



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

Revista Digital: Secretos del Esgueva

Alejandro Mozo Recio

Tutora: María Monjas Eleta

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

Curso: 2023-24

Título: Revista Digital: Secretos del Esgueva

Autor: Alejandro Mozo Recio

Resumen:

Este Trabajo de fin de Grado en la modalidad profesional presenta el proyecto de creación de una revista sobre el patrimonio, la cultura, la gastronomía y el turismo que se puede encontrar en la comarca del Valle Esgueva vallisoletano. *Secretos del Esgueva* nace como una revista digital destinada a descubrir esta zona tan poco conocida formada por localidades que se encuentran entre una media hora y una hora de la capital. En formato digital contiene diferentes secciones como es turismo, eventos, gastronomía, patrimonio y cultura y por último homenaje donde descubrirás historias contadas de primera mano por los vecinos del lugar, ya que, el objetivo de la revista es dar voz y poder dar a conocer los diferentes pueblos que muchas veces son olvidados.

Palabras claves

Valle Esgueva, Revista digital, Periodismo local, Periodismo turístico, Valladolid.

Title: Revista Digital: Secretos del Esgueva.

Author: Alejandro Mozo Recio

Abstract:

This Final Degree Project in the professional modality presents the project of creating a magazine on heritage, culture, gastronomy and tourism that can be found in the region of the Esgueva Valley of Valladolid. Secretos del Esgueva was born as a digital magazine aimed at discovering this little-known area made up of towns that are between half an hour and an hour from the capital. In digital format it contains different sections such as tourism, events, gastronomy, heritage and culture and finally tribute where you will discover stories told first-hand by the residents of the place, since the objective of the magazine is to give voice and to be able to publicize the different towns that are often forgotten.

Keywords: Valle Esgueva, Digital magazine, Local Journalism, Tourism Journalism, Valladolid.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1 Justificación	5
1.2 Objetivos	5
1.3 Fundamentos teórico-académicos	6
1.3.1 Ciberperiodismo	6
1.3.2 Periodismo local	7
1.3.3 Periodismo turístico	9
2. Plan de Trabajo	10
2.1 Análisis DAFO	10
2.2 Elección nombre de la revista	11
2.3 Características técnicas de la publicación	12
2.4 Contenidos	12
2.5 Herramientas utilizadas	13
2.6 Presupuesto de gastos e ingresos	13
2.7 Calendario de ejecución	14
3. Conclusiones	15
4. Bibliografía	17
5. Anexo	18

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

Este Trabajo final de Grado se encuadra dentro de la modalidad profesional del Grado de Periodismo. El desarrollo de la modalidad profesional sirve para realizar un trabajo periodístico de cualquier ámbito periodístico, en este caso, se ha optado por el desarrollo de una revista digital para poner en práctica los conocimientos adquiridos en las diferentes asignaturas del Grado tales como ciberperiodismo, redacción periodística, géneros interpretativos (entrevistas) o fotoperiodismo o diseño periodístico

La idea de crear una revista digital se justifica por el predominio de los medios digitales a la hora de informarse, tal y como señala la encuesta de GAD3 y la fundación AXA (elDiario.es) un 45% de los castellanos y leoneses se informan a través de periódicos digitales y solo un 14% a través de periódicos en papel. Por ello, se determinó que la mejor manera para informar acerca de la región del Valle Esgueva sería la revista digital a mayores con un perfil en Instagram que anuncie las nuevas publicaciones para también acercar esta región a un sector de la población más joven que utiliza Instagram como principal red social, según el “Estudio de Redes Sociales 2023” determina que la franja de edad entre 18 y 34 años sigue prefiriendo esta red social para informarse, desconectar o seguir a sus “influencers” favoritos.

Por último y ya de manera más personal, el trabajo tiene un aspecto sentimental y es un homenaje a mis abuelos, ya que, ellos vienen de un pueblo de esta zona, Castronuevo de Esgueva y desde pequeños siempre en mi familia se han escuchado como lo llama mi abuela “las batallitas del abuelo” con todo tipo de historias que han vivido a lo largo de su vida en el pueblo. En el momento que hubo que elegir tema para el Trabajo fin de Grado y tras una comida con ellos donde volvieron a salir esas batallitas se me ocurrió esta idea para dar a conocer el Valle y como un homenaje a mis raíces.

1.2 Objetivos

El objetivo principal de este TFG es la creación de un medio de comunicación, concretamente una revista digital, que sirva como plataforma para dar visibilidad a todo lo que el Valle Esgueva puede ofrecer y que su gente y sus historias no caigan en el olvido.

Este objetivo principal se desarrolla mediante una serie de objetivos secundarios que pueden desglosarse en bloques. El primer bloque de objetivos secundarios tiene relación con las habilidades profesionales para desarrollar este proyecto:

1. Crear, maquetar y diseñar una revista a través de WordPress.
2. Redactar textos de diferentes géneros periodísticos.
3. Hacer fotografías.
4. Indagar acerca de la cultura, gastronomía e historia de las personas del lugar.
5. Buscar fuentes que ayude al desarrollo de la página web.

El segundo bloque de objetivos se refiere al tema seleccionado como objetivos temáticos se han marcado:

6. Conocer los diferentes pueblos que forman el Valle Esgueva.
7. Publicar las diferentes actividades y sitios de interés que se encuentran en esta zona.
8. Relacionarse con la gente de los pueblos que viven allí y hacerles protagonistas de las publicaciones.

1.3 Fundamentos teórico-académicos

La base teórica de este TFG profesional se asienta sobre tres conceptos directamente relacionados con las características del proyecto. En primer lugar, ciberperiodismo, ya que, la revista es totalmente digital. En segundo lugar, el periodismo local por el tema elegido, una zona de Valladolid que puede interesar a los locales y, por último, periodismo turístico, ya que, el objetivo de la revista es dar a conocer la zona del Valle Esgueva tan poco conocida por la gente.

1.3.1 Ciberperiodismo

Díaz Noci (2008) plantea una definición de ciberperiodismo como la actividad profesional de conseguir y ofrecer información de actualidad mediante medios informáticos para ofrecerla en un nuevo medio, el ciberespacio. La producción informativa en este nuevo medio obliga a adaptarse a las características del discurso digital que son, principalmente: multimedialidad, interactividad e hipertextualidad

La primera característica fundamental de internet es la multimedialidad que Salaverría define como “la capacidad, otorgada por el soporte digital, de combinar en un solo

mensaje al menos dos de los tres siguientes elementos: texto, imagen y sonido” (2008, p.32). Seguramente no falte quien diga que ya en los periódicos en papel –y también en la televisión– se da la confluencia de dos de dichos elementos: el texto y la imagen. Sin embargo, basándose en las palabras de Tannenbaum (1998), Salaverría indica que “la multimedialidad plena solo es posible con ordenadores” (2008, p. 33). La multimedialidad es de las características más importantes para conocer la diferencia con el papel, sobre todo, en noticias de última hora porque permite combinar el texto con lo que aparece en radio o televisión.

Otro elemento fundamental es la interactividad. Silvia Cobo la define como “la capacidad que tiene el usuario de relacionarse con el emisor o la de interactuar con un contenido” (2012, p. 22). Alejandro Rost insiste en su trabajo alrededor de dos tipos de interactividad: la selectiva (“interacción con los contenidos”), la comunicativa (“interacción entre individuos”) y una combinación de ambas (“interacción con los contenidos y entre individuos”). Rost, define la interactividad como “la capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación para darle a los usuarios/lectores un mayor poder tanto en la elección de contenidos (interactividad selectiva) como en las posibilidades de expresión y comunicación (interactividad comunicativa)” (2006:285 -300,353-358)

Por último, la hipertextualidad, Salaverría (2008: 29) un hipertexto es “un texto que a la anchura y la altura propias de la página impresa suma una tercera dimensión: la profundidad”. Otra definición según Marina Vianello: “El hipertexto es un entorno lógico para la adquisición de la información, la organización del conocimiento, la lectura y la escritura, que permite desestructurar los textos tradicionales, emulando y exteriorizando el funcionamiento de la mente, que opera por asociaciones. Esta estructura permite al lector transformar la lectura en un acto que implica la reescritura del texto y su interpretación personal frente a la totalidad de la información potencialmente disponible” (Vianello, 2004: 327)

1.3.2 Periodismo local

Esteve Ramírez define el periodismo local como “el área periodística que recoge los acontecimientos producidos en una determinada zona y afecta a su política, urbanismo, ecología, costumbre y realidad cultural” (2002, p. 484). Martínez de Juan (2003) define una serie de características del periodismo local:

- 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 los 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.

Frente a una localización o audiencia delimitada geográficamente, como señalaba Martínez de Juan, el carácter global de la red ha abierto un debate sobre la existencia o no de un periodismo local puesto que la difusión supera las fronteras de lo estrictamente local. Ante esto puede argumentarse que “los medios de periodismo de proximidad (...) practican una cobertura de la realidad desde planteamientos locales, diferenciándose del resto de empresas del panorama informativo (Rivas de Roca et al, 2020, p. 3).

Ello pese a la crisis de este tipo de periodismo que evidencia la reducción de contenidos de proximidad en las grandes cadenas radiofónicas, el cierre de cabeceras o la progresiva reducción de plantillas, reflejan la incertidumbre a la que se enfrentan los medios de comunicación y en especial aquellos con vocación de proximidad local (Chomón, 2016: 98).

No obstante, “la necesidad de información local es patente” defienden Rivas de Roca et al (2020, p.3) que apuestan por la innovación por parte de los medios locales para “identificar y satisfacer de forma rentable las expectativas informativas” de los lectores interesados en la información de un territorio geográfica y políticamente determinado.

Por ello, el desarrollo de este proyecto de TFG se ha realizado desde una perspectiva de periodismo local, ya que, la reducción de contenidos locales en los medios es patente, todavía sigue siendo muy necesaria la cobertura de una zona en concreto porque la población de esos territorios merece ser informada e informar sobre su territorio.

1.3.3 Periodismo turístico

Miguel Ledhesma define esta especialidad periodística como aquella que informa sobre la actualidad del turismo, interpretando los hechos que suceden en torno al desplazamiento potencial o real de los sujetos y en base al contexto sociopolítico complejo y multidisciplinar en el que está inmerso. (2014). Este autor defiende que “de ninguna manera el periodismo turístico puede confundirse como parte de las relaciones públicas, como una herramienta publicitaria o como un género literario” (2016, p. 53), refiriéndose a la literatura de viajes. “El periodismo turístico atraviesa una situación complicada en cuanto a su independencia editorial, la relevancia pública y su confusión con la literatura de viajes. Por otra parte, los periodistas están asediados por las relaciones públicas y los esfuerzos publicitarios que contaminan la independencia del campo. Además, los viajes y el turismo se ven a menudo como algo trivial y se descuida el compromiso periodístico y académico” (Fürsich, 2002:61)

La especialización periodística en turismo señala Belau, puede reunir a la vez “las cuatro funciones del periodismo (política, económica, educativa y de entretenimiento), invitando al lector a degustar el turismo no sólo como un pasatiempo, un sueño superfluo e irrealizable, sino como algo que debe ser tratado con importancia porque puede beneficiar el desarrollo del país y aumentar la calidad de vida de los ciudadanos (lectores y consumidores)” (1966, p. 30 en Ledhesma, 2016, p. 52)

Esta actividad sigue aumentando y en cualquier época del año, esto afecta a la comunicación turística, ya que los profesionales que se dedican a este tipo de comunicación tienen distintos productos y contenidos que deben ser llamativos para cualquier consumidor de información turística. “La existencia del periodismo especializado en este campo, es directa consecuencia de la magnitud e importancia que alcanza -y de la que habrá de alcanzar- este hecho contemporáneo llamado turismo” (Guenchor en Manrique Guerra, 1996:27), González cuenta que la comunicación turística no abarca solo la promoción turística, sino que impacta procesos de aprendizaje, experiencias y construcción de conocimiento, debe vivir en constante innovación para que el público experimente momentos únicos y memorables (2009, p.6).

2. Plan de Trabajo

El plan de trabajo para el Trabajo Final de Grado dispone de varias secciones empezando por un análisis DAFO hasta concluir con el calendario de ejecuciones que se ha llevado a cabo a lo largo de estos meses en la web: <https://secretosdelesgueva.wordpress.com/>

2.1 Análisis DAFO

Antes de comenzar con la elaboración del trabajo es conveniente realizar un estudio de mercado para conocer la posibilidad de desarrollo de nuestro producto dentro del nicho de mercado en el que se encuentra. Por ello, se realiza el Análisis DAFO, análisis de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, para poder sacar conclusiones.

El análisis DAFO (o FODA) es una herramienta de gestión que facilita el proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implementación de acciones y medidas correctivas, y para el desarrollo de proyectos de mejora. El nombre DAFO, responde a los cuatro elementos que se evalúan en el desarrollo del análisis: las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

Gráfico 1. DAFO



Fuente: Elaboración propia

Tras la elaboración del análisis DAFO se puede observar cómo hay un balance positivo a la hora de desarrollar este trabajo por las diferentes fortalezas y oportunidades como puede ser, numerosos contactos que se tiene en diferentes pueblos del Valle Esgueva o la capacidad de adaptación para poder quedar con la persona que va a contar la información y que posteriori saldrá la noticia, y aunque en algún caso las debilidades o amenazas

pueden influir en el desarrollo de la revista como puede ser la falta de medio de transporte propio y siempre depender de un tercero para poder ir a visitar a un pueblo o la falta de participación por la gente de los pueblos.

Sin embargo, y como se comentaba antes el balance que ofrece es positivo, ya que, lo único más reseñable y que podría afectar a la revista serían otras páginas que hablan de lo mismo, la competencia, no obstante, tras una búsqueda por ellas se puede observar que muchas están en desuso o aunque hable de la zona del Valle Esgueva abarca otros temas o no profundiza como se puede apreciar en la web *Secretos del Esgueva*: <https://secretosdelesgueva.wordpress.com/>

2.2 Elección nombre de la revista

Tras la elección de cómo se iba a desarrollar el Trabajo de Fin de Grado tocaba pensar cómo se iba a llamar la revista con el objetivo de que el nombre representara la zona por la cual se iba a escribir y fuera fácil de recordar.

A la hora de elegir el nombre se tuvieron diferentes ideas para titular al trabajo, no obstante, todos compartían el mismo apellido “del Esgueva”, ya que, lo que se buscaba era principalmente dar importancia al río Esgueva, río que baña a todos estos pueblos y los cuales tienen en su nombre la referencia del nombre del río porque para todo este valle el río ha sido, es y será muy importante para el devenir de los pueblos y de su gente.

Para encabezar el nombre surgieron varias opciones como Tesoros del Esgueva, Explora el Esgueva o, por último, surgió la idea de Secretos del Esgueva, el nombre que más le gustó al autor del TFG, ya que daba importancia al nombre del río, Esgueva, y la palabra secreto hacía referencia a lo desconocido de esta zona para muchas personas.

Una vez se tenía el nombre pensado el siguiente paso fue realizar una imagen que fuera la cara de la revista, así como, el perfil de las redes sociales. Lo que se buscaba era que la imagen representara a toda la zona del Valle Esgueva y tras diferentes pruebas y diseños se optó por esta imagen como logo para la revista y para las redes sociales, ya que, consideró el autor y tras comentarlo con gente cercana a él que representaba lo que se buscaba el Valle Esgueva.

Imagen 2. Logotipo la revista:



Fuente: Elaboración propia

La imagen está compuesta por un río en referencia al río esgueva y por delante se observa dos espigas de trigo, ya que, toda esta zona se conoce por anchos campos de cultivo donde especialmente se cultiva el trigo todo ello en un fondo amarillo claro que intenta simular al color de un campo lleno de trigo. Por último, el nombre de la revista visible y en todo el medio para que dé un vistazo entre por los ojos.

2.3 Características técnicas de la publicación

A continuación, se detallan las características técnicas elegidas para el formato y entradas que se encontraran en la revista.

- Formato: la revista es completamente *online* publicada en la plataforma *WordPress*, ya que, esto facilita su transmisión por las redes sociales y la posibilidad de incluir elementos visuales y audiovisuales que da mayor calidad a la revista.
- Entradas: contará con dos o más entradas por sección que contenga la propia a excepción de una sección que solo contendrá una, ya que, es un homenaje a los abuelos del alumno.

2.4 Contenidos

La revista cuenta con cinco secciones las cuales son independientes unas de otras, aunque en muchos casos puedan estar relacionadas. Las secciones se buscaron para intentar abarcar lo máximo que puede ofrecer el Valle Esgueva y que todo tenga cabida dentro de la revista. Por ello, la división se basa en:

- Turismo: en esta sección encuentras noticias que puedan estar también relacionadas con otra de las secciones, patrimonio y cultura, las cuales son sitios que la gente puede visitar para conocer más sobre este lugar.
- Eventos: en esta sección lo que se encuentra son actos o actividades que los diferentes pueblos ofrecen en fechas concretas.
- Gastronomía: en esta sección lo que se encuentra es todo lo relacionado con lo que ofrece esta zona en tema comidas o lugares donde disfrutar de sus productos típicos.
- Patrimonio y cultura: en esta sección lo que se encuentra son noticias que dan a conocer todo lo que abarca el Valle Esgueva referido a edificios o como cada pueblo tienen sus cosas propias, pero a la vez posee la misma cultura, sus tradiciones castellanas.
- Homenaje: en esta sección se encontrará una fotografía de los abuelos del alumno con un texto donde se explica que la idea de este Trabajo Fin de Grado ha sido por ellos, además se puede utilizar si se sigue con la revista para que la gente del Valle Esgueva mande al alumno fotografías con texto para que sea como un homenaje de todo el mundo a esta zona.

2.5 Herramientas utilizadas

Para el desarrollo de la revista, se analizaron diferentes webs para conocer cual más se adaptaba a la idea del autor para la revista. Al final, se decantó por *WordPress*, ya que, es una web que el autor conoce por haberla aprendido a usar durante la carrera y donde realizó algunos trabajos para diferentes asignaturas.

En cuanto a herramientas físicas utilizadas todo ha sido realizado a través del teléfono propio del autor, tanto la fotografía como la grabación de audio para luego poder transcribir las noticias o video (para redes sociales).

2.6 Presupuesto de gastos e ingresos

Toda revista tanto digital como en papel tiene que realizar una previsión de gastos e ingresos para poder conocer la viabilidad del proyecto a un medio/largo plazo y conocer si fuera posible que la revista pudiera continuar en un futuro. La previsión de gastos e ingresos para la revista Secretos del Esgueva está destinada en su totalidad a la modalidad digital.

Gráfico 3. Previsión:

REVISTA TFG**REVISTA 1**

INGRESOS 0 EUROS	INGRESOS Publicidad: 4 anunciantes: 4000euros Suscripción revista: 2euros/mes
GASTOS 0 EUROS	GASTOS Dominio WordPress: 300 euros Tarifa de autónomo 60eurosx12meses: 720euros
SALDO 0	4000-1020: 2980

Fuente: Elaboración propia

La previsión muestra que sería viable la continuidad del proyecto gracias a la publicidad y todavía quedaría contar con los ingresos por suscripción a la revista que dependiendo de la cantidad de suscriptores podría variar.

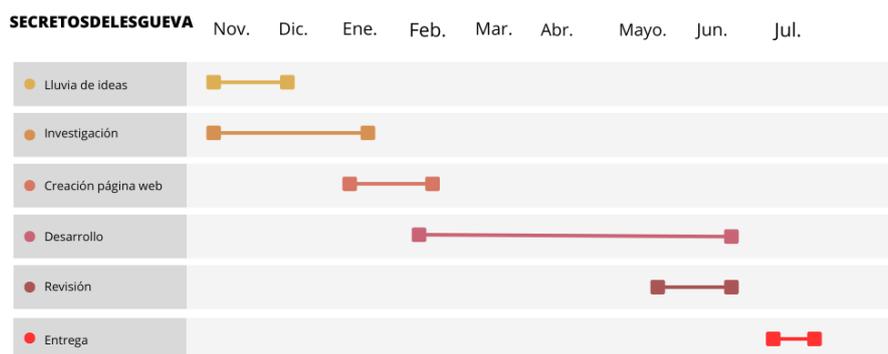
2.7 Calendario de ejecución

La evolución de trabajo de la revista digital *Secretos del Esgueva* la cual, el trabajo fue dividido a lo largo de los meses desde una lluvia de ideas hasta la entrega del trabajo.

En el cronograma se encuentra explicado a través de colores:

- Amarillo: lluvia de ideas, en este momento una vez decidido el tema del TFG se comenzó a pensar cómo podría llevarse a cabo su ejecución y lo que se iba a encontrar dentro del trabajo
- Naranja: investigación, se empiezan a buscar contactos, historias o lugares que puedan servir para la elaboración del trabajo.
- Rojo claro: creación de la revista, se crea el *WordPress* donde se subirán las diferentes noticias del TFG.
- Rosa: desarrollo, la elaboración de las diferentes noticias e historias que se habían conseguido con anterioridad y la publicación para que la gente pueda ir leyéndolo.
- Morado: revisión, se revisa como ha quedado la revista y si se encuentra algún error para modificarlo.
- Rojo: entrega del TFG.

Gráfico 4. Cronograma:



Fuente: Elaboración propia

3. Conclusiones

La creación de la revista digital *Secretos del Esgueva* ha permitido que se alcance el objetivo principal de este TFG que consistía en la creación de un medio de comunicación, concretamente una revista digital, que sirviera como plataforma para dar visibilidad a todo lo que el Valle Esgueva puede ofrecer y que su gente y sus historias no cayeran en el olvido. La revista digital que se ha desarrollado cuenta con diferentes secciones que abordan los recursos que el Valle Esgueva puede ofrecer y todo ello relatado por los propios vecinos de los pueblos, que son los mejores embajadores de su zona y quienes mejor conocen lo que sus pueblos ofrecen.

El desarrollo del proyecto ha permitido también cumplir los objetivos secundarios que se habían planteado. Respecto al formato elegido, una revista digital, se ha conseguido:

1. Crear, maquetar y diseñar una revista a través de WordPress.

Mediante el uso de la plataforma WordPress se ha buscado un diseño de la revista que facilite el acceso a las diferentes secciones una vez entras en la página.

2. Redactar textos de diferentes géneros periodísticos.

Se han redactado textos de diferentes géneros periodísticos tales como reportajes, entrevistas noticias o crónicas para la revista digital lo que ha permitido poner en práctica conocimientos adquiridos en las diversas asignaturas de Redacción del Grado.

3. Hacer fotografías.

Toda fotografía que aparece en las distintas noticias de la revista ha sido realizada por el autor de este TFG a lo largo de estos meses.

4. Indagar acerca de la cultura, gastronomía e historia de las personas del lugar.

Se ha realizado un estudio para tener más conocimiento de los diferentes lugares que se ha visitado para el desarrollo posterior de las noticias y para poder contar mejor las historias de los diferentes protagonistas.

5. Buscar fuentes que ayude al desarrollo de la página web.

El trabajo realizado de encontrar a las fuentes durante los meses del desarrollo del proyecto ha sido muy favorable, ya que, se ha encontrado a numerosa gente que ha participado para la redacción de las noticias se ha contactado con gente que por unos motivos u otros no se ha podido concretar, pero, han ayudado para conseguir fuentes que han ayudado.

También se han alcanzado los objetivos planteados al inicio del proyecto del TFG respecto al tema de la revista.

6. Conocer los diferentes pueblos que forman el Valle Esgueva.

Se ha acudido a numerosos pueblos que han ayudado a dar a conocer todo lo que puede llegar a ofrecer esta zona tan poco conocida por la sociedad vallisoletana

7. Publicar las diferentes actividades y sitios de interés que se encuentran en esta zona.

La revista cuenta con una sección denominada “Eventos” donde se ha contado diferentes actividades y espectáculos que han tenido lugar en algunos pueblos a lo largo de estos meses, para que, los lectores puedan estar informados y poder acudir si lo desean.

8. Relacionarse con la gente de los pueblos que viven allí y hacerles protagonistas de las publicaciones.

Una de las mejores cosas de la realización de este Trabajo Final de Grado ha sido conocer a gente con la que, de otra forma no se hubiera contactado. El autor de este TFG considera un honor poder haber quedado con ellos y hacerles protagonistas para poder dar voz a sus pueblos y que no caigan en el olvido.

Por tanto, la conclusión general de este Trabajo Final de Grado por parte del alumno ha sido de una gran satisfacción personal, ya que, lo que comenzó como un homenaje a sus abuelos y a una zona que ni el mismo conocía le ha hecho reflexionar sobre la vida que

todavía queda en ellos, como queda gente que quiere vivir en su pueblo. Otro aspecto ha sido conocer un tipo de periodismo menos conocido, más local y personal, que le ha hecho ver lo importante que supone esta profesión.

4. Bibliografía

Cobo, S. (2012). *Internet para periodistas. Kit de supervivencia para la era digital* (Vol. 220). Editorial UOC.

Chomón Serna, J. M. (2018). El valor del periodismo local comprometido: ¡Jacinto Ontañón y” El Papa Moscas!”. *Estudios sobre el mensaje Periodístico*, 24 (1), 121-136. <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.59941>

Díaz Noci, J. (2008). Definición teórica de las características del ciberperiodismo: elementos de la comunicación digital. *Doxa Comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, 6, 53-91. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n6a2>

elDiario.es. (2021, 8 febrero). El 14% de los ciudadanos lee los periódicos en papel y casi la mitad acude a medios digitales todos los días. *elDiario.es*. https://www.eldiario.es/castilla-y-leon/14-ciudadanos-lee-periodicos-papel-mitad-acude-medios-digitales-dias_1_7201676.html

Esteve Ramírez, F. (2002). La información local como área de especialización periodística. En R. López Lita, F. Fernández Beltrán y A. Durán Mañés (Eds.). *La prensa local y la prensa gratuita* (pp. 483-492). Publicacions de la Universitat Jaume I.

Fürsich, E. (2002). How can global journalists represent the ‘Other’? A critical assessment of the cultural studies concept for media practice. *Journalism*, 3(1), 57-84.

González, J. A. M. (2009). Los nuevos caminos de la comunicación comercial. *MK Marketing Más Ventas*, Gonzalo Luna 24 (244), 822.

Ledhesma, M. (2016). Periodismo turístico: muchos principios y algunos finales. Escuela de Turismo. Universidad Nacional de la Patagonia Austral

Ledhesma, M. (2014), “La historia del turismo de San Luis reconstruida a partir de discursos periodísticos, publicitarios y académicos de los siglos XIX y XX”; en Boso S. (Comp), *Tiempo, espacio y realidad Sanluisense: problemáticas histórico-sociales de San Luis* (pp. 152-169) San Luis: Nueva Editorial Universitaria.

Martínez Juan, A. (2003): “Los retos del periodismo local en la red: hacia una definición del espacio local en la Era global” en *Sala de Prensa* n° 59.

Manrique Guerra, F. (1996). La prensa turística en América Latina. *Lima: Universidad de San Martín de Porres*. (27)

Pachón, D. J. S., & Olarte, G. A. P. (2023). Generación, disseminación y transferencia de conocimiento: Los contenidos del periodismo turístico. *Contexto*, 11(1).

Rivas-de-Roca, Rubén, Mar García-Gordillo, y Francisco J. Caro-González. 2020. «La construcción Del Periodismo “localizado” En Medios Digitales Europeos. Estudio De Casos». *Revista Latina De Comunicación Social*, n.º 75 (febrero):1-26. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1414>

Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital*. Universitat Autònoma de Barcelona. (pp 285-300,353-358)

RTVE.es. (2023, 10 mayo). 30 millones de españoles usan redes sociales: los más activos son las mujeres hasta los 34 años. *RTVE.es*. <https://www.rtve.es/noticias/20230510/30-millones-espanoles-usan-redes-sociales-tiktok-instagram-jovenes-whatsapp-adultos/2445107.shtml>

Salaverría, R.; García Avilés, J. A... La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Tripodos. Blanquerna School of Communication and International Relations-URL*, 2008, Num. 23, pp. 31-47, <https://raco.cat/index.php/Tripodos/article/view/118910>.

Vianello Osti, M. (2004): El hipertexto entre la utopía y la aplicación: identidad, problemática y tendencias de la Web, Gijón: Trea (327)

5. Anexo

<http://secretosdelesgueva.wordpress.com>