por otra parte, con los colaboradores ciudadanos que participen con sus piezas. Todos ellos necesitarán acceso a la interfaz de edición del medio, pero no todos –o no es al menos lo más aconsejable– deberían tener la posibilidad de publicar las noticias. Esto WordPress lo resuelve con su categorización de usuarios por roles (37), a los que se adjudican distintas capacidades. Así, existe un rol de Administrador del sitio, con todos los accesos, y en orden descendiente en cuanto a privilegios, Editor, Autor, Colaborador... Es, por tanto, solo cuestión de adjudicar unos roles u otros a cada miembro del equipo o reportero ciudadano y mantener así, también en cuanto a los privilegios de edición y publicación, la estructura jerárquica del medio.

También en eso existen opciones avanzadas mediante plugins, de las que, como en el caso de los tipos de contenido, solo dejamos una breve referencia. Hay plugins, por una parte, para la gestión de usuarios, que permiten ampliar el número de roles por defecto con la creación de otros nuevos o también modificar las capacidades adjudicadas a cada rol. Asimismo, existen plugins para la organización del flujo de trabajo, que posibilitan, entre otras cosas, el que asignemos tareas con fecha de entrega o tengamos organizados de forma clara y eficiente los distintos estados de las noticias: en edición, pendientes de revisión, listas para publicación, etc.

En definitiva, si las funcionalidades por defecto de WordPress ya nos serían suficientes para el trabajo en nuestro medio, la infinidad de plugins disponibles nos facilitarán aún más la tarea, abriendo nuevas posibilidades. Pero de esto tratamos a continuación.

(35)
Página de información de WordPress sobre los Tipos de Posts: http://codex.wordpress.org/Post_Types

(36)
Página de información de WordPress sobre los Campos Personalizados: http://codex.wordpress.org/Custom_Fields

(37)
Página de información de WordPress sobre los Roles y Capacidades de usuario: http://codex.wordpress.org/Roles_and_Capabilities

(38)
Repositorio de plugins de WordPress: <http://wordpress.org/plugins/>

Ampliando las capacidades de WordPress: Plugins

Hay plugins de WordPress (38) para casi todo lo que imaginemos, y serán, sin duda, nuestros mejores aliados para crear un medio solvente y de aspecto profesional. Su instalación es realmente sencilla, y se puede realizar desde el mismo administrador de WordPress en nuestra web. Por lo tanto, no hay razón para que no nos ayudemos de ellos en la ampliación de funcionalidades para la edición y publicación del medio.

Debemos tener, sin embargo, algunas precauciones. No es prudente, en principio, instalar plugins que no hayan sido revisados y validados por WordPress. Solo si conocemos su origen y nos ofrece la suficiente

confianza, podemos instalar un plugin que no cumpla esos requisitos. De no ser así, la mejor opción es siempre instalar alguno de los que se listan en la propia web de la plataforma.

Otros aspectos a considerar son la verdadera necesidad de su instalación pues hay plugins que solo replican funciones ya incorporadas en los archivos originales de WordPress –o los posibles efectos colaterales de su uso– hay plugins que interfieren en el buen funcionamiento de otros, o que cargan en exceso la base de datos. Posiblemente para advertir estas cosas se requiera ya un mínimo de experiencia, y es cierto también que usualmente no encontraremos problemas en el uso de los plugins, pero no está de más realizar estas advertencias. Si alguna vez tenemos algún problema con nuestra web y buscamos ayuda en Internet, es muy posible que una de las primeras cosas que nos recomienden sea desactivar los plugins para comprobar si la raíz del problema se encontraba en alguno de ellos. Así que, como principio, hagamos uso de los plugins, sin dudarlos, pero no abusemos de ellos si realmente no nos aportan algo imprescindible para el medio.

Para nuestro medio, podemos considerar dos tipos de plugins: los que se recomiendan para el óptimo funcionamiento de cualquier tipo de web y los que, explícitamente, nos aporten funcionalidades relacionadas con el fin periodístico de la nuestra.

Para los primeros encontraremos multitud de listados en Internet con recomendaciones diversas. Volvemos aquí, por nuestra parte, al ya referido Blogpocket, que nos ofrece una guía de los plugins imprescindibles (39), de reciente publicación, que divide esos plugins en esenciales, básicos y a considerar. En esa guía podemos advertir las funciones necesarias para el óptimo funcionamiento de WordPress a que eso plugins responden: antispam, seguridad, rendimiento, optimización SEO, etc.

Sobre los plugins más específicos para la publicación de un medio de comunicación también encontraremos listados en la Red, igualmente con diferentes recomendaciones según cada autor. Lo importante, en este caso, es saber primero lo que necesitamos, y de acuerdo con esas necesidades encontrar los plugins que las satisfagan. Aunque no vamos a referirnos aquí a plugins concretos, sí ofrecemos algunas de esas posibles necesidades – para las que existen plugins– a título orientativo:

- Imágenes – Wordpress, como ya hemos comentado, incorpora por defecto un gestor de contenidos multimedia que nos permite incorporar imágenes en las entradas o subir archivos a nuestra web. Pero podemos ampliar las posibilidades de tratamiento y gestión de imágenes con diferentes plugins: para recortar las imágenes, crear y gestionar galerías, optimizarlas reduciendo su peso, etc.
- Vídeo – Por lo general, los vídeos que publiquemos procederán de medios sociales como YouTube y similares, algo para lo que no serían imprescindibles los plugins. Sin embargo, es posible que queramos simplificar su incorporación mediante botones en el editor de texto que nos faciliten la tarea, o quizá nos interese que en una sección del medio se visualicen de forma aleatoria vídeos de determinada cuenta de YouTube. Para estas y muchas otras cosas relacionadas con el vídeo existen plugins.
- Audio – Si los podcasts están entre los formatos de contenido de nuestro medio, encontraremos plugins para gestionarlos y publicarlos.
- Slideshows – Muy de moda desde hace ya un tiempo, son esos carruseles de noticias u otros contenidos (imágenes, vídeos, etc.) que nos los muestran en forma de presentación dinámica. Un gran número de plugins abarcan todas las posibilidades de publicación de slideshows.

(39)
Cambrero, Antonio (2014).
"WordPress: Guía de los
plugins imprescindibles"
(<http://www.blogpocket.com/2014/03/07/wordpress-guia-de-los-plugins-imprescindibles/>)

- Editor de texto - Aunque advertimos de la inconveniencia de abusar de las opciones que ofrece el editor de texto de WordPress, se puede ampliar mediante un plugin que aporta funcionalidades no incorporadas en la versión por defecto.
- Categorías y etiquetas - Existen plugins que nos permiten una mejor gestión de la indexación de contenidos.
- Gestión de usuarios - Como señalamos, un medio ciudadano requerirá del registro de usuarios para permitir el ingreso al administrador de WordPress de los integrantes del equipo o los colaboradores. Diferentes plugins pueden resolver esta necesidad, así como la ya mencionada de gestionar los roles asignados y sus capacidades. Otra posible necesidad para la que existen plugins es la de comunicarnos mediante mail con los usuarios de sitio si abandonar la plataforma.
- Autores - Por defecto, WordPress permite asignar cada entrada a un autor, algo insuficiente cuando una noticia o reportaje ha de ser firmada por más de un reportero. Diversos plugins solucionan esta cuestión.
- *Workflow* o flujo de trabajo - Ya lo hemos tratado. Se trata de plugins que habilitan funciones para la gestión de la redacción del medio: asignación de tareas, revisión de borradores, etc.
- Eventos - Plugins para la gestión de eventos o su publicación en un calendario.
- Encuestas - Si necesitamos realizarlas, también encontraremos los plugins apropiados.
- Redes sociales - Hoy en día, es imprescindible interactuar con las redes sociales, publicar en ellas nuestros contenidos o permitir que sean los lectores quienes lo hagan. Para todo ellos existe una gran variedad de plugins.

Éstas han sido solo algunas ideas. Posiblemente cada lector, enfrentado a la puesta en marcha de su medio, encuentre otras necesidades aquí no reseñadas. Lo importante es conocer claramente esas necesidades y saber que, con toda probabilidad, existirán plugins que las cubran.

Publicando en nuestro medio

Ya tenemos prácticamente todo lo necesario, en software y conocimientos, para comenzar a publicar noticias en nuestro medio. Pero vamos a dar el último repaso por si algo se nos hubiera quedado en el tintero.

Disponemos de un equipo de redacción y un grupo de redactores ciudadanos. Los primeros conocen ya sus respectivas responsabilidades y a los segundos les hemos instruido en las nociones básicas del periodismo. Todos ellos, además, figuran ya como usuarios registrados de la web, cada uno con su rol y los permisos correspondientes adjudicados. Y, por supuesto, tienen las nociones mínimas necesarias para editar en WordPress.

El flujo de trabajo entre ellos está definido y, aunque aún no hemos instalado un plugin para ese fin, han quedado claros los procesos. Los redactores ciudadanos dejarán en borrador sus piezas y harán saber a los editores que ya están disponibles para revisión. Estos, los editores, revisarán y corregirán los trabajos, si fuera necesario, antes de publicarlos en el medio, si es que tienen permiso para hacerlo, o remitirlos a un miembro del equipo con permisos de publicación.

La noticia, por fin, ha llegado a la web. Pero lo que el lector tendrá a su disposición no debe ser exclusivamente el contenido de la noticia en sí (título, texto y otros contenidos multimedia si los hubiera), sino también otros elementos que añaden información y valor a la noticia:

- Autor o autores, con enlace a la página de autor donde podremos conocer todos los trabajos publicados por el mismo.
- Fecha de la noticia.
- De ser necesaria, especialmente en noticias o artículos ya de cierta extensión, una entradilla de introducción a la noticia.
- Categorías y etiquetas asignadas, con los enlaces a sus páginas correspondientes.
- Botones para compartir la noticia en las redes sociales.
- Un formulario de comentarios para los lectores.
- Opcionalmente, enlaces a algunas noticias relacionadas.

Son todos elementos de pura lógica, pero que conviene recordar. No es tan extraño, por ejemplo, ver cómo en webs con un tráfico considerable nos resulta imposible descubrir a qué fecha corresponde determinado artículo porque ésta no aparece por ninguna parte.

Con el personal preparado para trabajar en equipo y todo dispuesto para que nuestras noticias lleguen óptimamente a nuestros lectores, ya sí, podemos empezar a publicar.

Los reporteros ciudadanos

Puesto que queremos publicar un medio ciudadano, parece redundante explicar que necesitaremos reporteros ciudadanos que contribuyan al medio con sus contenidos. Sin embargo, no es algo tan obvio. En todos estos años, desde la aparición de OhmyNews, ha habido algún que otro medio que se ha colgado la etiqueta de “ciudadano” cuando en realidad las opciones de participación que otorgaban a su audiencia eran las de comentar las noticias que publicaban periodistas profesionales y poco más.

No será ese nuestro caso. Queremos ciudadanos que ejerzan realmente de reporteros, indagando y capturando la noticia que después compartirán en nuestro medio. Pero esto requiere un esfuerzo adicional por parte de la redacción del medio. Nuestros reporteros ciudadanos necesitarán, con total seguridad, algo de formación. Y aún teniéndola, habrá que acompañarles con ayuda y supervisión constantes.

Formando al reportero ciudadano

Habrà quien piense que con un smartphone con el que realizar fotografías y capturar vídeos y cierta pericia en la redacción de textos basta para ser un periodista ciudadano. Pero el periodismo es algo más complejo y, si bien un reportero ciudadano no requiere de la formación académica del profesional, son necesarios, o cuando menos convenientes, ciertos conocimientos sobre los fundamentos básicos del periodismo.

Lo oportuno es que el medio provea de esos conocimientos a los aspirantes a reporteros ciudadanos en la comunidad. Ya se ofrezca esa formación a través de cursos presenciales o digitales, ya sea más básica o avanzada, será en último término el propio medio el que saldrá más beneficiado con la calidad periodística de las noticias.

Muchas son las materias entre las que decidir qué enseñamos a los reporteros ciudadanos, siempre de acuerdo con lo que nuestro medio necesite. Imprescindibles, algunas nociones sobre los fundamentos éticos del periodismo. Aparte de esto, talleres de escritura, captura y edición de contenidos multimedia (fotografía, vídeo, audio), reporterismo sobre el terreno... Talleres de este tipo, como formación previa a su incorporación como reporteros ciudadanos.

Aunque la formación de los reporteros ciudadanos no tiene por qué terminar ahí. El desarrollo de herramientas digitales de utilidad para el periodismo es constante, y quizá convenga estar al día. Y siempre habrá ocasiones especiales que requieran de una formación específica. Por ejemplo, ante la celebración de unas elecciones, podemos formar a nuestros reporteros para la cobertura particular de ese evento.

En definitiva, el proceso de aprendizaje ha de ser casi continuo. Algo que sin duda animará a los reporteros ciudadanos para continuar con su labor y asegurará al medio unas aportaciones de calidad.

Herramientas para el reportero ciudadano

No entraremos aquí a pormenorizar las herramientas que son útiles para el periodista ciudadano, ni citaremos herramientas concretas. Baste saber que hay muchas a nuestra disposición y que será decisión ya del medio o de los reporteros ciudadanos el elegir unas u otras. Del medio, si es que es éste el que se ocupa de proveer de herramientas a los reporteros. Y de estos últimos, si son ellos los que han de procurárselas por su cuenta.

Hay un equipo básico que todo reportero ciudadano ha de tener disponible. Elementos imprescindibles dentro de ese equipo podrían ser un ordenador, preferiblemente portátil, y un smartphone, que ya incluye las capacidades de obtener fotografías y capturar vídeo y audio. Pero aparte de este equipo, que podríamos denominar "de hardware", el reportero ciudadano necesitará aplicaciones, programas y servicios con los que trabajar.

Existen muchos listados en Internet a través de los que conocer herramientas para el periodismo. Uno de los más completos es, a mi juicio, Journalist's Toolbox (40).

Vamos a ver algunas de las categorías generales en que se pueden agrupar las herramientas que serán de mayor utilidad para nuestros reporteros ciudadanos:

- En primer lugar, y ya que nos hemos referido a los contenidos multimedia en más de una ocasión, se necesitarán herramientas para obtener, editar y gestionar esos contenidos. Herramientas para fotografía, vídeo y audio.
- El periodismo de datos, del que no hemos hablado aquí, es una tendencia creciente. También será interesante disponer de herramientas de tratamiento de datos. Y de creación de visualizaciones para reproducir esos datos en el medio de forma gráfica.

(40)

Listado de herramientas digitales para periodistas de la Society of Professional Journalists: <http://www.journaliststoolbox.org/>

- Los mapas son igualmente un recurso eficaz para el periodismo. Herramientas para su creación y edición resultarán sin duda muy útiles.
- Las redes sociales; sin ellas, hoy en día, no existe presencia en Internet. Herramientas para compartir contenidos en esas redes o simplemente monitorizarlas para descubrir posibles fuentes de noticias serán imprescindibles para nuestros reporteros ciudadanos.
- Y, en último lugar, las comunicaciones. Aplicaciones de telefonía o mensajería que permitirán a los reporteros contactar con la redacción cuando sea necesario.

Apuntes finales

Lo anterior ha sido solo como sobrevolar velozmente el proceso de construcción de un medio ciudadano, captando una panorámica general pero sin poder acercarnos al detalle. A pesar de esto, espero que el sobrevuelo pueda haber servido a alguien para animarse a poner en marcha un medio ciudadano. Mucho le restará por aprender, pues, con el objetivo de hacerlo lo más comprensible posible para los principiantes, poco se ha profundizado. Pero a buen seguro esa carencia, que obligará a quien se aventure a descubrir por su cuenta en otras fuentes lo que aún desconoce, supondrá un aliciente más para seguir adelante con su empresa. Mi satisfacción será el saber que, aunque en poco, de algo le haya servido este artículo.