



# Conciencia TE!

**Línea C. Elaboración de producto periodístico finalizado**

**Inmaculada Marín Soriano**

**DNI: 18456930M**

**Tutor: Rafael Mora Sesma**

**Curso académico: 2018-2019**

**PE0932- Trabajo Fin del Grado**

**Grado en Periodismo**

**Nombre del blog: Conciencia TE!**

**URL: <https://webconcienciate.com/>**

**Fecha de creación: 29/03/2017**

**Temática: Medio Rural**

## **Executive Summary**

Despoblación es una scour, que afecta a un 50 % del territorio español. Sin embargo, hay tres provincias (Teruel, Cuenca y Soria) cuya situación negativa de población las ha hecho ser consideradas territorios con graves desventajas, por las Zonas Rurales de Población Escasa (ZRPE), y por la Comunidad Europea. Precisamente, este trabajo tiene su área de actuación en una de estas zonas.

La provincia de Teruel no supera los 12,5 habitantes por kilómetro cuadrado, según un estudio realizado por "Serranía Celtibérica", una entidad creada y dedicada al estudio de la situación territorial. Es un desierto demográfico, según un informe de la plataforma ciudadana "Teruel Existe", ya que la despoblación ha reducido la densidad de población promedio en esta provincia de 18 habitantes por kilómetro cuadrado a 9,1. Un número por debajo del límite de 10, que marca el límite para que un territorio sea considerado desierto demográfico. A este problema se le suma la falta de relevo generacional que existe en la mayor parte de la provincia de Teruel. Según los datos de este estudio, la juventud no permanece en el municipio. Los números reflejan que en 22 municipios de Teruel no hay personas menores de 18 años. Esto se debe a la gran cantidad de éxodo rural, especialmente por parte de la juventud, que emigra a la ciudad en busca de trabajo o estudios. La falta de servicios e infraestructura, a veces, hace imposible el retorno de esta juventud, por lo que deciden no apostar por el medio rural, debido a la falta de oportunidades.

Otras cosas, esta es una tendencia creciente. Esta situación solo se interrumpió en el periodo entre 2002 y 2009. Pero desde entonces, la pérdida de población ha estado creciendo, con un retroceso del 1 % en el corte de población.

En este sentido, no es sorprendente que esta situación resulte atractiva para los medios de comunicación, que a menudo centran su atención mostrando la parte negativa. Así, frecuentemente se pueden ver reportajes audiovisuales cuyo escenario principal sucede en pequeños pueblos, donde el número de habitantes no supera los 10 personas. Estos reportajes tienden a centrarse en el problema de la población, dejando a un lado aspectos como la belleza del paisaje, o la aparición de nuevas iniciativas y las oportunidades que ofrece.

Frequently, the tendency has been seen less used by regional mass media, where they have emergence new programs, with the aim of change the negatives views of this type of territories, of change the negative views of this type of territories.

This has been detected an informative hole with possibilities of been covered in the province of Teruel. Then, after analysing the mediatic situation in the territory, a necessity has been discovered: an informative portal that gathers initiatives to help return the delicate health of rural media. Definitely, a media worried about the environment, where a positive way of life is published, and new opportunities are shown, Also a place where habitants can find an ally in their fight against depopulation, and a speaker to report unfair situations.

This is why from Conciencia TE! the articles, interviews and reportages are made showing reality of people who decided to bet to live in their municipalities and launch their jobs. The closeness is key to arrive to the objective public, formed mostly by young people. Raising awareness of this sector of society is crucial to generate a change on the negative outlook that exists on the rural environment. Although it is not left out to all those adults who are part of it, and whose territorial roots may motivate them to start a new business in the rural world. This space wants to inspire people who live in small towns in Teruel. All of them can find a motivation, thanks to the testimony of those who have decided to bet on entrepreneurship in an environment where opportunities are scarce.

Therefore, the germ of this project is positivity, as one of its objectives is to change the degraded image that exists in rural areas. However, this value should not hinder the informative work. Well, the situation of the rural environment is alarming, and from Conciencia TE! the situation of these areas is dignified, but without forgetting the stormy reality that some of them go through.

# ÍNDICE

<b>1. Introducción.....</b>	<b>5</b>
<b>1.1. Contexto.....</b>	<b>6</b>
<b>2. Fase de preproducción.....</b>	<b>7</b>
<b>3. Presupuesto.....</b>	<b>13</b>
<b>4. Producción.....</b>	<b>15</b>
<b>5. Postproducción.....</b>	<b>17</b>
<b>6. Valoración final.....</b>	<b>19</b>
<b>6.1 Calendario de publicaciones.....</b>	<b>25</b>
<b>6.2 Mapa de visitantes.....</b>	<b>26</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

Conciencia TE! Es un medio de comunicación digital especializado en el medio rural turolense. El matiz es que esta plataforma pretende ofrecer una cobertura informativa, sobre el mundo rural, con un enfoque positivo. El objetivo es que la información sea un fiel reflejo del entorno rural, y que se muestren tanto las ventajas como los inconvenientes de vivir en él.

A menudo, los medios de comunicación muestran la cara negativa de los pueblos y ofrecen un enfoque estigmatizado sobre los habitantes que residen en ellos. Pues, con frecuencia se piensa que las personas que viven en los pueblos carecen de formación. Sin embargo, el testimonio de algunas de las personas entrevistadas demuestra lo contrario. Conciencia TE! surge con el propósito de crear un espacio dinámico y digno para el medio rural, donde se ofrezca información de calidad y testimonios reales que ayuden a visualizar el medio rural de una forma más amable, y que por otro lado ayuden a combatir la despoblación y a fomentar el estilo de vida rural.

El público objetivo de este medio de comunicación son fundamentalmente los jóvenes y personas adultas situadas en un rango de edad entre los 25 y 50 años. Los jóvenes son el futuro del medio rural, si la imagen que estos tienen de él es positiva, estos podrán apostar por el emprendimiento. De esta forma, también se fomenta el retorno de los jóvenes a sus localidades de origen. No obstante, Conciencia TE! No deja de lado a las personas adultas, que todavía pueden poner en marcha acciones para impulsar el medio rural.

Este proyecto de periodismo especializado recoge historias de vida sobre habitantes que han desarrollado proyectos y negocios que han triunfado en el medio rural. El propósito es visibilizar el emprendimiento en el mundo rural. Paralelamente, estos testimonios también agrupan denuncias y reclamaciones, pues a pesar de ser un medio positivo, no se deja de lado la realidad, ya que el positivismo se utiliza como elemento dinamizador dentro de la cobertura realizada. También se recogen iniciativas institucionales que han ayudado a revitalizar el entorno. Además, con motivo de la reciente manifestación que se celebró para reclamar derechos en los municipios más deshabitados y

abandonados de España, se ofrece una cobertura de los hechos y una entrevista en profundidad sobre nuevos modelos para frenar la despoblación. Por ello, la ética y el rigor se han planteado como valores fundamentales de este medio. Sin olvidar la cercanía, sencillez, y, sobre todo, positividad.

Para ello, se han establecido 7 objetivos principales:

1. Contribuir a contrarrestar la imagen degradada y negativa que existe del medio rural, en general, de sus habitantes, en particular, y sobre todo, deshacer la imagen de un lugar sin oportunidades.
2. Crear un espacio dinámico, digno y positivo donde los habitantes del medio rural puedan encontrar a una entidad aliada en su lucha contra la despoblación.
3. Crear una plataforma donde se fomente el emprendimiento, la apuesta por las tecnologías en el medio rural y el arraigo juvenil.
4. Habilitar un lugar de denuncia, donde los habitantes puedan utilizar Conciencia TE! como un canal de comunicación para hacer oír su voz.
5. Mostrar el testimonio de emprendedores como ejemplo de vida y de superación.
6. Habilitar un espacio convergente donde confluyan artículos escritos, entrevistas, reportajes sonoros y audiovisuales.
7. Suplir la falta de un espacio dedicado en exclusiva a promocionar la vida rural en la provincia de Teruel.

## **1.1 CONTEXTO**

La despoblación es un problema territorial que afecta a gran parte del entorno rural de la España del interior. Esta lacra ha azotado especialmente, a las provincias de Teruel, Cuenca y Soria, desde la Red de Áreas Escasamente Pobladas del Sur de Europa se abogó por considerar estos territorios como zonas despobladas con desventajas graves y permanentes. Los datos son alarmantes, según un informe de la Comisión de Despoblación de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), la situación de estas tres provincias es especialmente preocupante. En estos momentos, más del 90 % de todos sus municipios tienen menos de 1.100 habitantes. Los datos del Instituto Nacional de Estadística confirman esta tendencia, cuatro millones de

españoles de 22 provincias diferentes tienen falta de infraestructuras y servicios. Esto supone un 50 % del territorio español, donde solo vive un 10 % de la población.

## 2. FASE DE PREPRODUCCIÓN

Las fuentes se han obtenido a través de la comunicación que ha existido con asociaciones turolenses que se dedican a asesorar y ayudar a las personas que viven en el medio rural, como la Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales (FADEMUR), la Confederación de la Pequeña y Mediana Empresa de Teruel (CEOE), la Asociación de Mujeres, Enredadas, y la Asociación para el Desarrollo Rural Integral de las Tierras del Jiloca y Gallocanta, (ADRI). Asimismo, la buena relación con las propias fuentes ha sido clave para conocer otras historias susceptibles de ser publicadas en Conciencia TE!

A continuación se enumeran los temas tratados y se explica quiénes han sido las fuentes que han intervenido en cada uno de los contenidos:

### 1. Artículos de carácter noticiable:

- **“La Revuelta de la España Vacía”**. Con motivo de las protestas iniciadas por las plataformas Soria ¡YA! Y Teruel Existe se convocó a centenares de habitantes que vivían en las zonas más olvidadas de España para reclamar sus derechos en Madrid. El objetivo de este primer artículo era realizar una aproximación al estado en el que se encontraba la provincia de Teruel, así como informar del número de autobuses que partirían desde la provincia, y los principales actos que tendrían lugar en Madrid.

Se contó con el testimonio de Pepe Polo, portavoz de Teruel Existe. El contacto con él se consiguió a través de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, empresa donde me encontraba realizando prácticas. La entrevista se realizó por teléfono, debido a la gran carga de trabajo, que

Pepe Polo estaba teniendo en cuanto a organización de la manifestación, gestión de transportes y entrevistas con medios de comunicación.

- **“El Parlamento Europeo avala destinar el 5 % de los fondos europeos contra la despoblación”**. Con motivo de la repercusión mediática que estaba teniendo la movilización de la Revuelta de la España Vacía se empezaron a tomar medidas para paliar la despoblación. Este artículo pretendía aproximarse a este hecho. Para ello, se contó con las declaraciones de Sara Bianchi, coordinadora de la Red de Áreas Escasamente Pobladas del Sur de Europa (SSPA). El contacto de Sara Bianchi se obtuvo a través de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión. La entrevista fue realizada por vía telefónica.
- **“La lucha contra la despoblación toma las calles de Madrid”**. Para realizar este artículo me desplazé hasta Madrid para seguir en directo la manifestación por la Revuelta de la España Vacía. El objetivo era hacer una crónica y acercar los hechos a los lectores. Se introducen declaraciones de Manuel Campo Vidal y Paloma Zuriaga, dos de los periodistas aragoneses encargados de leer el manifiesto. Así como réplicas anunciadas tras la revuelta de la portavoz de Ciudadanos, Inés Arrimadas, con motivo de su visita a Huesca, y demás portavoces de formaciones políticas como Unidas Podemos, Partido Popular y Partido Socialista. También de uno de los portavoces de la plataforma Teruel Existe, Manolo Gimeno, cuyo contacto aparecía en la página de la plataforma ciudadana Teruel Existe.
  - Estos artículos se enmarcan bajo la sección **Despoblación en el mapa** porque de alguna forma se pretendía aglutinar algunos de los acontecimientos que recientemente han marcado el desarrollo de este problema territorial en España.

## **2. Artículos destinados a visibilizar iniciativas encaminadas a combatir la despoblación:**

- **“La Cosmopueblita, la primera feria de la vida rural en positivo”**. Se trata de una iniciativa que se impulsó por parte de la Asociación ADRI Jiloca

Gallocanta, para empoderar a los entornos rurales más pequeños otorgando un claro protagonismo al papel de la mujer rural. El lugar escogido fue Burbáguena, un municipio de la comarca del Jiloca, donde se sucedieron numerosos actos como talleres para jóvenes, charlas y ponencias sobre feminismo, un coloquio sobre mujeres en política y un visionado de un documental sobre el parto en los años 60. Para analizar el marco y la importancia de esta feria se contó, de nuevo, con el testimonio de Sara Bianchi, coordinadora de la SSPA, y con Sara Fidalgo, técnico de cooperación de la Asociación ADRI Jiloca Gallocanta, entidad encargada de organizar La Cosmopueblita. Para entonces, ya se contaba con Sara Bianchi como fuente, y fue ella quien facilitó el contacto de Sandra Fidalgo, cuyo testimonio se obtuvo *in situ*, al finalizar la feria de La Cosmopueblita en la localidad de Burbáguena.

- **“Un nuevo modelo de gestión para frenar la despoblación”**. Entrevista radiofónica realizada a José Antonio Guillén, responsable de despoblación de la Confederación de la Pequeña y Mediana Empresa de Teruel (CEOE), para abordar un modelo de gestión territorial que ayude a paliar la despoblación. Para ello se tomó como ejemplo de lucha contra la despoblación el caso de las Tierras Altas de Escocia. Una región a la que Guillén viajó para comprobar de primera mano cuáles eran algunas de las claves que se podrían aplicar en la provincia de Teruel. También se analizaron temas como el emprendimiento, la falta de infraestructuras y la presencia de jóvenes en el medio rural. La entrevista fue realizada en el estudio de radio de la delegación turolense de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión. Para obtener el contacto de José Antonio Guillén se acudió a CEOE Teruel.
- **“Enredadas, una asociación que busca unir a las mujeres en Teruel”**. Con motivo del nacimiento de esta asociación, que quiere fomentar la unión de las mujeres de la provincia turolense y ofrecerles asesoramiento y formación se realizó un artículo en el que se detallaban los objetivos de la misma. También se entrevistó a Elena Lluch, gestora e impulsora de esta iniciativa. La entrevista fue realizada por vía telefónica, dado que Elena Lluch suele desplazarse entre Valencia y Teruel. Para obtener su testimonio se contactó previamente con ella, a través de Facebook.

- Todas estas publicaciones se enmarcan bajo la sección **“Territorio Vivo”** porque ayudan a ilustrar que, a pesar de que la provincia de Teruel es una zona que cuenta con baja densidad poblacional, desde distintas asociaciones y entidades se impulsan iniciativas que ayudan a mantener el territorio activo.

### **3. Entrevistas focalizadas en los jóvenes que viven en el medio rural:**

- **“El sector agrícola puede ser uno de los más innovadores en tecnología”**. Entrevista realizada a Marcos Garcés, agricultor turolense de Bañón (Teruel). Su testimonio ayuda a visibilizar la importancia de los jóvenes en el medio rural. Garcés es además presidente de la Coordinadora de Juventudes Agrarias de COAG (Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos). Se trata de una historia atípica de un joven que salió de su municipio para estudiar sociología, y que apostó por el medio rural para vivir.

Al ver que Marcos Garcés había tenido cierta repercusión en redes sociales y también en medios de comunicación locales, como Heraldo de Aragón, se contactó con la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (UAGA) de Teruel para obtener sus datos. La entrevista a este joven agricultor y ganadero se realizó por teléfono, debido a la difícil disponibilidad del mismo, y puesto que solo se necesitaba una fotografía, y el lugar al que había que desplazarse se encontraba a 94 kilómetros de Teruel. El formato escogido para esta entrevista fue plasmar el testimonio de Marcos Garcés en primera persona aprovechando su capacidad comunicativa.

- **“Hay muchos jóvenes a los que les gustaría quedarse a vivir en el medio rural”**. Entrevista realizada a Cristina Alós, una joven ganadera que vive en el Poyo del Cid (Teruel). Al igual que Marcos, Alós decidió apostar por vivir en el medio rural y sacar adelante una explotación ganadera tras no encontrar trabajo como trabajadora social. Ambos coinciden en la necesidad de aumentar las ayudas para jóvenes agricultores y ganaderos. El contacto de la joven ganadera fue facilitado por el joven ya nombrado anteriormente, Marcos Garcés, ya que no encontraba ninguna fuente que

precisara de las características para aparecer en esta sección. Debía de ser una mujer joven que contase con una explotación ganadera para abordar dos de los oficios del sector primario. Previamente, se contactó con una fuente que cumplía los requisitos en Cabra de Mora (Teruel), pero no se obtuvo respuesta. La entrevista se realizó por vía telefónica a través del estudio de radio de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión.

- Estas dos entrevistas se encuentran ubicadas en la sección **Jóvenes Rurales**. Un apartado creado con el objetivo de visibilizar la presencia de jóvenes en el medio rural. Sus testimonios sirven como reflejo de una realidad: hay jóvenes en el medio rural que deciden regresar a sus municipios, pero las ayudas que reciben son escasas para poder emprender y sacar adelante sus explotaciones agrícolas y ganaderas. A pesar de esto, se ha querido mostrar que los jóvenes son el futuro del entorno rural y su formación les permite mejorar el entorno y reivindicar derechos.

#### **4. Artículos sobre innovación y nuevas tecnologías:**

- **“La aplicación DigitAnimal llega a la provincia de Teruel”**. Este artículo trata sobre una aplicación móvil que se presentó en el municipio de Cantavieja, en el maestrazgo turolense, con motivo de la celebración de la II Semana Agraria del Alto Teruel. Esta tecnología permite a los ganaderos localizar a los animales y llevar un control de su posición, así como de su situación vital. Para ello, se entrevistó por vía telefónica al presidente de DigitAnimal, Teodomiro Capilla, y también se habló con Aurelio Badal, uno de los ganaderos que estuvo presente en la charla que se realizó en el municipio para presentar la aplicación. Ambos contactos se obtuvieron a través del sindicato UAGA (Unión de Agricultores y Ganaderos de Aragón)
- **“Correos Market impulsa la venta de productos locales elaborados en el medio rural”**. Con motivo de la puesta en marcha de esta iniciativa, este artículo ahonda en las ventajas de la plataforma Correos Market. Para ello, se obtuvieron datos de la oficina central de Correos en Aragón sobre el número de oficinas y repartidores que se desplazan por el medio rural. Una de las primeras empresas que comenzó a vender sus productos en esta

plataforma es turolense. Así, se cuenta con el testimonio de Maribí Gallén, propietaria de la empresa Mari Golosa, que elabora y comercializa mermeladas artesanales en Rubielos de Mora (Teruel). Se contactó con ella a través del teléfono disponible en su página web. También se cuenta con la valoración de Vanessa Polo, técnico de la Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales (FADEMUR). Se trata de una fuente previamente consultada, por lo que se contactó con ella a través del teléfono móvil.

- Estos artículos aparecen en la sección **Rural 3.0**. Este espacio está destinado a agrupar algunas de las iniciativas tecnológicas que se ponen en marcha en el medio rural, con el fin de eliminar la imagen de un mundo rural sin innovación.

## **5. Entrevistas realizadas a mujeres emprendedoras que viven en el medio rural:**

- **“El Valle de las Rosas en Montoro de Mezquita”**. Reportaje audiovisual centrado en mostrar la labor que Carmen Olague realiza para impulsar el municipio del maestrazgo turolense donde vive, Montoro de Mezquita. Carmen es una de los siete habitantes de esta localidad. Regenta dos casas rurales y además quiere fomentar el turismo con la puesta en marcha de un proyecto para realizar mermeladas artesanales. Se cuenta con su testimonio, de primera mano, y también con el de Vanessa Polo, técnico de la Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales (FADEMUR), que ayuda a poner de manifiesto la importancia de la mujer en el medio rural.

La historia de Carmen Olague se conoció a través de la búsqueda de mujeres emprendedoras para un reportaje radiofónico para Aragón Radio Teruel. A raíz de ello, se le planteó la posibilidad de hacer un reportaje de vídeo para mostrar la elaboración de sus mermeladas, así como el entorno que rodea a Montoro de Mezquita. Se habló con ella previamente por teléfono y se concertó un día para acudir hasta su municipio a grabar la entrevista y las localizaciones. Por otro lado, para contar con datos y un testimonio experto se contactó con la Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales (FADEMUR) con sede en el municipio de Calamocha (Teruel). Como portavoz de esta entidad,

Vanessa Polo, técnico de Fademur, remarcó la importancia de las mujeres emprendedoras en el medio rural. Se concertó una cita previamente para realizar la entrevista en la sede de la asociación en Calamocha.

- **“Las mujeres de los pueblos siempre han estado en la sombra, y el cambio que ahora se está produciendo se lo debemos a ellas”.** Entrevista realizada a Andrea Iora, artesana de Laurel & Tomillo, una empresa de reciente creación en Lagueruela (Teruel), que se dedica a comercializar y vender escabechados artesanales. Su historia refleja las ventajas e inconvenientes de emprender en un pequeño municipio.

Estas dos historias se ubican en la sección **Mujeres Rurales**, un apartado que nació con el objetivo de visibilizar y empoderar a la mujer rural.

#### **6. Apartado Quiénes Somos:**

Se ofrecen detalles acerca de algunos de los objetivos del medio de comunicación. Es una sección para que los lectores conozcan el propósito de Conciencia TE!, así como quin está detrás de la página web.

### **3. PRESUPUESTO**

En el desarrollo de la plataforma digital han surgido una serie de gastos devenidos del desplazamiento para realizar las coberturas informativas, así como la compra de material, y la obtención del dominio. En cuanto al material, el reportaje audiovisual se realizó con una cámara y un trípode propios. Pero se adquirió un micrófono. Las exigencias de desplazamiento entorpecían el uso del material del Laboratorio de Comunicación de la Universitat Jaume I, por lo que se optó por esta opción.

A continuación se detallan todos los gastos.

## TRANSPORTES

Desplazamiento en coche Teruel-Madrid (302 kilómetros)	50 €
Desplazamiento en coche Teruel-Burbáguena (87 kilómetros)	20 €
Desplazamiento en coche Teruel-Montoro de Mezquita (105 kilómetros)	30 €
Desplazamiento en coche Teruel-Montoro de Mezquita*(105 kilómetros)	30 €
Desplazamiento en coche Teruel-Calamocha (70 kilómetros)	20 €
Desplazamiento en coche Teruel-Lagueruela (99 kilómetros)	20 €

**Total transporte: 170 €**

\*Debido a las condiciones meteorológicas que hubo el primer día que se planificó para grabar en Montoro de Mezquita se precisó desplazarse un segundo día para grabar planos exteriores sin lluvia.

También es preciso aclarar que muchas de las entrevistas se realizaron por teléfono por el estado de las carreteras en el que se encontraban los municipios donde vivían las personas que se precisaba entrevistar. Además, muchas de estas entrevistas solo precisaban de una fotografía, por lo que el coste de desplazamiento era alto.

## MATERIAL

Cámara de vídeo	0 €
Trípode	0€

Micrófono	50 €
-----------	------

#### **DOMINIO WEB**

Registro de dominio web en WordPress	18 €
---	------

**Total: 238€**

#### **4. PRODUCCIÓN**

Desde el surgimiento de la idea, Conciencia TE! nace con el propósito de empoderar al medio rural y de habilitar un espacio esperanzador dedicado al medio rural, donde se fomenten valores como el emprendimiento.

Tras realizar un análisis de la competencia se ha detectado un hueco informativo. Pues, no existe ninguna plataforma en la provincia de Teruel que se dedique a aunar testimonios esperanzadores y donde se fomente el medio rural como un espacio ideal para vivir y emprender. Por ello, se apostó por una plataforma digital hiperlocal, centrada en un nicho informativo, todavía sin cubrir.

Por otro lado, la cobertura que se realiza de iniciativas que surgen en el medio rural suele ser muy ocasional. También se ha detectado una tendencia negativa en artículos publicados en medios de comunicación nacionales. Estos tienden a focalizarse en la falta de habitantes del medio rural y lo presentan como un lugar sin oportunidades. Sin embargo, para Conciencia TE! el germen de su nacimiento es el emprendimiento, los nuevos proyectos y la innovación. A pesar de parecer un contenido perecedero, la amplitud de territorio de la provincia turolense presenta múltiples zonas donde han surgido proyectos para combatir la despoblación. Por lo que existe una continuidad de contenidos bastante amplia.

La agricultura, la ganadería, la producción artesanal, la despoblación, el emprendimiento, las nuevas tecnologías y la gestión territorial han sido algunos de los temas abordados. Para ello, se crearon secciones especializadas en

cada uno de los aspectos que se consideran clave para cambiar la visión negativa del medio rural y conseguir empoderarlo.

Desde el inicio se puede acceder a todas las secciones: Mujeres Rurales, Rural 3.0, Territorio Vivo, Jóvenes Rurales, Despoblación en el mapa y Quiénes Somos. Estas se ubican bajo la cabecera del sitio web. Todas ellas cuentan con pestañas desplegadas a través de las cuales se puede acceder a los contenidos.

A la hora de diseñar la página web, el propósito era crear un espacio sencillo, atractivo e intuitivo. La imagen corporativa de Conciencia TE! está basada en algunos de los valores del medio de comunicación, como el positivismo y el respeto por el medio rural. También se ha querido resaltar valores como el respeto por el medio ambiente.

El logotipo ha sido realizado con la aplicación Photoshop. Consta del nombre del medio CONCIENCIA, porque se quiere crear conciencia y respeto por el medio rural para hacer reflexionar a la sociedad de la importancia que tiene este territorio. TE! hace referencia al territorio que se ha querido visibilizar, Teruel. Junto al nombre aparece un antena que simboliza esa cobertura que el medio rural necesita para ser visible. Se ubica en un fondo verde, que se identifica con la naturaleza y el medio ambiente. Todos estos elementos se agrupan en un diseño circular, cuya forma le aporta sencillez, para ocasionar el mayor impacto posible. Un logotipo fácil de recordar para que el lector se quede con la imagen en su cabeza y la identifique con el medio rural.

Además, se ha realizado un segundo diseño para la cabecera del reportaje audiovisual. En él aparece el logotipo rodeado de dos hojas, que simbolizan la naturaleza y el lema de Conciencia TE!, “El medio rural en positivo”. Este *claim* recuerda los valores de la plataforma, el respeto por el entorno, y la creación de un sitio web que respeta al medio rural y que publica información y testimonio que dignifican el entorno donde se han creado.

Por último, la cabecera de Conciencia TE! está formada por una fotografía tomada en el municipio de El Campillo (Teruel) como reflejo y escenario del lugar en el que transcurre este medio, y de todos los municipios y lugares que se quieren visibilizar.

Paralelamente, otro de los objetivos ha sido trabajar el contenido mediante redes sociales. Una de las plataformas clave ha sido Instagram. Una aplicación óptima para crear comunidad, siendo una de las principales redes para generar tráfico hacia la web, ya que es una aplicación muy visual y se ha conseguido un alto número de seguidores.

En segundo lugar, Facebook ha sido otra de las redes sociales utilizada para interactuar con los usuarios. No obstante, se ha comprobado que es más difícil generar una comunidad activa en esta plataforma, ya que, al tratarse de una página de Facebook y no de un perfil, los usuarios tienen que darle a me gusta y seguir la página. Aún así, aquellas publicaciones que se han compartido por los propios protagonistas de algunas de las entrevistas han gozado de un gran número de comentarios y visualizaciones, lo que ha aumentado considerablemente el tráfico en la propia página web.

## 5. POSTPRODUCCIÓN

La plataforma escogida para dar vida a Conciencia TE! es Wordpress por la gratuidad de la misma, la sencillez y el uso intuitivo que permite la plataforma. En ella se han recogido un total de 12 publicaciones. El primer paso tras la creación del sitio web fue la compra del dominio para facilitar la búsqueda de la página en Internet. De esta forma, la web comenzó llamándose [concienciaruraldespoblacion.wordpress.com](https://concienciaruraldespoblacion.wordpress.com). Pero, tras la compra del dominio la dirección de búsqueda de Conciencia TE! es <https://webconcienciate.com/>

La plantilla escogida permite una navegación sencilla, de forma que el menú se ubica bajo la cabecera y las entradas se disponen una detrás de otra. Se escogió el tema Apostrophe 2, ya que su diseño es el más parecido al de un medio de comunicación convencional. Este permite ver, en un solo vistazo, todas las entradas publicadas junto a su fotografía y titular. Presenta una navegabilidad muy intuitiva. Además permite ubicar desplegables bajo las secciones y añadir *widgets* para acceder a las redes sociales. Estos iconos se

han añadido bajo la barra principal para facilitar el tráfico hacia las redes sociales.

Por otro lado, con el propósito de facilitar la accesibilidad a contenidos multimedia se añadieron 6 *widgets* en la plataforma Wordpress de Conciencia TE!: Galería de Imágenes, Multimedia, Pódcast, Redes Sociales (Facebook e Instagram) y un mapa de la localización con el contacto. Todos ellos aparecen en forma de columna, junto a las entradas publicadas, en la parte derecha de la web.

El primer apartado recoge todas las imágenes que han sido publicadas en la página. Aparecen acompañadas de su pie de texto correspondiente con el artículo al que pertenecen. Están dispuestas en forma de presentación, uno de los formatos más viables para que todas las imágenes aparezcan en un mismo lugar sin ocupar un gran espacio y respetando el diseño de la web.

Tras este apartado se encuentra el espacio multimedia, donde se puede visualizar el reportaje *“El Valle de las Rosas” en Montoro de Mezquita*. Permite visualizar el video en miniatura o ampliarlo a pantalla completa, lo que facilita su acceso y visionado de manera rápida. Bajo el apartado multimedia se encuentra el pódcast, en el que se puede escuchar la entrevista completa con José Antonio Guillén, técnico de despoblación de CEOE, Teruel, sobre modelos de gestión para frenar la despoblación. El formato de este *widget* permite situar un reproductor de sonido con el que se puede escuchar el audio completo sin necesidad de entrar en la pestaña donde se encuentra ubicado.

Por último, se ha destinado un espacio para destacar las redes sociales, ya que, gracias a estos *widgets* se pueden insertar en la web los perfiles en Facebook e Instagram de una forma más visual. Aparece la cabecera de la página de Facebook y la última foto publicada en Instagram. Esto anima a los visitantes a pinchar en estos enlaces, puesto que, los otros dos espacios que redireccionan a los perfiles en redes sociales se encuentran bajo la barra central del menú y son menos visuales.

Cabe añadir que, con el objetivo de facilitar y remarcar el lugar geográfico en el que se desarrollan todos los contenidos, también se ha añadido un espacio bajo el apartado de redes sociales, donde se ubica un mapa de Teruel, para

asegurar que todos los visitantes conozcan el territorio. Así como también se enlaza un correo electrónico para posibles contactos.

## 6. VALORACIÓN FINAL

El desarrollo de esta web centrada en el mundo rural ha traído consigo numerosas vivencias, aprendizaje y enriquecimiento, tanto en el ámbito periodístico como en el personal. Durante la andadura de Conciencia TE! se han conocido numerosos testimonios y descubierto entornos y municipios únicos. Todo el trabajo se ha realizado intentando mantener algunos de los valores y principios que se plasmaron como germen del proyecto. Valores como la cercanía, la positividad, el rigor y la denuncia de injusticias. De este período de trabajo se han extraído cuatro ideas positivas:

1. **La concienciación sobre la despoblación comienza a calar entre la sociedad.** Cada vez es más habitual que la ciudadanía se implique en esta lucha. Ciertamente, ha habido una evolución desde que empezó a tomar forma el movimiento ciudadano de *Teruel Existe*, en 2002, hasta la actualidad. La población se ha echado a las calles, las manifestaciones por esta lucha son cada vez más multitudinarias. Un aumento que se presenta como reflejo del hartazgo generalizado ante la falta de financiación e infraestructuras que impiden al medio rural avanzar.
2. **Los habitantes del medio rural están dispuestos a luchar por continuar viviendo en su territorio.** A pesar de las dificultades que comporta vivir en un espacio rural, los habitantes que allí deciden emprender utilizan todos los recursos disponibles para continuar viviendo en sus localidades. Por ello, prefieren aprovechar algunas de las oportunidades que les brinda Internet y las nuevas tecnologías para sacar adelante nuevos proyectos, frente a abandonar los municipios donde han crecido.
3. **El mundo rural demanda un espacio informativo dedicado a su actividad.** Los habitantes del medio rural quieren hacerse oír. Para ello,

desean que exista un espacio que aglutine algunas de sus reivindicaciones y peticiones, con el objetivo de llegar a generar un cambio y conseguir que el Estado apueste por el medio rural.

- 4. El medio rural responde positivamente ante la figura periodística que se encuentra vinculada al entorno rural.** Fruto de la experiencia y de los vínculos creados con las personas que han formado parte de este proyecto se puede deducir que los habitantes de los núcleos rurales responden de manera receptiva ante estímulos informativos. Durante la comunicación con alguna de las fuentes empleadas en los reportajes, personas como Carmen Olague, Cristina Alós, Marcos Garcés o Andrea Iora han confesado su gratitud ante la iniciativa de Conciencia TE!. Puesto que este proyecto ha sido un puente de comunicación para mostrar sus historias de vida y superación. También han respondido positivamente ante la presencia de jóvenes que se preocupen por el estado en el que se encuentra el entorno rural. En este sentido, la cercanía con las fuentes ha sido vital de cara a desarrollar y afrontar el proyecto. También ha sido crucial para obtener futuros contactos.

Por otro lado, durante el crecimiento de este proyecto se han presentado una serie de desafíos necesarios de constatar:

- 1. La falta de una cobertura especializada en despoblación por parte de los medios de comunicación hace que este problema corra el riesgo de presentarse como tendencia y no como tema.** La ausencia de una estrategia política que se articule a través de los medios de comunicación para combatir la despoblación genera un riesgo de convertirse en algo que se perciba en la sociedad como algo pasajero. Recientemente, portavoces de la plataforma ciudadana *Teruel Existe* han confesado en medios regionales que el problema de la despoblación no ha sido suficientemente ni debidamente tratado, tanto en campañas políticas como en los medios de comunicación. Esto también se ha podido detectar que durante algunas coberturas realizadas, como es el caso de la feria de la vida rural en positivo, “La Cosmopueblita”. Algunas personas que se acercaron hasta Burbáguena confesaban que

habían visitado el lugar fruto de la repercusión mediática y la “moda” de la despoblación.

- 2. Se ha detectado una falta de soporte y apoyo técnico a la hora de emprender.** Muchos municipios apenas cuentan con un servicio de Internet de calidad. Así, personas como Andrea Iora han encontrado dificultades a la hora de sacar adelante su empresa Laurel & Tomillo. Confesaba que ha tenido problemas de conexión lo que le ha imposibilitado hacer envíos o mantener su página web actualizada. También se ha detectado una falta de asesoría previa a la hora de poner en marcha un nuevo negocio en el medio rural, algo que se debería tener en cuenta, dado la falta de servicios e infraestructuras que hay en algunos municipios turolenses.

Por otro lado, Conciencia TE! también ha estado presente en las redes sociales. El trabajo en estas plataformas ha generado una serie de cuestiones dignas de resaltar:

- **Es difícil crear una comunidad social activa en redes sociales.** Durante el transcurso del proyecto se ha intentado dinamizar la actividad generada en la web, a través de Facebook e Instagram. No obstante, generar una comunidad en redes sociales es un proceso lento, que requiere de una estrategia para fomentar la interacción con los seguidores. Dicha dificultad se ha encontrado, sobre todo, en Facebook, donde resulta complicado obtener una interacción. Al tratarse de una página de Facebook es más difícil que los usuarios den “me gusta” a la página, si no conocen bien de qué se trata o hay algún tipo de estímulo que les impulse a ello. En este sentido, la interacción obtenida en esta plataforma ha sido en forma de *likes*, también ha habido comentarios y se han compartido algunas publicaciones en otros muros. Sin embargo, las publicaciones que mayor índice de interacción han gozado en esta red social han sido aquellas que los propios protagonistas han compartido en su muro. De esta forma, se deduce que las personas que participan de esta red social responden positivamente al ver que un usuario, con el que comparten amistad, aparece en algún tipo de publicación. Es entonces cuando se animan a interactuar.

Sin embargo, Instagram es una plataforma en la que se generan mayores interacciones. Ha habido más seguidores en esta plataforma que en Facebook. Quizá gracias a que es más visual. También el hecho de que exista un gancho, como son las historias, que anime a los seguidores a leer las publicaciones ha resultado determinante. En Facebook el impacto de las historias ha sido muy bajo.

- **El contenido multimedia es el que mayor acogida ha tenido tanto en la web como en redes sociales.** A parte de las entrevistas nombradas anteriormente, que contaban con un gran número de interacciones por parte de personas que compartían amistad en Facebook, el vídeo ha sido la publicación que mayor número de interacciones ha obtenido, tanto en plataformas sociales como en la web. De esta forma, se deriva que el contenido audiovisual es el que mejor penetra en la audiencia.

Por último, en base a las conclusiones y teniendo en cuenta algunos de las dificultades surgidas durante el transcurso del proyecto, se establecen una serie de mejoras, en caso de que el proyecto tuviese continuidad en un futuro:

- **Afianzarse como un medio de referencia y mejorar la imagen corporativa y el diseño web.** Como se ha comentado anteriormente, no existe una plataforma web en la provincia de Teruel, que aúne un contenido digno, positivo y también que ejerza como altavoz para combatir las desigualdades. Por ello, sería necesario mejorar la imagen corporativa y acentuar la diferenciación frente a un medio convencional, que puede publicar un artículo similar ocasionalmente. Para mejorar este aspecto, existiría la posibilidad de contactar con un profesional en diseño gráfico para que mejorase la imagen corporativa. En este sentido, también sería necesario aumentar la periodicidad y crear una amplia agenda de fuentes para disminuir la distancia entre una publicación y otra, con el fin de llegar a realizar una cobertura más amplia por toda la provincia de Teruel. También habría que mejorar el diseño web, ampliando a un plan de Wordpress Premium o buscando una alternativa de plataforma digital.

- **Aumentar el número de publicaciones multimedia.** Puesto que es el formato que mayor acogida tiene entre los usuarios, de cara a un futuro habría que plantear un mayor número de reportajes audiovisuales atractivos, en los que mostrar historias de vida interesantes. También se podría apostar por un contenido más turístico de cara a destacar rincones desconocidos de la zona.
- **Mejorar la interacción en redes sociales.** Para aumentar la interacción en redes y mejorar el alcance de las publicaciones en este tipo de plataformas se debería desarrollar un plan estratégico. Para ello se podría plantear la posibilidad de contactar con un *community manager* que crease un plan de gestión en redes sociales.
- **Conseguir medios para obtener mayor visibilidad.** Con el objetivo de mejorar y afianzarse como un medio de comunicación de referencia en su ámbito sería preciso contactar con alguna institución u asociación capaz de avalar el trabajo realizado. Esto ayudaría a darle notoriedad al producto web y garantizar su calidad. Asociaciones dedicadas al mundo rural o entidades institucionales como el Gobierno de Aragón podrían ser algunos de los perfiles con los que contactar.

## CALENDARIO DE PUBLICACIONES

Marzo						
J	V	S	D	L	M	X
	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 La Revolta de la España Vaciada	30 Artículo Fondos Europeos Despoblación	31			

Abril						
L	M	X	J	V	S	D
	1 Manifestación en Madrid	2	3	4	5	6
7 La Cosmopueblita, feria rural en positivo	8	9	10	11	12	13
14	15	16 Entrevista radiofónica	17	18	19	20

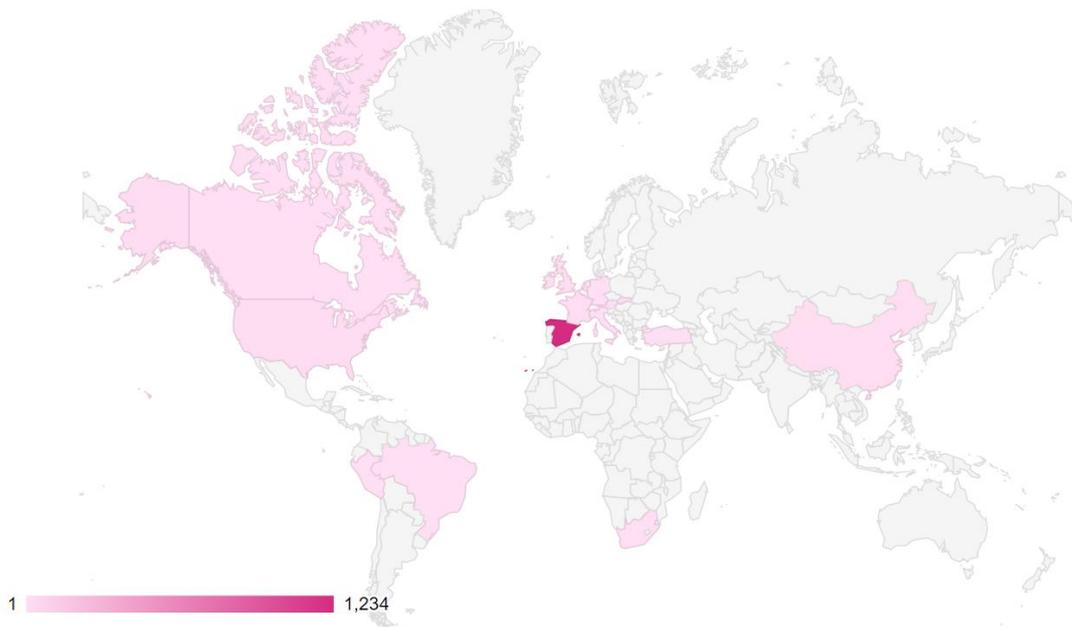
21	22	23	24	25	26	27 Entrevista Asociación Enredadas
28	29	30	31			

Mayo						
M	X	J	V	S	D	L
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17 Entrevista Marcos Garcés	18	19	20
21	22 Entrevista Cristina Alós	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Junio						
V	S	D	L	M	X	J
	1	2	3	4 Aplicación Móvil DigitAnimal	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14 Reportaje Audiovisual: Carmen Olague, Montoro de Mezquita	15	16	17 Entrevista Andrea Iora, Laurel & Tomillo	18	19	20

21	22	23	24	25	26	27 Artículo sobre Correos Market
28	29	30	31			

## MAPA DE VISITANTES



Mapa de visitantes Conciencia TE!

**Fuente:** Wordpress