



Universidad de Valladolid

CURSO 2016-2017

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**Creación de la revista digital del
club de balonmano Hand Vall**

Pablo Lozano Val

Tutor: Carlos Ballesteros Herencia

Primera convocatoria

Modalidad profesional

ÍNDICE

1. Introducción	4
1.1. Justificación del trabajo	4
1.2. Marco teórico-académico	6
1.2.1. El ciberperiodismo	6
1.2.2. Las revistas digitales y el diseño periodístico en Internet	9
1.2.3. Publicaciones sobre balonmano	12
1.2.4. Historia del club de balonmano Hand Vall	13
1.3. Plan de trabajo	15
1.3.1. Objetivos	15
1.3.2. Viabilidad profesional de la revista digital	16
1.3.2.1. Características de la revista digital	17
1.3.2.2. Medios técnicos necesarios	18
1.3.2.3. Capacidad técnica del alumno	19
1.3.2.4. Previsión de ingresos y gastos	19
1.3.2.5. Análisis DAFO	21
1.3.3. Pasos a seguir en la realización del trabajo	23
2. Contexto y aportaciones	25
3. Conclusiones	27

4. Referencias bibliográficas **30**

5. Anexos **34**

1. Introducción

1.1. Justificación del trabajo

“Internet es el tejido de nuestras vidas actualmente. No es futuro. Es presente. Internet es un medio para todo, que interactúa con el conjunto de la sociedad” (Castells, 2001:1). Esta cita resume a la perfección la influencia de la Red en la población a día de hoy. En un mundo globalizado, la World Wide Web se ha convertido en algo esencial para el ser humano, a pesar de poder tener consecuencias perjudiciales, como por ejemplo el fenómeno de la “brecha digital”, definida como “la desigualdad de posibilidades que existen para acceder a la información, al conocimiento y la educación mediante las nuevas tecnologías” (Cabero, 2004).

El desarrollo de las nuevas tecnologías propicia la llegada de nuevas plataformas. Es así, según Crucianelli (2013), como se logra progresivamente el paso de la Web 1.0 a la Web 3.0.

En el mundo de la Web 1.0, los periodistas y los medios solo competían con otros periodistas y medios por el contenido final e inmutable de sus publicaciones. Sin interacción alguna entre los periódicos impresos y los digitales y como en una carrera atlética, cada uno iba por su carril y cada tanto podía echar un vistazo al anillo de al lado para saber si estaba siendo superado y debía esforzarse más o mantener el ritmo para seguir liderando. Con la irrupción de la Web 2.0, los periodistas ya no solo compiten entre sí. (...) Aún más misteriosa que concreta, la Web 3.0 interpreta desde su profundidad las necesidades no solo de los periodistas sino también de las audiencias y funciona como aquel amigo invisible que en nuestra época escolar nos sorprendía con un regalo que no esperábamos, aunque pudiéramos sospechar de quién vendría. (Crucianelli, 2013:7)

La elección del tema de este Trabajo de Fin de Grado tiene, entre sus razones de ser, la línea argumental que propone Crucianelli. Partiendo de esa base, es decir, del desarrollo de las nuevas tecnologías y de la “digitalización” de la *sociedad* a través del paso de la Web 1.0 a la Web 3.0, nace la idea de elaborar y publicar una revista digital sobre balonmano.

Concretamente, esta publicación se va a centrar en un club de Valladolid, “Hand Vall”. Por tanto, la realización de dicha revista va a girar en torno a todo lo relacionado con este equipo de balonmano. Su título, a modo de guía, es breve y conciso: “*Hand Vall 2016-2017*”; acompañado además de un subtítulo que ayude a mejorar su visibilidad a través de los motores de búsqueda: “*Revista de balonmano*”.

La elección del tema es interesante atendiendo a diferentes criterios. En primer lugar, es importante destacar que el balonmano no es un deporte mayoritario en España, como sí lo pueden ser el fútbol o el baloncesto, ya que es el séptimo a nivel nacional atendiendo a las cifras de licencias federativas (CSD, 2015). A pesar de los éxitos conseguidos a nivel de clubes y de selecciones en los últimos años, la práctica de este deporte no aumenta, debido también a la visibilidad que tiene en los medios de comunicación tradicionales, que se puede calificar como muy reducida (González Ramallal, 2004:275). Por tanto, las nuevas tecnologías facilitan mediante sus plataformas digitales la apertura de canales de comunicación para estos deportes minoritarios.

Otro punto a tener en cuenta es la novedad. A nivel nacional, muy pocos clubes de balonmano publican sus propias revistas o *dosieres* informativos. Sí es cierto que algunas federaciones apuestan en la actualidad por realizar boletines digitales, como la Real Federación Española de Balonmano (Real Federación Española de Balonmano [RFEBM], 2017) o la Federación Madrileña de Balonmano (Federación Madrileña de Balonmano [FMB], 2017). Hand Vall se puede convertir de este modo en uno de los pioneros en utilizar este canal de comunicación para abrirse a nuevos aficionados e incluso a nuevos patrocinadores a los que vender su imagen y poder captar nuevas formas de financiación. Posteriormente, en el marco teórico-académico, se analizará esta situación.

Por último, es necesario hablar de la posibilidad de introducir en la revista conceptos propios del ciberperiodismo, como serían los enlaces a noticias de la página web del club o los vídeos subidos a un canal de YouTube. Todo ello, en el intento de crear una imagen que ayude a Hand Vall a hacerse un nombre en el balonmano local y regional y, sobre todo, a crecer deportivamente y, en segunda instancia, económicamente.

Para finalizar esta justificación del tema elegido, no hay que olvidarse del público que va a consumir esta revista digital. Principalmente, la publicación va a ir dirigida a dos sectores

sociales muy diferentes: el primero de ellos son los padres y los familiares de los niños y niñas que juegan en el club; el segundo, las instituciones, empresas... en definitiva, los posibles patrocinadores futuros de Hand Vall.

1.2. Marco teórico-académico

1.2.1. El ciberperiodismo

Los últimos años del siglo XX marcan un antes y un después en el devenir del periodismo, ya que los medios de comunicación deciden adentrarse en la World Wide Web en un camino sin retorno (Díaz-Noci, 2010). A raíz de esta revolución, la forma de editar, presentar y leer la información cambia por completo, adecuándose al ciberespacio. Es lo que varios autores (Salaverría, García-Avilés y Masip, 2010) denominan la *convergencia periodística*, un concepto esquivo y que se encuentra a debate dentro del periodismo, aunque simplificando se refiere a los procesos de concentración de redacciones que tienen el objetivo de adaptarse a los retos del ámbito digital.

En relación con la convergencia periodística aparece el término de *ciberperiodismo*. Este concepto, protagonista a lo largo de este epígrafe, se estudia a lo largo de sus primeros años de existencia, con líneas de investigación y definiciones muy dispares, que incluso llegan a resultar en términos diferentes, como bien explican Iglesias y Fernández (2011):

En paralelo e íntimamente ligados a la evolución del término *ciberperiodismo* han ido los de *periódico electrónico*, *diario digital*, etc. hasta llegar a los de *cibermedios*, *ciberdiario* y *ciberperiódico*. Así, los medios en la Red han recibido muchas denominaciones diferentes a lo largo de su corta historia: *periódico electrónico* (Armañazas, Díaz-Noci y Meso, 1996), *informativo electrónico multimedia interactivo* (Díaz-Noci, 1997), *servicio informativo online* (Pérez Luque y Perea, 1997), *prensa online* (Cabrera, 2000), *diario digital* (Canga *et al.*, 2000), *periódico* (De Pablos, 2001), *medios interactivos* (Alonso y Martínez, 2003), *lugar web de noticias*, *diario online*, *lugar de noticias online*, y el que proviene de *ciberperiodismo*, y ya aceptado mayoritariamente, *cibermedio* y *ciberperiódico* (Díaz-Noci y Salaverría, 2003). (Iglesias y Fernández, 2011:440)

En relación a esta heterogeneidad de términos también se refiere Salaverría (2005), que señala el concepto de *ciberperiodismo* como el más adecuado de todos “por razones de precisión, concisión y respeto a la lengua española”, aunque también tienen validez otros como “*periodismo online, periodismo electrónico, periodismo en red, periodismo multimedia* o, sobre todo, *periodismo digital*” (p. 13).

El propio Salaverría define el ciberperiodismo como “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos” (p.21). Lo coloca como una nueva modalidad del periodismo porque modifica los tres procesos básicos de la profesión, extraídos de la misma definición: la investigación, la producción y la difusión de contenidos. Anteriormente, tanto Salaverría como Díaz-Noci (2003:17), en su *Manual de Redacción Periodística*, introducen esta definición que con el paso del tiempo está aceptada mayoritariamente por los investigadores en este ámbito de la comunicación.

Díaz-Noci (2008:56) aporta otra definición del ciberperiodismo, pero en esta ocasión como “aquella variedad de la actividad profesional de conseguir y ofrecer información de actualidad mediante medios informáticos para ofrecerla en el ciberespacio”. Por tanto, se puede observar que, para explicar un concepto, se aporta otro con el mismo prefijo, el de *ciberespacio*.

Son varios los autores que a lo largo de los últimos años han investigado al detalle el ciberperiodismo y algunas de sus características (Díaz-Noci y Salaverría, 2003; Meso, 2003; Rojo, 2005; Díaz-Noci, 2008; Navarro, 2009; Guallar, Rovira y Ruiz, 2010; Masip *et al.*, 2010; Fondevila y Segura, 2012; Armentia *et al.*, 2016), convirtiendo a esta disciplina en un ámbito de estudio al alza en el siglo XXI.

Meso (2006), en su *Introducción al ciberperiodismo. Breve acercamiento al estudio del periodismo en Internet*, explica como tres características propias de este nuevo periodismo han acabado con el concepto de medio de comunicación de masas, ya que “el receptor tiene plena potestad para tomar decisiones, y configurar, dentro de unos límites amplios, su propio mensaje, así como para dialogar, de una forma u otra, con el emisor” (p. 43). Se refiere de este modo a la *hipertextualidad*, a la *multimedialidad* y a la *interactividad*.

- Hipertextualidad: “es una manera de presentar la información en la cual texto, sonido, imágenes y acciones están enlazadas entre sí de forma que se pueda pasar de una a otra en el orden que se desee” (p. 33).
- Multimedialidad: “designa un conjunto de informaciones representadas en múltiples materias expresivas -texto, sonido e imagen estática o en movimiento- y codificados digitalmente” (p. 38).
- Interactividad: “es la capacidad del receptor para controlar un mensaje no lineal hasta el grado establecido por el emisor, dentro de los límites del medio de comunicación «asincrónico»” (p. 42).

Salaverría (2005) también incorpora estos tres términos como características esenciales del lenguaje ciberperiodístico. La hipertextualidad la define como “la capacidad de interconectar diversos textos digitales entre sí” (p. 30). De esta capacidad resulta el *hipertexto*, es decir, “un documento polimorfo que se construye enlazando distintas piezas textuales y/o audiovisuales, interconectadas entre sí gracias a la tecnología digital” (p. 28).

La multimedialidad, destaca el propio Salaverría, es “la capacidad, otorgada por el soporte digital, de combinar en un solo mensaje al menos dos de los tres siguientes elementos: texto, imagen y sonido” (p. 32). Por último, define la interactividad como “la posibilidad de que el usuario interactúe con la información que le presenta al cibermedio” (p. 34).

Salaverría y Sancho (2007) dan un paso más en la investigación de las características del ciberperiodismo. Además de mencionar la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad, incluyen dos términos nuevos, a modo de adjetivo: *metainformativo* y *multiplataforma*. El primero de ellos hace referencia a la mejora de la visibilidad documental no solo a través de los elementos gráficos, sino gracias a buscadores y bases de datos. El segundo, por su parte, advierte de la necesidad de diseñar de forma homogénea dependiendo el soporte de recepción del usuario -aplicaciones, formatos o aparatos diferentes-.

En definitiva, se concluye que el ciberperiodismo marca un punto de inflexión en la forma de investigar, producir y difundir información (Salaverría, 2005). Esta información necesita ser hipertextual, multimedia e interactiva para ser considerada como contenido ciberperiodístico y para que provoque una ruptura con los *Mass Media* (Meso, 2006).

1.2.2. Las revistas digitales y el diseño periodístico en Internet

Una de las consecuencias de la aparición del ciberperiodismo como modalidad del periodismo en general (Salaverría, 2005) es el paso del papel a la web (Salaverría y Sancho, 2007). Esta evolución afecta a todos los medios de comunicación y a sus productos, por tanto las revistas también tienen que dar el paso y adentrarse en las plataformas digitales, en la Red.

Son muchos los casos de revistas que, además de publicar su edición impresa, vuelcan su contenido a Internet para venderlo a sus usuarios mediante suscripciones. Por ejemplo, es especial el caso de *Orbyt*, el “quiosco digital” de Unidad Editorial creado en marzo de 2010. Dentro de este se encuentran revistas como *Telva*, *Marca Motor* o *Papel*, todas ellas con el mismo diseño y contenido que el impreso. Su eslogan lo hace patente: “*Toda la prensa de calidad adaptada a las nuevas tecnologías*”. Por tanto, el modelo de negocio es similar a pesar de evolucionar en cuanto al formato y a la variedad de plataformas.

Martín y Merlo (2003), en *Las revistas electrónicas: características, fuentes de información y medios de acceso*, afirman que en su momento los editores dudaron entre publicar *online* el producto ya existente o utilizar Internet como medio para crear proyectos desde cero. A raíz de este planteamiento, ambos autores reflexionan acerca de las diferencias entre las publicaciones en papel y las electrónicas:

Las revistas electrónicas son también revistas en su sentido tradicional, entendiendo por estas últimas las publicaciones de aparición periódica, con secciones previamente establecidas. Pero las revistas electrónicas, por su condición de documentos digitales, no deben ser identificadas plenamente con las publicaciones periódicas ordinarias, que emplean el papel como soporte. Aunque los contenidos de ambos tipos de revistas son los mismos, los formatos empleados y los medios de difusión son diferentes. (...) Para que una revista electrónica sea considerada como tal debe cumplir un requisito fundamental: que todo su contenido esté en un formato electrónico, ya sea para su consulta gratuita o por medio de servicios comerciales. (Martín y Merlo, 2003:156)

Sale a la luz, en relación con el ciberperiodismo, el concepto de *revista electrónica* o *revista digital*, cuyas características principales son (Martín y Merlo, 2003): facilidad de acceso, ventajas en el almacenamiento, actualización inmediata, ampliación de la difusión, abaratamiento de los costes, diversidad de formatos, posibilidades en la consulta de contenidos, independencia de los documentos, multiplicidad de recursos informativos, servicios de difusión, simplificación de los procesos técnicos, y fomento de la cooperación.

Fernández Sánchez y Fernández Morales (2000:5) también analizan las características de las revistas electrónicas, pero en este caso en cuanto a las mejores de estas respecto a las ediciones impresas. Afirman que las publicaciones digitales “exhiben otra estructura que es fácil de detectar” y que, dentro de esta evolución, se encuentran virtudes como la disminución del plazo de espera de publicación, la universalidad de la información, la reducción de costes, la multimedialidad o la interactividad.

En relación con este concepto de revista electrónica, Melero y Abad (2011) distinguen un tipo de publicación que se encuentra al alza desde la aparición de Internet: la gratuita. Esto es, de forma sencilla, la disponibilidad en cualquier momento y en cualquier lugar del producto para el que desee consumirlo, sin ningún tipo de suscripción ni previo pago. A partir de esta particularidad, ambas autoras señalan otra diferencia entre *revistas free access* y *revistas open access*.

En primer lugar hay que distinguir entre lo que significa *free access* y *open access*. El primer término viene a ser un sinónimo de gratis, es decir, el objeto digital se encuentra disponible en la web y se puede descargar sin pagar por ello, pero generalmente los derechos de copyright son exclusivos de la empresa que los publica. (...) En el caso de recursos de acceso abierto no se produce esta situación de transferencia del copyright o, al menos, si se produce no es de forma exclusiva, dándose además una situación de cesión de uso, bien por parte del autor o de la editorial, en el caso de que éste haya sido transferido, que determina las condiciones de uso del trabajo. (...) Desde el punto de vista de un usuario, lector, la diferencia entre *free* y *open* puede parecer sutil, si bien es determinante en cuanto que determina el uso que puede hacerse del material al que se tiene acceso. (Melero y Abad, 2011:14)

Otro aspecto que se debe tener en cuenta a la hora de hablar de ciberperiodismo y de revistas digitales es el del diseño periodístico. Suárez (2008), en *Fundamentos del diseño periodístico. Claves para interpretar el lenguaje visual del diario*, analiza de forma detallada dos aspectos esenciales en este ámbito: los elementos formales constitutivos de la página impresa y la composición.

Entre los elementos formales se pueden distinguir elementos morfológicos -punto, línea, contorno, color, textura y plano-; dinámicos -tensión y ritmo-; o escalares -tamaño, escala, formato y proporción-. También se encuentra aquí la distinción entre microformas, formas y macroformas -método para fragmentar la página, por ejemplo, en palabras, unidades redaccionales y noticias-. Por último, se puede hablar de estructuras tipográficas -morfología de la letra, grosor, inclinación, alineación, cuerpo e interlineado-; gráficas -fotografías, dibujos y gráficos-; e infográficas -combinación de las dos anteriores-.

Por otro lado, Suárez (2008) habla acerca de la composición en el diseño periodístico. Para él “es preciso conocer cómo éstos -los elementos visuales- se estructuran y combinan a partir de la intencionalidad expresiva del emisor” (p. 112). Dentro de dicha composición es necesario conocer la *retícula*, es decir, la estructura invisible que organiza modularmente la página (Zorrilla, 1997; citado en Suárez, 2008); y, sobre todo, los principios compositivos básicos: equilibrio, proporción, simplicidad, unidad, contraste, focalización y jerarquía.

Larrondo y Serrano (2007) estudian el diseño periodístico en Internet que, a pesar de tener a primera vista una evolución y unas características diferentes al tradicional, sigue siendo similar. Los contenidos informativos deben ser en todo momento más importantes que cualquier elemento visual y atractivo para el usuario. En el caso de la Red, los diferentes tipos de contenidos pueden condicionar, por ejemplo, un mayor carácter hipertextual o multimedia de dicha información.

Por último, Albornoz (2006:55) hace una mención al formato más utilizado para estas revistas digitales: el Portable Document File, denominado popularmente como PDF. Esta plataforma “permite visionar en la pantalla del ordenador personal una versión electrónica que respeta el diseño y la maquetación del periódico papel”.

1.2.3. Publicaciones sobre balonmano

Como se ha explicado en el epígrafe anterior de *Justificación del trabajo*, este Trabajo de Fin de Grado nace de la novedad dentro del balonmano de utilizar una revista digital como forma de comunicación para difundir este deporte y, en el caso concreto de Hand Vall, para buscar una mayor masa social y nuevos patrocinadores con los que financiarse y mejorar su imagen de marca.

Sin embargo, esta novedad no es completa. Algunos clubes y federaciones de balonmano, a nivel nacional o regional, apuestan desde hace más o menos tiempo por producir publicaciones de este tipo para hacer llegar a sus aficionados o a su público potencial la información que sea conveniente desde su posición: resultados de las competiciones, composición de los equipos, noticias sobre la actualidad del balonmano y otras piezas relacionadas con los protagonistas de este deporte.

Como se puede comprobar a continuación, son pocas las entidades que en los últimos años han dado el salto y han apostado por un plan de comunicación más potente en el que incluir una revista digital como un nuevo canal de difusión de balonmano. En este análisis solo se incluyen las publicaciones periódicas en, al menos, un año de diferencia. Por tanto, quedan fuera los *dosieres* informativos sobre eventos, torneos o partidos en concreto, ya que en este caso no hay periodicidad.

- *Pase de Gol* del Club Balonmano Puerto Sagunto: el club valenciano es el pionero a nivel nacional en realizar revistas informativas para el público y el que más años lleva produciendo publicaciones de este tipo. Su andadura comienza en la temporada 1999/2000, y hasta su última edición en el curso 2015/2016 consigue publicar 236 números. Su diseño es sencillo y ha ido evolucionando a lo largo de los años, pasando por ejemplo de las ocho páginas iniciales a las doce con las que cierra su periplo hace un año.
- *Balonmanía* de la Real Federación Española de Balonmano (RFEBM): revista publicada en papel y dirigida a la promoción del balonmano en instituciones y entidades, además de su difusión al público a través de suscripción -30 euros anuales- y en eventos organizados por el ente federativo. Arranca en 2008 con

publicaciones de carácter trimestral, pero en 2013 con la entrada de un nuevo presidente en la RFEBM se amplía a nueve números al año.

El número de páginas ha variado en el tiempo entre las 44 y las 52 páginas, y sus contenidos se basan en la información sobre las selecciones nacionales y los eventos organizados por la institución, todo ello con un predominio de la imagen sobre el texto.

- *Guía de la Liga Loterías* de la Real Federación Española de Balonmano: revista digital sobre la liga femenina de balonmano, publicada desde hace cinco temporadas -arranca en la 2012/2013- a través de la plataforma de visualización de contenidos *Issuu*. Su periodicidad es semanal, por tanto ya supera los 100 números -la liga tiene 26 jornadas-. Su diseño también ha cambiado cada año, con la intención de crear un producto atractivo y que sirva de herramienta de consulta para el público sobre los equipos, las jugadoras y los resultados de la competición.
- *Boletín Digital* de la Federación Madrileña de Balonmano: esta publicación nace en 2006 como una forma de hacer llegar a los clubes y al público en general los resultados, clasificaciones y noticias sobre el balonmano madrileño de una forma más directa y digitalizada. Tiene una media de 75 páginas que contienen todo lo referente a este deporte en la Comunidad de Madrid, realizado por el Departamento de Competiciones del ente federativo regional. Además de colgarse en la web, se aprovecha su difusión a través de las redes sociales.

1.2.4. Historia del club de balonmano Hand Vall

El Club Deportivo Hand Vall Valladolid es un club de balonmano de la ciudad homónima creado en 2014 por dos jugadores profesionales y un entrenador de categoría nacional: David Davis, Yeray Lamariano y Rubén Carrasco. Para conocer la historia y la labor que realizan, es necesario apoyarse de su dossier de publicidad para patrocinadores e instituciones (2017). En sus doce páginas -incluidas en el anexo- se encuentran todas las actividades que propone el club vallisoletano, algunas de ellas enfocadas más allá del ámbito deportivo.

El proyecto de Hand Vall se basa en cuatro pilares fundamentales que aportan “cada uno de ellos el 25% de la formación integral del jugador que practique nuestro deporte”. Son el deporte, la educación, los valores sociales y la nutrición. Además de su actividad deportiva, en la que se incluyen los equipos que compiten en edad escolar, los equipos senior de División de Honor Plata Femenina y Liga Provincial y los campus en periodos vacacionales, el club vallisoletano apuesta desde sus inicios por desmarcarse del resto de sus “competidores”, en el buen sentido de la palabra.

Para conseguir este objetivo, Hand Vall se embarca en el proyecto *Hand Vall TEA*. Este programa consiste en trabajar con niños que sufren autismo, ayudándoles en su integración social a través del deporte, concretamente a través del balonmano, mejorando de esta manera también sus habilidades. Esta labor social se complementa con la organización de eventos para recaudar fondos, comida... para diferentes asociaciones.

A nivel estrictamente deportivo, el Club Deportivo Hand Vall Valladolid cuenta con 300 participantes. Casi todos pertenecen a las escuelas con las que colabora el club a lo largo de toda la ciudad y los pueblos colindantes. Así, Hand Vall cuenta con equipos desde categoría benjamín hasta infantil en La Cistérniga, en La Flecha y en el colegio Gonzalo de Berceo. A todos los niños y niñas hay que añadir los jugadores federados, que compiten a nivel provincial, regional e incluso nacional desde categoría cadete hasta senior. Aquí confluyen dos de los pilares del club vallisoletano, que son la formación de jugadores en edad escolar y la mejora de los equipos mayores. Cabe destacar el ascenso en mayo de 2016 del equipo femenino a la segunda división del balonmano femenino nacional.

Con todo lo contado anteriormente, la entidad vallisoletana tiene el objetivo de seguir creciendo anualmente en masa social y de continuar logrando sus objetivos a nivel deportivo y extradeportivo, centrados sobre todo en los éxitos a nivel escolar y senior y en la labor con los niños con autismo respectivamente.

1.3. Plan de trabajo

1.3.1. Objetivos

Una vez descritas las razones por las que se elige este trabajo y sus antecedentes relacionados con el tema a través del marco teórico, se llega a un estado en el que es necesario establecer unos objetivos a seguir durante la realización del trabajo y que van a cumplirse o no al final del camino. Dichos objetivos se van a centrar en las diferentes necesidades que va a cubrir la revista digital una vez se publique, además de abordar el ámbito de los conocimientos personales a nivel profesional con la creación de dicha publicación.

En definitiva, este trabajo, aunando todos estos criterios, busca lograr los siguientes objetivos:

- 1. Crear la revista digital del club de balonmano Hand Vall, publicándola en su página web a través de la plataforma *Issuu*.**
- 2. Agrupar toda la información relativa al club de balonmano Hand Vall en un documento de fácil navegación y atractivo para el lector:** en relación con el anterior objetivo, con la creación de la revista digital, el consumidor va a poder conocer cualquier dato de manera gratuita sobre el club de una forma rápida y sencilla. De esta forma, la imagen que el usuario va a tener sobre Hand Vall va a ser de un equipo serio, que cuida a su público y que trabaja bien su comunicación externa.
- 3. Identificar los requerimientos técnicos necesarios para publicar una revista digital:** además de profundizar en el manejo de dichas plataformas que van a ayudar a elaborar la publicación. Todo ello, desde una perspectiva profesional para que en el futuro este trabajo ayude a nivel personal y práctico a desarrollar con soltura estas herramientas.
- 4. Ampliar el conocimiento personal sobre la historia y la actualidad del club de balonmano Hand Vall:** el contacto directo con el día a día del equipo va a ayudar

en la realización de la revista digital y, una vez publicada, al aumento del conocimiento personal sobre todo lo relacionado con los entresijos del club.

5. **Profundizar en la relación que existe entre el deporte, el periodismo y el marketing:** objetivo más general pero no por ello menos importante. En la realización de esta revista digital se van a abordar estos tres ámbitos que están relacionados entre sí de una forma sencilla: el deporte -Hand Vall- necesita a la comunicación -periodismo- para crear una imagen que vender de cara al público y a las posibles empresas que colaboren con él -marketing-.
6. **Conseguir la implantación de la revista digital a lo largo del tiempo:** si este número cero convence tanto al club como, a nivel práctico, a instituciones o patrocinadores que colaboren con Hand Vall, cabe la posibilidad de repetir la publicación cada temporada. La actualización de contenidos y la mejora en el diseño son dos aspectos clave que entran en juego en este objetivo a medio-largo plazo.

1.3.2. Viabilidad profesional de la revista digital

Este trabajo surge inicialmente en el ámbito académico, como Trabajo de Fin de Grado, pero conserva las características ideales para poder lanzarse al mercado en un futuro a corto o medio plazo. Desde esta perspectiva profesional, esta creación de la revista digital debe ser estudiada y analizada a través de diferentes criterios para comprobar finalmente si es viable o no. Dicha viabilidad no solo se refiere al ámbito económico, sino que además engloba otros aspectos de índole técnica y humana, como se puede ver en los siguientes subapartados.

1.3.2.1. Características de la revista digital

De manera inicial y esencial para el posterior análisis de sus posibilidades a nivel profesional, se debe marcar de forma clara cuáles van a ser las características de la revista digital. En este caso, se puede hablar de varios aspectos a la hora de describir la estructura de dicha publicación, aunque los principales son los siguientes:

- **Formato:** la revista se publica en un PDF dinámico, de esta forma se respeta el diseño de la publicación como si fuese a ser impresa y, además, se introducen elementos propios del ciberperiodismo. El documento se va a colgar en la plataforma de visualización de contenidos digitales *Issuu*.
- **Tamaño:** va a ser de 148x210 mm, denominado como A5. Son unas dimensiones suficientes como para volcar todo el contenido en la revista respetando el diseño y sin excederse en el número de páginas.
- **Número de páginas:** concretamente, como se ha hablado en el punto anterior, van a ser 46 las páginas que conformarán la revista.
- **Índice:** la revista comienza con un saludo del presidente de Hand Vall, Óscar Perales. Después se puede leer un artículo de opinión sobre la temporada que está a punto de comenzar para el club vallisoletano. A partir de ahí, comienza la sucesión de equipos desde el sénior femenino y masculino, hasta los benjamines. En los dos equipos más mayores, hay también una entrevista a uno de los jugadores de la plantilla. Por último, en los equipos de categoría sénior hasta cadete el entrenador de cada conjunto analiza de forma breve el curso que va a empezar.
- **Contenidos:** como se acaba de describir en el punto anterior, la revista tiene contenidos de diferente tipo. En la publicación prima la imagen sobre el texto, aportando un diseño atractivo para el lector. En cuanto al texto, se juega con varios géneros periodísticos, como el artículo de opinión, la interpretación o la entrevista, para completar la revista con información de expertos en la materia o de personas del propio club.

1.3.2.2. Medios técnicos necesarios

La publicación ya tiene una estructura definida, es decir, un diseño y unos contenidos necesarios para completar y publicar este trabajo de una forma satisfactoria. Pero una revista digital no se realiza sola, es necesario disponer de un material técnico que permita llevar a cabo dichas tareas de creación, producción y posterior publicación. En una primera división elemental se pueden dividir estos medios entre una cámara réflex -fotografía-, grabadora de sonido -realización de entrevistas- y ordenador -creación de contenidos, volcado de información, realización de la revista digital y publicación de la misma-.

Sin embargo, esta enumeración es muy básica, y no muestra al completo todos los medios técnicos que se van a utilizar en la realización de la revista digital. Hay dos programas que van a resultar imprescindibles a la hora de sacar adelante este trabajo; y otro más, de carácter digital, para poder sacar a la luz esta publicación:

- **Adobe Photoshop:** es una de las aplicaciones que desarrolla la empresa *Adobe Systems Incorporated*, concretamente se utiliza para la edición de fotografías y gráficos. Creada en 1988, ha sufrido varias actualizaciones hasta llegar a la actualidad.
- **Adobe InDesign:** otra aplicación de dicha entidad, aunque esta se utiliza para componer de forma digital páginas, es decir, para maquetar digitalmente todo tipo de publicaciones. Al igual que su “hermano” Adobe Photoshop, ha experimentado varias actualizaciones desde su creación en 1999.
- **Issuu:** es una plataforma que permite la visualización en Internet de todo tipo de publicaciones digitales, ya sean libros, revistas, periódicos... Comienza a funcionar en diciembre de 2007 y su objetivo principal es volcar de la forma más similar posible el contenido impreso a la Red.

1.3.2.3. Capacidad técnica del alumno

Por último, es necesario mencionar un criterio esencial a la hora de hablar sobre la viabilidad profesional de esta revista digital: la capacidad técnica del alumno para su realización. En este caso, y permitiendo un inciso para hablar en primera persona, he tenido la oportunidad de trabajar tanto con *Adobe Photoshop* como con *Adobe InDesign* en varias asignaturas de este grado en Periodismo -por ejemplo, *Fotoperiodismo* o *Diseño Periodístico*-, por lo que a nivel técnico tengo los conocimientos suficientes para poder llevar a cabo esta publicación.

A lo largo de estos meses de trabajo he podido profundizar en el uso de estas dos herramientas, esenciales a la hora de elaborar la revista digital, y conocer muchos de sus entresijos a la hora de diseñar, retocar y maquetar toda la información que he tenido a mi alcance. Además, es importante recalcar la colaboración con el club de balonmano Hand Vall, que desde el primer momento ha estado pendiente del envío de información para que la publicación saliese adelante.

1.3.2.4. Previsión de ingresos y gastos

Una vez descritas las características de la revista digital y enumerados los medios técnicos que se van a utilizar para su realización, la previsión de gastos e ingresos puede ser ideal para tener una primera idea generalizada sobre la viabilidad a nivel profesional de este trabajo. En el ámbito económico, se puede hacer una primera división entre el número cero -que es el que se va a realizar para este Trabajo de Fin de Grado-; y un posible número uno, que saldría a la luz para la temporada 2017-2018.

Cuadro 1. Previsión de ingresos y gastos de la revista digital

	NÚMERO 0 (TFG)	NÚMERO 1 (TEMPORADA 17/18)
INGRESOS	0 euros	Publicidad – 10 colaboradores x 200 euros = 2000 euros
GASTOS	0 euros	Cuota de autónomo – 50 euros x 12 meses = 600 euros Licencias <i>Adobe Photoshop</i> y <i>Adobe InDesign</i> – 48,38 euros x 12 meses = 580,56 euros
SALDO	0 euros	819,44 euros

Fuente: elaboración propia

Como se puede observar en el cuadro, en este número cero de la revista digital no se obtienen ingresos de ningún tipo, puesto que los contactos con los posibles colaboradores o patrocinadores -publicidad- se realizan una vez creada esta edición 0 para tener una prueba que enseñar y con la que convencer de cara al posible número uno. Tampoco hay gastos en este inicio de proyecto: la licencia en la plataforma de publicación digital *Issuu* es gratuita, y su enlace a la página web del club también; además, *Adobe Photoshop* y *Adobe InDesign* tienen versiones de prueba gratuitas con las que se ha podido llevar a cabo esta revista.

Caso diferente es el del número uno de la revista digital. Teniendo en cuenta el visto bueno del club de balonmano Hand Vall una vez realizado el número cero, la publicación tendría que adentrarse en la búsqueda de financiación para sufragar los gastos de su realización. El cuadro también muestra dichos datos. La publicidad sería la fuente de ingresos de la revista, tomando como referencia la posibilidad de lograr diez colaboradores que apoyasen con 200 euros cada uno -es la cantidad aproximada de patrocinadores que tiene actualmente Hand Vall-. Por su parte, los gastos procederían del pago de la cuota de autónomo, de 50 euros mensuales, para trabajar como periodista *freelance* y realizar este tipo de trabajos para diversos clientes, no solo para el club de balonmano Hand Vall; y de

la compra de las licencias del material técnico necesario, es decir, de *Adobe Photoshop* y *Adobe InDesign*.

1.3.2.5. Análisis DAFO

Después de estudiar la viabilidad económica del trabajo previo a su publicación, es el momento de analizar si la revista digital puede o no tener éxito en el mercado. A pesar de que esto solo se puede observar de manera directa cuando la publicación salga a la luz, se puede y se debe realizar una aproximación de estos resultados comerciales a través de un análisis DAFO.

El análisis DAFO -Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades- ayuda a conocer todo el entorno que rodea a una organización, tanto en su ambiente interno como externo. Las fuerzas y debilidades internas son factores que la organización puede controlar y las cuales desempeña de manera variable. En cambio, las amenazas y oportunidades son factores externos que están en gran medida fuera del control de la organización (David, 2003; citado en Villagómez *et al.*, 2014).

Cuadro 2. Análisis DAFO sobre la revista digital

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • No existe un número de patrocinadores suficientes por el momento. • El público al que va dirigido no es muy amplio. • Los recursos, en un principio, son suficientes pero limitados. 	<ul style="list-style-type: none"> • La incipiente competencia que existe a nivel de medios digitales en balonmano, ya sean <i>blogs</i>, programas de radio o redes sociales. • El proyecto de revista puede no gustar dentro del club de balonmano Hand Vall.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad a nivel técnico y económico para afrontar la elaboración y publicación de la revista digital. • Contacto directo con el club de balonmano Hand Vall: cesión de contenidos, búsqueda de posibles patrocinadores y contactos. • Retroalimentación entre el director de la revista, el equipo, sus patrocinadores y la masa social del club. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ser la primera revista digital sobre un club de balonmano, como mínimo, a nivel regional. • Posibilidad de interactuar con el lector a través de la propia revista, con la web de Hand Vall o con sus redes sociales. • Al ser una revista que va a agrupar a todos los equipos del club, tanto senior como de base, los padres pueden interesarse en ella por el hecho de ver a sus hijos en las páginas. • El público consume cada vez más el producto digital.

Fuente: elaboración propia

Echando un vistazo al cuadro se pueden observar las diferentes variables que se miden en el análisis DAFO, que en este caso ayuda a conocer el entorno en el que la revista digital va a elaborarse y, posteriormente, publicarse.

- **Debilidades:** se refieren tanto a la financiación como al público al que va a ir dirigido posteriormente. A nivel interno, la revista digital empieza con recursos limitados para poder sacarla a la luz, teniendo en cuenta además que el balonmano es un deporte minoritario en España y que el nivel de lecturas puede ser reducido en un principio, aún más hablando de una publicación sobre un solo club.
- **Amenazas:** referidas sobre todo a la competencia que puede haber en otros clubes o instituciones relacionadas con el balonmano a nivel de comunicación. La

originalidad debe aparecer para desmarcarse del resto de publicaciones del mismo tipo. Además, tras salir a la luz, hay que tener en cuenta también el visto bueno por parte del club de balonmano Hand Vall, sobre todo para posteriores publicaciones.

- **Fortalezas:** entran en juego aquí las capacidades personales a nivel técnico y económico para poder afrontar la elaboración y publicación de la revista digital; y, sobre todo, el contacto directo con el club de balonmano Hand Vall, que permite conseguir contenidos de forma directa e incluso contactar con su círculo cercano - padres, patrocinadores...-.
- **Oportunidades:** la revista digital abarca un nicho de mercado casi inédito, al menos a nivel regional -la comunicación de un club de balonmano a través de esta plataforma-. Además, el trabajo se puede ampliar mediante herramientas características del ciberperiodismo, sobre todo la hipertextualidad y la interactividad. Todo ello, dirigido a un público que consume este tipo de publicaciones por el mero hecho de ver a sus hijos en las páginas de una revista: los padres y sus familias.

1.3.3. Pasos a seguir en la realización del trabajo

Parece algo obvio, pero una revista digital no se elabora y se publica de la noche a la mañana. Hace falta para su correcta construcción y su posterior publicación un planteamiento que incluya todas las fases por las que ha de pasar el editor de la revista para llegar hasta el punto en el que esta salga a la luz. Para ello, se realiza un cronograma de actividades, a modo de guía provisional, que incluya todas las tareas a realizar a lo largo del tiempo para conseguir un trabajo eficaz a la hora de elaborar dicha publicación.

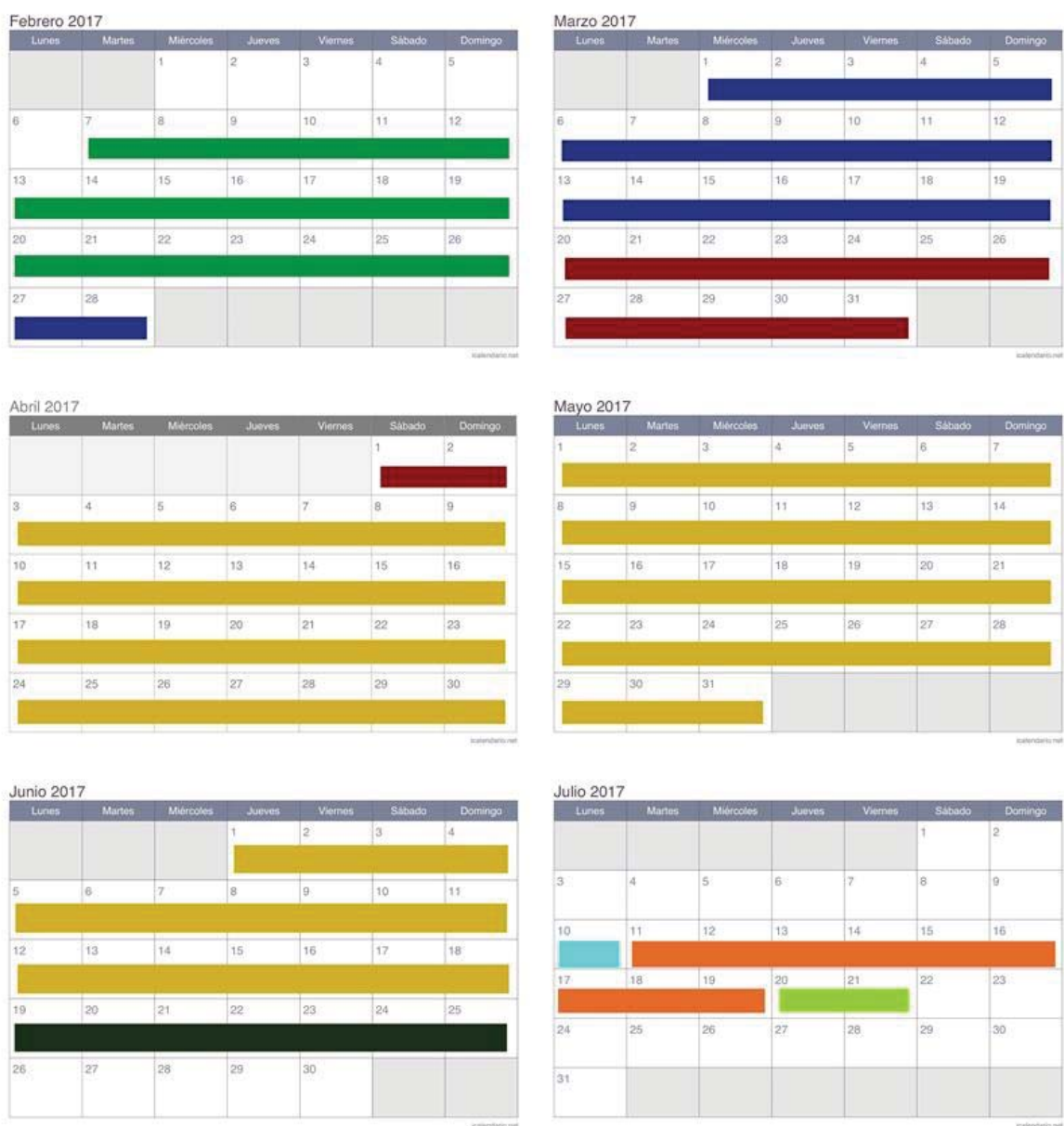
- **Revisión bibliográfica** (en verde, del 7 al 26 de febrero): esta etapa comprende la lectura de trabajos anteriores, la observación de publicaciones del mismo estilo, o el análisis previo a la realización del trabajo. En definitiva, todo aquello que pueda ayudar posteriormente a la hora de elaborar la revista digital.

- **Consulta de fuentes primarias y expertas** (en azul oscuro, del 27 de febrero al 19 de marzo): momento para encontrar todo aquello que esté relacionado con la elaboración de la revista digital, tanto a nivel teórico como práctico. Es clave también reunirse con fuentes primarias que aporten información necesaria para el trabajo, en este caso, sobre todo, el club de balonmano Hand Vall.

Entre estas fuentes destacan la de su presidente, Óscar Perales, y el entrenador del equipo sénior femenino, Rubén Carrasco, que aportaron información sobre el club de cara a la realización de la revista digital para aumentar el conocimiento acerca del funcionamiento de la entidad. Además, para crear contenidos para la publicación, destacan las entrevistas a diferentes entrenadores del club como Álvaro Linares, Daniel Lorasque o David Verdugo; y a dos jugadores, Isabel Colías y David González.

- **Preproducción** (en granate, del 20 de marzo al 2 de abril): es el momento para elaborar un boceto inicial de la revista y para preparar todo el material técnico necesario de cara a la siguiente actividad, es decir, la instalación de los programas de maquetación y edición, la revisión de la cámara y la grabadora, o la planificación final de las entrevistas a realizar.
- **Realización de la revista digital** (en amarillo, del 3 de abril al 18 de junio): fase definitiva del trabajo. Dos meses y medio en los que se elabora toda la parte práctica o profesional. Dentro de esta actividad comprenden tareas como la maquetación, la realización de entrevistas y fotografías, la redacción de textos o la edición de fotografías. Todo ello, con el objetivo de completar todo el contenido de la publicación.
- **Revisión de la publicación** (en verde oscuro, del 19 al 25 de junio): semana previa a la entrega final del trabajo, en la que se revisa y se corrige todo aquello que pueda estar plasmado de forma errónea en la elaboración de la revista digital -también en la memoria teórica-. Además, se publica el trabajo a través de la plataforma *Issuu*.
- **Entrega del TFG** (en azul claro, 10 de julio).
- **Preparación de la defensa del TFG** (en naranja, del 11 al 19 de julio).
- **Defensa del TFG** (en verde claro, 20 y 21 de julio).

Cuadro 3. Cronograma de actividades (febrero – julio 2017)



Fuente: elaboración propia

2. Contexto y aportaciones

La revista digital creada como número cero para el club de balonmano Hand Vall ha tenido un proceso de elaboración marcado por la creación del cronograma de actividades visto en el epígrafe anterior y, como se va a describir ahora, por una serie de elementos que han

aportado un cuerpo y una forma a la publicación que da lugar a este Trabajo de Fin de Grado. En dicho proceso han intervenido tanto aspectos de diseño y maquetación como en el ámbito de la creación de contenidos.

Como se ha descrito en apartados anteriores, *Adobe InDesign* y *Adobe Photoshop* han sido los dos programas elegidos para dar forma a la revista digital. El primero de ellos ha servido para diseñar la publicación y para maquetar sus páginas, llenando de contenido cada una de ellas con información sobre Hand Vall. Se ha creado un nuevo documento en el programa con el formato de páginas opuestas para así obtener como resultado una revista plegada.

En cuanto al diseño, se ha optado por la prioridad de la imagen sobre el texto, con imágenes de archivo del club y fotografías de jugadores y jugadoras de los diferentes equipos. El fondo de cada una de las páginas tiene el mismo motivo: una franja curva con los colores morado y verde, que son los representativos de Hand Vall, para dar así una sensación de dinamismo a la publicación desde el primer vistazo. Para incluir los enlaces, que aportan hipertextualidad a la revista, se han usado hipervínculos que llevan directamente a la web, a alguna de las noticias sobre el club o a sus redes sociales. Por último se ha utilizado un tamaño de letra de 10 puntos para el cuerpo, *Calibri*; y uno de 13 puntos para los títulos, *Keep Calm*.

Sobre el uso de *Adobe Photoshop* en el proceso de elaboración de la revista digital, este ha quedado reducido a la edición de imágenes de archivo de Hand Vall para crear fotomontajes a página completa, como por ejemplo en la portada.

Una vez finalizada la edición de la publicación, se ha exportado el archivo de dos formas diferentes, aunque ambos en formato PDF: por un lado un PDF interactivo para la visualización *on line* a través de *Issuu*, con el objetivo de mostrar las características del ciberperiodismo en ella, como la hipertextualidad con los enlaces, además de reducir el peso de la revista; por otro, se ha creado en calidad de impresión con las marcas de recorte, sangrado y registro de color para obtener un producto en papel de cara a la defensa de este Trabajo de Fin de Grado.

3. Conclusiones

Una vez realizado el trabajo, es el momento de analizar los resultados obtenidos en relación con los antecedentes descritos en la primera parte de esta memoria explicativa y con los objetivos expuestos en el epígrafe correspondiente. La revista digital para el club de balonmano Hand Vall ha supuesto un trabajo de documentación, diseño y volcado de contenido importante en unos niveles de información muy concretos, en este caso una entidad deportiva. De este modo, se ha elaborado un producto que cumple con los requisitos que se describen en el marco teórico-académico: 1. posee las características del ciberperiodismo, 2. sigue los patrones del diseño periodístico en Internet, y 3. se convierte en una nueva plataforma de comunicación con pocos ejemplos en el ámbito del balonmano.

En cuanto a los objetivos planteados antes de la realización de la revista digital, se va a mostrar a continuación una serie de motivos por los cuales dichas afirmaciones se han cumplido o no a la finalización del trabajo:

1. **Crear la revista digital del club de balonmano Hand Vall, publicándola en su página web a través de la plataforma Issuu:** el objetivo inicial y principal de este Trabajo de Fin de Grado toma forma a través del cronograma de actividades expuesto anteriormente y que ayuda a planificar el trabajo, valga la redundancia, hasta llegar a su publicación final.
2. **Agrupar toda la información relativa al club de balonmano Hand Vall en un documento de fácil navegación y atractivo para el lector:** la revista digital recoge en sus 46 páginas todo el contenido referente a la entidad deportiva vallisoletana, con un diseño que combina imagen y texto de forma que su lectura resulte sencilla y amena para su consumidor.
3. **Identificar los requerimientos técnicos necesarios para publicar una revista digital:** dicho objetivo se cumple de manera eficaz a través del trabajo constante con dos programas que, hasta el inicio de este Trabajo de Fin de Grado, solo había utilizado en un par de asignaturas del grado en Periodismo: *Adobe InDesign* y

Adobe Photoshop. Además de perfeccionar la maquetación y la edición de imágenes, es importante hablar también del proceso de creación y publicación de contenido, en el que se han utilizado herramientas importantes como la cámara réflex o la plataforma de visualización *Issuu*.

4. **Ampliar el conocimiento personal sobre la historia y la actualidad del club de balonmano Hand Vall:** estos meses de trabajo han significado un constante contacto con dirigentes, entrenadores y jugadores del club. Gracias a ellos, he logrado conocer de forma directa todo lo referente a Hand Vall, tanto de su actualidad como de su pasado más reciente -es una entidad con tres años de historia-.
5. **Profundizar en la relación que existe entre el deporte, el periodismo y el *marketing*:** este objetivo, más general que los anteriores, se puede valorar como parcialmente conseguido. La razón es la siguiente: a través de la previsión de ingresos y gastos y del análisis DAFO se ha realizado un breve análisis de mercado en el que podría salir la revista digital en un futuro a corto plazo.

Sin embargo, como se puede observar en dichos epígrafes, la tarea de encontrar patrocinadores -enfocado al *marketing*- no se ha realizado en este número cero, por tanto el objetivo queda incompleto y solamente cumplido en cuanto a la relación entre deporte y periodismo, ya que en este caso sí se ha trabajado en realizar una publicación que sirviese de plataforma de comunicación para difundir el balonmano. Su completa consecución se proyecta de cara a la elaboración y comercialización del número 1 en la temporada 2017-2018.

6. **Conseguir la implantación de la revista digital a lo largo del tiempo:** al tratarse del único objetivo futuro de los planteados antes de la realización de la revista digital, no ha sido posible alcanzarlo a día de hoy. A pesar de ello, en la memoria explicativa, a través de la previsión de ingresos y gastos y del análisis DAFO, se han dejado sentadas las bases para que la publicación pueda tener éxito o, al menos, sea rentable una vez salga al mercado próximamente.

En definitiva, este Trabajo de Fin de Grado, plasmado en esta revista digital, ha resultado ser un éxito a nivel personal y profesional. A lo largo de estos meses de dedicación a la publicación, me he dado cuenta de la importancia capital que tiene analizar pormenorizadamente todos los requisitos necesarios para la salida al mercado de un producto. También he aprendido a manejar dos herramientas muy válidas en la actualidad para el periodista y su carrera profesional. Por último, debo agradecer a todos los miembros del club de balonmano Hand Vall la atención y el contacto que ha tenido hacia mí a lo largo de este tiempo para conseguir un producto atractivo. La labor de ambas partes ha dado este resultado satisfactorio.

4. Referencias bibliográficas

Albornoz, L. A. (2006). *Periodismo digital: los grandes diarios en la red*. Buenos Aires: La Crujía.

Armentia, J. I. *et al.* (2000). La información en la prensa digital: redacción, diseño y hábitos de lectura. *Zer - Revista de Estudios de Comunicación*, 5 (8). Recuperado de <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/17422>

Cabero, J. (2004). Reflexiones sobre la brecha digital y la educación. En Soto, F. J. & Rodríguez, J. (Coords.), *Tecnología, educación y diversidad: retos y realidades de la inclusión social* (pp. 23-42). Murcia: Consejería de Educación y Cultura de la Región de Murcia. Recuperado de <http://sid.usal.es/idocs/F8/FDO22178/reflexiones.pdf>

Castells, M. (2001). Internet y la sociedad red. En Universitat Oberta de Catalunya / UOC, *Conferencia de presentación del Programa de Doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento* (pp. 1-19). Barcelona: UOC. Recuperado de http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34314728/INTERNET_Y_LA_SOCIEDAD_RED.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1495641845&Signature=6RfV6c3nY2ClefsRb0N6Yuj%2FCWg%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DINTERNET_Y_LA_SOCIEDAD_RED.pdf

Club Balonmano Puerto Sagunto (2016). *Revista Pase de Gol*. Puerto Sagunto: Club Balonmano Puerto Sagunto. Recuperado de <http://www.cbmpuertosagunto.com/multimedia-2/pase-de-gol/>

Club Deportivo Hand Vall Valladolid (2017). *Dossier informativo para la temporada 2016-2017*. Valladolid.

Consejo Superior de Deportes / CSD (2015). *Licencias y clubes federados en 2015*. Madrid: CSD. Recuperado de <http://www.csd.gob.es/csd/estaticos/asoc-fed/LicenciasyClubes2015.pdf>

Crucianelli, S. (2013). *Herramientas digitales para periodistas*. Austin: Knight Center for Journalism in the Americas. Recuperado de <https://ceppas.org.gt/media/uploads/documents/hdpp.pdf>

Díaz-Noci, J. y Salaverría, R. (Coords.). (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Editorial Ariel.

Díaz-Noci, J. (2008). Definición teórica de las características del ciberperiodismo: elementos de la comunicación digital. *Doxa Comunicación*, (6), pp. 53-91. Recuperado de <http://www.doxacomunicacion.es/pdf/articulodaznoci.pdf>

Díaz-Noci J. (2010). Medios de comunicación en Internet: algunas tendencias. *El Profesional de la Información*, 19 (6), pp. 561-567. Recuperado de <https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/issue/viewFile/835/41#page=5>

Federación Madrileña de Balonmano (2017). *Boletín digital 26, Temporada 2016-2017*. Madrid: FMB. Recuperado de <http://www.fmbalonmano.com/upload/descargas/BOLETIN%2026-1617%2007-05-17.pdf>

Fernández Sánchez, E. y Fernández Morales, I. (2000). Consideraciones sobre la edición electrónica de revistas en Internet. *El Profesional de la Información*, 9 (3), pp. 4-12. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/13229/>

Fondevila, J. F. y Segura, H. (2012). El peso de la hipertextualidad en el periodismo digital: estudio comparativo. *Revista Cuadernos.Info*, (30), pp. 31-40. Recuperado de <http://cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/420>

González Ramallal, M. (2004). El reflejo del deporte en los medios de comunicación en España. *Revista española de sociología*, (4), pp. 271-280. Recuperado de <http://www.kimerius.es/app/download/5788944434/El+reflejo+del+deporte+en+los+medios+de+comunicaci%C3%B3n+en+Espa%C3%B1a.pdf>

Guallar, J., Rovira, C. & Ruiz, S. (2010). Multimedialidad en la prensa digital. Elementos multimedia y sistemas de recuperación en los principales diarios digitales españoles. *El Profesional de la Información*, 19 (6), pp. 620-629. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/15088/>

Iglesias, M. & Fernández, M. D. (2011). Ciberperiodismo: definiciones, desarrollo y tipología. En Larrondo A. & Meso, K. (Eds.), *III Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0. La transformación del espacio mediático* (pp. 437-452).

Leioa: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco UPV/EHU. Recuperado de <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/46485>

Larrondo, A. y Serrano, A. (Eds.). (2007). *Diseño periodístico en Internet*. Leioa: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco UPV/EHU.

Martín, J. C. & Merlo, J. A. (2003). Las revistas electrónicas: características, fuentes de información y medios de acceso. *Anales de Documentación*, (6), pp. 155-186. Recuperado de <http://revistas.um.es/analesdoc/article/view/1971>

Masip, P. *et al.* (2010). Investigación internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia. *El Profesional de la Información*, 19 (6), pp. 568-576. Recuperado de <http://dadun.unav.edu/handle/10171/13561>

Melero, R. & Abad, M. F. (2011). Revistas Open Access: características, modelos económicos y tendencias. *Revista Lámpakos*, (5), pp. 12-23. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3661939.pdf>

Meso, K. (2003). La formación del periodista digital. *Revista Latinoamericana de Comunicación "Chasqui"*, (84), pp. 4-11. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/160/16008401.pdf>

Meso, K. (2006). *Introducción al ciberperiodismo. Breve acercamiento al estudio del periodismo en Internet*. Leioa: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco UPV/EHU.

Navarro, L. (2009). Tres lustros del periodismo digital: interactividad e hipertextualidad. *Revista Comunicar*, 17 (33), pp. 35-43. Recuperado de <https://www.revistacomunicar.com/indice-en/articulo.php?numero=33-2009-05>

Real Federación Española de Balonmano (2017). *Guía de la Liga Loterías 2016-2017, Jornada 20*. Madrid: RFEBM. Recuperado de https://issuu.com/rfebm/docs/gu_a_dhf_2016-2017_-_jornada_20

Real Federación Española de Balonmano (2017). *Revista Balonmanía*. Madrid: RFEBM.

Rojo, P. A. (2005). Prensa y convergencia tecnológica: claves para la definición de un nuevo modelo de negocio periodístico en la Era Digital. *Zer - Revista de Estudios de Comunicación*, 11 (20), pp. 411-424. Recuperado de <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/3782>

Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística en Internet*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra S.A.

Salaverría, R. & Sancho, F. (2007). Del papel a la Web. Evolución y claves del diseño periodístico en Internet. En Larrondo A. & Serrano A. (Eds.), *Diseño periodístico en Internet* (pp. 207-239). Leioa: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco UPV/EHU. Recuperado de <http://www.kimerius.es/app/download/5796020802/Del%20papel%20a%20la%20Web.%20Evoluci%C3%83%C2%B3n%20y%20claves%20del%20dise%C3%83%C2%B1o%20period%C3%83%C2%ADstico%20en%20internet.pdf>

Salaverría, R., García-Avilés, J. A. & Masip, P. (2010). Concepto de convergencia periodística. En López, X. & Pereira, X (Coords.), *Convergencia digital. Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España* (pp. 41-64). Recuperado de http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/32573893/cap3_concepto_de_convergencia_periodistas_pp41-64.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1495647196&Signature=bvJMxEvvjIUU%2FN3miSvx%2BcwisOo%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DSalaverria_R._Garcia_Aviles_J._A._y_Masi.pdf

Suárez, F. (2008). *Fundamentos del diseño periodístico: claves para interpretar el lenguaje visual del diario*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra S.A.

Villagómez, J. A. *et al.* (2014). El análisis FODA como herramienta para la definición de líneas de investigación. *Revista Mexicana de Agronegocios*, (35), pp. 1121-1131. Recuperado de <http://ageconsearch.umn.edu/record/204485>

5. Anexos

Anexo 1. Dossier informativo de Hand Vall para la temporada 2016-2017



CLUB BALONMANO HAND VALL **VALLADOLID**

handvall2014@gmail.com

Rubén Carrasco 654-38-42-88
Carmen Rodríguez 607-86-25-43



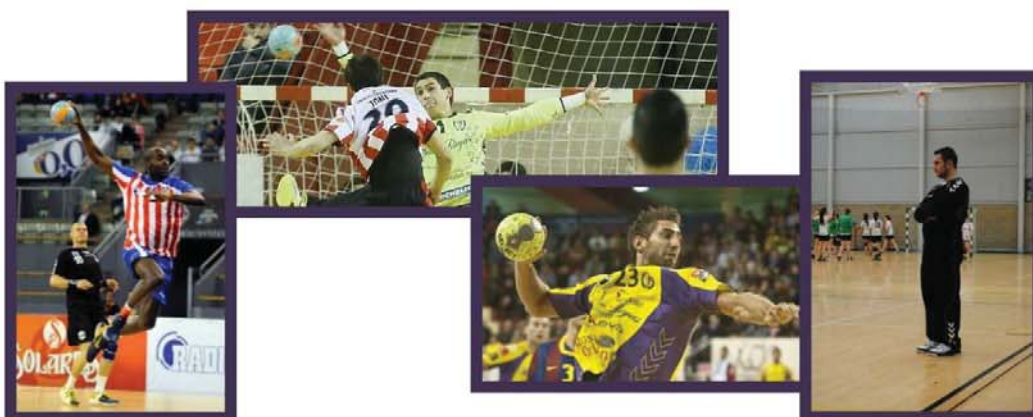
PRESENTACIÓN

Desde la directiva del Club Balonmano Hand Vall nos ponemos en contacto con usted de cara a presentarle nuestro proyecto de fomento del balonmano e inclusión social. Si es de su agrado nos gustaría caminar junto a usted en esta andadura.

El Club Deportivo Hand Vall Valladolid nace de la unión de jugadores profesionales y entrenadores nacionales del mundo del balonmano. Oscar Perales, David Davis, Yeray Lamariano y Rubén Carrasco, residentes en Valladolid, tienen en común las mismas ideas acerca de la actividad física lúdica. Se basan en el deporte, la educación, los valores sociales y la nutrición como los cuatro pilares fundamentales de su proyecto deportivo, considerando a cada uno de ellos el 25% de la formación integral del jugador que practique nuestro deporte.

Como bien indicamos, no llevaremos a cabo una sola actividad como se realiza típicamente en los clubs de cualquier deporte, que se centran en su modalidad, nosotros pretendemos basar nuestro proyecto en cuatro puntos que sean fuertes para sostener la estructura económica del club y supongan un beneficio para empresas que colaboren con dicho proyecto. Para ello realizaremos la propia actividad deportiva de nuestra modalidad a través de nuestros equipos deportivos de balonmano en diferentes puntos de la ciudad y provincia que competirán anualmente, lo que supone mover a una alta masa social que anualmente ira creciendo, llevaremos a cabo diferentes campus en los distintos periodos vacacionales, lo que supone un goteo continuo de contacto con dicha masa social, pondremos en marcha actividades benéficas tanto anuales como puntuales, actividades que fortalecen los valores que defendemos en nuestro proyecto y con los que queremos sensibilizar a nuestra masa social y finalmente abordaremos el campo de la formación a través de diferentes charlas de gente influyente en el mundo del balonmano lo que dará una continua y actualizada formación a nuestra mas social.

Nuestro mayor interés reside en el fomento de nuestro deporte, a través del deporte escolar, el deporte masculino y femenino y el deporte como medio de inclusión. Queremos atraer a una masa social comprometida con nuestro proyecto. Por este motivo creemos que es esencial dar una calidad superior a nuestro trabajo y es de este modo que la estructura directiva de nuestro club este representada por jugadores profesionales y entrenadores nacionales cuya involucración es plena y proyectan una imagen familiar de nuestro deporte.





CUATRO PILARES EN LOS QUE SE BASA NUESTRO PROYECTO

Hay que destacar que nuestro proyecto no parte de cero ya que tenemos varios núcleos adquiridos, lo que hace que nuestra imagen se proyecte en los diferentes ámbitos anteriormente mencionados desde nuestro nacimiento.

- **Equipos que compiten en edad escolar.** En estos momentos nuestros núcleos deportivos se encuentran situados en el Centro Escolar Gonzalo de Berceo situado en el Barrio de la Rondilla, en el Centro Escolar de Jesuitinas perteneciente al Barrio de las Delicias y en los municipios de La Cistérniga y de la Flecha en el cual se encuentran varios Centros Educativos. Estos núcleos se ven además potenciados por la colaboración de otros Centros Educativos adyacentes a los mismos. Estos equipos en edad escolar lo forman jugadoras que tienen entre 7 y 13 años. Disputan sus encuentros en la provincia de Valladolid. Además, contamos con varios equipos que se encuentran en la etapa Cadete y Juvenil. Estos equipos femeninos y masculinos lo forman jugadores/as con una edad comprendida entre 14 y 18 años. Estos jugadores/as son el resultado de nuestro trabajo de cantera en los equipos que compiten en edad escolar y disputan la liga regional de Castilla y León, dependiendo de su puesto en la clasificación, posteriormente, pueden jugar a nivel nacional.

- **Equipo Sénior Femenino y Masculino.** El equipo sénior femenino milita esta temporada, tras conseguir ser campeona de liga, en la Categoría División de Honor Plata Femenina, una categoría por debajo de la profesional. Este equipo lo forman jugadoras con una edad comprendida entre los 18 y los 30 años, y al igual que los equipos Cadetes y Juveniles, se nutre de jugadoras que han sido formadas por nuestros técnicos desde edad escolar. El equipo sénior masculino milita en la categoría provincial, ya que queremos empezar desde la primera categoría e ir escalando poco a poco con jugadores de la cantera que ganen deportivamente el ascenso a las diferentes categorías dentro de la pista.

Destacar que estos dos primeros pilares se sufragan los gastos a través de la cuota anual que pagan los jugadores/as y de otras formas de adquisición de recursos económicos como patronos, sorteos, etc. Por lo tanto, destacar que ningún jugador de nuestro proyecto percibe ninguna remuneración económica. Nuestro único interés es fomentar este deporte entre los chicos y chicas de nuestra provincia para crecer como Club y ofertarles la posibilidad de la práctica deportiva, tan importante para el desarrollo físico en edades tempranas. Además, destacar que tampoco hay ningún ánimo de lucro por parte de las personas que organizamos este proyecto. Con esto por delante, solicitamos su colaboración para que este proyecto salga a delante de manera satisfactoria tanto para usted como para nosotros.





- **Campus y eventos en períodos vacacionales.** Este pilar cobra bastante importancia en nuestro proyecto, puesto que es una forma de fomentarle realizando campus y eventos de alta calidad en épocas en las que hay una mayor disponibilidad de la sociedad para poder disfrutar de ellos. Nuestra primera toma de contacto la realizamos la temporada anterior realizando un Campus Diurno en el municipio de Laguna de Duero, donde hubo una gran acogida tanto por los niños y niñas como por parte de los medios de comunicación. El contar, en nuestra estructura directiva, con jugadores profesionales y entrenadores nacionales hace que la organización de estos eventos sea más atractiva puesto que acuden a ella gente importante dentro del balonmano nacional, sin ir más lejos en este primer Campus Diurno asistieron varios jugadores del F.C. Barcelona y jugadoras del Bera Bera, así como jugadores del Cuatro Rayas Valladolid. Tenemos proyectado para este curso varios eventos como la Carrera Popular de las 12 Uvas en el Barrio de la Rondilla, un Torneo de Balonmano Playa o dos Campamentos, entre otros.

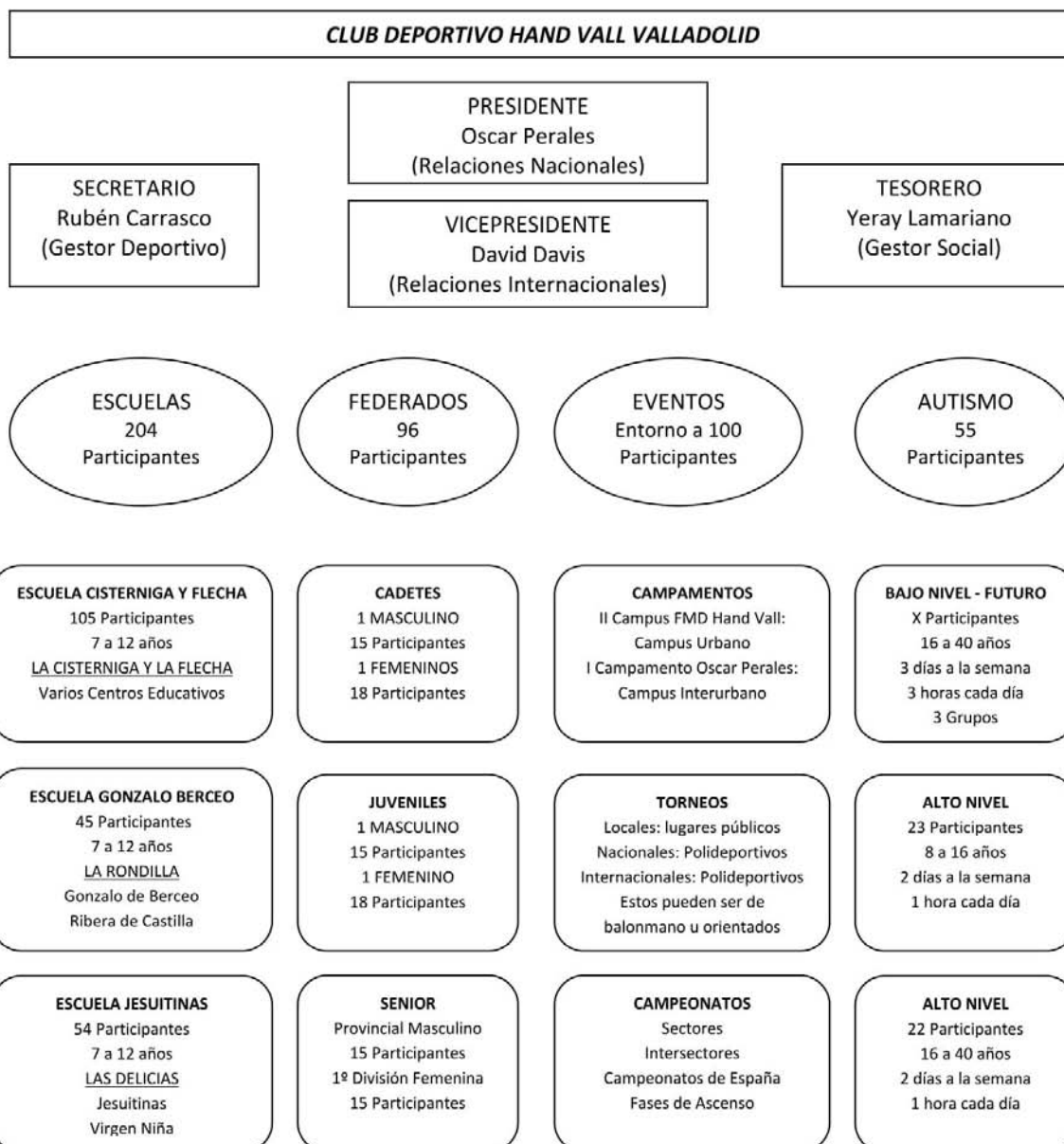
- **Actividades Benéficas.** Para nuestra estructura este pilar cobra bastante importancia puesto que es el toque de calidad de lo que carecen el resto de clubs. De algún modo sí existen colaboraciones o donaciones que realizan algunos clubs deportivos pero nosotros nos adentramos un poco más. A parte de organizar eventos para recaudar dinero, comida, etc. para distintas asociaciones, hemos querido involucrarnos aún más y dentro de nuestro proyecto hemos dado cabida a la integración social de niños con autismo, donde buscamos la mejora de sus habilidades así como la inclusión en la sociedad a través de nuestro deporte. A mayores, y como opción de futuro, estamos en contacto con el Club Asprona para realizar diferentes actividades.

Finalmente comentarle que, los cuatro pilares en los que sustentamos nuestro proyecto están unidos entre sí con la intención de consolidar nuestra forma de trabajo y nuestra seña de identidad, la cual será transmitida aparte de por los pilares en los que sustentamos nuestro proyecto, por la participación en diferentes eventos.





ESTRUCTURA DEL CLUB



TOTAL DE JUGADORES DE NUESTRO CLUB

354

(más los que participen en los eventos, familias de los participantes y los socios colaboradores)



BENEFICIOS QUE USTED OBTENDRA

- Gran repercusión Social a través de diferentes formas de publicidad:

Como ha podido comprobar a través de los párrafos anteriores, nuestro punto fuerte es la difusión de nuestra actividad, puesto que abarcamos varios ámbitos sociales a través de los cuales su empresa se verá beneficiada. Estos beneficios de los que le hablamos vienen dados a través de varias vías:

- * Dando nombre a nuestros diferentes equipos, por este medio se vincula su imagen a la nuestra y con ello a nuestro deporte. Allá donde nos desplazemos a jugar se nombrará a su empresa junto al nombre de nuestro Club. Asociar el nombre de una empresa a nuestro Club deportivo y a toda la acción social que llevamos a cabo hace que la repercusión sea mayor ya que los futuros clientes recordarán con mayor facilidad a su empresa.
- * Su empresa, por medio de la vestimenta de nuestros diferentes equipos, podrá tener repercusión social en diferentes ámbitos puesto que disputamos distintas ligas a nivel local, territorial y nacional. Esta difusión, probablemente se extendería a nivel internacional puesto que nuestros equipos participan en diferentes torneos.
- * Por medio de carteles publicitarios que aparecerán en diferentes locales de la ciudad con el día y la hora de los encuentros.
- * Por medio de publicidad estática en el polideportivo Gonzalo de Berceo donde realizamos nuestros entrenamientos, donde los fines de semana disputan los partidos los juegos escolares y los equipos de nuestro club y donde durante la semana lo visitan varios usuarios ajenos a nuestra actividad.
- * Por medio de carteles publicitarios dinámicos que se colocarán en los partidos que jueguen nuestros equipos durante los fines de semana en los diferentes pabellones.
- * Apareciendo el logo de su empresa en el carnet de simpatizante que estará disponible para todos aquellos que quieran conocer más de cerca y apoyar nuestro proyecto. Además, con la aparición en el carnet de simpatizante damos la oportunidad de poder interactuar con clientes potenciales mediante diferentes modalidades.
- * A través de diferentes medios de comunicación: prensa, radio, TV, etc. Se realizará, por parte de los medios periodísticos, un seguimiento de nuestros equipos a través del deporte base semanalmente, cada dos semanas cuando el equipo sénior femenino juegue en casa y de manera más eventual en radio y televisión una rueda de prensa para dar a conocer los proyectos y eventos.
- * Por medio de nuestra página web donde podrán publicitarse. Nos comprometemos a tener un posicionamiento privilegiado en Google para que nuestra página sea la más visitada en el ámbito del balonmano. Además, nuestra página web servirá de trampolín para visitar la de su empresa y observar posibles ofertas eventuales que realice, nuevos productos, etc.



*A través de las redes sociales, medio muy importante en la sociedad actual como fuente de comunicación y proyección. Contamos con cuenta de Twitter y de Facebook, mediante las cuales aportaremos:

- Información diaria de los avances de nuestros diferentes equipos:
entrenamientos, previas a los partidos, resultados,..

- Información de nuestros patrocinadores y colaboradores:
presentaremos uno a uno a los colaboradores y patrocinadores que han querido formar parte de nuestra pequeña pero gran familia, informamos de las diferentes promociones en sus establecimientos,...

- Nuevos clientes:

* Todos los que formamos esta sección y la gente cercana a nuestro Club, familiares, simpatizantes, otros patrocinadores, etc. se convertirían en posibles clientes de sus productos, puesto que la gente que nos rodea muestra bastante interés por conocer quién nos apoya el proyecto en el que se encuentran inmersos ya que nos consideramos una pequeña pero gran familia.

- Desgravarse en la Declaración de la Renta del 40% a través de la Ley de Mecenazgo o del proyecto "España Compite" del Consejo Superior de Deportes.

* Patrocinio a través de la Fundación CEOE en su proyecto "España Compite" donde la empresa puede desgravarse del 40% a través de la donación de su patrocinio a nuestro Club.

QUE SE LE SOLICITA

Aportación material o económica para sufragar los gastos derivados del proyecto: adquisición de material deportivo, un lugar de entrenamiento, medio de transporte para disputar los encuentros, derechos de arbitraje y licencia federativa de los jugadores/as. Esta aportación económica vendrá dada por adquirir diferentes formas de publicitarse.

El valor de lo anteriormente mencionado posee un precio establecido que puede variar en función de sus necesidades, ya que consideramos beneficioso para ambas partes el llegar a un acuerdo mutuo donde usted salga beneficiado todo lo posible para que su empresa sea publicitada en el mayor número de sitios que podemos ofertarle. Destacar que en nuestro proyecto prima la familiaridad y el contacto personal con todos los estamentos o miembros que forman esta pequeña pero gran familia, por lo tanto todo lo que esté en nuestras manos para que su empresa crezca lo haremos posible.

CONTACTO

Si usted está interesado en nuestro proyecto y quiere crecer con nosotros puede ponerse en contacto a través de:

- **Dirección de correo electrónico:** handvall2014@gmail.com
- **Teléfono de contacto:** Rubén Carrasco 654384288



TABLA DE PATROCINIO (Precios orientativos)

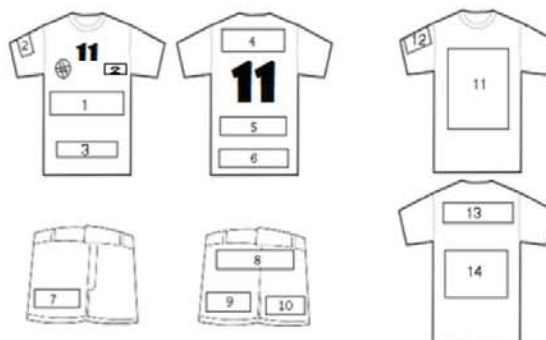
PATROCINIO EQUIPO DE PLATA FEMENINA:

PATROCINIO	PRECIO
CARTEL ESTABLECIMIENTOS	50 €
PUBLICIDAD ESTATICA	750 €
PUBLICIDAD DINAMINCA	250 €
EQUIPACIONES DE JUEGO	
1	6.000 €
2	500 €
3	2.000 €
4	750 €
5	1.000 €
6	1.000 €
7	750 €
8	750 €
9	500 €
10	500 €
TEXTIL CALENTAMIENTO Y ENTRENAMIENTO	
11	1.000 €
12	500 €
13	750 €
14	1.000 €



Equipación de juego

Camiseta de Calentamiento



*Los gastos de montaje y serigrafía corren a cuenta del patrocinador.

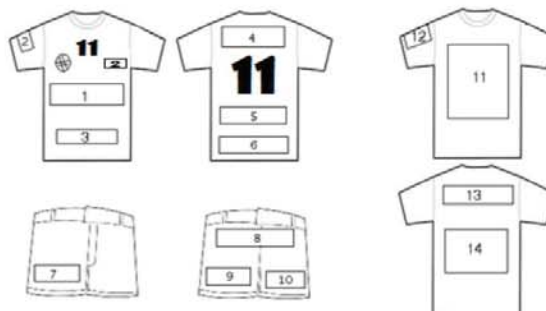
PATROCINIO EQUIPOS DE BASE:

PATROCINIO	PRECIO
CARTEL ESTABLECIMIENTOS	50 €
PUBLICIDAD ESTATICA	750 €
PUBLICIDAD DINAMINCA	250 €
EQUIPACIONES DE JUEGO	
1	1.000 €
2	300 €
3	750 €
4	500 €
5	750 €
6	750 €
7	300 €
8	500 €
9	250 €
10	250 €
TEXTIL CALENTAMIENTO Y ENTRENAMIENTO	
11	750 €
12	300 €
13	500 €
14	750 €



Equipación de juego

Camiseta de Calentamiento



*Los gastos de montaje y serigrafía corren a cuenta del patrocinador.