



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

Revista digital *Mosaico Cultural*

Raúl Menéndez Ramos

Tutora: María Monjas Eleta

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

Curso: 2024-2025

Menéndez Ramos, R. (2024). Revista digital *Mosaico Cultural*. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2024-2025.

Título: Revista digital *Mosaico Cultural*

Autor: Raúl Menéndez Ramos

Resumen: Este Trabajo de Fin de Grado, en su modalidad profesional, engloba todo el proceso creativo de una publicación periodística cultural. El resultado es el número cero de una revista, *Mosaico Cultural*, con una periodicidad de carácter mensual, ámbito geográfico nacional y edición exclusivamente digital. Su contenido, formado en su mayoría por entrevistas, reportajes, artículos de opinión y crónicas, varía y se adapta a cada una de las manifestaciones artísticas de las que ofrece cobertura, al igual que su lenguaje y estructura.

El público objetivo al que se dirige la publicación es el sector más joven de la población. Su línea editorial defiende y representa la inclusión, pluralidad y el desarrollo sostenible. *Mosaico Cultural* tiene como objetivos principales: fomentar la heterogeneidad cultural, apoyar todo tipo de talento e informar de manera accesible sobre las distintas manifestaciones artísticas existentes, tanto a nivel nacional como internacional.

Palabras clave: Periodismo cultural, información, revista, comunicación digital, multiculturalidad

Menéndez Ramos, R. (2024). Revista digital Mosaico Cultural. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2024-2025.

Title: Digital magazine *Mosaico Cultural*

Author: Raúl Menéndez Ramos

Abstract: This Final Degree Project, in its professional modality, encompasses the entire creative process of a cultural journalistic publication. The result is the zero number of a magazine, Mosaico Cultural, with a monthly periodicity, national geographic scope and exclusively digital edition. Its content, consisting mostly of interviews, reports, opinion articles and chronicles, varies and adapts to each of the artistic manifestations it covers, as does its language and structure.

The publication's target audience is the younger sector of the population. Its editorial line defends and represents inclusion, plurality and sustainable development. Mosaico Cultural's main objectives are: to promote cultural heterogeneity, to support all kinds of talent and to inform in an accessible way about the different artistic manifestations that exist, both nationally and internationally.

Keywords: Cultural journalism, information, magazine, digital communication, multiculturalism

ÍNDICE

1. Introducción	1
1.1 Justificación.....	1
1.2 Objetivos.....	2
1.3 Fundamentos teóricos académicos	2
1.3.1 El periodismo cultural	2
1.3.2 Las revistas digitales.....	4
1.3.3 El consumo informativo juvenil	5
2. Plan de trabajo	6
2.1 Definición del público objetivo	6
2.2 Análisis DAFO	6
2.3 Elección del nombre de la revista.....	7
2.4 Características técnicas de la publicación	8
2.5 Contenidos	9
2.6 Herramientas utilizadas	10
2.7 Previsión de gastos e ingresos	11
2.8 Calendario de ejecución.....	12
2.9 Conclusiones.....	14
3. Bibliografía	15
4. Anexos	17

1. Introducción

Este Trabajo de Fin de Grado, inscrito en la modalidad profesional, consiste en la creación de un proyecto periodístico en cualquier ámbito de la comunicación. Como, por ejemplo: prensa, radio, televisión, Internet, planes de comunicación, etc. El presente trabajo desarrolla el proceso creativo de una revista cultural de ámbito geográfico nacional y su “número 0” digital. (<https://encr.pw/x4FCV>)

La publicación digital *Mosaico Cultural* pretende constituir una fuente informativa, confiable y respetada, para el sector más joven de la población española. Su contenido de calidad abarca disciplinas artísticas tan diversas como: moda, literatura, música, artes escénicas...

1.1 Justificación

La elección del soporte digital para esta revista se basa, principalmente, en el predominio actual de los medios digitales. El Estudio General de Medios, en julio de 2024, señala que Internet lidera el índice de medios en términos de audiencia. Su penetración en la población aumentó a un 89,1%, dato que representa un leve ascenso respecto al último informe. Para muchos, “la pugna entre medios analógicos y digitales está definitivamente resuelta: han ganado los digitales por goleada.” (Salaverría, 2019, p. 22)

Autores como Rodríguez (2011) señalan que “las nuevas tecnologías que sirven de soporte a los bienes culturales (...) han modificado sustancialmente nuestra forma de entender la experiencia/experimentación.” (p.149-156) Su rápida y cómoda accesibilidad desde cualquier dispositivo supone una ampliación temporal destinada a consumir contenido de carácter cultural.

O por lo menos, así lo refleja la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España (septiembre, 2022). Este estudio indica que un 71,1% de la población suele leer al menos una vez al mes publicaciones periódicas. Casi la mitad de los encuestados, un 49%, utiliza para ello Internet, superando en más de una ocasión a la prensa escrita. Entre estos lectores frecuentes, un 18,9% consume revistas culturales.

El desarrollo de un proyecto periodístico como el que se plantea en este TFG permite poner en práctica los conocimientos adquiridos en asignaturas tan esenciales como: Redacción Periodística I y II, Periodismo Especializado, Periodismo Cultural y Científico, Periodismo de Opinión, Género Periodísticos Interpretativos, Diseño

Periodístico, Fotoperiodismo, Gestión y Producción de Proyectos Periodísticos, Ciberperiodismo, Ética y Deontología Periodística e Innovaciones tecnológicas aplicadas al periodismo.

1.2 Objetivos

Este Trabajo de Fin de Grado tiene como meta principal desarrollar un proyecto profesional de carácter periodístico. En este caso, una revista cultural en versión digital que incentive a los lectores a desarrollar una visión crítica sobre la cultura y sus diversas manifestaciones. Este propósito de creación online, a su vez, se desglosa en dos tipos de objetivos secundarios: según el tema y según el formato periodístico.

Los objetivos temáticos son:

- Fomentar el consumo cultural y dar a conocer las distintas manifestaciones artísticas tanto a nivel nacional como internacional.
- Indagar en la riqueza de diversas expresiones culturales como, por ejemplo, la moda, literatura, música, cinematografía, etc.
- Impulsar el talento joven e informar, de manera accesible, sobre los distintos eventos, artistas, literatos y creadores emergentes.

Los objetivos según el formato periodístico son:

- Crear, diseñar y maquetar una revista digital de carácter cultural.
- Realizar infografías y fotografías que acompañen a los textos periodísticos.
- Redactar crónicas, informaciones, reportajes y entrevistas adaptadas a cada manifestación artística.
- Publicar reseñas y críticas sobre libros, películas, obras teatrales y exposiciones artísticas que fomenten la reflexión pública.

1.3 Fundamentos teóricos académicos

La estructura teórica que organiza este proyecto profesional se construye sobre tres pilares básicos: el concepto de periodismo cultural y su amplio abanico de posibilidades, los formatos periodísticos como las revistas electrónicas y, por último, el consumo informativo juvenil, ya que es el público al que se dirige la publicación.

1.3.1 El periodismo cultural

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (1982) define la cultura como “el conjunto de rasgos distintivos, espirituales,

materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social. (...) Engloba las artes, el estilo de vida, los derechos humanos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.” Es decir, la cultura da forma a los individuos y a las sociedades, fomentando la unidad a través de valores y tradiciones comunes.

En esta misma línea, para algunos autores como Grimson, “todas las actividades y pensamientos humanos son aspectos de la cultura.” (2008, p.48) A su vez, el investigador destaca la existencia de una gran cantidad de culturas, todas diferenciadas entre sí, cuyo denominador común es la humanidad como entidad cultural.

La extensión y diversidad del concepto de cultura se traslada al periodismo cultural, término que “se aplica a un campo extenso y heterogéneo” que no puede abordarse “desde una sola perspectiva. Involucra y excluye a los géneros y productos del campo periodístico, produciéndose una constante pendulación entre los términos “periodismo” y “cultura” (Villa, 1998, p.1).

En este sentido, el periodismo en sí mismo puede ser considerado también como una manifestación cultural, ya que existe una “cultura periodística” en la que Lamo de Espinosa, Torres y Giner (1998) distinguen dos conceptos:

- La idea de un “todo” cultural: formado por un lenguaje común, creencias, ideas, normas, símbolos, valores, etc.
- La cultura como un conglomerado de artes: entre los que destacan la música, moda, arquitectura, cinematografía o literatura.

Por su parte, Jorge B. Rivera (1995) coincide también coincide en la diversidad del periodismo cultural que define como,

“una zona muy compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgativos los terrenos de las artes, las letras, las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos (...)” (p.19).

La especialización periodística en cultura, por tanto, desempeña una labor fundamental en la difusión y divulgación de todas estas manifestaciones de carácter cultural.

1.3.2 Las revistas digitales

Las primeras manifestaciones de este tipo de publicaciones datan, concretamente, de los años 80. La existencia de estos prototipos era muy breve debido a las múltiples dificultades tecnológicas de la época y la escasa demanda de productos culturales.

Para Emma Llensa, las revistas son piezas periodísticas “(...) utilizadas para (...) el desarrollo de temas y reportajes que no pueden abarcarse en otro tipo de piezas, debido al espacio y tiempo de lectura.” (2015)

Una publicación digital es, en esencia, “un producto editorial similar a los que estamos acostumbrados (...), pero que visualizamos a través de algún tipo de dispositivo digital.” (Salva Cerdá, 2016) Sin olvidar que, “cualquier información electrónica sobre una revista no equivale a una publicación periódica electrónica.” (Martín y Merlo, 2003, p. 3).

Según estos autores, para considerar una publicación como revista digital debe cumplir, al menos, un requisito fundamental: todo su contenido tiene que ser completamente electrónico, ya sea para su publicación gratuita o por medio de servicios comerciales.

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

El libre acceso a las revistas digitales cada día es más común. Pero todavía el número de publicaciones *open access* sigue siendo minoritario. (Delgado López-Cózar, 2015). La plataforma más conocida para corroborar este tipo de información es el *Directory of Open Access Journals* (OAJ).

La reciente llegada de Internet ha provocado una alteración en los hábitos de consumo y comunicación. Actualmente, cualquier persona con un equipo informático, conocimientos y una conexión estable puede publicar contenido en la red.

1.3.3 El consumo informativo juvenil

La revista *Mosaico Cultural* fija su público objetivo en la población juvenil española. Un estudio anglosajón, publicado por la entidad Newsworld, afirma que nueve de cada diez adolescentes acceden de manera regular a contenido noticioso en Internet.

El Centro Reina Sofía señala que la población, de entre 15 y 29 años de edad, destina un total de 6,95 horas diarias a actividades y servicios digitales de todo tipo. Algunos de los ejemplos más comunes son el consumo de información (83,6%), ocio en redes sociales (84,1%), uso profesional (60,4%), entretenimiento (79,9%) o la labor estudiantil (56,9%).

La dieta informativa de los jóvenes ha sido analizada por García, Gértudix M. y Gértudix F. que definen los servicios digitales abiertos como un “conjunto de aplicaciones, herramientas y sitios de la web social que ofrecen información, recursos o utilidades de libre acceso.” (2014, p. 63) A modo de conclusión, observan una relación directa y proporcional entre la variedad de la dieta y la apreciación de la información. Es decir, con una mayor heterogeneidad de productos se incrementa la percepción positiva sobre la utilidad de la información accesible en Internet.

Los “usuarios intensivos”, aquellos que realizan un uso diversificado de aplicaciones durante varias horas al día, depositan una mayor confianza en la información electrónica y la utilizan de una forma más intensa. Por inverosímil que parezca, la juventud se caracteriza por un uso intensivo de un conjunto limitado de fuentes y servicios. Una afirmación que choca con la propia idea de nativos digitales.

Una de las críticas juveniles hacia los medios de comunicación, como señala Alcoceba, es que “la oferta temática y formas narrativas (...) no reflejan (a juicio de los jóvenes) ni representan a estos grupos de población, lo que ha supuesto un distanciamiento paulatino entre la oferta de los medios y los consumos comunicativos de las personas jóvenes.” (2014, p. 39)

La generación Z, comprendida entre el año 1995 y 2000, es un target comercial caracterizado por un amplio conocimiento tecnológico. La elección de este tipo de plataformas como fuente informativa, “se fundamenta en la familiaridad que los jóvenes adquieren con estas herramientas desde etapas tempranas de educación.” (Torres Gastelú y Valencia, 2013)

2. Plan de trabajo

2.1 Definición del público objetivo

El primer paso en el proceso creativo ha sido definir el público objetivo al que se dirige esta revista cultural. Independientemente del género del sujeto, su edad debe rondar entre los 18 y los 30 años. Esta persona posee una experiencia académica bastante elevada, normalmente, estudios superiores.

Como señala el Instituto Nacional de Estadística, en 2022, “el 32,2% de las personas de 15 años, o más, tenían estudios superiores, frente a un 16% con estudios de educación primaria o inferiores.” Así como que “entre la población de 25 a 64 años, el 41% poseían estudios superiores.”

Esta revista digital se dirige a un público que aboga por la inclusión, pluralidad, desarrollo sostenible, y originalidad en un mundo tan amplio como el de la cultura. El estudio Jóvenes y redes sociales: hábitos de consumo informativo y credibilidad de las noticias, liderado por Bernardo Gómez Calderón (2024), asocia el 47% del consumo informativo juvenil a cualquier dispositivo electrónico que tenga acceso a una gran variedad de portales web y redes sociales.

2.2 Análisis DAFO

Rosa María Sisamón Gil define el análisis DAFO como “una técnica ideada por Kenneth Andrews y Roland Christensen (...) que se utiliza para comprender la situación actual de una empresa, organización, producto o servicio específico. (...) DAFO es una sigla (acrónimo) que proviene de las cuatro primeras letras de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.” (2012, p.3).

Para Díaz Oliveira y Matamoros Hernández, “en la caracterización de dichos elementos se consideran los factores económicos, políticos, sociales y culturales que pueden favorecer, o poner en riesgo, el cumplimiento de la misión de la organización. (...) Por tal razón, constituye una herramienta efectiva que facilita la apreciación objetiva de la situación y la correcta toma de decisiones.” (2011, p.1 y 6).

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capital y recursos humanos mínimos ▪ Dependencia total de la tecnología y la red ▪ Creación periodística de carácter limitado 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Transformación de los soportes digitales ▪ Alta rivalidad y congestión del mercado ▪ Cambios en la conducta de los usuarios
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alto nivel de accesibilidad y, por lo tanto, un mayor alcance ▪ Inversión económica muy reducida ▪ Actualización informativa constante 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gran incremento del consumo digital ▪ Aumento de interés por la cultura emergente ▪ Existencia de subvenciones por parte de organismos culturales

Tabla 1. Análisis DAFO de la revista Mosaico Cultural

2.3 Elección del nombre de la revista

En un principio, la decisión del nombre y su extensión fue bastante complicada. El propósito principal era relacionar el título de la publicación con alguna manifestación artística moderna. Tras no encontrar la denominación, extensión y el mensaje adecuado en esta época, se decidió retroceder en el tiempo para aterrizar en la Antigua Grecia y sus mosaicos.

Gracias a la inspiración otorgada por esas minúsculas losas, el nombre elegido para esta publicación es *Mosaico Cultural*. Un término bastante adecuado para una revista especializada en cultura.

De una manera visual, el concepto mosaico sugiere la idea de una obra basada en la variedad y el color. Se trata de una estructura en la que múltiples componentes se fusionan para crear una imagen más compleja. Una metáfora clara y profunda que refleja la esencia cultural de un país como España.

En otras palabras, este antiguo conjunto de piezas afirma que todos sus elementos son de vital importancia y contribuyen a un todo mayor. Por esa razón, *Mosaico Cultural* incluirá una portada e imagen corporativa llamativa y diversa. Al igual que un contenido basado en multitud de disciplinas como, por ejemplo: la literatura, moda, música, artes escénicas, etc.



Ilustración 1 y 2. Imagen corporativa de la revista.

2.4 Características técnicas de la publicación

Las características técnicas de cualquier publicación periodística son elementales para sumergirse en una lectura activa y placentera. Elementos como una estética organizada y llamativa, la existencia de información complementaria y un uso intuitivo de la plataforma fomentan el consumo y retienen más cantidad de tiempo a los usuarios. Un requisito esencial para el crecimiento de la revista en este entorno digital tan efímero.

- **Formato:** esta publicación cultural se podría definir como una revista digital mensual elaborada y diseñada a través del portal web *Issuu* (<https://issuu.com/>). Esta página otorga una gran libertad y facilidad a la hora de crear cualquier tipo de escrito o recopilatorio. Además, permite incluir distintos complementos de lectura como: audios, infografías, vídeos, enlaces externos, etc. Un tipo de contenido que aporta una mayor calidad y frescura a la pieza que acompaña.
- **Dimensión:** sus páginas se encuentran, como en la mayoría de los casos, en formato DIN A4 (21x29,7cm). Cada escrito se divide en tres columnas de información acompañadas de sus respectivas imágenes o elementos interactivos. La caligrafía, más conocida como fuente, debe ser clara, sencilla y limpia. Por eso, la elección ha sido Corbel e Impact, en todas sus versiones. Cabe destacar que su tamaño varía en función de la categoría, es decir: tamaño 51 para los titulares, 19 y 20 para ladillos o subtítulos y 13 para el resto del texto.

- **Número de páginas:** la idea principal siempre fue que *Mosaico Cultural* contará con un total de setenta y cuatro páginas, siempre y cuando exista contenido y tiempo suficiente para su correcta elaboración. De su totalidad, cuarenta y cuatro páginas corresponden a textos y artículos de carácter cultural y las otras treinta restantes estarán destinadas a ilustraciones o, en algún caso, a la publicidad. Obviamente, estos cálculos se han realizado sin contar con la existencia de una portada e índice.

2.5 Contenidos

Mosaico Cultural busca, a través de sus publicaciones, reflejar la riqueza de las distintas manifestaciones artísticas actuales. Las piezas periodísticas publicadas engloban distintos géneros como, por ejemplo: cuatro entrevistas, dos reseñas, tres crónicas, dos críticas, tres reportajes, un artículo de opinión e incluso dos listados informativos.

El contenido de la revista se divide en cinco secciones. La idea principal era abarcar el mayor número de expresiones artísticas posible, pero, con el paso del tiempo, las posibilidades se reducen a las siguientes:

1. SECCIÓN: MODA

- Entrevista a María García, diseñadora y estilista de estrellas musicales.
- Reportaje periodístico *El futuro de la moda es circular*.
- Crónica periodística “*El secreto de Victoria*” resurge de sus propias cenizas.

2. SECCIÓN: CINEMATOGRAFÍA

- Reseñas sobre *Drag Race España* y *Monstruos: La historia de Lyle y Erik Menéndez*. La selección se debe a su gran reclamo internacional.
- Lista de recomendaciones audiovisuales y valoración pública.
- Crónica periodística *El Planeta Seminci orbita de nuevo Valladolid*.
- Entrevista a Pablo Carro, actor, modelo y bailarín.

3. SECCIÓN: LITERATURA

- Reportaje periodístico “*Oye Siri, activa el modo lectura.*”
- Crítica literaria sobre *La conjura de los necios* de John Kennedy Toole.
- Entrevista a Lucía Gutiérrez (@luusia_), escritora y periodista.

4. SECCIÓN: ARTE

- Reportaje biográfico *El trazo vital de Ocaña*
- Artículo de opinión *La injusticia social a golpe de LEGO.*
- Crónica periodística *Sustento o pigmento, el dilema de un artista callejero.*

5. SECCIÓN: MÚSICA

- Entrevista a Iván Velasco, cantante y compositor.
- Agenda de conciertos y festivales a nivel nacional en el mes de diciembre. La elección de Valladolid, Barcelona, Madrid, Valencia o Sevilla se debe a diversos motivos demográficos.
- Crítica musical sobre la nueva canción *Omega de Rosalía ft. Ralphie Choo.*

2.6 Herramientas utilizadas

Para desarrollar la totalidad del proyecto se han utilizado los siguientes dispositivos, aplicaciones y programas informáticos. La mayoría de ellos son propios y otros han sido prestados por terceras personas o, incluso, adquiridos con el objetivo de profesionalizar al máximo este Trabajo de Fin de Grado. Los más importantes y recurrentes son:

- Un *smartphone*, concretamente el *iPhone 11*. Un dispositivo móvil utilizado como grabadora de voz a la hora de efectuar entrevistas o recoger declaraciones, como medio de contacto con las fuentes de información, e incluso como cámara para fotografiar determinados sucesos.
- Una cámara fotográfica *Canon EOS 1200D*. La calidad de este dispositivo, su fácil manejo y su reducido tamaño la convierten en la herramienta de trabajo perfecta.
- Un ordenador portátil *Lenovo IdeaPad 1 Gen 7*. Gracias a su función se ha podido realizar todas las labores relacionadas con el diseño gráfico, la maquetación de las piezas, la búsqueda y contraste de la información, etc.
- La plataforma online *Issuu*. Una página que ha facilitado en todo momento el desarrollo, visión, materialización, y la posterior publicación de la revista cultural. Su utilización supone un gran ahorro económico.

- La aplicación web *Canva*. Una gran herramienta digital para diseñar cualquier tipo de documento, como, por ejemplo, las infografías explicativas. Su utilización supone una mayor comodidad y rapidez a la hora de crear.
- El *Adobe InDesign CC 2025*. Esta versión del programa permite estructurar y maquetar los múltiples contenidos redactados a la par que las imágenes.
- El *Adobe Illustrator*. La portada, diseño y edición han sido realizadas gracias a este editor de gráficos vectoriales para ordenador.

2.7 Previsión de gastos e ingresos

La siguiente tabla presenta las previsiones económicas para un “número 0”, que corresponde a la realización de este Trabajo de Fin de Grado, y un futuro “número 1”. La segunda edición digital refleja la posibilidad de profesionalizar este proyecto, es decir, dejar de ver la revista cultural como una simple nota numérica.


	Número 0		Número 1	
Ingresos	0 €		Publicidad (precio – tarifa)	1 Interior de portada x 170 € + 21% IVA = 205,7 € 4 Faldón Interior x 50 € + 21% IVA = 242 € 3 Media página interior x 80 € + 21% IVA = 290,4 € 1 Contraportada x 180 € + 21% IVA = 217,8 €
Gastos	Adobe InDesign CC 2025	39,64 €/mes	Adobe InDesign CC 2025	39,64 €/mes
			Cuota de autónomos	80 €/mes
Beneficio	-39,64 €		956,2 – 39,64 – 80 = 836,56 €	

Tabla 2. Previsión de gastos e ingresos para dos ediciones.

Con el primer ejemplar, los ingresos son inexistentes. El único gasto es la obtención del programa Adobe InDesign, su licencia tiene un coste total de 39,64 €/mes. Para poder sufragar este y otros gastos futuros, como la cuota de autónomos, es necesario implantar la publicidad en *Mosaico Cultural*. Con el paso del tiempo y la consolidación de la publicación, un mayor número de anunciantes accederán a sus páginas. De esta manera, el beneficio económico que genere será destinado a la mejora de la revista y a la contratación de personal para ofrecer un contenido más elaborado y diverso.


2.8 Calendario de ejecución

La planificación y ejecución de este proyecto periodístico se han realizado en un total de cuatro meses. La idea ya estaba planteada con anterioridad, concretamente nació en octubre de 2023. Pero, por diversos motivos, esta propuesta no se pudo presentar en las fechas programadas. Debido a esta situación, su nueva calendarización comienza el día 15 de agosto y termina el 2 de diciembre de 2024.

AGOSTO 2024 

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	31	

Ilustración 3. Calendarización del mes de agosto.

SEPTIEMBRE 2024 

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						

Ilustración 4. Calendarización del mes de septiembre.


OCTUBRE 2024



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	31			

Ilustración 5. Calendarización del mes de octubre.


NOVIEMBRE 2024



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	

Ilustración 6. Calendarización del mes de noviembre.

DICIEMBRE 2024



LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
						1
2	3	4	5	6	7	8

Ilustración 7. Calendarización del mes de diciembre.

Para comprender de una forma rápida y visual los cuatro meses de programación es de vital importancia conocer el significado del color atribuido a cada espacio temporal:

- El color **azul**: supone la lectura, documentación informativa y contacto con las principales fuentes.
- El color **morado**: representa la reunión inicial sobre el proyecto que tuve con mi tutora, María Monjas Eleta, vía correo electrónico.

- El color **rojo**: simboliza la creación del nombre, identidad e imagen corporativa de Mosaico Cultural.
- El color **rosa**: supone el diseño y la composición de la revista cultural.
- El color **naranja**: simboliza el contacto, la realización de preguntas y entrevistas, así como el cribado y elaboración de la información.
- El color **amarillo**: representa la redacción periodista y corrección de todos los textos periodísticos que conforman la publicación digital.
- El color **verde**: personifica la materialización y maquetación de la revista.
- El color **gris**: determina la fecha de entrega de este Trabajo de Fin de Grado.

2.9 Conclusiones

Una vez concluido el Trabajo de Fin de Grado, *Mosaico Cultural*, se puede confirmar el cumplimiento de su objetivo principal. Esta revista cultural en versión digital, estructurada en cinco secciones y compuesta por setenta y cuatro páginas de contenido, representa el desarrollo de un proyecto profesional de carácter periodístico.

Gracias a textos como *El Planeta Seminci orbita de nuevo Valladolid*, “*El secreto de Victoria*” *resurge de sus propias cenizas* o *El trazo vital de Ocaña* se consigue fomentar el consumo cultural, dar a conocer las distintas manifestaciones artísticas a nivel mundial e indagar en la riqueza de la moda, literatura, música, cinematografía y arte. Dos de los objetivos temáticos fundamentales.

Entrevistar a jóvenes promesas como Lucía Gutiérrez, Pablo Carro o Iván Velasco cumplen la tercera, y última, meta temática: impulsar el talento joven e informar, de manera accesible, sobre los distintos eventos, artistas, literatos y creadores emergentes.

Por otro lado, el estudiante ha conseguido crear, diseñar y maquetar la primera edición y, probablemente, sus números posteriores. Sin olvidar la fotografía, publicación, redacción y corrección de los reportajes, entrevistas, artículos de opinión, informaciones y reseñas como *Monstruos: La historia de Lyle y Erik Menéndez*. Todos los objetivos de formato periodístico propuestos.

La exposición de problemas y dificultades que han surgido a lo largo del proceso creativo es esencial. En este caso destacan, principalmente, la escasez de recursos económicos y materiales, así como el contacto con determinadas fuentes de información. También fue necesario repasar el funcionamiento de Adobe InDesign CC 2025.

3. Bibliografía

Alcoceba Hernando, J. A. A. (2014). Jóvenes y comunicación: La realidad juvenil desde la representación mediática y la percepción juvenil en Alcoceba Hernando, J. A., Megías Quirós, I., Menéndez Hevia, T.; Del Pueyo Ruiz, B. y Rodríguez San Julián, E., *Jóvenes y medios de comunicación: El desafío de tener que entenderse* (pp. 36-53). Centro Raina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD)

Calderón Gómez, D., & Gómez Miguel, A. (2022). Consumir, crear, Jugar. Panorámica del ocio digital de la juventud 2021. *Zenodo*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6338126>

Cerdá, S. (2016, 14 noviembre). Publicaciones digitales ¿Qué son? | Rayitas Azules | Diseño Editorial y Tipografía. <https://www.rayitasazules.com/publicaciones-digitales-que-son/>

Delgado López-Cozar, E. (2015). Las revistas electrónicas en acceso abierto: pasado, presente y futuro. *Relieve: Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa*, Vol. 21, nº1. <https://doi.org/10.7203/relieve.21.1.5005>

Díaz Olivera, A.P. y Matamoros Hernández, I.B (2011). El análisis DAFO y los objetivos estratégicos, *Contribuciones a la Economía*. Servicios Académicos Intercontinentales SL.

Farias-Batlle, P.; Córdoba-Cabús, A. & Gómez-Calderón, B. (2024). Young People and Social Networks: News Consumption Habits and Credibility of the News. *Comunicar*, 32(78). <https://doi.org/10.58262/V32I78.13>

García-García, F., Gértrudix-Barrio, M., & Gértrudix-Barrio, F. (2019). Análisis de la incidencia de la dieta de servicios digitales en la utilidad y confianza de la información en internet en los jóvenes universitarios. *Communication & Society*, 27(1), 59-81. <https://doi.org/10.15581/003.27.36004>

Giner, S., Lamo de Espinosa, E., & Torres, C. (1998). *Diccionario de sociología*. Alianza.

Grimson, A. (2008). Diversidad y cultura. Reificación y situacionalidad. *Tabula Rasa*, 8, 45-67. <https://doi.org/10.25058/20112742.321>

Instituto Nacional de Estadística (2024, 25 abril). Nota de Prensa: Censo de Población (datos educativos y laborales). INE. <https://www.ine.es/dyngs/Prensa/CENSO2022.htm>

Llensa, E. (2015, 18 octubre). Definiciones de revista digital. <https://www.ubicuostudio.com/es/revistas-digitales-apps/definiciones-de-revista-digital/>

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. <http://hdl.handle.net/10366/17965>

Ministerio de Cultura y Deporte (2022). Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2021-2022 <https://www.cultura.gob.es/dam/jcr:0c54d7c3-abe2-43ae-9f9d-0fe17dd225d2/encuesta-de-habitos-y-practicas-culturales-2021-2022.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (1982). Declaración de México sobre las políticas culturales. <https://www.unesco.org/es/culture/about>

Reason Why (2024, 7 febrero). Segundo EGM de 2024: Televisión recupera la segunda posición, pero se minimiza la distancia con Exterior. <https://www.reasonwhy.es/actualidad/television-segunda-reduce-distancia-exterior-segundo-egm-2024>

Rivera, J. B. (1995). *El periodismo cultural*. Paidós.

Rodríguez-Ferrándiz, R. (2011). From Cultural Industries to Entertainment and Creative Industries. The Boundaries of the Cultural Field. *Comunicar*, 18(36), 149-156. <https://doi.org/10.3916/c36-2011-03-06>

Salaverría, R. (2019). Digital journalism: 25 years of research. Review article. *Profesional de la información*, 28 (1). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>

Sisamón Gil, R. M. (2012). El análisis «DAFO» aplicado a la intervención en casos de personas en situación de exclusión social. *Documentos de trabajo social: Revista de trabajo y acción social*, 51, 469-487 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4640569>

Torres Gastelú, C. A., & Valencia Avilés, L. A. (2013). Uso de las TIC e Internet dentro y fuera del aula. *Apertura*, 5(1), 108-119. <http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura/article/view/381/319>

Villa, M. J. (1998). El Periodismo Cultural Reflexiones y aproximaciones. *Revista Latina de Comunicación Social*, 53, 395-402. <https://doi.org/10.4185/rlds-1998-2158>

4. Anexos

Anexo I. Dirección *web* de la revista *Mosaico Cultural*

https://issuu.com/mosaicocultural/docs/revista_digital_mosaico_cultural