

# PE0932 – TRABAJO FINAL DE GRADO (2016/2017)

LÍNEA C. ELABORACIÓN DE UN PRODUCTO PERIODÍSTICO FINALIZADO

MEMORIA



Elisa Montoliu Llopis | 23323503P

4º Periodismo PR2

[www.cabanyaltestime.com](http://www.cabanyaltestime.com)

**Fecha de creación:** 8/04/2017

**Tutor:** Ramón Pardo

**Temática:** Contenido especializado en el barrio marítimo de Valencia, El Cabanyal

# Índice

---

<b>1. Introducción</b> .....	<b>2</b>
<b>2. Fase de preproducción</b> .....	<b>4</b>
2.1    Contenidos y gestión con las fuentes.....	4
2.2    Previsión de gastos .....	5
<b>3. Fase de producción</b> .....	<b>6</b>
3.1    Secciones.....	6
3.2    Diseño.....	7
3.3    Características del contenido.....	7
3.4    Estructura del contenido .....	9
<b>4. Fase de posproducción</b> .....	<b>11</b>
<b>5. Valoración final</b> .....	<b>13</b>

# 1. Introducción

---

Cabanyal t'estime, es el producto periodístico finalizado creado para el Trabajo Final de Grado (TFG) del Grado de Periodismo de la Universitat Jaume I. Se trata de una página web especializada en el barrio marítimo de Valencia, Cabanyal.

El Cabanyal es, desde finales del siglo XIX, un barrio mariner de la ciudad de Valencia. El 3 de mayo de 1993 fue declarado Bien de Interés Cultural y, desde entonces se somete a las normas y medidas proteccionistas de la Ley de Patrimonio Histórico de 1985, cuya finalidad es salvaguardar los bienes de interés cultural e histórico del barrio. Actualmente, ocupa una superficie de 1 349 km<sup>2</sup> y cuenta con 21 101 habitantes.



*Ilustración 1. Calle de El Cabanyal en 1900 | Els nostres arrels*

El Cabanyal ha pasado por un tramo de tiempo ajetreado y desestabilizador por desafortunadas decisiones políticas por parte del que era en su momento el gobierno, el Partido Popular. A día de hoy, la situación es totalmente opuesta. El nuevo gobierno apuesta por el barrio y, de hecho, se dedica a él especialmente, tanto en políticas como presupuestos, entre otros. Por ello, considero que sería ideal sumarse a este proyecto destinado a regenerar y devolver al barrio la popularidad y distinción que le caracterizaba.

La razón principal por la que he decidido crear esta página web especializada en El Cabanyal es la intención de crear un espacio concreto en el que vecinos y demás habitantes de la ciudad tengan a su disposición toda la actualidad, información cultural y de servicios acerca del barrio. Todo ello con el objetivo de, por un lado, potenciar el turismo local y, por tanto, la popularidad del barrio y, por

otro, colaborar en el proyecto de retornar el valor al barrio con el que están comprometidos muchas asociaciones, empresas e instituciones de la ciudad.

## 2. Fase de preproducción

---

### 2.1 Contenidos y gestión con las fuentes

Los contenidos publicados en Cabanyal t'estime son, principalmente, noticias, reportajes y entrevistas, aunque también podemos encontrar previas culturales y fotografías, entre otros. Estos géneros periodísticos han sido los más utilizados ya que mi intención es que las publicaciones sean más dinámicas y, por tanto, generen más interés en los lectores.

De todos los contenidos, las noticias, presentes en la sección 'Actualidad', son las más abundantes debido a la frecuencia con la que ocurren y a la necesidad de mantener a los vecinos informados, especialmente en este intenso periodo de tiempo de cambios y novedades en el barrio.

Por otro lado, los reportajes, tanto radiofónico como audiovisual, versan sobre temas culturales. Decidí escoger esta temática porque quería alejarme de los temas polémicos sobre el barrio, que están a la orden del día. El motivo principal es que una gran cantidad de medios de comunicación de referencia, tanto nacionales como locales, tratan estas cuestiones con mucha frecuencia y considero que sería información repetitiva. En la sección de noticias sí que se publican toda la actualidad, pero en los reportajes prefiero centrarme en otros asuntos más culturales.

El contacto con las fuentes necesarias para la realización de los reportajes y las entrevistas ha sido, en la mayoría de los casos, presencial, dada la cercanía con ellas. Así pues, también he contactado por redes sociales y telefónicamente. En el caso excepcional del reportaje de 'El mes de El Cabanyal en Librería Clarión' fueron los propietarios de la librería los que contactaron a través de la web para informarme sobre el tema e invitarme a cubrirlo.

Así pues, cabe destacar que otras empresas como el restaurante Fumiferro, entre otros, me han invitado a publicar reportajes en la web a modo de publicidad.

Dado que se trata de una colaboración remunerada no voy a incluirlos entre las publicaciones obligatorias del Trabajo Final de Grado.

Por último, las entrevistas. También quise que trataran de temas culturales porque, como he destacado anteriormente, buscaba que los lectores pudieran informarse de otros temas y alejarse en cierto modo de los contenidos habituales. Sin embargo, en las tres entrevistas que he realizado, he intentado, a través de alguna pregunta, que los entrevistados hablaran un poco de la situación actual del barrio, con el objetivo de obtener diversas visiones. Esto podemos verlo perfectamente en la entrevista a Isabel Caballero, codirectora artística del festival, “Teatro contra excavadoras”. Todas las cuestiones hacen referencia al Festival Cabanyal Íntim pero decidí incluir una cuestión política porque, en este caso, está muy ligada a la identidad del evento.

## **2.2 Previsión de gastos**

Los gastos principalmente radican en la creación y el mantenimiento de la página web. En este caso, he escogido para comenzar el proyecto el Plan Básico Wordpress que incluye el dominio (.com) por 35’88€. Los costes de elaboración de información como el traslado a las entrevistas con las fuentes o el material necesario para su realización, son mínimos. Los lugares son cercanos a mi residencia habitual y cuento con el material audiovisual propio.

## 3. Fase de producción

---

### 3.1 Secciones

Como he comentado anteriormente, el objetivo de este proyecto es crear un espacio concreto en el que vecinos y demás habitantes de la ciudad tengan a su disposición toda la actualidad, información cultural y de servicios acerca del barrio. A partir de ahí, se han concretado las secciones. En una de ellas los usuarios pueden encontrar toda la actualidad (noticias no culturales) y en el resto de apartados (agenda, a fondo, ¿qué visitar?, galería fotográfica), toda la información cultural plasmada en diferentes géneros periodísticos.

Las secciones de la página web a día de hoy son:

≈ **El barrio**

Se explican los hitos más importantes de la historia del Cabanyal.

≈ **Actualidad**

En esta sección se encuentran todas las noticias excepto las culturales.

≈ **Agenda**

La sección se subdivide en 'La agenda de la semana' y 'todos los eventos'. En la primera, cada semana se publica un post que reúne todos los eventos de la semana. En la segunda subsección, se dedica un post a cada evento que va a realizarse o ya se ha realizado, a modo de previa/crónica.

≈ **¿Qué visitar?**

Contiene lugares interesantes o emblemáticos que los lectores pueden visitar.

≈ **A fondo**

Tienen lugar las publicaciones escritas y audiovisuales especializadas de la página, como entrevistas o reportajes.

### ≈ **Galería fotográfica**

Contiene conjuntos de fotografías de diversos eventos.

### ≈ **Sobre mí**

Se especifica el tipo de contenidos que podrán consultarse, la temática, los objetivos y el público al que va dirigido.

### ≈ **Contacto**

Contiene un formulario de contacto.

El número de secciones se debe, principalmente, a la intención de mejorar la usabilidad y manejo de la web. Estos apartados concretos componen una página web más intuitiva, que facilita en gran medida el acceso a los contenidos.



[EL BARRIO](#) [ACTUALIDAD](#) [AGENDA](#) [¿QUÉ VISITAR?](#) [A FONDO](#) [GALERÍA](#) [SOBRE MÍ](#) [CONTACTO](#)

*Ilustración 2. Cabecera*

## **3.2 Diseño**

El diseño se caracteriza por un estilo sobrio y sencillo. Como se puede observar en las imágenes anteriores, los colores predominantes son el blanco y el azul, concretamente el número 2172C de la gama Pantone. Estos han sido seleccionados como los colores corporativos de Cabanyal t'estime. El primero, con la intención de dotar al espacio de cierto minimalismo y el segundo en referencia al color del mar, lugar emblemático del barrio.

## **3.3 Características del contenido**

En cuanto a los contenidos, cabe destacar el uso de múltiples atributos de la información digital, como la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad, con la finalidad de enriquecer la lectura de los usuarios y dotar a la web de mayor calidad.



En primer lugar, el uso de elementos hipertextuales ofrece al lector la posibilidad de ampliar la información a través de enlaces, tanto internos como externos, y etiquetas. Esta herramienta permite, por tanto, que el usuario pueda crear su propio itinerario de lectura y navegar desde lo más superficial a lo más profundo.

En segundo lugar, la multimedialidad está presente en la mayoría de las publicaciones. La combinación de diversos formatos en una sola pieza proporciona al usuario la posibilidad de informarse más y de manera más dinámica. Podemos observar un ejemplo en la siguiente ilustración.

*Escucha todas las declaraciones del alcalde [aquí](#).*

*Ilustración 3. Ejemplo de multimedialidad en noticia*

Por último, en relación a los atributos de la información digital, encontramos la interactividad. Las redes sociales juegan un gran papel en la comunicación con los lectores, dado que es la principal herramienta de difusión y contacto. Cabanyal t'estime cuenta con Facebook, Twitter y YouTube. Las dos primeras son las responsables de casi la totalidad de visitas obtenidas, ya que todas las novedades se comparten inmediatamente en ellas.

En concreto, utilizo Facebook para compartir las publicaciones y acompañarlas información adicional y menciones a usuarios o entidades implicadas que tengan también la red social y así, de vez en cuando, se consigue que dichos mencionados compartan la publicación y llegue a más personas interesadas en el tema. Es importante señalar que la interacción con los grupos de Facebook relacionados con la temática de la web, es decir, el barrio, han aportado múltiples beneficios como, por ejemplo, mucha interacción, participación y viralidad. Así pues, bajo la experiencia con la web, considero que es la red social más efectiva.

Por otro lado, Twitter, al igual que Facebook, también es una muy buena herramienta para la difusión de contenidos. Se caracteriza por la sencilla viralidad que puede obtenerse, dado que la plataforma cuenta con herramientas disponibles muy efectivas, como los retweets, los hashtags o las menciones. Además, es posible dar respuesta de forma directa e inmediata y seguir a usuarios que tengan relación con la temática de la cuenta.

Otro de los beneficios más destacados de Twitter es la monitorización. Permite saber qué se está diciendo en Twitter sobre nuestra empresa, quién ha visto el tweet y quién ha entrado al link publicado o al perfil. Esto nos proporciona información fundamental para conocer los comportamientos de la audiencia frente a los diversos tipos de tweets o contenidos y permite la elaboración de unos patrones de publicación para conseguir más impacto.

Por último, YouTube es la tercera red social de Cabanyal t'estime. En esta plataforma se publican los contenidos audiovisuales.

### 3.4 Estructura del contenido

Como se puede observar en las siguientes fotografías, la página se estructura en una cabecera, barra lateral y destacados. La cabecera contiene el link directo a redes sociales (Twitter, Facebook y YouTube), el buscador, el nombre de la web y las secciones. En la barra lateral se pueden ver las últimas publicaciones en redes sociales. Por último, los destacados son utilizados para incrementar la visibilidad de las publicaciones más recientes o interesantes.

En un futuro, tengo pensado insertar, a través de widgets de imagen en la zona lateral, publicidad de empresas que tengan la intención de hacerlo, con el fin de obtener financiación.



Ilustración 4. Cabecera



Ilustración 6. Redes sociales



Ilustración 5. Destacados

## 4. Fase de posproducción

---

Como se ha destacado anteriormente, la página web ha sido creada a partir del sistema de gestión de contenidos Wordpress. En primera instancia, creé el espacio y lo personalicé a partir del plan gratuito. A partir de ahí, elegí y modifiqué el tema (IXION) hasta conseguir el aspecto actual.

Por otro lado, diseñé la imagen corporativa, que se compone de la imagen de cabecera y el logo. Como podemos observar en las siguientes imágenes, los dos siguen el mismo patrón: color corporativo, que corresponde con el número 2172 C de la gama Pantone, y la referencia al mar, lugar característico del distrito Poblats Marítims.



*Ilustración 7. Imagen de cabecera*



*Ilustración 8. Logo*

Lo siguiente fue la creación y personalización de las redes sociales (Facebook, Twitter y YouTube). Todas comparten las mismas cuestiones corporativas (nombre de usuario y diseño).

El 8 de abril, día de su lanzamiento, adquirí el Plan Personal por 35'88€/año, que elimina los anuncios y permite obtener un dominio propio. Hasta el momento, la página continúa con el Plan Personal hasta que se obtenga más continuidad en

las visitas y sea rentable adquirir el Plan Premium por 99€/año que permite, entre otras cosas, la monetización del sitio y aumentar el espacio de almacenamiento.

## 5. Valoración final

---

Después de realizar el proyecto de fin de grado y, de la experiencia adquirida mediante el desarrollo del mismo, he extraído las siguientes conclusiones:

En primer lugar, la necesidad de más personal para poder cubrir la totalidad de los eventos y las fotografías. Sobre todo, las publicaciones especializadas que necesitan más tiempo y dedicación.

Por otro lado, la necesidad de financiación para que el proyecto pueda continuar en un futuro con una calidad considerable, dado que, actualmente, no cuento con los materiales audiovisuales necesarios para cubrir y producir toda la información.

En la misma línea, el aumento de presupuesto también es necesario para aumentar el plan contratado de Wordpress y el hosting, por consiguiente, aumentar la calidad y la usabilidad de la web. En un futuro, cuando las visitas aumenten y sean más constantes, pretendo adquirir un plan más profesional que incluya la posibilidad de monetizar la web y herramientas de diseño más avanzadas.

Otra de las conclusiones es que es necesario, como medio profesional, recibir información inmediata de las agencias de noticias o fuentes oficiales para ofrecer un servicio rápido y riguroso. Para ello, pretendo contactar con las empresas que mantengan relación con los contenidos de la web como, por ejemplo, el Ayuntamiento de Valencia, la agencia EFE y otras asociaciones culturales que celebran eventos en El Cabanyal.

Así pues, he de subrayar la gran acogida que ha tenido la web en el distrito marítimo por parte de los vecinos. Desde la primera noticia la página ya comenzó a tener mucha repercusión. Los vecinos comentan y comparten las publicaciones. A día de hoy, la web ya cuenta con más de 4.000 visitas y alrededor de quinientos comentarios y difusiones en redes sociales.

Finalmente, al realizar y mantener activa la página web Cabanyal t'estime durante casi ya tres meses, considero que ha sido una experiencia laboriosa

pero muy fructífera. Dado que soy una única persona llevando la web he aprendido a gestionar la rutina periodística y a llevar a cabo multitud de labores periodísticas.