



Universidad de Valladolid

CURSO 2021-2022

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

En Plan... Valladolid

**Revista digital de ocio y cultura para jóvenes
en Valladolid**

Alumno: Adrián García García

Tutora: María Monjas Eleta

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea y
de América, y Periodismo**

Título: *En Plan... Valladolid*. Revista digital de ocio y cultura para jóvenes en Valladolid.

Autor: Adrián García García

Resumen: Este Trabajo fin de Grado en la modalidad profesional presenta el proyecto de creación de una revista sobre ocio y cultura dirigida al público joven. *En Plan* nace en este contexto como una revista digital *online* con un diseño y unos contenidos que buscan satisfacer los intereses de personas entre 16 y 35 años en Valladolid, tanto residentes como turistas. Alrededor de 100.000 visitantes y 60.000 residentes entre 16 y 30 años configuran el público objetivo de esta revista con distintas aficiones e intereses a la hora de invertir su tiempo libre. *En Plan* incluye una variedad de noticias, crónicas, reportajes y entrevistas que dan a conocer una parte de la oferta de ocio y cultura en Valladolid con la presentación de varias propuestas vinculadas al ocio alternativo, nocturno, deportivo, cultural y gastronómico, entre otros.

Palabras clave: periodismo de servicio, ocio, cultura, revista digital, Valladolid

Title: *En Plan... Valladolid*. Revista digital de ocio y cultura para jóvenes en Valladolid.

Author: Adrián García García

Abstract: This Final Degree Project in the professional modality presents the project for the creation of a magazine on leisure and culture aimed at a young audience. *En Plan* is born in this context as an online digital magazine with a design and contents that seek to satisfy the interests of people between 16 and 35 years of age in Valladolid, both residents and tourists. Around 100,000 visitors and 60,000 residents between 16 and 30 years old shape the target audience of this magazine with different hobbies and interests in their spare time. *En Plan* includes a variety of news, chronicles, reports and interviews that show a part of the leisure and cultural offer in Valladolid with the presentation of several proposals linked to alternative leisure, nightlife, sports, culture and gastronomy, among others.

Keywords: service journalism, leisure, culture, digital magazine, Valladolid

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1 Justificación del trabajo	5
1.2 Objetivos	6
2. FUNDAMENTOS TEÓRICO-ACADÉMICOS	7
2.1 Periodismo de servicio.....	7
2.2. La revista electrónica	10
2.3. Jóvenes, medios de comunicación y ocio	12
3. PLAN DE TRABAJO	13
3.1 Análisis DAFO	14
3.2 Herramientas	15
3.3 Características técnicas del proyecto	16
3.4 Previsión de gastos e ingresos	17
3.5 Perfil del público objetivo.....	18
3.6 Contenidos de la revista.....	18
3.7 Cronograma	21
4. CONCLUSIONES	24
5. BIBLIOGRAFÍA	27
6. ANEXOS	28

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación del trabajo

Este Trabajo de Fin de Grado se inscribe dentro de la modalidad profesional dentro del Grado de Periodismo. Consiste en el desarrollo de un proyecto profesional en cualquier ámbito de la comunicación. En este caso se ha optado por la elaboración de una revista para jóvenes. Este Trabajo de Fin de Grado permite poner en práctica los conocimientos y habilidades adquiridos en asignaturas del Grado como Diseño Periodístico, Fotoperiodismo o Redacción periodística.

El hecho de que el autor del proyecto se encuentre en el rango de edad del público al que, principalmente, va dirigida esta revista no es casualidad. Este proyecto satisface la necesidad de conocer nuevas formas de ocio y otras que están presentes, pero pasan desapercibidas.

La elección de un formato impreso pero *online* para jóvenes intenta superar una contradicción. Por una parte, los jóvenes entre 16 y 30 tienen una mayor preferencia por las redes sociales (77,4%), la televisión (72,1%) y las páginas *web* de los medios de comunicación (56,6%) a la hora de consumir información (Casero, 2012). Por otra parte, a la hora de leer por entretenimiento o aprendizaje, solo el 35% de los usuarios de las bibliotecas universitarias españolas utilizan libros electrónicos y lo hacen de forma esporádica. Entre las razones que explican esta situación se encuentran el desconocimiento de su ubicación, la poca atraktividad de su uso y la preferencia por los libros en papel (Alonso et al., 2013). Este proyecto trata de combinar ambos aspectos, online y formato impreso, para acercar a los jóvenes a los medios de comunicación.

En Plan es una revista en formato digital dirigida a un público joven entre 16 y 35 años. Esta primera edición se centra en la ciudad más poblada de Castilla y León, Valladolid. A pesar de que Valladolid, al igual que el resto de ciudades castellanoleonesas, se caracteriza por ser un lugar con un alto porcentaje de población envejecida, hay un número más que suficiente de jóvenes potenciales consumidores de esta revista digital.

Sin embargo, esta revista también va dirigida a jóvenes del resto de España, especialmente aquellos procedentes del resto de provincias de Castilla y León y de otras comunidades autónomas como Cantabria, Asturias, Madrid, La Rioja o País Vasco. En este sentido,

Valladolid también registra buenos números en cuanto a la llegada de jóvenes de regiones como la Comunidad de Madrid, Castilla y León o Andalucía.

En el apartado ‘2.3 Jóvenes, medios de comunicación y ocio’, se explica de forma más detallada, con números y gráficos, esta situación descrita sobre los jóvenes residentes y turistas en Valladolid. Teniendo en cuenta estos datos, la creación de un medio que recopile, de forma atractiva y organizada, una serie de lugares, eventos y actividades de interés para este sector de la población es viable.

El nombre de la revista, *En Plan*, está relacionado con la expresión “en plan”. Las personas más jóvenes tienden a utilizarla para sustituir “es decir”. El toque juvenil de la expresión está acompañado de otro significado, el de la palabra ‘plan’. Esta revista ofrece distintas alternativas, diferentes planes, para que los jóvenes pasen su tiempo libre visitando determinados lugares o realizando alguna actividad en particular.

1.2 Objetivos

Este proyecto profesional tiene un objetivo principal del que se derivan dos tipos de objetivos, los relacionados con el tema y con el formato. El objetivo principal del TFG es:

O.1 Crear una revista digital para jóvenes sobre lugares y actividades de interés en la ciudad de Valladolid.

Como objetivos temáticos, se han establecido los siguientes:

O.2 Ofrecer planes, propuestas de ocio y actividades alternativas a los jóvenes que visiten Valladolid y a los jóvenes que residen en la ciudad.

O.3 Servir como plataforma para dar a conocer sitios y eventos de interés que pasan desapercibidos en Valladolid.

O.4 Tener en cuenta el Carné Joven Europeo de Castilla y León a la hora de presentar lugares y actividades destinadas a los jóvenes.

Como objetivos profesionales, hay que citar los siguientes:

O.5 Maquetar y diseñar una publicación en formato digital.

O.6 Realizar y redactar reportajes, noticias, entrevistas y crónicas sobre periodismo de servicio.

O.7 Buscar fuentes e información sobre ocio y cultura.

2. FUNDAMENTOS TEÓRICO-ACADÉMICOS

La base teórica para este TFG profesional se asienta en tres pilares. El primero es el concepto de periodismo de servicio que enmarca el proyecto. En segundo lugar, las características de una revista electrónica por el formato elegido. Por último, el estudio del público al que va dirigido, los jóvenes y su consumo tanto de medios de comunicación, principalmente prensa y de ocio.

2.1 Periodismo de servicio

El proyecto de creación de una revista de ocio para jóvenes que se presenta en este TFG se puede enmarcar en el periodismo de servicio que, según James Autry, presidente de la Editorial Meredith, es “aquel que va más allá de la mera entrega de información para incluir la esperanza de que el lector hará algo como resultado de la lectura” (Autry, 1988, como se citó en Diezhandino, 2008, p. 79).

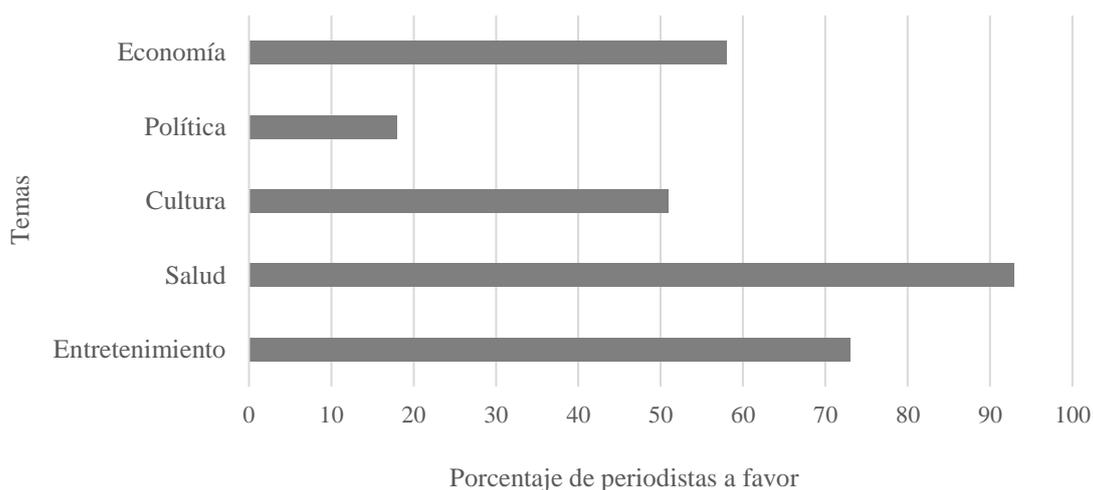
Pilar Diezhandino es una de las autoras de referencia en España para el estudio del periodismo de servicio. Diezhandino (2008) destaca la actualización del periodismo de servicio en cuanto a criterios y moldes para hacer frente a la saturación informativa que provoca desinformación o rechazo de la información por parte de la audiencia. Es posible que la gente necesite más guías en lugar de tanta información. La autora también señala que la sobrecarga informativa fuerza a buscar información que sea fácil de entender.

Desde una perspectiva académica, Byron Scott, miembro de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia-Missouri, define el periodismo de servicio como “la información necesitada, proporcionada a través del medio correcto en el momento correcto de una forma entendible y con la intención de ser usada inmediatamente por la audiencia” (Edo, 2009, p. 149).

El periodismo de servicio se caracteriza por intentar conocer las necesidades de la gente para tratar de satisfacerlas. De acuerdo a la teoría de los usos y gratificaciones, el público busca el medio que considera oportuno para obtener respuestas a sus necesidades. Por su parte, en la teoría del periodismo de servicios, el medio se adapta a lo que el público necesita (Diezhandino, 2008).

En general, el periodismo considera al lector tanto ciudadano como consumidor. Esto significa que el periodismo busca involucrar a las personas en la vida democrática, al mismo tiempo que ofrece información sobre el entretenimiento y lo cotidiano. Es igual de importante dar consejos y orientación en el periodismo sobre temas como el entretenimiento y la salud, así como en lo relacionado con la cultura. Aquí es donde entra el periodismo de servicios. Este campo del periodismo pretende ayudar en cualquiera de las actividades diarias de sus lectores, ya sean los viajes, las actividad culturales o el estilo de vida. En definitiva, el periodismo de servicios es un híbrido que tiene en cuenta tanto al lector en su perfil ciudadano y, por otro lado, consumidor. Por su parte, el periodismo clásico de noticias piensa que la audiencia a la que se dirige solo tiene un perfil ciudadano (Nørgaard Kristensen et al., 2017).

Gráfico 1. Temas que los periodistas consideran importantes a la hora de aconsejar



Fuente: World Of Journalism Study, 2013. Gráfico: elaboración propia.

Raymond Williams (1976) define la cultura como un “modo de vida completo” en el que el periodismo de servicio participa de forma activa. Establecer la vida cotidiana como un pilar para el periodismo ha derivado en periodistas al servicio del lector. En el periodismo de servicios, los profesionales se comprometen a ofrecer soluciones y placeres en el día a día de las personas. La importancia social del periodismo de servicios se deriva de conceptos como “la cultura del consumo y la sociedad del bienestar”. Los lazos creados entre el periodismo de servicio y la audiencia son importantes a la hora de visibilizar el perfil de consumidor de las personas, por encima del ciudadano. La imagen del periodismo actual como servicio público también depende en gran parte del periodismo de servicio (Nørgaard Kristensen et al., 2017).

El periodismo de servicio es considerado como uno de las partes que conforman el periodismo especializado en el estilo de vida, también denominado *lifestyle journalism*, que como define From es “una fusión de elementos periodísticos como las *soft news*, el periodismo de servicio, el periodismo de consumo, el periodismo popular y el periodismo cultural” (2018). Según la autora, este término también es utilizado para hacer referencia al periodismo especializado en viajes, moda o gastronomía, entre otros. Para From, el *lifestyle journalism* es un “complemento a las noticias de última hora, las noticias políticas y las noticias sobre conflictos sociales y culturales” (2018).

El periodismo de servicios pretende que la información sea una herramienta útil para el día a día y no un simple tema de discusión o de conocimiento puntual. La actitud del periodista a la hora de tratar el tema es importante dentro del periodismo de servicio (Diezhandino, 2008).

Según Scott, la filosofía de la responsabilidad social de la prensa puede ser el origen del periodismo de servicio. Diezhandino (2008) explica que este concepto consiste en “ofrecer buena comunicación en un mundo repleto de datos y escaso de información” (p. 83). Otros autores como Marcia Bullard, expresidenta de *USA Weekend*, definen este tipo de periodismo como “información útil que ayuda a la gente a decidir cómo gastar su precioso tiempo y dinero” (Diezhandino, 2008, p. 83).

Metzler (1986) señala que las cuestiones que preocupan a las personas son respondidas a través del periodismo de servicios. Según el autor, este tipo de periodismo se preocupa

por cómo las noticias afectan a los lectores y qué soluciones pueden tomar frente a un problema.

2.2. La revista electrónica

El formato seleccionado para desarrollar el proyecto periodístico de este TFG profesional es la revista electrónica. Martín y Merlo (2003) señalan que toda revista electrónica debe presentar su contenido en un formato electrónico, de forma gratuita o como un servicio de pago. También es necesario que posea un número de identificación normalizado (ISSN) diferente al de una versión impresa, en caso de existir. Al igual que las revistas tradicionales, las ediciones electrónicas también son publicaciones periódicas con secciones. Su diferencia radica en el formato y medio de difusión empleado.

Al hablar del formato, hay que hacer referencia al PDF (Portable Document File). Según Albornoz (2006:55), esta herramienta “permite visionar en la pantalla del ordenador personal una versión electrónica que respeta el diseño y la maquetación del periódico papel”.

Según Martín y Merlo (2003), las características que definen a las revistas electrónicas son: la facilidad de acceso, las ventajas en el almacenamiento, la actualización inmediata, la ampliación de la difusión, el abaratamiento de los costes, la diversidad de formatos, las posibilidades de consultas, la independencia de los documentos, la multiplicidad de los recursos informativos, los servicios de difusión, la simplificación de los procesos técnicos y el fomento de la cooperación. (pp. 157-159)

Existen dos tipos principalmente: las publicaciones que son la versión digital de la impresa y las electrónicas puras. Las publicaciones digitales puras han nacido para la Red y por tanto exhiben otra estructura que es fácil de detectar. En general muestran un espacio visual mucho más rico y colorista, los sumarios tienen formas más elaboradas (no sólo un índice con el nombre del trabajo y el título del autor), ofrecen información detallada sobre el autor, se presenta un sumario del artículo con sólo seleccionarlo mediante aplicaciones, se puede acceder a todos los contenidos a través de búsquedas en bases de datos, y el sistema de enlaces a otras

fuentes de información es muy amplio (recursos web, referencias bibliográficas de otros textos, bases de datos, etc.). (Fernández y Fernández, 2000, p. 5)

Uno de los objetivos de la revista es atender a las distintas aficiones e intereses del conjunto de los jóvenes. Por lo tanto, es necesario tener claro qué entendemos por ocio y qué abarca.

El concepto de ocio es un área de análisis complejo e interdisciplinar que difícilmente puede ser abarcable desde el conocimiento de una sola de las disciplinas académicas tradicionales. En función de la persona, sus circunstancias y orientación, el ocio aporta diferentes beneficios y consecuencias positivas relacionadas con el alivio de conductas de insatisfacción, el estrés, el aburrimiento, la falta de actividad física o de creatividad. (Viñals et al., 2014, p. 55)

Fernández y Fernández (2000) enumeran algunas de las características que deben tener las publicaciones en Internet: “optimización en la recuperación del recurso por parte de los motores de búsqueda, identificación del recurso en todas sus páginas, sencillez y facilidad de acceso a la información, legibilidad y color, y equilibrio entre la información textual y gráfica” (pp. 9-10).

Al hablar del diseño periodístico, Suárez (2008) distingue entre “elementos formales constitutivos de la página impresa y la composición”. Respecto a los primeros, señala que existen “elementos morfológicos -punto, línea, contorno, color, textura y plano-; dinámicos -tensión y ritmo-; o escalares -tamaño, escala, formato y proporción-”. El autor también diferencia otros elementos como “las estructuras tipográficas -morfología de la letra, grosor, inclinación, alineación, cuerpo e interlineado-; gráficas -fotografías, dibujos y gráficos-; infográficas -combinación de las dos anteriores-”.

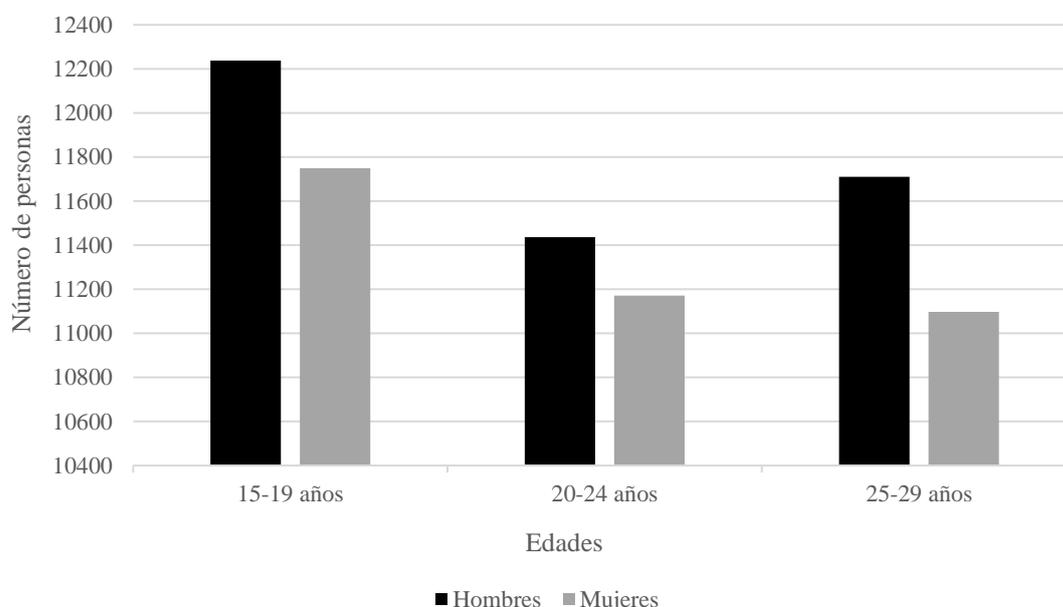
En cuanto a la composición de publicaciones, tanto tradicionales como digitales, Suárez (2008) señala que “es preciso conocer cómo éstos -los elementos visuales- se estructuran y combinan a partir de la intencionalidad expresiva del emisor”. En relación a este

apartado hay que mencionar la existencia de la retícula. Zorrilla (1997) la define como un elemento invisible que organiza la publicación de forma modular, multicolumnar o móvil, y permite establecer elementos como “las dimensiones físicas de la publicación, las cabeceras interiores o folios, el número de columnas, la anchura de las columnas, el número de líneas del cuerpo, los módulos publicitarios y el interlineado elegido que cabe en la columna”. Suárez (2008) señala que los principios compositivos son: “equilibrio, proporción, simplicidad, unidad, contraste, focalización y jerarquía”.

2.3. Jóvenes, medios de comunicación y ocio

Valladolid cuenta con un total de 69.402 jóvenes entre 15 y 29 años. Dentro de este conjunto, podemos diferenciar entre 35.385 hombres y 34.017 mujeres. Entre 15 y 19 años, hay un total de 23.987 jóvenes en Valladolid de los que se desglosan 12.238 hombres y 11.749 mujeres. Entre 20 y 24 años, este número desciende hasta las 22.607 personas entre las que encontramos a 11.436 hombres y 11.171 mujeres. En tercer lugar, hay 22.268 jóvenes entre 25 y 29 años que se dividen en 11.711 hombres y 11.097 mujeres (Instituto Nacional de Estadística, 2021).

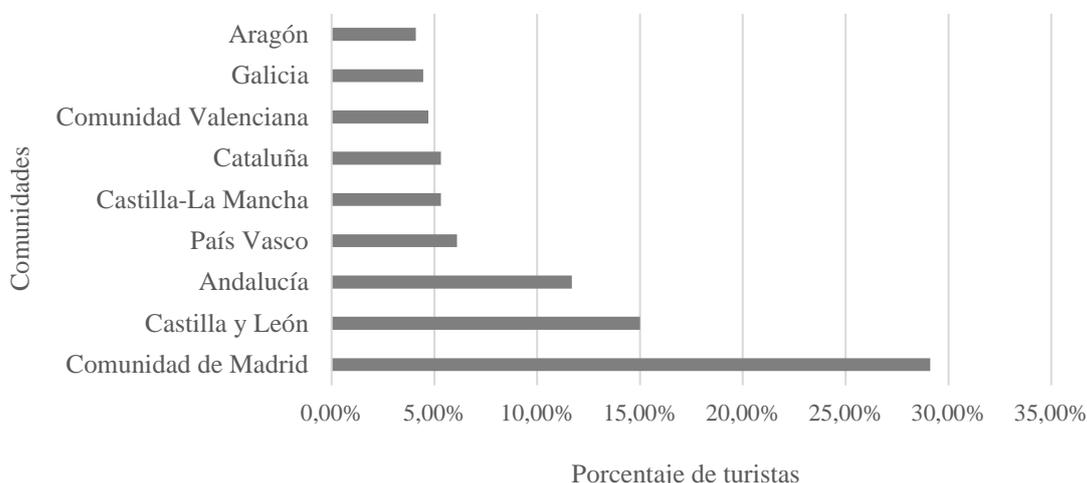
Gráfico 2. Distribución por edad y sexo de los jóvenes que residen en Valladolid



Fuente: INE. Gráfico: elaboración propia.

Según el Observatorio Cultural y Turístico del Ayuntamiento de Valladolid (2022), un total de 455.711 viajeros, entendiendo ‘viajero’ como persona que pernocta una o más noches en el mismo alojamiento de la ciudad, visitó Valladolid durante 2017. De esa cantidad, 363.136 viajeros eran personas residentes en España. Según el informe de esta institución, el 50,81% de los viajeros elegían ‘ocio y turismo’ como motivo principal por el que visitaban la ciudad. En 2017, el 22,77% de los viajeros que conocieron la ciudad, es decir, 103.765 personas, eran jóvenes entre 16 y 34 años. La Comunidad de Madrid es el principal origen de los viajeros que visitan Valladolid con un 29,12%, seguido de Castilla y León con un 15% y, en tercera posición, Andalucía con un 11,68%.

Gráfico 3. Procedencia de los turistas nacionales de Valladolid en 2017



Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de Valladolid. Gráfico: elaboración propia.

3. PLAN DE TRABAJO

En este apartado se exponen las diferentes fases para el desarrollo del proyecto periodístico que puede consultarse en la siguiente dirección *web*: https://issuu.com/adriangarciagarcia/docs/en_plan..._valladolid._revista_digital_de_ocio_y_c

3.1 Análisis DAFO

El análisis DAFO es descrito por Armando Pablo Díaz e Idalberto Benjamín Matamoros 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” (2011, p.1)

Gráfico 4. Análisis DAFO de *En Plan*

Debilidades	Amenazas
<p>Los recursos económicos y temporales son limitados debido a su condición de TFG y el contexto en el que se realiza.</p> <p>Es necesario colaborar con alguna institución como el Ayuntamiento de Valladolid, o alguna asociación sobre ocio y jóvenes como Espacio Joven Valladolid, para lograr un impulso en la difusión inicial.</p>	<p>La extensión de la revista puede provocar el rechazo del lector debido a que actualmente hay un interés mayor por la ‘píldora informativa’, información breve y directa.</p> <p>Algunos miembros de las empresas y lugares contactados pueden poner problemas de cara a la publicación de determinados contenidos.</p>
Fortalezas	Oportunidades
<p>El autor tiene conocimientos bastante avanzados en diseño y elaboración de contenido audiovisual. Además, este proyecto le sirve como aprendizaje para incrementar sus habilidades.</p> <p>El creador de la revista es conocedor del funcionamiento de las redes sociales, las plataformas digitales y otros medios importantes en la elaboración y difusión del proyecto.</p>	<p>La revista puede ayudar a promocionar el ocio juvenil en Valladolid, tanto a gente de la ciudad como de otros lugares.</p> <p>El formato digital de la revista es ideal para su alcance y difusión en redes sociales, una herramienta clave en la comunicación actual.</p> <p>El reciente aumento progresivo de eventos y actividades para gente joven en Valladolid puede facilitar la realización de futuras ediciones de esta revista.</p> <p>Los lugares y actividades que aparecen en la revista facilitan información porque les beneficia y colaboran en la difusión del producto final.</p>

Fuente: elaboración propia.

Hay que destacar una condición en particular: la competencia. En relación a la revista digital *En Plan... Valladolid*, no se ha encontrado ningún competidor con características similares que pueda representar una amenaza. El único caso descubierto que puede guardar cierto parecido es el de *Pucela Youth*, revista publicada por el Consejo de

Juventud de Valladolid. En este caso, se trata de una revista impresa sin formato *online* digital. Incluye información sobre actualidad, ocio y cultura, por lo que en el apartado de contenidos guarda algunas similitudes con *En Plan... Valladolid*.

Este hecho en sí representa una oportunidad para trabajar y desarrollar el proyecto con éxito. Sin embargo, el nacimiento de esta revista digital puede servir de inspiración para nuevos proyectos *online* que sí puedan suponer una amenaza. En este caso, es necesario que la revista sea bimensual debido a la extensión y exigencia del trabajo realizado en *En Plan... Valladolid*. Además, hay que tener en cuenta que el número 0 se ha centrado en la oferta de ocio y cultura de Valladolid, ciudad conocida en profundidad por el autor y donde el transporte no es un problema. En futuras ediciones, estas condiciones no serían tan favorables por lo que es necesario un periodo de, al menos, dos meses.

3.2 Herramientas

Para dar vida a la revista, en primer lugar, se han analizado distintas plataformas donde publicar contenido digital con las características de este trabajo. Se ha tomado la decisión de escoger *Issuu* como plataforma para publicar la revista digital por las facilidades que ofrece.

En relación a herramientas físicas, se ha utilizado el teléfono móvil tanto para la realización de fotografías como en la grabación de audio a la hora de hacer entrevistas. En el apartado fotográfico se han empleado aplicaciones como *ProCam X* y *Cámara FV-5 Lite* para mejorar el rendimiento del dispositivo. Por otro lado, se ha empleado un ordenador de mesa personal como medio para usar varios programas:

- *Adobe InDesign*: se ha utilizado en concreto la versión *Adobe InDesign CC 2021*. Esta herramienta permite realizar la maquetación y diseño de contenidos periodísticos, tanto imágenes como textos.
- *Adobe Photoshop*: se ha empleado la versión *Adobe Photoshop CC 2018*. Este programa permite trabajar con fotografías y llevar a cabo una edición con más posibilidades. Se ha hecho uso principalmente de los formatos PSD, PNG y JPG. Se ha utilizado la herramienta para convertir la resolución de las imágenes a 72 ppp, el formato estándar digital, con el objetivo de evitar la pérdida de calidad.

3.3 Características técnicas del proyecto

En la planificación del proyecto es necesario establecer aspectos claves que influyen en la maquetación. A continuación, se detallan algunos elementos como el formato, el tamaño y el número de páginas. El tipo de contenidos incorporados, la extensión de los mismos y la colocación de la publicidad, en caso de existir, están condicionados por estos apartados.

- **Formato:** la revista tiene un formato digital *online* al ser publicada en la plataforma *Issuu*. Esto permite incluir elementos interactivos para que el lector pueda acceder a páginas web externas, redes sociales y otros contenidos que aparezcan en la revista.
- **Tamaño:** la maquetación de la revista tiene unas dimensiones de 21 cm de alto y 29,7 cm de ancho en formato DIN A4. El texto de cada página está organizado en un formato de 2 columnas y las fuentes de texto empleadas son *Noe Display* y *Minion Pro*. El tamaño de la fuente es 14 para el cuerpo, 24 para los títulos y 16 para subtítulos.
- **Número de páginas:** se estima que la revista digital cuente con unas 60 o 70 páginas, siempre y cuando el contenido añadido sea adecuado y útil. Si es necesario profundizar más en los contenidos, se dejará en segundo plano la cantidad de informaciones diferentes.

En Plan | Diversión



DA VINCI THE KEY

ESCAPE ROOM VALLADOLID

Hay una frase que a Mario Gallego, dueño de Da Vinci The Key Escape Room, le gusta: "la sociedad de hoy en día con las tecnologías se idiotiza porque hace que no tenga que pensar". Si te sientes identificado, lo mejor que puedes hacer es no perder más tiempo con el móvil y probar alternativas como el *escape room* para desarrollar tu ingenio.

Muchas veces se nos olvida que tenemos grandes capacidades. Según Mario, cuando la gente participa en las salas de *escape room* se da cuenta de que, sin ayuda de la tecnología, puede conseguir muchas cosas y divertirse o entretenerse sin estar pendiente del móvil.

¿Cómo nace la idea de crear un *escape room* y cuál es su evolución?

Llevo casi siete años en el sector. Empecé de los primeros en Castilla y León. Desde entonces no hemos parado porque a la gente le ha gustado mucho nuestras aventuras. Quizá porque son caseras: las fabricamos y las diseñamos nosotros. Intentamos que no sea tan fácil como llegar, encontrar y actuar, si no que tengas que llegar, pensar un poco y actuar. Esto es algo que le gusta a la gente.

- 5 - 20 jugadores
- 60 o 75 minutos
- Cuatro juegos
 - Da Vinci
 - Padrino - Mafiosos
 - Padrino - Policías
 - Los misterios de Egipto
- Temática
 - Misterio

26

En Plan | Diversión



La empresa es mía pero mis padres me ayudaron a crear los juegos. Desde pequeño, siempre hemos montado pequeñas aventuras y *gymkanas* en casa o en cumpleaños. Cuando vi los *escape room* en Barcelona por primera vez, me gustó la idea y, además, siempre había querido montar un negocio. Me lancé porque como siempre se me ha dado bien crear juegos, a pesar de que montar un negocio no lo es tanto.

¿Cuál es el número de personas ideal para venir a jugar?

En tres juegos, 'Da Vinci', 'Policías', y 'Mafiosos', los grupos pueden ser de dos a seis personas. En el juego de Egipto, los grupos pueden ser hasta 20 personas, esa es la diferencia. En mi opinión, el número ideal en las salas es de cuatro personas. La primera vez que la gente juegas, si seis cinco o seis personas tampoco molesta, pero si juegas más veces el número ideal es cuatro porque así os podéis repartir las tareas y todos

podéis disfrutar por igual el juego. Si el grupo tiene mucha gente, es posible que te pierdas parte del juego y puede ser caótico.

¿En qué consiste el *team building*?

Pues son actividades para las empresas cuando son grupos muy grandes. Además, en casa tengo cuatro juegos que permiten jugar a casi 40 personas a la vez. También tengo diferentes aventuras que podemos desarrollar fuera y están creadas de formas personalizada para la gente, con su marca, logo o, incluso, la propia aventura. Por ejemplo, en la última aventura que hicimos con la Universidad de Valladolid querían algo sobre emprendimiento, por lo que les diseñamos un juego sobre este tema.

¿Qué precios y descuentos hay?

En cuanto a precios, de lunes a jueves son 55 euros. Por otro lado, viernes, sábados, domingos y festivos son 65 euros.

27

3.4 Previsión de gastos e ingresos

Para conocer la viabilidad de la revista digital como proyecto profesional es necesario hacer una previsión de gastos e ingresos. La condición de Trabajo de Fin de Grado (TFG) hace que los ingresos y gastos de esta versión (número 0) no existan. En caso de realizar una primera publicación oficial (número 1) posterior, los únicos ingresos de la revista proceden de la publicidad y de donaciones que ayuden a impulsar el proyecto de cara a hipotéticas ediciones en el futuro. Se destinan unas ocho páginas completas en el interior de la revista para publicidad y patrocinios con un coste de 150 euros por página. Por otro lado, la portada concede emplazamientos con tarifa especial por un valor de 200 euros. Lo mismo ocurre en relación a la contraportada, pero con un precio inferior de 120 euros. Los gastos están relacionados con la compra de licencias de programas de edición como los citados en el apartado ‘3.2 Herramientas’ y el pago de la tarifa plana para autónomos por un valor de 720 euros el primer año. Esta previsión de ingresos y gastos sería de carácter mensual debido a la periodicidad de la revista señalada en el apartado ‘3.1 Análisis DAFO’.

Gráfico 5. Previsión de gastos e ingresos.

	Número 0 (TFG)	Número 1
Ingresos	0 euros	Publicidad: 8 colaboradores x 150 euros/página interior + 2 colaboradores x 200 euros/portada + 1 colaborador x 120 euros/contraportada = 1720 euros
Gastos	0 euros	Licencias <i>Adobe InDesign</i> + <i>Adobe Photoshop</i> + <i>Adobe Illustrator</i> : 60,49 euros x 4 meses = 241,96 euros
	0 euros	Tarifa plana para autónomos: 60 euros x 12 meses = 720 euros
Saldo	0 euros	1720 euros - 961,96 euros = 758,04 euros

Fuente: elaboración propia.

3.5 Perfil del público objetivo

La revista digital *En Plan... Valladolid* va dirigida al público joven y, principalmente, residente en la ciudad o en la provincia. El proyecto también se propone alcanzar al público joven del resto de provincias que componen Castilla y León. Este último apunte se debe a que los turistas castellanoleoneses representan el segundo mayor porcentaje de visitantes que acoge Valladolid, solo por detrás de la Comunidad de Madrid. En este caso, cuando se habla de 'joven' se hace referencia al sector de la población entre 14 y 30 años, de acuerdo al artículo 1 de la Ley 11/2022, de 10 de julio, de Juventud de Castilla y León. Sin embargo, en este proyecto se ha considerado oportuno ampliar el rango de edad hasta los 35 años debido a que, actualmente, algunas de las actividades propuestas en la revista digital son practicadas por gente de esa edad. En el apartado '2.3 Jóvenes, medios de comunicación y ocio' se profundiza en las características y situación en que se encuentra el perfil del público objetivo.

3.6 Contenidos de la revista

La revista se estructura en nueve secciones. Todas ellas contienen la expresión 'En Plan...', el título de la revista, seguida de una palabra o expresión que concreta el tipo de propuesta de ocio que se propone, como cultura, diversión, *gaming*... El uso de una misma expresión en las diferentes secciones da continuidad a los contenidos y a la vez resulta versátil. En este número 0, la sección 'En Plan... Gaming' incluye una crónica sobre una actividad de diciembre de 2021 para poder presentar una variedad de géneros periodísticos. El resto de contenidos y temas abordados son intemporales. Estas son las secciones planteadas en el número 1:

- Planificando: Carné Joven Europeo de Castilla y León.

Pieza informativa sobre las utilidades y características del Carné Joven Europeo de Castilla y León, una tarjeta con descuentos y promociones dirigida a jóvenes de 14 a 30 años que residan en alguna provincia castellanoleonesa. La elección de este documento se debe a la idea de incorporar a la revista actividades y lugares que tengan alguna vinculación con el Carné Joven Europeo para facilitar su práctica o visita a través de descuentos u otras ventajas. Además, algunos lugares incluidos como Espacio Joven Sur son un punto de expedición de esta tarjeta.

- En Plan... Cultura.

Entrevista con Inés Rodríguez Hidalgo, directora del Museo de la Ciencia de Valladolid. Esta pieza incluye información sobre las exposiciones, actividades educativas, el Planetario y las actividades generales que forman parte de la oferta del museo. La experiencia de la directora aporta datos sobre los intereses de los jóvenes en cuanto a temáticas y grado de satisfacción. También se da a conocer los eventos más importantes del museo durante el año, así como información básica para los visitantes.

- En Plan... Diversión.

Entrevistas con dueños de varias salas de *escape room* en Valladolid. Mario Gallego, gerente de Da Vinci The Key Escape Room, y Marta Arranz, CEO de Time Over Escape Room, son las fuentes de información que comentan las características y la situación de este tipo de actividad. Estas piezas sirven para conocer recomendaciones a la hora jugar, qué se van a encontrar los jugadores y otra información de interés como precios, formatos, número de jugadores o temática.

- En Plan... De noche.

Entrevista con Alfonso Martín González, coordinador de Vallanoche, para conocer en detalle este programa de ocio nocturno impulsado por el Ayuntamiento de Valladolid. Este proyecto recoge actividades de ocio alternativo para adolescentes y jóvenes entre 14 y 30 años en horario nocturno como prevención indirecta a la drogodependencia. Algunos ejemplos de las actividades lúdicas organizadas por Vallanoche son talleres de impresión 3D, monólogos, certámenes de poesía, *skate*, cluedos, *escape room*, zumba, escalada, torneos de actividades deportivas como fútbol sala o baloncesto, *pole dance*, *paintball*, piragüismo, patinaje o juegos de mesa, entre otras. El coordinador aporta también información sobre las actividades desarrolladas en Espacio Joven Norte.

- En Plan... Socializar.

Entrevista con Javier Criado, miembro de la cooperativa que gestiona el Espacio Joven Sur de Valladolid, un centro de ocio ubicado en el Paseo de Zorrilla impulsado por el

Ayuntamiento de Valladolid. Este proyecto va dirigido a jóvenes que tengan interés por asistir a conciertos, exposiciones, talleres y otro tipo de eventos tanto en el centro, como fuera de él. Sigue el formato descrito en Vallanoche, pero normalmente con un horario diurno y tiene una sede fija que también sirve de lugar de reunión para jóvenes que quieran estudiar, hacer trabajos, jugar a videojuegos, a juegos de mesa y hacer música e interpretación, entre otras posibilidades.

- En Plan... *Gaming*.

Crónica de la primera edición de Ultra Gaming Festival, un festival de temática *gaming* que tuvo lugar en Valladolid en diciembre de 2021. La asistencia al evento permitió realizar fotografías y conocer las actividades que se llevaron a cabo dentro del recinto. La información propia se combina con datos ofrecidos en la *web* y redes sociales del festival, así como de terceras personas. Esta pieza incluye contenido de interés para el sector de jóvenes inmerso en el mundo de los videojuegos, el *cosplay* y la música K-Pop, entre otros aspectos.

- En Plan... *Deporte*.

Entrevista con Israel Martínez, escalador, creador y dueño del rocódromo Geko Aventura. Este lugar ofrece actividades para aquellos jóvenes que prefieran optar por un ocio deportivo basado en el entrenamiento en rocódromos con distintos grados de desplome, salas de *boulder*, circuitos con puentes y tirolinas, hasta cursos de aprendizaje tanto en el rocódromo como en la naturaleza para aprender técnicas como el rápel. También se habla de Geko Aventura como centro de entrenamiento para deportistas de alto rendimiento a nivel nacional y para gente *amateur*. La información proporcionada por Israel Martínez se complementa con datos obtenidos en la *web* del rocódromo.

- En Plan... *Bares*.

Reportaje sobre el bar Pera Limonera elaborado a partir del reportaje 'El Aperitivo' elaborado por Castilla y León Televisión, así como la información obtenida a partir de los propietarios y su página *web*. La elección de este chiringuito viene determinada por la influencia que ha tenido en redes sociales durante los últimos años. En la pieza

se incluyen algunos de los eventos más importantes que se celebran durante la semana y a lo largo del año en el bar, así como la carta de bebidas y comida disponible.

- En Plan... Rincones.

Esta sección consiste en una galería de fotos sobre lugares de Valladolid que los jóvenes pueden visitar para hacer fotografía pensando en las redes sociales o porque se encuentran próximos a zonas de bares y otros sitios de la ciudad que sean de interés cultural o lúdico.

3.7 Cronograma

La elaboración de la revista comprende nueve meses entre octubre de 2021 y junio de 2022. Para organizar la distribución del trabajo se ha creado un cronograma mensual en el que se señala con colores las tareas llevadas a cabo.

- En amarillo: reunión inicial, orientación de temática y consulta de ejemplos como referencia.
- En verde: recopilación de fuentes y periodo de documentación sobre lugares y actividades de interés candidatos a ser incluidos en la revista digital.
- En rojo: planteamiento del diseño de la revista, elección de nombre y composición del índice de contenidos.
- En azul: entrevistas con fuentes y obtención de información.
- En naranja: elaboración de contenidos de la revista.
- En morado: diseño y maquetación de la revista.
- En negro: entrega final del TFG.

October 2021

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
27	28	29	30	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

©calendario.net

November 2021

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	1	2	3	4	5

©calendario.net

Durante octubre comienza la preparación del Trabajo Final de Grado. El 18 de octubre tiene lugar la primera reunión con la tutora para definir de forma exacta la temática y el enfoque del proyecto. En los meses de noviembre y de diciembre se consultan trabajos anteriores similares que sirven como ejemplo y referencia a la hora de establecer la cantidad y el tipo de contenidos que se presentaran.

Diciembre 2021

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
29	30	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	1	2

iCalendario.net

Enero 2022

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
27	28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31	1	2	3	4	5	6

iCalendario.net

Desde finales de enero, se comienza la fase de documentación. Se buscan, a través de Internet, actividades y lugares de interés con diferentes ofertas de ocio y cultura que puedan ser de interés para el público joven. En este periodo es en el que, en función de la información encontrada, se determina el rango de edad exacto de las personas a las que va dirigida esta revista digital.

Durante el mes de febrero, se anotan los datos de varios lugares y actividades conformando una lista de posibles contenidos para la revista y la información contacto con las fuentes para las futuras entrevistas.

Febrero 2022

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	1	2	3	4	5	6

iCalendario.net

Marzo 2022

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
28	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	1	2	3

iCalendario.net

Entre finales de febrero y marzo, se empieza a plantear una idea básica del diseño de la revista con alguna pieza informativa de prueba. También se piensa en varias posibilidad

para el título definitivo de la revista y se hacen borradores del logo. Antes de comenzar a realizar entrevistas, se define un hipotético índice de contenidos para ir observando si el contenido va a ser suficiente y variado.

En marzo, se da paso al periodo de entrevistas. El 10 de marzo tiene lugar la charla con Mario Gallego, dueño de Da Vinci The Key Escape Room, mientras que unos días después, el 15 de marzo, se produce la entrevista a Marta Arranz, CEO de Time Over Escape Room. El 22 de marzo tiene lugar la reunión con Javier Criado, encargado de Espacio Joven Sur, que también sirve de introducción al encuentro con Alfonso Martín, coordinador del programa Vallanoche, quien nos recibe en el otro espacio joven de la ciudad, Espacio Joven Norte. La tanda de entrevistas concluye el 1 de abril con la entrevista a Inés Rodríguez Hidalgo, directora del Museo de la Ciencia de Valladolid.

Abril 2022

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
28	29	30	31	1	2	3
[Barra azul]						
4	5	6	7	8	9	10
[Barra azul]				[Barra naranja]		
11	12	13	14	15	16	17
[Barra naranja]						
18	19	20	21	22	23	24
[Barra púrpura]						
25	26	27	28	29	30	1
[Barra naranja]						
[Barra púrpura]						

Mayo 2022

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
25	26	27	28	29	30	1
[Barra naranja]						
2	3	4	5	6	7	8
[Barra púrpura]						
9	10	11	12	13	14	15
[Barra naranja]						
16	17	18	19	20	21	22
[Barra púrpura]						
23	24	25	26	27	28	29
[Barra púrpura]						
30	31	1	2	3	4	5
[Barra púrpura]						

Entre abril y mayo, se lleva a cabo la elaboración de los contenidos. Esto implica la transcripción de las entrevistas grabadas en audio y la correcta redacción adaptada al estilo de la revista. También se escriba de forma detallada las introducciones y párrafos que forman parte de las revistas, así como las crónicas, noticias y reportajes en su totalidad.

De forma simultánea, se realiza la maquetación de la revista a la vez que va realizando el diseño gráfico con otras herramientas como *Adobe Photoshop* y *Adobe Illustrator* con el objetivo de destacar el componente visual para que la información sea llamativa y con un aire juvenil. Tras una serie de retrasos, el 17 de mayo se consigue una última entrevista con Israel Martínez, fundador y dueño de Geko Aventura, para completar el apartado de la revista dedicado al ocio deportivo.

Junio 2022

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
30	31	1	2	3	4	5
[Barra decorativa]						
6	7	8	9	10	11	12
[Barra decorativa]						
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	1	2	3

©Calendario.net

Durante el mes de junio, se llevan a cabo los últimos retoques del diseño y maquetación de la revista al mismo tiempo que se concluye la memoria escrita del proyecto. En estas semanas tienen lugar las revisiones finales de la tutora antes de la fecha de entrega final: el 21 de junio.

4. CONCLUSIONES

Una vez que se ha finalizado el actual Trabajo Fin de Grado que consta de la revista digital *En Plan* y su correspondiente memoria escrita, es posible mencionar algunas conclusiones en relación al apartado '1.2 Objetivos'. Esto implica responder al objetivo principal propuesto y una serie de objetivos temáticos y profesionales derivados.

O.1 Crear una revista digital para jóvenes sobre lugares y actividades de interés en la ciudad de Valladolid.

Se ha logrado elaborar una revista digital en formato PDF cumpliendo con las características citadas en el apartado '2.2 La revista electrónica'. Además de cumplir con el formato, también se presentan contenidos relacionados con actividades y lugares de interés para los jóvenes en Valladolid. El diseño también se ha adaptado bastante a la temática juvenil con una presentación dinámica y atractiva.

O.2 Ofrecer planes, propuestas de ocio y actividades alternativas a los jóvenes que visiten Valladolid y a los jóvenes que residen en la ciudad.

En la revista se han incluido lugares y actividades pensadas para jóvenes con distintos intereses, ya sea hacer deporte, socializar, aprender o entretenerse. Se trata de propuestas accesibles tanto para los vallisoletanos como para aquellos que visiten la ciudad.

O.3 Servir como plataforma para dar a conocer sitios y eventos de interés que pasan desapercibidos en Valladolid.

Debido a que esta es la primera edición, no se puede confirmar aún que *En Plan* sirva como plataforma para dar a conocer lugares y eventos de interés menos conocidos en Valladolid. Sí es cierto que en este formato (revista digital) no hay competencia y, en cuanto a temática, lo más similar sería *Pucela Youth* del Consejo de la Juventud de Valladolid.

O.4 Tener en cuenta el Carné Joven Europeo de Castilla y León a la hora de presentar lugares y actividades destinadas a los jóvenes.

En Plan incluye contenidos relacionados con Geko Aventura, el Espacio Joven Sur y varios *escape room* que guardan alguna relación con el Carné Joven Europeo, ya sea porque son un punto de expedición o porque la posesión de esta tarjeta otorga descuentos en sus actividades.

O.5 Maquetar y diseñar una publicación en formato digital.

La herramienta *Adobe InDesign*, junto a otras secundarias como *Adobe Photoshop* o *Adobe Illustrator*, han permitido llevar a cabo con éxito la maquetación y diseño de la revista en formato digital con un resultado satisfactorio a nivel personal.

O.6 Realizar y redactar reportajes, noticias, entrevistas y crónicas sobre periodismo de servicio.

En Plan tiene un índice de contenidos que incluye entrevistas con los dueños o coordinadores de lugares como Espacio Joven Sur, Vallanoche o el Museo de la Ciencia. También hay crónicas como la dedicada al Ultra Gaming Festival y reportajes como el relacionado con Pera Limonera. Todas las piezas aportan información útil y de interés para el lector ya que gran parte de la misma no aparece en sus páginas *web* o en Internet.

O.7 Buscar fuentes e información sobre ocio y cultura.

La elaboración de los contenidos ha implicado ponerse en contacto y entrevistar a profesionales del sector del ocio y la cultura como Inés Rodríguez Hidalgo, directora del Museo de la Ciencia, Israel Martínez, escalador y dueño de Geko Aventura, Mario Gallego, creador de Da Vinci The Key Escape Room y Alfonso Martín, coordinador de Vallanoche, entre otros. También se ha obtenido información a través de la visita de eventos como el Ultra Gaming Festival.

En líneas generales, este TFG me ha permitido desarrollar las competencias adquiridas durante el Grado de Periodismo y se trata de un proyecto que, con el mismo nombre, podría tener ediciones en otras ciudades como, por ejemplo, *En Plan... Palencia* o *En Plan... León*.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Albornoz, L. A. (2006). *Periodismo digital: los grandes diarios en la red*. Buenos Aires: La Crujía.
- Alonso Arévalo, J., Cordón García, J. A., y Gómez-Díaz, R. (2013). Estudio sobre el uso de los libros electrónicos en las bibliotecas universitarias de Castilla y León.
- Ayuntamiento de Valladolid. (2022). *Observatorio Turístico*.
<https://www.valladolid.es/es/temas/hacemos/observatorio-turistico>
- Casero Ripollés, A. (2012). Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital. *Comunicar*, 20(39), 1-16. <https://doi.org/10.3916/C39-2012-03-05>
- Díaz Olivera, A.P., y Matamoros Hernández, I.B. (2011). *El análisis DAFO y los objetivos estratégicos*. Contribuciones a la Economía.
<http://www.eumed.net/ce/2011a/domh.htm>
- Diezhandino Nieto, M.P. (2008). *Periodismo de servicio*. Bosch.
- Edo, C. (2009). *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. Salamanca: Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones.
- Fernández Sánchez, E. y Fernández Morales, I. (2000). Consideraciones sobre la edición electrónica de revistas en internet. *El profesional de la información*, 9 (3), 4-12.
- From, U. (2018). Lifestyle journalism. *Oxford Encyclopedia of Journalism Studies*
<https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.835>
- Instituto Nacional de Estadística. (2021). *Principales series de población desde 1998*.
<https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t20/e245/p08/10/&file=03002.px>
- Ley 11/2022, de 10 de julio, de Juventud de Castilla y León. *Boletín Oficial del Estado*, 183, de 1 de agosto de 2002. <https://www.boe.es/eli/es-cl/1/2002/07/10/11>

García, A., *En Plan... Valladolid*. Revista digital de ocio y cultura para jóvenes en Valladolid (2022). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid

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

Metzler, K. (1986). *Newsgathering*. Prentice-Hall.

Nørgaard Kristensen, N., Riegert, K., Eide, M., From, U., Gripsrud, J., Hellman, H., Fredrik Hovden, J., Jaakkola, M., Kammer, A., Ove Larsen, L., Nygaard, S., Roosvall, A., Salokangas, R., Sparre, K. y Widholm, A. (2017). *Cultural Journalism in the Nordic Countries*. Nordicom.

Williams, R. (2006). The Analysis of Culture, pp. 32-40 in Storey, John (ed.) *Cultural Theory and Popular Culture*. Harlow: Pearson Prentice Hall.

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

Viñals Blanco, A., Abad Galzacorta, M. y Aguilar Gutiérrez, E. (2014). Jóvenes conectados: una aproximación al ocio digital de los jóvenes españoles. *Communication Papers*, 3(4), 52-68.

Zorrilla, J. (1997). *Introducción al diseño periodístico*. España: EUNSA

6. ANEXOS

Anexo I. Dirección web de la revista

https://issuu.com/adriangarciagarcia/docs/en_plan..._valladolid._revista_digital_de_ocio_y_c