



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras
Grado en Periodismo

Segovia por sus Pueblos. Revista digital
sobre los municipios de Segovia

María de Frutos Jimeno

Tutora: María Monjas Eleta

Departamento de Historia Moderna, Contemporánea y de
América y Periodismo

Curso: 2021-2022

Título: *Segovia por sus Pueblos*. Revista especializada en Periodismo Rural

Autor: María de Frutos Jimeno

Resumen: Actualmente la provincia de Segovia está formada por 234 municipios y 18 entidades locales menores. El municipio con más habitantes es la capital provincial. El resto de los municipios no alcanzan la cifra de 10.000 ciudadanos empadronados. Es destacable que la amplia mayoría cuenta con poblaciones por debajo de los 500 habitantes.

A la vista la escasa cobertura especializada que tiene el medio rural, resulta de vital importancia poder proporcionar a los habitantes de los pueblos un medio mediante el cual informarse de los acontecimientos que pasan en los municipios aledaños.

La revista *Segovia por sus Pueblos* contará con varias secciones para dar cobertura informativa a los habitantes de las zonas rurales. En definitiva, pretende ser un medio alternativo ofreciendo a los lectores reportajes fotográficos, entrevistas, curiosidades e incluso rutas, con los que dar a conocer la belleza y la realidad de estos municipios.

Palabras clave: Segovia, pueblos, rural, revista, Periodismo Rural

Enlace a la revista:

<https://segoviaporsuspueblos.nexosocial.org/>

Title: *Segovia through its villages*. Magazine specialized in Rural Journalism

Author: María de Frutos Jimeno

Abstract: The province of Segovia is currently made up of 234 municipalities and 18 smaller local entities. The municipality with the most inhabitants is the provincial capital. The rest of the municipalities do not have more than 10,000 registered citizens. It is noteworthy that the vast majority have populations of less than 500 inhabitants.

In view of the scarce specialized coverage of the rural environment, it is of vital importance to provide the inhabitants of the towns with a means by which they can be informed of the events taking place in the surrounding municipalities.

The magazine *Segovia por sus Pueblos* will have several sections to provide information coverage to the inhabitants of rural areas. In short, it aims to be an alternative media offering readers photographic reports, interviews, curiosities and even routes, with which to publicize the beauty and reality of these municipalities.

Key words: Segovia, villages, rural, magazine, Rural Journalism

Link to the magazine:

<https://segoviaporsuspueblos.nexosocial.org/>

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	6
1.1. JUSTIFICACIÓN	6
1.2. OBJETIVOS.....	7
2. FUNDAMENTOS TEÓRICO-ACADÉMICOS.....	7
2.1. PERIODISMO DIGITAL	7
2.2. PERIODISMO DIGITAL EN CASTILLA Y LEÓN	9
2.3. PERIODISMO LOCAL O DE PROXIMIDAD	11
3. PLAN DE TRABAJO	12
3.1. ANÁLISIS DAFO.....	12
3.2. ELECCIÓN DEL NOMBRE DE LA REVISTA.....	14
3.3. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LA PUBLICACIÓN	15
3.4. CONTENIDOS	16
3.5. HERRAMIENTAS UTILIZADAS.....	21
3.6. PREVISIÓN DE INGRESOS Y GASTOS.....	23
3.7. CALENDARIO DE EJECUCIÓN U ORGANIGRAMA.....	24
4. CONCLUSIONES.....	25
5. BIBLIOGRAFÍA.....	27

1. INTRODUCCIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN

Este Trabajo de Fin de Grado se inscribe dentro de la modalidad profesional que se contempla en la normativa del Grado en Periodismo que consiste en la elaboración de un proyecto profesional en cualquier área de la comunicación: proyectos periodísticos para prensa, radio, televisión, Internet, planes de comunicación, etc. En este caso, se ha optado por la elaboración de una revista digital con el nombre de *Segovia por sus Pueblos* que se centra en el medio rural, concretamente en los municipios de la zona de Segovia.

Segovia por sus Pueblos quiere dar cobertura a una necesidad informativa ya que los periódicos y medios de comunicación tradicionales como *El Adelantado*, *El Día de Segovia*, *TeleSegovia* o *El Norte de Castilla* no informan sobre ciertas comarcas o lo hacen de una manera puntal ya que solo concentran este tipo de noticias en una única sección provincial cuando ocurren sucesos de notable interés.

Existen también webs especializadas en el turismo de la provincia. Es el caso de conocesegoviarural.com. o segoviaturismo.es esta última página web oficial de Turismo de la Diputación de Segovia. El objetivo de estas consiste en fomentar el turismo rural en la provincia. Se trata de guías especializadas que muestran los pueblos más bonitos, ayudan a conocer la gastronomía de Segovia y, además, recomiendan los sitios más mágicos para hospedarse en la provincia. El proyecto de este TFG es diferente de estas webs porque no se dirige al visitante o turista exclusivamente, sino que tiene contenidos dirigidos a los habitantes de las zonas rurales.

La modalidad profesional permite también poner en práctica conocimientos adquiridos en asignaturas como Redacción Periodística, Diseño de Páginas Web o Periodismo Participativo entre otras, en las que el alumno aprende a desarrollar destrezas relacionadas con la redacción y las páginas web con el fin de poder desarrollar en un futuro todas ellas en el trabajo que se exijan. La revista *Segovia por sus Pueblos* contará con varias secciones para dar cobertura informativa a los habitantes de las zonas rurales. En definitiva, pretende ser un medio alternativo.

La última razón por la que se inició este trabajo está relacionada con el hecho de que la autora tiene especial interés por visibilizar el medio rural que se encuentra a su juicio completamente abandonado, cuenta con la propia experiencia que le otorga el residir todo el año en un pueblo y lo que ello conlleva.

1.2. OBJETIVOS

Este Trabajo de Fin de Grado parte de varios objetivos:

Elaborar una revista digital que permita visibilizar las actividades que se llevan a cabo en los municipios de Segovia. El formato utilizado está pensado para que los interesados puedan acceder a él a través de sus dispositivos móviles, ordenadores u otros dispositivos electrónicos. Proporcionar a los habitantes de los pueblos de la zona de Segovia un medio mediante el cual informarse de los acontecimientos que pasan en los municipios aledaños.

Permitir que los vecinos de los pueblos tengan la oportunidad de leer y compartir historias y rutas que son características de sus pueblos pero que el resto de las personas desconocen y que sirvan así para dar a conocer sus municipios.

Conseguir colaboración ciudadana para aportar testimonios reales y puntos de vista o historias que puedan servir para otras personas que estén pasando por situaciones similares o tengan curiosidad por conocer sitios nuevos.

Hacer fotografías y vídeos, para contextualizar y realizar entrevistas a personas aportan testimonios sobre temas que afectan a todos los habitantes del mundo rural.

Redactar contenidos propios a partir de fuentes especializadas.

2. FUNDAMENTOS TEÓRICO-ACADÉMICOS

2.1. PERIODISMO DIGITAL

Hasta no hace mucho, la labor del periodismo se veía limitada a los tres grandes medios de comunicación masiva: los periódicos en papel, la radio y la televisión, sin embargo, con la llegada de internet todo ha experimentado un gran cambio.

Ramón Salaverría advierte de que se ha creado una nueva forma de hacer periodismo, El Periodismo Digital, también conocido como ciberperiodismo, periodismo web, periodismo en línea, webperiodismo, periodismo electrónico o periodismo multimedia. En él, el periodista es el encargado de crear nuevas herramientas que hagan a los lectores partícipes de la realidad que les rodea.

La expresión ‘periodismo digital’ es muy amplia: designa todo aquel periodismo que se

práctica con tecnologías digitales. Ampara todas las formas de periodismo que recurren a recursos digitales; comprende, por tanto, no sólo los medios de internet y las redes móviles sino también, por ejemplo, la televisión y la radio digital. (Salaverría, 2019, p.3)

¿Es así realmente? Autores como José Luís Martínez Albertos mantienen que estamos ante una cuarta etapa del periodismo moderno: la del periodismo global. (Sánchez, 2007, p. 1)

Los últimos años se han caracterizado por sucesivos cambios de notable importancia marcados por la creación de nuevos modelos de producción y consumo de la información, y por las formas innovadoras de relación e interacción con el público. Adecuando el lenguaje y la forma del mensaje a los tiempos que corren.

Gracias a la creación de las redes sociales y al desarrollo de las nuevas tecnologías se ha permitido crear nuevos formatos tanto periodísticos como no periodísticos mediante los cuales mantenerse informados en todo momento de manera instantánea.

Dentro de este periodismo digital se encuentra el que ha sido bautizado como “periodismo ciudadano” considerado como el nuevo fenómeno que abre numerosas oportunidades de avance, sustentado por un soporte técnico digital y universal. El periodismo es hoy por tanto una obligación propia de toda la vida social pública, añadiendo las propias noticias o incorporando los nuevos datos. El modo en que llevemos a cabo ese periodismo afecta a toda la vida pública, mejorándola o debilitándola, uniéndola o enfrentándola. (García-Alonso Montoya, 2006, p. 4)

Para Salaverría el término ‘ciberperiodismo’ es más específico que el de ‘periodismo digital’; se refiere exclusivamente al practicado por los medios en el ciberespacio, es decir, en la Red. Ahí reside la diferencia de matiz entre ambos conceptos. (Salaverría, 2019, p. 4).

De acuerdo con el estudio “ El mapa de los cibermedios en España”, con la irrupción de los medios digitales en el mercado periodístico, los usuarios disminuyeron su interés por los soportes tradicionales (radio, periódicos y televisión) para consumir cada vez más información en internet accediendo de forma más rápida a través de sus dispositivos móviles, ordenadores y tablets. (Salaverría, R.; Martínez-Costa, M.P.; Breiner, J.G.; Negro Bruna, S.; Negreira Rey, M.C.; Jimeno, M.A. 2019, p. 18).

de Frutos Jimeno, M. (2022) *Segovia por sus Pueblos: Revista digital sobre los municipios de Segovia*. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022

Los sitios web permiten ejercer el periodismo digital con mayor libertad y seguridad. Nacen como una alternativa a la censura impuesta por los gobiernos de muchos países, proporcionando la libertad de prensa.

En consecuencia, los anunciantes se han visto obligados a seguir al público al público y desviaron la inversión publicitaria desde los formatos tradicionales a la publicidad digital. (Salaverría, R.; Martínez-Costa, M.P.; Breiner, J.G.; Negredo Bruna, S.; Negreira Rey, M.C.; Jimeno, M.A. 2019, p. 18).

Estamos inmersos de lleno en una nueva era dirigida por las nuevas tecnologías en la que el internet ha tomado el mando, haciéndose hueco en todos los hogares españoles y de todo el mundo.

La más beneficiadas sin duda ante todo esto han sido las plataformas digitales, que podían ofrecer a los anunciantes un nuevo producto con nuevas características; en definitiva, una publicidad personalizada y muy focalizada, prometiendo no desaprovechar recursos en audiencias no deseadas. Desde el punto de vista económico, esta forma de publicidad digital era más eficiente y más barata. (Salaverría, R.; Martínez-Costa, M.P.; Breiner, J.G.; Negredo Bruna, S.; Negreira Rey, M.C.; Jimeno, M.A. 2019, p. 18).

Esta nueva etapa del periodismo digital está extensa de peligros, como son el incremento de la desinformación y los bulos. Para evitarlo sería necesaria una formación de los ciudadanos. Para cumplir con esta misión también se recurrirá a los fact-checkers o verificadores. Se trata de periodistas especializados en comprobar hechos con la ayuda de medios técnicos.

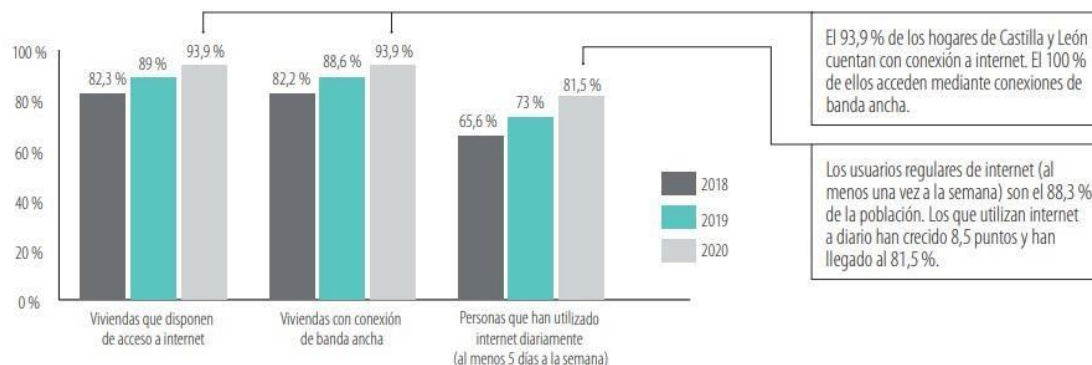
2.2. PERIODISMO DIGITAL EN CASTILLA Y LEÓN

El uso de Internet ha crecido notablemente en Castilla y León, según los datos del informe *La Sociedad Digital en España* en el periodo 2020-2021. Casi un 94% de los hogares de la comunidad tienen conexión a internet, a pesar de las dificultades de conexión en algunas zonas rurales.

Destaca el crecimiento del número de personas que han telefonado o realizado videollamadas por internet, que sube 23,4 puntos respecto a 2019.

- Personas que realizan operaciones bancarias por internet (+10,5 puntos respecto a 2019).
- Personas que se relacionan con las Administraciones a través de internet (+10,1 puntos respecto a 2019).

CASTILLA Y LEÓN CONECTADA



Fuente: Sociedad Digital en España

El aumento del uso de Internet se relaciona directamente con el auge de los diarios digitales en Castilla y León y la debilidad y el declive de la prensa impresa, como señala en su investigación Sanz Hernando.

El 77,5% de los hogares de Castilla y León cuenta ya con Internet de forma definitiva (Fundación Telefónica, 2016) es por ello que cada vez se navega de forma más regular por la web (71,5%). El número de los que se conectan a través de sus smartphones ha crecido en más de 30 puntos en los últimos tres años y ahora alcanzan el 88,9%. (Sanz Hernando, 2017, p. 6)

Pese a que los diarios digitales en la Comunidad han experimentado un gran auge, los diarios en papel en Castilla y León se han visto claramente perjudicados ante esta situación. De acuerdo con los datos aportados por Sanz Hernando en su estudio, en los años 2009 y 2016, la tirada de periódicos retrocedió y pasó de los 50 que se contabilizaban en 2009 a los 42 de 2016. La Provincia de Segovia pasó a ocupar la cuarta posición por detrás de Valladolid, León y Burgos con cinco periódicos en papel. (Sanz Hernando, 2017, p. 6)

2.3. PERIODISMO LOCAL O DE PROXIMIDAD

Elena Puertolas, directora del *Diario del Alto Aragón* reivindicó el pasado marzo en el XXIII Congreso de Periodismo de Huesca el papel del periodismo regional como vehículo para entender el entorno más cercano, declaraciones que recogió el diario *El Mundo*, afirmó, que el periodismo local genera cohesión, ayuda al territorio y fomenta la verdad para terminar definiéndolo como “un periodismo del rostro y del nombre propio”. (Del Río, 2002)

La figura del periodista sigue siendo fundamental a la hora de llevar a cabo la profesión, simplemente debe buscar formas innovadoras, acordes con la época que vivimos, con el fin de llamar la atención de sus lectores. El periodista local sigue ocupando un lugar de influencia social en su provincia similar al de los grandes comunicadores de los medios de alcance nacional en el conjunto del país. (Fernández Fernández, 2000, p. 11).

Alicia Martínez Juan, en su artículo sobre los retos del periodista local en la Red, define las características del periodismo local en los medios convencionales (Martínez Juan, 2003):

- La localización del medio en un lugar físico y delimitado tanto geográfica como jurídicamente y cuyos habitantes reúnan una unicidad cultural y tradicional propias y unos intereses comunes.
- Audiencia local caracterizada por la cercanía entre el ciudadano y las instituciones de gobierno.
- Contenidos elaborados a partir de la sucesos sociales, económicos, eventos deportivos, culturales y políticos, de ese espacio limitado.
- Intereses (políticos, económicos y sociales) del medio en el espacio en que se expresa.
- Responsabilidad social del medio con el espacio en el que se encuentra que le obliga a participar o influir activamente en las relaciones.

Por último, un punto muy importante a tener en cuenta, es la publicidad local. Es de vital importancia para el municipio para que se convierta en reclamo turístico por ello, como muy bien apunta David Caldevilla en su estudio “Nuevas fórmulas de periodismo: Periodismo de proximidad 2.0”, “Por ello, no hay que dejar de lado la expansión de

información a lugares donde la localidad no es conocida, atraería al turismo y a inversores en mayor medida”. (Caldevilla, 2013, p. 4)

3. PLAN DE TRABAJO

3.1. ANÁLISIS DAFO

Antes de poner en marcha cualquier proyecto es conveniente plantear un análisis del mercado en el que se pretende introducir. Este análisis se lleva a cabo a través de una matriz DAFO. Este método permitirá saber si existe probabilidad de éxito representados a través de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

El conocido como “análisis DAFO”. Armando Pablo Díaz Olivera e Idalberto Benjamín Matamoros Hernández describen el análisis DAFO como “una herramienta de gestión que facilita el proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implementación de acciones y medidas correctivas, así como para el desarrollo de proyectos de mejora”. (Olivera y Hernández, 2011, p. 1).

Tabla de análisis DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - No se cuenta con patrocinadores que sustenten el medio - Considerado un medio de escasa credibilidad, muy verde - Solo con una persona no es posible cubrir todos los acontecimientos que se desearan 	<ul style="list-style-type: none"> - Que surjan nuevas revistas dirigidas al medio rural en Segovia - Puede no tener la acogida prevista - Que las personas de ciertas zonas rurales no cuenten con banda ancha o el internet falle haciendo que sus habitantes decidan informarse a través de otros medios
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Fácil acceso a fuentes - La autora reside en un medio rural y ya está involucrada de lleno con el tema y el medio - Gran manejo de la herramienta Wordpress y las nuevas tecnologías 	<ul style="list-style-type: none"> - No existe otra revista en sí misma como <i>Segovia por sus Pueblos</i>. Podría ser la primera revista en la provincia de Segovia por y para los pueblos - Se puede seguir ampliando la revista en un futuro porque los temas son muy accesibles, amplios y recurrentes - El target al que va dirigido la revista es muy amplio, ventaja a la hora de sumar seguidores

Fuente: Elaboración propia

Una vez planteado el análisis DAFO es preciso explicarlo de una forma más explícita:

- **Debilidades:** De acuerdo con Speth, se entiende por debilidades a los “factores internos que debilitan el posicionamiento competitivo de una organización”. (2016, p. 3) El medio carece de patrocinadores. Este hecho puede ser concebido como una debilidad porque hace que el contenido sea considerado de menor peso y por tanto pierda credibilidad. Otro elemento que juega en contra de este medio es el hecho de que todo el peso recaiga sobre una única persona. La revista está compuesta de muchas secciones y el contenido publicado también es muy numeroso por lo que la carga de trabajo para una única persona es muy grande y sería más efectivo si contara con el respaldo de más personas.

- **Amenazas:** siguiendo con las definiciones aportadas por Speth, se habla de amenaza cuando “existen factores externos que influyen negativamente al entorno externo de una organización”. (2016, p. 3) El hecho de que esta revista pueda influir positivamente en el pensamiento de otras personas y estas decidan crear otra con unas características parecidas pone en peligro el proyecto puesto que está generándose una competencia con la que de partida no se cuenta a la hora de desarrollar el mismo. Cabe la posibilidad de que el medio no tenga la acogida prevista, la población rural se encuentra muy envejecida y la mayoría no dispone de un aparato tecnológico con el que poder conectarse a internet y visitar la revista. A esto se le suma una problemática muy denunciada, el atraso tecnológico. Muchos pueblos no disponen de banda ancha, el internet funciona muy lento y en muchas ocasiones se pierde la señal durante días porque los servicios tardan en reparar los problemas, por lo que, en ocasiones, el acceso a la revista puede verse dificultado.

- **Fortalezas:** Speth considera fortalezas a los “factores internos en poder de la empresa que refuerzan el posicionamiento competitivo de una organización”. (2016, p. 3) En este ámbito, aplicado directamente al proyecto que nos refiere, se podría afirmar que contamos con ventajas que nos facilitan el acceso a las fuentes. En los municipios la mayoría de la gente se presta a ayudar, siempre encuentras a gente dispuesta a todo. Se cuenta también con el hecho de que la autora conoce el medio rural y por tanto se desenvuelve con mayor facilidad. Sabe a qué fuentes acceder y cómo tratar la información porque se encuentra familiarizada con el entorno. Por último, destaca también el gran manejo por parte de la autora de las herramientas utilizadas para desempeñar el trabajo lo que facilita toda la labor de montaje de la misma.

- **Oportunidades:** pueden definirse como “los factores externos que influyen o podrían influir de forma positiva en la posición competitiva de una organización”. (2016, p. 3)

Debe aprovecharse el hecho de que aún no existe un medio como este en la provincia de Segovia por lo que, a pesar de lo dicho anteriormente, los habitantes de los pueblos mostrarán curiosidad ya solo por el hecho de ver reflejado su pueblo en un medio y, por lo tanto, consumirán el contenido. En el caso de recibir una fuerte acogida, y contando con colaboración ciudadana se pueden ampliar los temas, las secciones, la información, etc. Poniendo a disposición de los ciudadanos un contenido periodístico más riguroso y elaborado. El target es muy amplio porque se tratan temas para todos los públicos y todos los gustos, desde rutas para los más jóvenes, hasta curiosidades para los más mayores o los más pequeños de la casa y reportajes fotográficos que interesan a todo el mundo y son agradables de ver.

Tras una reflexión profunda, haciendo un balance sobre los pros y los contras que conlleva el poner en marcha un proyecto así, se consideró que la puesta en marcha de una revista por y para el medio rural en la provincia de Segovia, entrañaba más ventajas que desventajas. Tras esta decisión el siguiente paso fue la elección de un nombre y la elaboración de una propuesta de contenidos que compondrían dicha revista.

3.2. ELECCIÓN DEL NOMBRE DE LA REVISTA

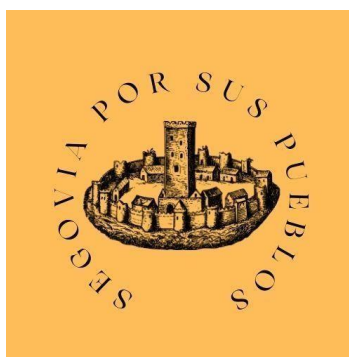
El nombre elegido para representar este proyecto es: *Segovia por sus Pueblos*. Este proyecto está pensado para dar visibilidad a los municipios de la provincia de Segovia. Segovia es una ciudad pequeña y, aunque brilla por sí sola, no hay que olvidar la función que llevan a cabo sus municipios.

Existen 234 municipios en la provincia actualmente 18 entidades locales menores. El municipio con más habitantes es la capital provincial. El resto de los municipios no alcanzan la cifra de 10.000 ciudadanos empadronados. Es destacable que la amplia mayoría cuenta con poblaciones por debajo de los 500 habitantes. La extensión promedio del municipio en la provincia es de 33,11 km

Segovia está dividida, en diferentes regiones históricas que engloban a varios municipios y pedanías, las denominadas “Comunidades de Villa y Tierra”.

Existen numerosos periódicos en Segovia que hablan de la mayoría de los sucesos que ocurren tanto en la capital como en los municipios, pero como es evidente, no se puede informar de todo lo que ocurre. Por ello, se ha creado un portal que contará con contenido exclusivo de los municipios de Segovia poniendo por primera vez en un segundo plano a la ciudad del Acueducto.

LOGOTIPO DE LA PÁGINA:



Fuente: elaboración propia

El color amarillo ha sido elegido como el fondo del logotipo porque es un color muy representativo del campo en verano. La idea de representar un pueblo surgió de manera sencilla puesto que, al fin y al cabo, es a lo que se trata de hacer alusión con el contenido que se visualiza en la revista.

3.3. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LA PUBLICACIÓN

El formato utilizado para realizar el presente Trabajo de Fin de Grado es una revista digital/página web mediante la plataforma Wordpress.org. Se ha decidido utilizar este formato y no el papel puesto que, la digitalización, ha irrumpido con fuerza y ha llegado para quedarse, desplazando a los medios a los que estábamos más acostumbrados que están quedando cada vez más obsoletos.

La intención es adelantarse a los acontecimientos y adaptarse a los nuevos tiempos que corren. Se trata de un formato mucho más llamativo para el lector e interactivo a

su vez puesto que se establece un feedback completo entre lector y autora a través de los comentarios que la web permite publicar.

De este modo, tanto autora como lector pueden enriquecerse de la misma forma. La autora publica y deja abierta la puerta a críticas constructivas o colaboraciones por parte de los lectores.

A través de una revista en papel este proceso se perdería o se vería mucho más ralentizado. Como conclusión, se considera una buena iniciativa de cara al futuro, es más cómodo para el público, y le puede ofrecer mayor visibilidad a los pueblos.

El target al que va dirigida la revista no está delimitado en una franja de edad determinada. Tanto jóvenes como mayores pueden consultar su contenido puesto que ofrece temas muy diversos que pueden resultar interesantes y útiles para todos. Ya que el interés está más bien determinado por el lugar de residencia y el interés o vinculación de los lectores con los pueblos de Segovia.

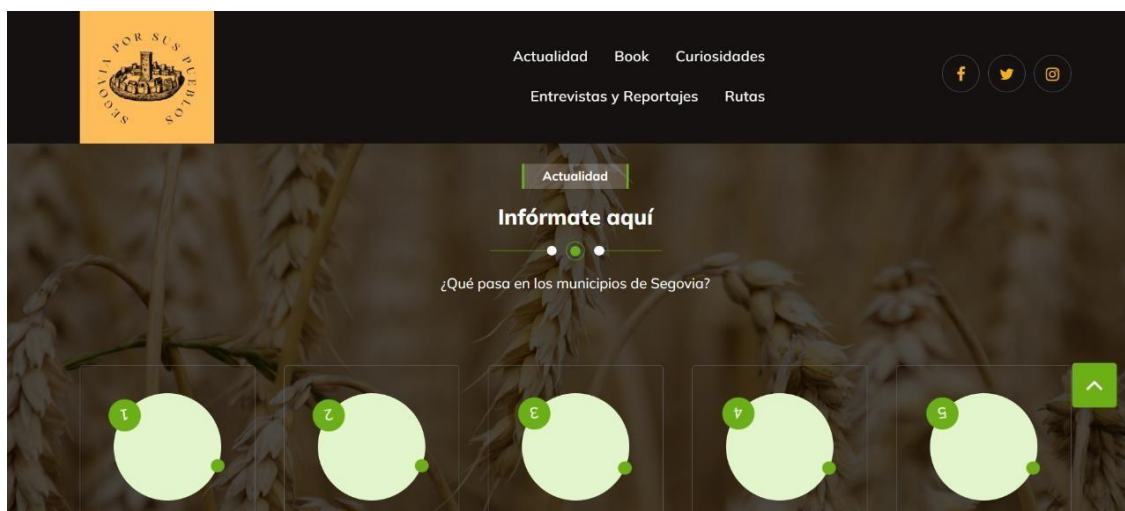
3.4. CONTENIDOS

La revista cuenta con un menú principal formado por cinco secciones o entradas. El número total de entradas es de veinte. Estas son: Actualidad, Book, Curiosidades, Entrevistas y Reportajes y Rutas. Cinco son noticias de actualidad, tres son reportajes fotográficos, seis son historias curiosas, dos entrevistas y cuatro rutas.

Actualidad: se tratarán noticias cortas que sean llamativas. Se han abordado los siguientes temas.

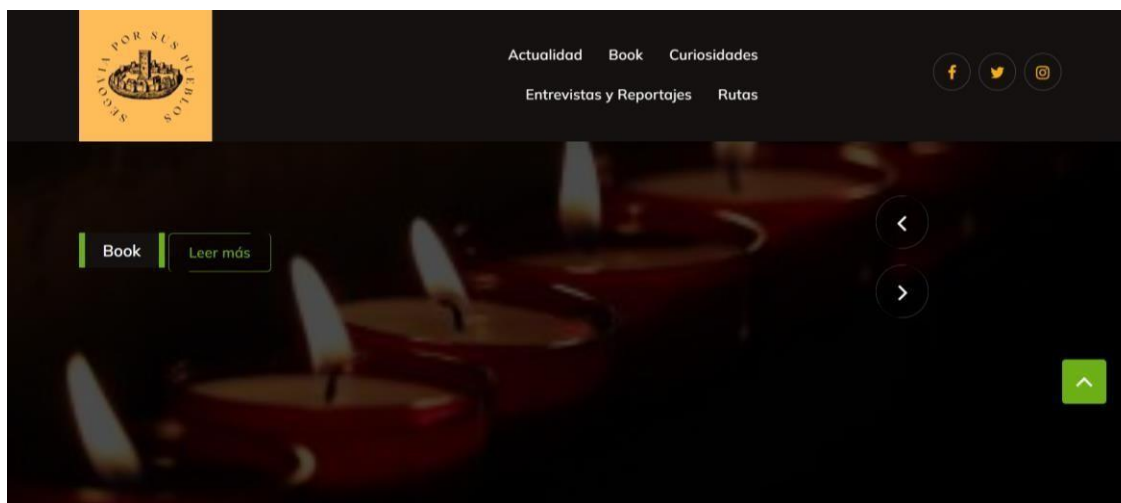
- “Municipios de Segovia unen fuerzas para ayudar a Ucrania”: catorce municipios de la provincia Segovia los que han decidido colaborar con Cruz Roja, Cáritas y Protección Civil de Cantalejo para coordinar iniciativas solidarias en favor de Ucrania.
- “Regresa a Segovia el Festival de Titirimundi”: festival de títeres que acoge cada año a un montón de turistas y curiosos que acuden a contemplarlo por las calles de Segovia.
- “Matandrino, el pueblo de los 100.000 euros”: ahora más que nunca el pueblo de Matandrino está en el punto de mira, porque a pesar de estar deshabitado, tiene posibilidades de resurgir.

- “Mozoncillo acoge el trabajo ‘La construcción 4.0 y la España vacía’”: los proyectos que se llevan a cabo en los municipios de la provincia para visibilizarlos y dotarlos de mayor dinamismo siempre son bienvenidos.
- Regresa a Escalona del Prado el Master F5J: tras un parón a causa de la pandemia, regresa con más fuerza que nunca el campeonato de aviación más famoso. Aprovechando el enorme prado del municipio, numerosos concursantes y curiosos se congregan allí para disfrutar del concurso.



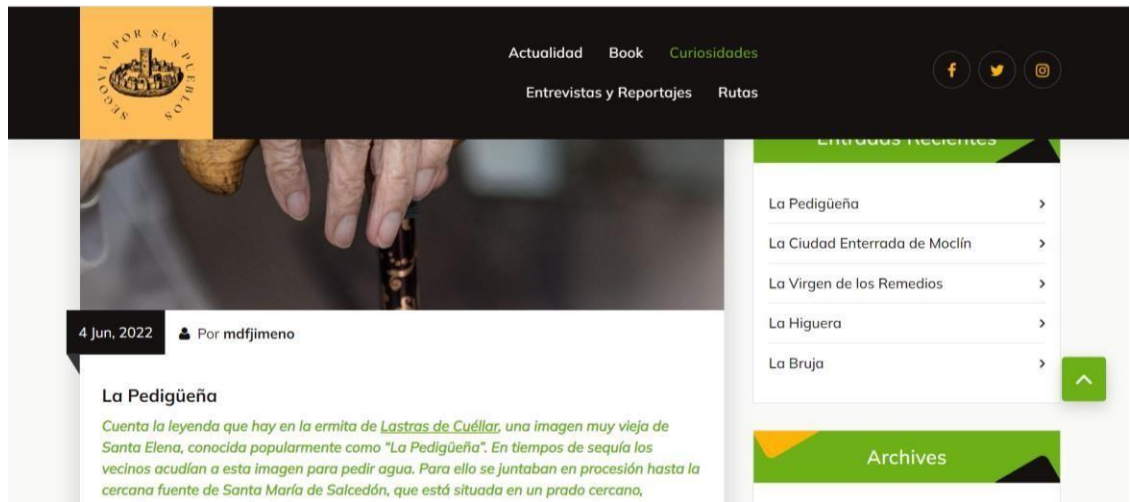
Book: reportajes fotográficos sobre actividades que se realicen en determinados municipios, ya sean ferias, celebraciones religiosas u otras actividades interesantes.

- “Turégano se apaga para celebrar su famosa procesión del silencio”: en este reportaje los lectores pueden hacerse partícipes de como el municipio se apaga por completo, tradición que se cumple cada Viernes Santo, para celebrar su famosa Procesión del Silencio a la que acuden cada año cientos de personas.
- “¿Aún no conoces los murales de Nava de la Asunción?” Con este reportaje los más curiosos podrán hacer un viaje a través de sus ojos hasta el municipio de Nava de la Asunción para contemplar el arte que adorna sus calles.
- “Reapertura de puertas de las Aulas de Manualidades”. el más reciente de los reportajes pretende mostrar el reconocimiento por el esfuerzo a todas aquellas personas que cada año se apuntan a las Aulas de Manualidades Rurales.



Curiosidades: tributo a nuestros abuelos, historias que permanecen en el tiempo transmitiéndose de generación en generación. Entrada colaborativa para que todos aquellos que quieran contar historias curiosas puedan hacerlo.

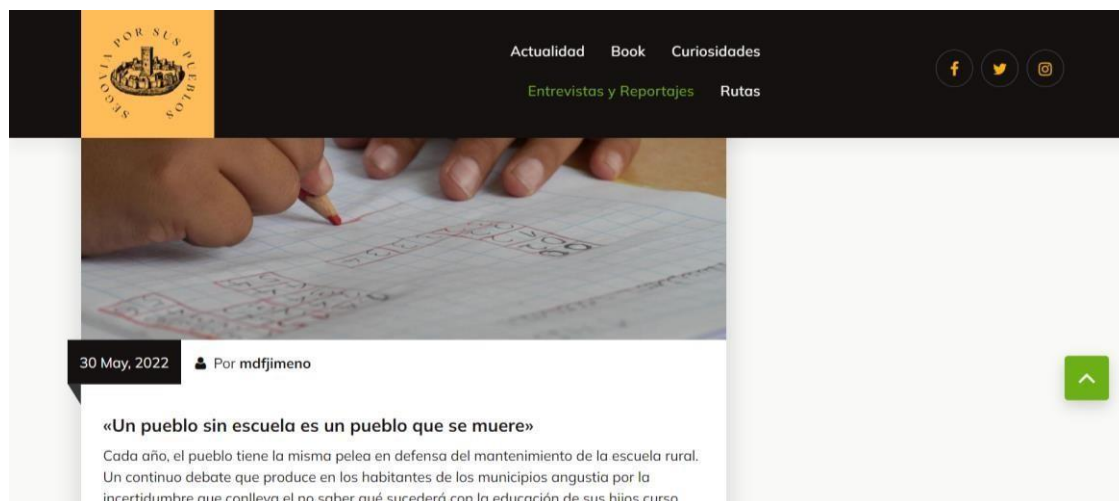
- La Pedigüeña: historia corta típica del municipio de Lastras de Cuellar y que sus vecinos cuentan con auténtico fervor.
- La Ciudad Enterrada de Moclín: historia que tuvo lugar en el que hoy constituye el pequeño municipio de Pinarnegrillo.
- La Virgen de los Remedios: historia típica del municipio de Abades, en el cual son muy devotos de la Virgen de los Remedios cuya festividad se celebra cada año, el 4 de junio.
- La Higuera: historia que da nombre al municipio de la higuera, muy conocida por todos los habitantes de la zona.
- La Bruja: historia corta típica en el municipio de Balisa, en el que aún quedan restos para probar que lo que se cuenta es verídico.
- El Tuerto Pirón: historia muy famosa en varios municipios de la provincia por tener varias versiones.



Entrevistas y Reportajes: apartado enfocado en mostrar la realidad que atraviesan los habitantes de las zonas rurales en materia de educación, servicios básicos, etc. O bien para aquellas personas que quieran mostrar su experiencia como emprendedor en un pueblo. No se citan los nombres de algunas de las entrevistadas porque no se contaba con el permiso para ello.

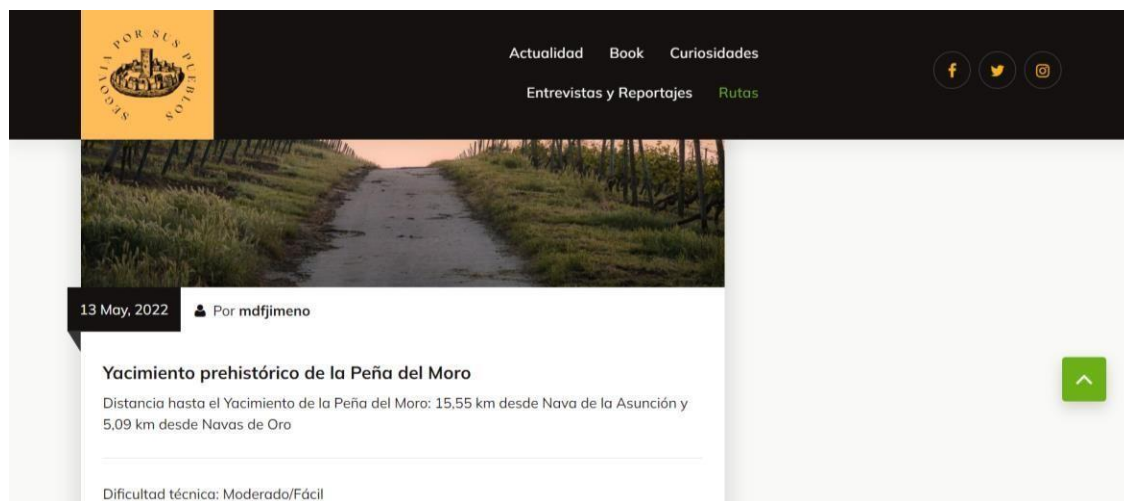
- “Un pueblo sin escuela es un pueblo que se muere”. Se utilizaron datos que reforzasen los argumentos y se contó con el testimonio de dos profesoras que pudieron ofrecer su opinión acerca de la situación que atraviesan los pueblos en materia de educación.
- Ellas siguen dejando huella a su paso. Para esta entrevista se optó por buscar datos que avalasen el tema, así como el testimonio de una mujer emprendedora.





Rutas: tal y como dije en la entrada de curiosidades, todo el contenido volcado es propio. Sin embargo, es otra de las entradas colaborativas en las que sería muy gratificante contar con la colaboración de personas que realicen rutas poco conocidas y quieran compartirlas con el resto de la gente.

- La Senda de los Dos Ríos: el recorrido es tan sencillo que la ruta es apta para realizar en familia. Al poco tiempo de empezar la ruta descubriréis El Santuario de Nuestra Señora de la Peña ya que está en un pequeño montículo de tierra que ofrece una panorámica del río Duratón.
- Ruta de las Lagunas de Cantalejo: se trata de una ruta muy agradable para hacer en cualquier época del año, aunque mejor evitar los días de lluvia, pues se pasa por cortafuegos, por donde es difícil andar con el terreno embarrado.
- Yacimiento Prehistórico de la Peña del Moro: la ruta puede ser realizada desde dos puntos de partida diferentes. Por un lado, si buscas un nivel de dificultad más elevado, podrás partir desde el municipio de Nava de la Asunción. Si por el contrario prefieres dar simplemente un paseo en familia lo ideal es salir desde el lado del municipio de Navas de Oro.
- Hayedo de la Pedrosa: es una ruta fácil de hacer, no tiene pérdida puesto que unas franjas de color azul marcan el camino y solo hay que seguirlas para ir descubriendo los maravillosos parajes esta esconde.



3.5. HERRAMIENTAS UTILIZADAS

Para poder crear *Segovia por sus pueblos*, uno de los principales cometidos que la autora del TFG debía cumplir para lograr así la mayor efectividad posible ha sido familiarizarse con herramientas que le permitieran diseñar y maquetar el contenido para una posterior publicación por internet. El primer paso fue registrarse en *Webhost* para así poder obtener un dominio y comenzar a trabajar con *Wordpress* y los *Plugins* disponibles para esa versión. *Webhost* dio problemas a la hora de compartir el enlace final de la página y la web tuvo que ser migrada a otra página bajo el dominio de “nexosocial”.

En la elaboración del trabajo se han manejado instrumentos como el teléfono móvil para hacer fotografías y grabar contenidos, un trípode para aportar estabilidad a esta herramienta; la grabadora para no cometer errores en la transcripción de las entrevistas, y el ordenador personal para poder producir todo el trabajo.

Junto a los ya citados, también se han utilizado los siguientes:

- *Wordpress*: consiste en un sistema de gestión de contenidos o CMS (content management system). Se utiliza para la creación de blogs o páginas webs. He decidido utilizar esta plataforma puesto que en 3º de carrera estuve matriculada en la asignatura de Diseño de páginas Web y en Periodismo Participativo. En ellas aprendí a utilizarla y a familiarizarme con ella.
- *Plugins*: Gracias a ellos se puede dar otra vida a tu página en Wordpress. Las funciones sin ellos son bastante limitadas. Los que yo descargué son los siguientes:
 - Yoast SEO

- MetaSliderLightBox
- Advanced WordPress Backgrounds
- Akismet Anti-Spam

Un elemento muy importante que no se debe olvidar mencionar es el tema. Es fundamental elegir el tema correcto a la hora de realizar tu página web ya que, a la vez que los plugins, serán los que te permitirán dar vida a tu página web y la diferenciarán del resto de los usuarios. El tema que se utilizó para la elaboración de esta página se llama OwlPress.

- *Canva*: Esta herramienta ha sido utilizada con el fin de dotar a todas las fotografías de un mismo tamaño. También es muy útil para crear infografías e imágenes interactivas.
- *Audacity*: Herramienta utilizada para la edición de audio que posteriormente sería subida a SoundCloud para ser publicada por último en la entrada de Wordpress.
- *Pixabay*: Esta herramienta es muy útil para encontrar imágenes libres de derechos de autor. Se trata de un banco de imágenes gratuito con muchísima variedad de instantáneas. Además, permite descargar las imágenes en diferentes tamaños así podrás adaptarlo a tu página de la forma que consideres más adecuada.
- *Inshot*: Mediante esta herramienta se ha llevado a cabo la edición de todos los vídeos. Permite introducir las preguntas subtituladas, etiquetas con las que indicar la autoría del vídeo con el logotipo que caracteriza a la web, música, y muchas otras funciones propias de la edición de vídeo. Es muy fácil de usar y lo mejor es que es una aplicación de Android para que aquellos se manejen mejor con el móvil, puedan crear su contenido de forma más cómoda y rápida.
- *YouTube*: herramienta utilizada para volcar los vídeos ya editados para obtener el enlace que anclaría después en la página del WordPress en la entrada correspondiente.
- *Google My Maps*: a través de esta herramienta que ofrece Google se pueden crear mapas interactivos con etiquetas e instrucciones de diferentes lugares y cómo encontrarlos. Gracias a ella el apartado de rutas se vuelve más ameno y sobre todo más útil para los usuarios que deseen consultarlo.
- *SoundCloud*: Es una plataforma que permite incrustar un audio a Wordpress. Se utilizó para subir las entrevistas grabadas en audio.

- *EmbedGoogleMap*: gracias a esta herramienta se puede incrustar un mapa de Google Maps mediante un código HTML en la entrada que se elija de Wordpress. De esta forma los usuarios que lo necesiten podrán consultar cómo llegar desde su ubicación hasta la ruta propuesta.

3.6. PREVISIÓN DE INGRESOS Y GASTOS

En el hipotético caso de querer lanzar la revista al mercado tendría que realizarse una previsión de ingresos y gastos con el fin de obtener la mayor rentabilidad posible del proyecto:

Detalle	Importe
INGRESOS	4.157,99 € /mes
Publicidad	4.000,00 € /mes
Artículos promocionales pagados	150,00 € /mes
Suscripción	7,99 € /mes
GASTOS	2.870,83 € /mes
Sueldos y salarios trabajadores	2.000,00 € /mes
Impuestos	500,00 € /mes
Dominio	4,17 € /mes
Gastos de posicionamiento web	100,00 € /mes
Mantenimiento pág web	75,00 € /mes
Gastos en colaboraciones con empresas rurales	41,67 € /mes
Inversión en publicidad/anuncios	150,00 € /mes
TOTAL /RTDO	1.287,16 € /mes

Fuente: elaboración propia

Ingresos: como no se trata de una revista en formato papel, el cobro no se puede llevar a cabo en el momento en que se estuviese comprando la revista. En este caso, los usuarios tendrían que pagar un precio de 7,99 euros al mes por suscribirse a la página y esto les permitiría descargarse la revista en su móvil, ordenador o tableta. Entre ingresos por promociones pagadas y publicidad de empresas rurales se obtendrían un total de 4.150 euros. El total de los ingresos obtenidos sería de 4.157,99 euros.

Gastos: el dominio ha costado 4,14 euros al mes, a ello se le suman los gastos de dar de alta en la Seguridad Social al trabajador o trabajadores, un salario, impuestos, gastos del

de Frutos Jimeno, M. (2022) *Segovia por sus Pueblos: Revista digital sobre los municipios de Segovia*. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022

posicionamiento web que permiten situar a la web en un lugar adecuado en los motores de búsqueda para lograr un mayor impacto social, gastos en el mantenimiento de la página web que mantengan una página sana y libre de amenazas y virus, gastos por colaboraciones con empresas e inversión en anuncios/ publicidad. Todo ello rondaría los 2.870 euros.

Teniendo en cuenta esta estimación, y si todo va bien y se cuenta con la acogida prevista, ganaríamos un total de 1287 euros al mes por lo que nos resultaría rentable apostar por este proyecto.

3.7. CALENDARIO DE EJECUCIÓN U ORGANIGRAMA

Durante los meses de octubre, noviembre y diciembre del 2021 se llevaron a cabo distintos procesos. En primer lugar, los meses de octubre y noviembre se tuvo que pensar el tema que se quería desarrollar en el proyecto para así poder elegir el tutor que mejor especializado estuviera en la idea que se pretendía llevar a cabo. Posteriormente, cuando el tutor aceptó la idea, se pudo iniciar un pensamiento más profundo en la misma.

Ya en el año 2022 se ha optado por realizar un calendario de colores mediante el cual indicar detalladamente lo que se ha ido haciendo cada mes:

----- En verde claro, el mes de enero. Desde el final de los exámenes se comenzó a pensar expresamente en la forma de llevar a cabo este trabajo. Ese mes decidí el formato en el que se iba a desarrollar mi proyecto, una revista digital sobre los municipios de Segovia.

----- En azul claro se representan los días en los que se recabó la información para llevar a cabo el apartado de rutas y las curiosidades.

----- En amarillo se llevaron a cabo las entrevistas y elaboración de los reportajes para su posterior publicación

----- En morado están representados, la creación de la página en Wordpress en los primeros días del mes y, a partir del día 19, se marcan los posts elaborados y publicados en el mes de abril.

----- En rojo están representados los posts elaborados y publicados en el mes de mayo.

----- En rosa se representan los posts elaborados y publicados y revisiones llevados a cabo por la alumna en el mes de junio.

----- En verde oscuro se representan los días de repaso y correcciones previas a la entrega del 21 de junio.

----- En azul el 21 de junio. Para indicar de forma resaltada que es el día en que se entrega el TFG de manera definitiva.

Calendario 2022 - Primer Semestre

Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
1 S	1 M	1 M	1 V	1 D	1 M
2 D	2 M	2 M	2 S	2 L	2 J
3 L	3 J	3 J	3 D	3 M	3 V
4 M	4 V	4 V	4 L	4 M	4 S
5 M	5 S	5 S	5 M	5 J	5 D
6 J	6 D	6 D	6 M	6 V	6 L
7 V	7 L	7 L	7 J	7 S	7 M
8 S	8 M	8 M	8 V	8 D	8 M
9 D	9 M	9 M	9 S	9 L	9 J
10 L	10 J	10 J	10 D	10 M	10 V
11 M	11 V	11 V	11 L	11 M	11 S
12 M	12 S	12 S	12 J	12 J	12 D
13 J	13 L	13 D	13 V	13 V	13 L
14 V	14 L	14 L	14 J	14 S	14 M
15 S	15 M	15 M	15 V	15 D	15 M
16 D	16 M	16 M	16 S	16 L	16 J
17 L	17 J	17 J	17 D	17 M	17 V
18 M	18 V	18 V	18 L	18 M	18 S
19 M	19 S	19 S	19 M	19 J	19 D
20 J	20 L	20 D	20 M	20 V	20 L
21 V	21 L	21 L	21 J	21 S	21 M
22 S	22 M	22 M	22 V	22 D	22 M
23 D	23 M	23 M	23 S	23 L	23 J
24 L	24 J	24 J	24 D	24 M	24 V
25 M	25 V	25 V	25 L	25 M	25 S
26 M	26 S	26 S	26 M	26 J	26 D
27 J	27 D	27 D	27 M	27 V	27 L
28 V	28 L	28 L	28 J	28 S	28 M
29 S		29 M	29 V	29 D	29 M
30 D		30 M	30 S	30 L	30 J
31 L		31 J		31 M	

Fuente: Elaboración propia

4. CONCLUSIONES

Tras dar por finalizado el Trabajo de Fin de Grado y llevar a cabo una profunda reflexión acerca de lo que ha supuesto y los resultados obtenidos, se pueden tratar las siguientes conclusiones:

El objetivo principal de este TFG era elaborar una revista digital dirigida a los habitantes de los pueblos de la zona de Segovia en la que ofrecer contenido de utilidad. Este objetivo se ha desarrollado ya que se ha realizado la revista con secciones variadas de información de diferentes pueblos, accesible para todos ellos.

Crear *Segovia por sus Pueblos* y publicarla para que los vecinos de los municipios de Segovia puedan leer el contenido desde sus móviles, ordenadores o tabletas ha supuesto

de Frutos Jimeno, M. (2022) *Segovia por sus Pueblos: Revista digital sobre los municipios de Segovia*. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022

una decisión acertada, a la vista la escasa cobertura especializada que tiene el medio rural, y especialmente los pueblos en España y más concretamente en Segovia. El principal propósito era conseguir que el proyecto saliera a flote, pero también visibilizar, desde el punto de vista mediático, la España Vacía y todo lo que conlleva. Se ha contado también con colaboración ciudadana por lo que el objetivo se ha dado también por cumplido.

Este TFG ha servido a la alumna para mejorar habilidades y adquirir un mayor manejo de la plataforma *Wordpress*, así como sobre todas las aplicaciones de edición de audio, vídeo y fotografías citadas anteriormente. El uso de este tipo de herramientas es muy demandado en el mundo laboral. Son las herramientas del futuro, y hacer uso de tantas en este trabajo ha sido muy positivo para la autora.

Con este trabajo se han puesto en práctica los conocimientos adquiridos en la carrera de Periodismo sobre los distintos géneros periodísticos. La revista contiene entrevistas y reportajes en vídeo con los que visibilizar la problemática que atraviesan las zonas rurales.

En todo momento se ha optado por aportar contenido multimedia en distintos formatos: audios, vídeos, fotografías, para llamar la atención de los lectores.

La elaboración de este trabajo ha permitido que la autora se familiarizase mucho más con el tema y el entorno si es que eso era posible. La idea de hacer resurgir a los pueblos de sus cenizas entusiasma mucho y tratar de hacerlo mediante un medio “por y para el pueblo” es más gratificante aún.

Para acabar, podemos augurar que la revista digital, con un poco de esfuerzo por parte de todos, tiene muchas posibilidades de éxito. Carece de competidores, y con ayuda por parte de colaboradores que quieran involucrarse con la causa, se puede conseguir contenido fresco cada día para crear cada semana posts nuevos.

5. BIBLIOGRAFÍA

APM-Asociación de la Prensa de Madrid (2015 y 2016) *Informe Anual de la Profesión Periodística 2015 y 2016*. Madrid: APM.

Del Río, J y Escobar, G (marzo 2022) *El periodismo local genera cohesión, ayuda al territorio y fomenta la verdad*, El Mundo.

<https://www.elmundo.es/television/2022/03/24/623cb6efe4d4d842508b457e.html>

Díaz Olivera, A y Matamoros Hernández, I (2011), *El análisis dafo y los objetivos estratégicos*, Contribuciones a la Economía , número 2011-03, [domh.pdf](#)

Caldevilla, D. (2013) *Nuevas fórmulas de periodismo: Periodismo de proximidad 2.0*. CIC. Cuadernos De Información Y Comunicación, https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2013.v18.41722

Casero-ripollés, A (2016). *El periodismo emprendedor ante el reto de su consolidación*. Anuario ThinkEPI, <http://dx.doi.org/10.3145/thinkepi.2016.42>

Casero-ripollés, A Y Cullerell-march, C (2013) *Periodismo emprendedor. Estrategias para incentivar el autoempleo periodístico como modelo de negocio*. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/42151>

Sanz Hernando, C (2017) *La migración digital y la crítica situación de la prensa y televisión marcan el ecosistema informativo de Castilla y León*. [file:///C:/Users/X420/Downloads/Dialnet-LaMigracionDigitalYLaCriticaSituacionDeLaPrensaYTe-6120214%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/X420/Downloads/Dialnet-LaMigracionDigitalYLaCriticaSituacionDeLaPrensaYTe-6120214%20(1).pdf)

Fernández Fernández, M. (2000) *De las linotipias a la comunicación digital: Los retos del nuevo periodismo local*. Historia y Comunicación Social <https://revistas.ucm.es/index.php/hics/article/download/hics0000110203a/19576>

Flores Vivar, J. M. (2014) *Periodismo hiperlocal, sinergia de dos entornos*. Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid, 29, 38-54. <https://www.cuadernosdeperiodistas.com/periodismo-hiperlocal-sinergia-de-dos-entornos/>

García-Alonso Montoya, P. (2006) *Periodismo digital y periodismo ciudadano* https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/99411/37_20.pdf?sequence=1&isAllowed=y

García, X. L. (2004) *La prensa local en Internet*. Telos, nº 59 <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero059/la-prensa-local-en-internet/>

Lancheros Amaya, L A, (2010) *Qué es el periodismo digital: beneficios, consejos y características*, Platzi, junio del 2020, <https://platzi.com/blog/que-es-periodismo-digital/>

- de Frutos Jimeno, M. (2022) *Segovia por sus Pueblos: Revista digital sobre los municipios de Segovia*. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022
- Parratt Fernández, S. (2002) *La glocalización de la comunicación*. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación. <https://idus.us.es/handle/11441/67366>
- Salaverría, R (2019). *Digital journalism: 25 years of research. Review article*. El profesional de la información <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- Salaverría, R . Martínez-Costa Pérez, MP (2018) “*Mapa de los cibermedios de España en 2018: análisis cuantitativo*”. Revista Latina de Comunicación Social <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/527/793>
- Salaverría, R.; Martínez-Costa, M.P.; Breiner, J.G.; Negrodo Bruna, S.; Negreira Rey, M.C.; Jimeno, M.A.(2019): «El mapa de los cibermedios en España». En Toural-Bran, C.; López-García, X. (eds.), *Ecosistema de los cibermedios en España: tipologías, iniciativas, tendencias narrativas y desafíos*.Salamanca: Comunicación Social Ediciones yPublicaciones
<http://espejodemonografias.comunicacionsocial.es/article/view/3665/4109>
- Sánchez. D.A, (2007) *El periodismo digital. Una nueva etapa del periodismo moderno*, [file:///C:/Users/X420/Downloads/Dialnet-ElPeriodismoDigitalUnaNuevaEtapaDelPeriodismoModer-5745894%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/X420/Downloads/Dialnet-ElPeriodismoDigitalUnaNuevaEtapaDelPeriodismoModer-5745894%20(1).pdf)
- Sanz Hernando, C. (2017) *La migración digital y la crítica situación de la prensa y televisión marcan el ecosistema informativo de Castilla y León*. Miguel Hernández Communication Journal <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6120214>
- Sociedad digital de españa. Web Fundación Telefónica (2020-2021) *El año en que todo cambió*, file:///C:/Users/X420/Downloads/Sociedad_Digital_en_Espana_2020-2021.pdf