
Trabajo de Final de Grado - Periodismo

Alicia Alegre - Universitat Jaime I

Elaboración de una publicación digital especializada

Castellón, junio de 2019.

Nombre alumno/s: María Alicia Alegre Hidalgo.

Nombre del blog: *Frikiworld*

URL: www.frikiworld.es

Fecha de creación: El 18 de enero se adquirió el dominio. La puesta en marcha completa del medio fue en abril de 2019.

Temática: Medio digital especializado en la actualidad *friki*.

Memoria línea C2: una publicación digital

Introducción

Frikiworld es un medio digital que informa sobre las tendencias y la actualidad de las cosas *frikis*. ¿Qué se entiende por el término *friki*? Según la RAE, una persona *friki* es alguien: “1. adj. coloq. Extravagante, raro o excéntrico”, o, “3. m. y f. coloq. Persona que practica desmesurada y obsesivamente una afición”. Este medio pretende cubrir de una manera objetiva e informativa, todas esas obsesiones raras y extravagantes que enganchan a la gente y que normalmente tienden a esconder.

En la actualidad, se conocen las aficiones *frikis* como el coleccionismo de cómics, los juegos de rol, los videojuegos, los *cosplays*, las convenciones *manga*... Pero en realidad, todo el mundo puede ser “el *friki*” de algo. *Frikiworld* se centrará en enfocar sus noticias al término *friki* tradicional, ese mundo de evasión virtual que provocan algunas cosas sobre el ser humano. Concretamente, este medio ha acotado las temáticas del rol en vivo, los comics, las convenciones manga, así como todo tipo de series, libros y películas que congreguen a un gran fenómeno fan, aunque sea *meanstrim*, como *Harry Potter* o *El Señor de los Anillos*.

Buscando una presentación divertida, se ha jugado mucho con la hipertextualidad, para hacer lecturas más dinámicas. Además, dada la riqueza visual de la temática de sus publicaciones, se ha incidido en las imágenes y los vídeos, por su proyección informativa y artística. El objetivo ha sido **aprovechar el potencial del lenguaje online** a través de los hipervínculos y la multimedialidad.

El objetivo de este medio es producir información de calidad, acotada en unas características que generen complicidad en el lector. Son muchos los medios generalistas que a penas tocan esta parte de la cultura, y si lo hacen, lo hacen un con carácter meramente informativo. *Frikiworld* quiere ser un medio online de referencia para todo aquel *friki* que quiera informarse, pero, que además, se sienta parte de una comunidad, donde el contenido generado se ajuste a su lenguaje, gustos y particularidades. No obstante, antes de proponerse este tema, se realizó una búsqueda activa de la competencia, y sorprendentemente, todos los blogs que ejercían una publicación parecida, lo hacían de forma poco objetiva y con una imagen poco cuidada. Por eso, esta publicación digital pretende tener una apariencia cuidada y formal, y al mismo tiempo, que atraiga al público objetivo y consiga su fidelización.

Se ha escogido esta temática porque las cosas *frikis* mueven a gran cantidad de personas, con una auténtica “devoción” entre los seguidores. El fenómeno fan de estos eventos es tal, que se considera que es una **vía de monetización probable, y original**. Con el paso de los años, es una tendencia que está creciendo, y ahora que no hay ningún medio serio similar, es un buen momento para apostar por ello. Además, hoy en día los nichos y las webs especializadas están al alza, por lo que podría ser una buena vía para trabajar en un futuro como *freelance*.

Personalmente, es un tema que conozco de cerca, ya que he trabajado en el sector y además, soy usuaria del tipo de eventos que se mencionan en *Frikiworld*. Desde hace unos años, encontré una “vía de escape” y también “un modelo de vida” gracias a este mundo de ocio alternativo, y considero que volcar mi esfuerzo en este tema y ese entusiasmo en el desarrollo del medio web, ha hecho que pudiera hacer un mejor producto. Sobre todo, me gustaría contagiar mi interés a los lectores.

Fase previa

Se ha seleccionado **Wordpress como CMS para la gestión, diseño y actualización del medio** por ser una de las mejores interfaces de código abierto y gratuito que existen actualmente.

Gracias a este CMS, que significa Sistema de Gestión de Contenidos, en inglés Content Management System, podemos actualizar noticias, crónicas, subir vídeos, imágenes, podcasts y cualquier archivo multimedia con relativa facilidad.

Tras la compra y contratación del dominio más el *hosting*, los cuales tuvieron un coste de 10€ anuales y 90€ anuales respectivamente, se procedió a la compra de la plantilla que da vida a Frikiworld. Antes de instalar la plantilla que se usa, se instaló la base de datos. La principal razón de crear una base de datos es que WordPress almacena los contenidos en una base de datos, no los acumula como ficheros HTML, lo cual hace WordPress mucho más potente en comparación con otros competidores.

La plantilla se adquirió en un *marketplace* llamado [Themeforest.com](https://www.themeforest.com), por un precio de **58 dólares** (pago único). *Themeforest* es uno de los marketplaces más famosos en cuanto a compra venta de plantillas y desarrollos para CMS

(no es exclusivo de *Wordpress*, también hay *Prestashop*, *Magento*, etc.). Esta comunidad se nutre de diseñadores y desarrolladores web que crean y venden sus plantillas a través de esta plataforma.

Se seleccionó el *template SAHIFA* por ser uno de los mejor valorados por la comunidad de internet como **plantilla ideal para un medio de comunicación**. Las características principales son:

- Totalmente *responsive*, es decir, adaptable a dispositivos móviles.
- Programación que permite configurar los bloques de la página de inicio y dividirlo en las secciones que se desee.
- *Widgets* que enlazan con las redes sociales.
- Compatible con *Woocommerce* (plugin de *ecommerce*). Esto es importante por si en algún momento el medio diera el salto a vender *merchadising*.
- Velocidad de carga optimizada.

Gracias a esta plantilla, se pudo conseguir un diseño limpio y con aspecto de medio digital que dista mucho de la estética que puede tener cualquier blog convencional.

Preproducción

Para poder dar forma a los reportajes, artículos y entrevistas, ha hecho falta un gran trabajo de planificación. En primer lugar, se organizó la información que cubriría los eventos de ocio alternativo. La organización fue meticulosa, ya que la mayoría de los eventos que se querían cubrir se solapaban: casi todos los sábados por la noche. Primero se acotó cuáles eran las empresas más importantes: *World Real Games*, *Otherworld*, *Paranormal Adventures*, *Love Zombies*, *Apocalipsis 20.12.* y *Viral Zombie*.

Después se decidió acudir a un evento de cada, para cubrir la experiencia y hacer las entrevistas pertinentes en persona, en caso de ser posible. Por cuestión económica, se escogieron los eventos más cercanos a València, o en Madrid, dada la posibilidad de tener de alojamiento gratuito.

Una semana aproximadamente antes de cada evento se comenzó a enviar mails a las diferentes empresas, para solicitar pases de prensa, aunque en muchas ocasiones se tuvo que pagar entrada.

Fuentes

Para la selección de las fuentes se consultó la agenda de las principales empresas que se dedican al ocio alternativo. Se contactó con ellas y se preparó un calendario con un evento de cada una de las empresas y sus correspondientes entrevistas. Estas con las principales fuentes según orden cronológico:

- Para hacer la comparación de las mejores *escapes rooms* de València hice una ruta por las que me habían recomendado. Dado mi trabajo como actriz en los eventos de ocio, pude jugar gratis en casi todas las salas, bajo acuerdo previo.
- Búsqueda de especialistas en cómics. **Diego Cored** es graduado en historia, especializado con un máster en arqueología. Actualmente está haciendo un doctorado en arqueología también, y combina sus estudios con su pasión por los comics. Es la persona que está detrás de la cuenta de @diecoke_comics en *Instagram*, creada para la difusión, reviews y debate sobre cómics y novelas gráficas. También guionista veterano en WRG, contacté con él mediante *Instagram* y le propuse una entrevista. **Angel Vicente Alegre** es una persona con muchos años de experiencia

en el mundo *friki*. Coleccionista de primeras ediciones, su casa parece un mausoleo del cómic viejo. Este conocido de la familia ha participado en programas de RNE y Canal 9, hablando de series y libros o en concursos de cine.

Para quedar en persona, nos reunimos el 1 de junio en Rivendel, en la calle hospital de València, para tomar un café.

Gastos: Autobús 3 euros y cafés 5 euros.

- Evento de WRG: Survival Zombie Cullera, València. Para cubrir un evento de WRG se eligió la Survival Zombie de Cullera, en la edición del 8 de junio de 2018. Una vez en el pueblo, en el *check in* pudimos entrevistar a **Héctor Sáiz** (Jefe de recursos humanos), **María Alegre** (actriz), **Jose Miguel** (actor principal), **Laura** (jugadora). Una vez acabamos las entrevistas, la organización nos entregó una braga verde de superviviente, y jugamos la edición para vivir la experiencia. El ambiente entre las calles y la calidad de los audios fue el motivo por el que decidí hacer un podcast.

Gastos: gasolina 20 euros, entrada 20 euros.

- Evento de Paranormal Adventures en La Cabrera, Madrid: Contactamos por mail con la organización y les propusimos ir a un evento suyo. Accedieron a darnos un pase de prensa, pero, debido a la coincidencia con el evento de Cullera, acordamos una entrevista cuando fuéramos a Madrid. Al final, cuando viajé a Madrid no pudieron atendernos y realizamos una llamada telefónica con **Elena Municio**, responsable de prensa de Paranormal Adventures. La entrevista se destinó al reportaje: “¿Se puede vivir del ocio alternativo? Radiografía de las empresas que organizan ‘real-games’ por todo el panorama nacional”.

-
- Evento de Love Valencia en Higuierelas, València: Al enterarnos de que Love Zombies iba a hacer un evento en Higuierelas contactamos con la organización para hacer una entrevista con alguno de los dos socios. Dado que el evento es el 29 de junio, se decidió hacer la entrevista por teléfono para tenerla antes de la fecha de entrega del borrador. No obstante, me invitaron a jugar la edición e iré igualmente. **Sebastián Gómez** nos atendió muy amable y su testimonio se utilizó en el reportaje mencionado anteriormente.
 - Contacto con Apocalipsis 20.12 y Viral Zombie. En este caso, consultamos la posibilidad de hacer la entrevista. Como no tenían eventos anunciados, la hicimos por redes sociales en mayo.
 - Evento de Otherworld: Sobrevive Tabernes Blanques. Acordamos ir a jugar el evento del 11 de mayo para poder recoger material audiovisual, ya que conocíamos la calidad de escenificación y realismo. Horas antes de la escena inicial, sus máximos responsables nos atendieron: **Sergi Salvador** (guionista y actor) y **Sergio Álvarez** (dirección, producción). También entrevistamos a **Christian Borja**, un jugador que descartamos por el nerviosismo que presentaba al hablar, con continuas risas y tartamudeos. **Gastos**: Gasolina 10 euros, entrada 20 euros.
 - Organización de grabación de **entrevista en Torrejón de Ardoz en las oficinas de WRG**. Entrevista grabada en los exteriores del edificio a Diego de la Concepción, el fin de semana del 25 de mayo. **Gastos**: Gasolina 100 euros.
 - Teatro interactivo Madrid: Como habíamos concertado una entrevista en las oficinas de WRG, decidimos acordar una reunión con **Víctor Linuesa y Javier Posada** en el Teatro La Caja Mágica de Madrid. Hicimos fotografías

a la escuela, la cafetería y el escenario, el mismo fin de semana del 25 de mayo.

- Desplazamientos al **Salón del Manga y a la Comic Con** en la Feria de muestras. En ambas hice galería de imágenes con mi propia cámara réflex.

Gastos: 10 euros cada entrada más 10 euros de gasolina.

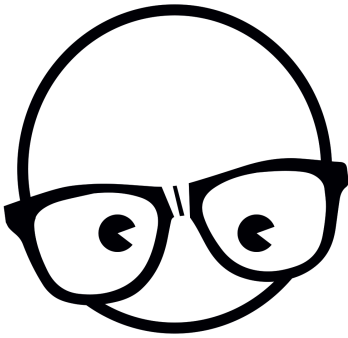
Fase de producción

Para cumplir con los cánones exigidos por el TFG apostamos por hacer noticias de actualidad, y a parte, un video, un reportaje radiofónico y un reportaje escrito que decidimos enfocar de la siguiente manera:

- Quisimos dar un tono informal en la **redacción**, pero con una estructura clásica en cuanto a los artículos. La terminología se adecua a las expresiones *frikis* de cada espacio en el que informamos.
- En el **vídeo** elegimos una estructura de noticia informativa para destacar que un medio *friki* también puede ser serio y objetivo.
- El **reportaje radiofónico** pretende ser muy inmersivo, con música de miedo, gritos de zombies, disparos y muchos efectos sonoros. La locución es más exagerada por esta razón.
- En el **reportaje extenso** hicimos comparaciones de datos sacados de las fuentes que nos aceptaron entrevistas. El reportaje, de casi 2.000 palabras, contiene muchas declaraciones y narra solo hechos constatados y serios.

En cuanto a las **secciones**, tras hacer varias modificaciones decidimos dejar en 5 categorías: la home, actualidad freak, juegos de supervivencia, al otro lado, y quiénes somos.

El **diseño** es simple, en blanco y negro como las páginas de los mangas japoneses. Los **hipervínculos** son amarillo yema, como homenaje al personaje de cómic de Lobezero, quien ya nadie recuerda su traje de este color, por la popularización de **Hugh Jackman** en la gran pantalla. Al principio se pusieron imágenes de cómic en los laterales, pero quedaba muy recargado y se apostó por un color de fondo liso. Además, para su futura monetización, considero que resaltarán más los *banners* publicitarios sobre un fondo claro y liso, que sobre una imagen de fondo.



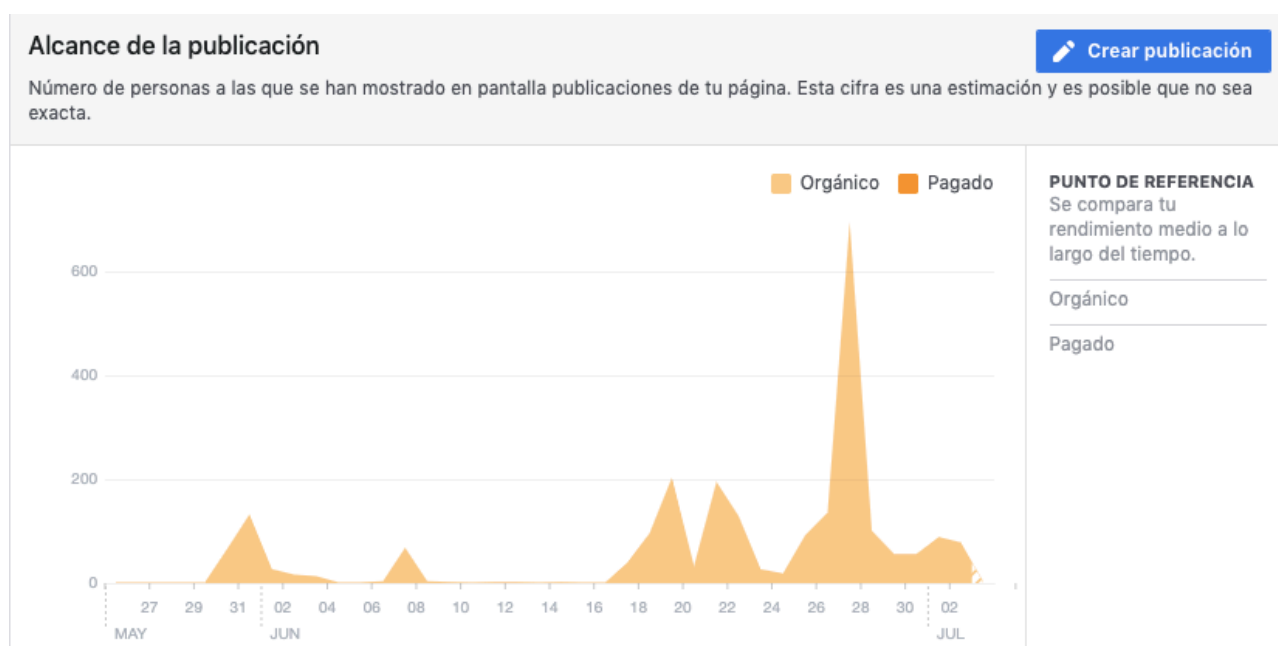
El **logo** lo hice con *Illustrator*. ¿Por qué alguien con gafas? Es el prototipo de persona *friki* por excelencia, para mí es un icono. Las gafas de pasta están rotas por el *bullying* que hacían en los compañeros de instituto en la época de los 80, etapa de creación de los juegos de rol, y que me recuerda a la torpeza innata de las personas tímidas y reservadas. En realidad, es el lector al que nos dirigimos, a quién se refugia en cosas frikis.

La **cabecera**, reúne en la letra 'o' todos los iconos frikis de los 80, como lo son *Mario Bros*, *Batman*, *Star trek* o *Star Wars*. Utilizamos Photoshop para convertir la imagen en GIF, por eso, en redes, si pinchas en la imagen de perfil, se mueve. Este detalle fue muy bien acogido por los usuarios de redes, ya que gustó mucho.

FRIKIWO**RWD**

Fase de postproducción

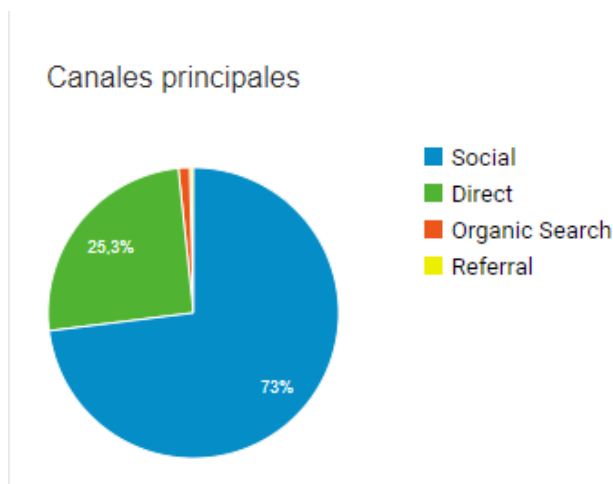
Para generar **comunidad** entre los usuarios, hemos creado *Instagram* y *Facebook*. Por el momento, *Facebook* tiene muchos más seguidores, **cerca de 500**, con alcance de 200 visualizaciones de media por publicación y con bastantes opiniones positivas. En *Instagram* hacemos *Stories* en directo de los eventos a los que asistimos y preguntas a nuestros seguidores.



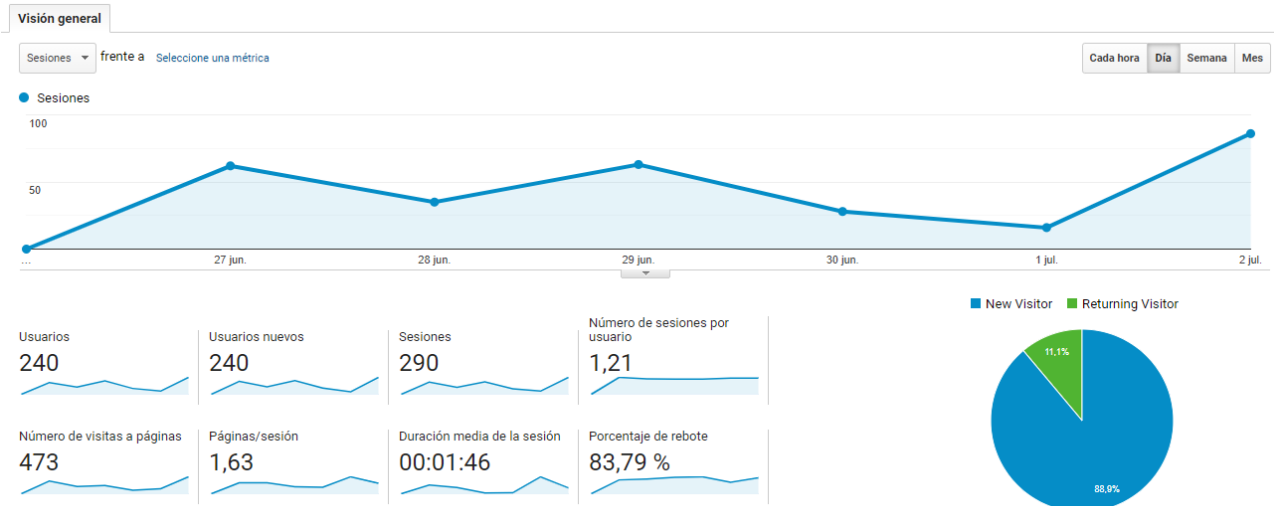
Tanto si nos fijamos en el número de personas a las que se han mostrado publicaciones de *Frikiworld* en general, como si nos fijamos en las publicaciones por separado, podemos observar cómo el tráfico, aunque intermitente, ha ido creciendo:

Alcance: orgánico/pagado		Clics en publicaciones		Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido		
Fecha de publicación	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Interacción	Promoción
02/07/2019 1:34	La única			146	19 13	Promocionar publicación
27/06/2019 16:44	¿Se puede			168	24 21	Promocionar publicación
26/06/2019 20:07	¡Vide o! Ya			133	6 1	Promocionar publicación
26/06/2019 19:35	¡Vide o! Ya			782	41 46	Promocionar publicación
25/06/2019 17:00	Si adem			194	12 12	Promocionar publicación
21/06/2019 14:48	¡Fue go en			263	24 19	Promocionar publicación
21/06/2019 12:46	¿Sois más			173	5 11	Promocionar publicación
19/06/2019 12:01	¿Con océis			98	4 6	Promocionar publicación

En esta imagen observamos las fuentes de captación de tráfico. Como vemos, ahora mismo la fuente principal por la que el medio capta visitas es a través de redes sociales.



En esta captura de *Google Analytics* se ve todo lo relacionado con la audiencia, es decir, las sesiones, usuarios, páginas vistas y algunas otras métricas que hemos tenido desde el 26 de Junio hasta el 3 de Julio.



En este pantallazo se observa las **10 páginas más vistas** desde que se implementó *Google Analytics* para la medición web:

Título de la página	Número de visitas a páginas	% Número de visitas a páginas
1. ¿Se puede vivir del ocio alternativo en España? Análisis competitivo	239	50,53 %
2. ¿Qué es el teatro interactivo? Entrevista a Víctor Linuesa de La Caja Lista	67	14,16 %
3. ▷ 【 Frikiworld 】 ◁ Tu Periódico Freak Zombies, Vampiros, Rol	67	14,16 %
4. Radiografía de las empresas de ocio alternativo en el panorama nacional - Friki World	17	3,59 %
5. Quienes somos - Friki World	11	2,33 %
6. -ENTREVISTA- "La gente ya no quiere ir a ver cosas; quiere hacer esas cosas. Nosotros no ofrecemos un teatro clásico: en nuestros espectáculos los espectadores participan y hacen lo que quieren hacer" - Friki World	10	2,11 %
7. -ENTREVISTA- Friki World	7	1,48 %
8. -VÍDEO- Sobrevive llena de criaturas las calles de Tabernes - Friki World	6	1,27 %
9. Escape Rooms Todo Sobre Escape Rooms Frikiworld	6	1,27 %
10. Así fue la 'Héroes Comic Con' de València - Friki World	4	0,85 %

Además, para generar interactividad he pensado en incluir encuestas en el futuro, como por ejemplo sobre superhéroes, series, mangas, anime... en la

web. Me gustaría conocer los gustos de los lectores e ir enfocando el periódico *online* hacia ese sentido.

Fase posterior

Si de algo me he dado cuenta a partir de este periódico *online* es que el principal motivo de cualquier medio es la **monetización**. Se necesita mucho esfuerzo y trabajo para poder sacar adelante una publicación digital. ¿Cuál sería mi propuesta de mejora? **Optimizar la web para ganar dinero**.

Uno de los aspectos más críticos y claves dentro del entorno digital es la **monetización del proyecto**, es decir, cómo conseguimos ganar dinero con la web. Si en un futuro continuara trabajando en la publicación mi método de actuación se dividiría en estas partes:

- **Google Adsense:** *Adsense* es la plataforma de publicidad *online* de Google en la que los creadores de contenido (blogs, medios, etc.) pueden generar ingresos mediante la inserción de anuncios.

Con un *plugin* que instalaría, se podrían insertar *banners* relacionados con la temática de *Frikiworld*, lo que generaría ingresos cada vez que un usuario 'clicara' en el *banner*.

- Publicidad a **anunciantes privados:** otra manera de monetizar el medio es buscar directamente anunciantes que les pueda interesar publicitar su servicio (eventos, *escape rooms*, películas que se vayan a estrenar...).

Debido a que *Frikiworld* es un nicho muy focalizado, que además genera mucha interacción entre los usuarios, los CTR -es decir, las veces que se hacen clic en el banner- serán potencialmente más altas que en cualquier medio generalista.

- **Base de Datos (Leads):** se puede generar una **lista de usuarios** que se suscriban al medio para recibir las noticias de actualidad o cualquier evento. Una vez se tenga una masa potencial de suscriptores, el objetivo es que empresas que quieran ofrecer sus servicios o productos nos contraten una *newsletter* patrocinada. Opciones:
 - *Newsletter Patrocinada:* Newsletter totalmente customizable para el anunciante donde puede anunciar su producto/servicio y que sea el eje del email.
 - *Cabecera Newsletter:* Inserción de un *banner* al principio y al final de cada newsletter que mande *Frikiworld* a sus suscriptores durante 1 mes.
- **Afiliación a eventos (Eventbrite):** el sistema de afiliación de *Eventbrite* permite que un organizador de un evento nos genere una URL para que mandemos tráfico desde nuestra web a su evento. De esta manera, nos llevaremos una comisión por cada entrada vendida que venga referida desde *Frikiworld*.
- **Afiliación a productos (Amazon).** *Amazon Afiliados* es la red de afiliación más grande y rentable de la red. El funcionamiento es muy sencillo, si refieres tráfico a su web (mediante una URL que ellos te proporcionan) y el usuario compra un producto, te dan un **porcentaje de la venta**.

Esta manera de monetizar es muy rentable si pensamos en posts o comparativas de productos en nuestra web que refieran tráfico a Amazon para comprar el producto. Por ejemplo:

- “Las mejores camisetas de *Harry Potter*”.
- “Los mejores videojuegos de *Star Wars*”.

Y dentro de esos posts compararíamos una serie de productos que irían enlazados a Amazon. Incluso, no descarten un futuro crear una página dentro de la web única y exclusivamente de productos, que sea una **tienda online** en la que lo único que haga sea cobrar por la comisión del enlace, sin producir ni enviar nada.

- **Contenido patrocinado:** es un tipo de contenido muy común dentro de los medios, se trata de que **el anunciante pague por una noticia** acordada previamente con el medio. Este tipo de contenido patrocinado se ha puesto muy de moda, ya que los **enlaces desde los medios con mucha autoridad hacia las webs de los anunciantes** ayudan mucho en la estrategia de posicionamiento.

Valoración final

La experiencia adquirida durante este proceso ha sido muy sacrificada pero a la vez, grata. Afortunadamente, no he tenido muchas complicaciones a la hora de conseguir las fuentes, y hay empresas que incluso me han ofrecido facilidades para los desplazamientos. No obstante, lo más complicado ha sido definir unas fases. Al principio de crear el *Wordpress*, tenía muchas ideas pero no sabía cómo hacerlas en la plantilla. Poco a poco, conociendo la interfaz, aprendí a volcar videos, audios y a crear galerías para poder dar

vida a mis ideas. Es decir, profesionalmente he adquirido nuevas facetas a la hora de aprender a utilizar herramientas nuevas.

Lo más inteligente fue elaborar un plan progresivo, en el que el último paso han sido las redes sociales, dado que una web vacía no atrae tráfico de visitas. Una vez generado contenido de calidad, me fui atreviendo a publicar e incluso a sentirme orgullosa de mis actualizaciones. En cuanto a dificultades técnicas, fue muy complicado comprar el dominio, y aclararme con el servidor para poder sincronizarlo todo. Un vez creado, la plantilla que escogí estaba en inglés, y tuve que ir traduciendo los botones uno por uno, y eso me quitó mucho tiempo. Gracias a este Trabajo de Final de Grado, he aprendido a utilizar *wordpress* a un nivel profesional, incluso he recibido clases básicas de SEO y HTML para poder utilizarlo correctamente.

Pero si de algo me he sorprendido con este trabajo, ha sido de la gran movilización que se ha generado. Al principio, sólo me comentaban familiares y amigos, pero, es que ahora, hay gente que me manda mensajes privados para decirme que les encanta la web y las cosas que escribo, sin conocerles. Incluso, me han mandado cosas sobre las que escribir: contactó conmigo la asociación SAGA Skywalker, una agrupación muy grande y antigua de seguidores de *Star Wars*, para que les entrevistara; una usuaria me mandó 18 imágenes de zombies porque le gustaría mucho que publicara un maquillaje suyo... Y eso me ha generado mucha complicidad y alegría. Sin duda, dado este interés, **quiero continuar con el proyecto**. Estoy intentando aprender a poner un *pop-up* en la web para tener suscriptores, y quién sabe si ojalá algún día pueda enviar *newsletters*.

Jamás había pensado que un trabajo universitario pudiera aportarme tanto personalmente. He disfrutado cada entrevista, me he puesto nerviosa con cada fuente, y me ha encantado ir a los eventos diciendo que “quiero un

pase de prensa” para un medio que he creado yo, de cero. Es una sensación increíble. He conocido a directores y grandes empresarios, e incluso puede que haya nacido una opción de colaboración en el futuro. Crear *Frikiworld* como Trabajo de Final de Grado, y más en mi caso, cuando he tardado tres años en dar este paso, ha sido un broche muy bonito para clausurar mi etapa universitaria y que guardo con mucho cariño.

EXECUTIVE SUMMARY:

1. Introduction

Frikiworld is a digital newspaper focused on covering freak news. What is a freak? According to the RAE, "is the person who obsessively practices a hobby". This publication aims to cover, in an objective and informative way, all those rare and extravagant obsessions that hook up people and normally tend to hide. In Frikiworld we can find videos, audios, texts and photographic galleries that capture all the current freak information.

The main objective is to produce quality information, limited to characteristics that generate complicity in the reader. Frikiworld wants to be a reference online newspaper for all those freaks who want to be informed, but also feel part of a community, where the content generated fits their language, tastes and particularities.

Besides thinking that it is necessary to have a newspaper like Frikiworld, it is a subject that I like and I am personally interested in. I believe that alternative leisure is a healthy and fun product that benefits society. It helps to disconnect from reality, many people get away with freaky things and I think it is important that they can be informed of all the options that exist to participate. Although it is mainly focused on Valencia, in the future it could

serve to inform at a national level, making possible the displacements between provinces to enjoy all the freak events.

I have chosen this topic because I personally love it think people don't dare to recognize their tastes, and through Frikiworld, they could exteriorize them and meet people with the same hobbies. In addition, before starting, an active search of the competition was carried out, and surprisingly, all similar blogs were not very objective and with a poorly cared for image. Therefore, this project aims to have a formal and careful appearance, but at the same time, to attract the target audience and get their loyalty. In other words, we want to cover a space that is not covered.

2. Pre-production phase

In order to select the sources, the agenda of the main companies dedicated to alternative leisure was consulted. They were contacted and a calendar was prepared with an event for each of them and their corresponding interviews:

- Search for comic specialists: meeting with **Diego Cored** and **Angel Vicente Alegre** on Saturday 1 June. Three coffees.
Cost: 5 euros.
- WRG - Survival Zombie Cullera. Sources: Héctor Sáiz (Head of Human Resources), María Alegre (actress), Jose Miguel (main actor), Laura (player). Given the number of sources, it is decided to make a podcast.
June 8th.
Costs: gasoline 20 euros, entrance 20 euros.
- Paranormal Adventures - Madrid: Due to the coincidence with the Cullera event, a telephone interview with Elena Municio is arranged. She is interviewed for the report "Is it possible to live from alternative leisure?"

Radiography of the companies that organize 'real-games' all over the national panorama".

- Love Valencia Higuierelas: Sebastián Gómez is contacted and a telephone interview is proposed for the report. Event on June 29th.
- Contact with Apocalipsis 20.12 and Viral Zombie by social networks and their communitys managers answer me. May.
- Otherworld - Tabernes Blanques survives: **Sergi Salvador** (scriptwriter and actor), Sergio Álvarez (direction, production), **Christian Borja** (player - discarded for loss of image). Given the quality of staging and closeness is decided to make a video. May 11th.
Costs: Gasoline 10 euros, entrance 20 euros.
- Organization of recording of an interview in Torrejón de Ardoz in the offices of WRG. Recorded interview to **Diego de la Concepción**. Weekend of 25 May.
Costs: Gasoline 100 euros.
- Interactive theatre Madrid: Meeting with **Víctor Linuesa** and **Javier Posada** for an interview at Teatro La Caja de Madrid. Pictures. The same weekend of May 25.
- Displacements to the Salón del Manga and the Comic Con at the Trade Fair.
Costs: 10 euros each ticket plus 10 euros of gasoline.

3. Production phase

-
- ❖ It is decided to use an informal tone in the writing, but with a classic structure in terms of articles. The terminology is adapted to the freak expressions.
 - ❖ In order to transmit seriousness and professionalism an informative news structure is chosen for the video
 - ❖ The radio report aims to be very immersive, with music of fear, screams of zombies, shots and many sound effects.
 - ❖ In the extensive report we made comparisons of the data taken from the sources we interviewed. The report, almost 2,000 words in length, contains many statements and narrates only verified and serious facts.

Regarding the **sections**, after several modifications are left in 5 categories: home, freak news, survival games, on the other side, and who we are.

The **design** is simple, in black and white like the pages of the Japanese Manga. The hyperlinks are yolk yellow, as a tribute to Wolverine. At first comic images were put on the sides, but it was very overloaded.

I made the **logo** with Illustrator. Why someone with glasses? It's the prototype of a freak per excellence, it's an icon. The broken pasta glasses refer to the bullying suffered by the rare people in the typical institutes of the 80's, when role-playing games were created. I was also inspired by the "innate clumsiness" of the shy and reserved people depicted in American films. Actually, it's the reader we're talking to, the one who takes refuge in freaky things.

The header gathers in the letter 'o' all the freak icons of the 80s, such as Mario Bros, Batman, Star Trek or Star Wars. We use Photoshop to convert the image into GIF.

To generate community among users, we have created *Instagram* and *Facebook*. At the moment, Facebook has many more followers, about 500. In

Instagram we have done live Stories of the events we have attended and we do questions to our followers. In addition, we have included superhero surveys on the web.

4. Post-production phase

Wordpress has been selected as CMS for the management, design and updating of the newspaper as it is one of the best open source and free interfaces that currently exist.

Thanks to this CMS, that means Content Management System, we can update news, chronicles, upload videos, images, podcasts and any multimedia file very easily.

After the purchase and contracting of the domain and hosting, which cost 10€ per year and 90€ per year respectively, we proceeded to purchase the template that gives life to Frikiworld. Before installing the template that was used, the database was installed.

The template was acquired in a marketplace called Themeforest.com, for a price of 58 dollars (single payment).

The SAHIFA template was selected for being one of the best valued by the Internet community as an ideal template for a newspaper.

Thanks to this template, it was possible to achieve a clean design with the appearance of a digital newspaper that is far from the appearance of any conventional blog.

5. Final evaluation

The experience acquired during this process has been very sacrificed but at the same time, pleasant. Fortunately, I haven't had many complications when

it comes to getting the sources, and there are companies that have even offered me facilities for travelling. However, the most difficult thing has been to define some phases. At first, I had a lot of ideas but didn't know how to do them in the Wordpress template. Little by little, knowing the interface, I learned how to upload videos, audios and create galleries to bring my ideas to life.

The smartest thing was to elaborate a progressive plan, in which the last step has been the social networks, since an empty web does not attract public.

Once quality content was generated, I dared to publish and even feel proud of my updates. As for technical difficulties, it was very difficult to buy the domain, and clarify with the server to be able to synchronize everything.

Once created, **the template** I chose was in English and I had to translate the buttons one by one, that took a lot of time. Thanks to this Final Degree Project, I've learned to use wordpress at a professional level, I've even received basic classes in SEO and HTML to be independent.

But if there's one thing I've noticed, is that the main the main objective of a newspaper is to make it profitable. It takes a lot of effort and work to make a digital publication. What would be my proposal for improvement? Optimize the web to earn money. Mainly I would do it introducing **these parts**:

- **Google Adsense**: I will install a plugin to put banners related to the freak topic, which would generate income each time a user do a click in the banner.

- **Banners to private advertisers**: another way to monetize the medium is to look directly for advertisers who might be interested in advertising their services or products (events, escape rooms, movies that are going to be released, etc).

Because Frikiworld is a very focused niche that generates a lot of interaction between users, the CTR (the number of times the banner is clicked) will potentially be higher than in any general blog or newspaper.

- **Database (Leads):** Once you have a potential mass of subscribers, the companies that want to offer their services or products can hire us a sponsored newsletter. Options

- Sponsored Newsletter.
- Newsletter Header.

- **Affiliation to events (Eventbrite):** We will take a commission for each ticket sold that comes referred from Frikiworld.

- **Product affiliation (Amazon).** Amazon Affiliates is the largest and most profitable affiliate network in Internet. The operation is very simple, if you refer traffic to their website (through a URL they provide) and the user buys a product, they give you a percentage of the sale.