

Requena al día



PE0932 – Trabajo Fin de Grado

Modalidad C2. Elaboración de una publicación digital especializada

Grado en Periodismo

Nombre del alumno/a: Inés Romero Caro
Tutor: Amador Iranzo Montés
Curso académico 2019/2020

Nombre del blog: Requena al día
URL: <https://requenaldia.wixsite.com/mediodigital>
Fecha de creación: 15/03/2020
Temática: Periodismo local



ÍNDICE

1. Introducción.....	1
1.1. Presentación del producto	1
1.2. Objetivos	2
1.3. Interés	2
1.4. Justificación de la selección.....	2
1.5. Análisis de la competencia.....	3
2. Fase de preproducción	4
2.1. Selección de contenidos	4
2.2. Gestión con las fuentes.....	9
2.3. Previsión de gastos.....	11
2.4. Previsión de ingresos.....	12
3. Fase de producción	13
3.1. Justificación del enfoque.....	13
3.2. Secciones	14
3.3. Estructura y usabilidad.....	16
3.4. Diseño.....	17
3.4.1. <i>Logotipo</i>	17
3.4.2. <i>Isologotipo</i>	17
3.4.3. <i>Tipografía</i>	17
3.4.4. <i>Color</i>	18
3.5. Interactividad.....	19
3.5.1. <i>Propuestas de colaboración</i>	20
4. Fase de posproducción	21
4.1. Plataforma.....	21
4.2. Creación de contenidos	21
5. Valoración final.....	22



5.1. Conclusiones.....	22
5.2. Propuestas futuras de mejora	23
6. Bibliografía.....	25
7. Summary	28
ANEXOS	34



1. Introducción

1.1. Presentación del producto

Requena al día es un medio de comunicación digital de ámbito local donde se pone el foco de atención en Requena, un municipio ubicado en el interior de la provincia de Valencia. Este cibermedio se activó el 15 de marzo de 2020, momento en el que ya se disponían de unos contenidos mínimos y se tenía material suficiente para que el público pudiese acceder a la web.

López García (2004) explica que la comunicación local es todo un proceso de elaboración de información que da como resultado unos nuevos contenidos, más cercanos al ciudadano, y una manera de producir información más espontánea y directa. Así pues, la idea de poner en marcha este diario surge debido a que Requena es un municipio que, según el Instituto Nacional de Estadística (2019), cuenta con un total de 20 254 habitantes y, a día de hoy, no existe un medio de comunicación especializado local que ofrezca informaciones y productos periodísticos de interés y proximidad para sus vecinos.

El nombre que se le ha asignado a este proyecto periodístico se debe a dos motivos. Por un lado, es imprescindible que en la denominación se haga referencia directa al municipio (Requena) para que el público lo vincule rápidamente con él. Por otro lado, en la segunda parte del nombre (al día) se apela a la inmediatez, una de las características propias de este nuevo periodismo que se ha desarrollado en la red (Suárez y Álvarez, 2013).

El contenido de *Requena al día* va dirigido a los vecinos y vecinas de la localidad, cuya edad se encuentra entre los 45 y 55 años, y quieran mantenerse informados de todo lo que ocurre en el lugar donde viven. No obstante, hay que tener en cuenta que, al ser un diario digital, existe la posibilidad de que muchos ciudadanos no tengan acceso a Internet debido a las barreras funcionales que obstaculizan el empleo de las nuevas tecnologías, las cuales pueden ser de índole social, cultural, económica y política (OPTI, 2002). Asimismo, Cornella (1998) afirma que algunas de estas barreras se deben a la falta de preparación de los ciudadanos para utilizar ordenadores u otros dispositivos electrónicos.



1.2. Objetivos

El objetivo principal de este proyecto es proporcionar productos periodísticos para las personas que residen en Requena con el fin de satisfacer sus necesidades informativas.

Asimismo, se ha elaborado un listado con cuatro objetivos específicos:

- 1) Poner en práctica el periodismo local mediante la realización de reportajes, entrevistas, noticias y productos audiovisuales.
- 2) Conocer las dificultades y ventajas que conlleva emprender un proyecto periodístico totalmente nuevo.
- 3) Comprobar, desde la experiencia, si el uso de las nuevas tecnologías y las redes sociales son un valor añadido para el periodismo local.
- 4) Como objetivo a largo plazo, contemplo la posibilidad de seguir adelante con el medio de comunicación, ya que no existe una iniciativa como esta en el municipio de Requena.

1.3. Interés

Requena es una ciudad con un gran recorrido histórico, donde, en la actualidad, actividades del sector primario como la agricultura y la viticultura siguen siendo imprescindibles. Además, los comercios locales, como es el de la elaboración y venta de embutido, aún tienen una gran relevancia. No obstante, es un municipio que cada vez está más afectado por el fenómeno de la despoblación. Todos estos temas son importantes a nivel local y, al no disponer de un medio especializado sobre Requena, periodísticamente quedan olvidados.

1.4. Justificación de la selección

Desde un punto de vista personal, la selección de este tema se debe a que, al ser vecina de Requena, crear un medio de comunicación local me



proporcionaba una serie de facilidades a la hora de mantener un contacto continuo con las fuentes informativas. Además, me garantizaba poder desplazarme al lugar de los hechos para elaborar las diversas piezas que se han publicado en la web. Igualmente, el periodismo local te da una amplia posibilidad de contenidos, pues se puede hablar de cultura, sociedad, política, deportes, medioambiente, entre otros.

1.5. Análisis de la competencia

Casero (2014) indica que una de las principales causas por las que la información periodística ha perdido valor es la elevada oferta de contenidos disponible en Internet. «Vivimos en medio de una auténtica sobreproducción, de una inundación de informaciones de fácil acceso, a un solo clic», afirma. Para que *Requena al día* pueda encontrar su sitio dentro del mercado mediático, es importante hacer un análisis de la competencia.

- 1) *Revistalocal.es* → Es una revista digital que lleva funcionando desde el año 2010. En la actualidad, cuenta con aproximadamente 25 000 usuarios y usuarias y es la prensa digital de referencia en la comarca Utiel-Requena. Este medio de comunicación recoge las noticias, eventos y novedades que tienen lugar en todas las poblaciones de la comarca.
- 2) *El Periódico de Aquí CV* → Es un medio de comunicación digital que ofrece información general sobre las diversas comarcas de la Comunitat Valenciana desde 2010. Este diario contiene una sección exclusiva de la comarca Utiel-Requena.
- 3) *Levante-EMV* → Es el diario líder de la Comunitat Valenciana y pertenece al grupo editorial Prensa Ibérica. Este periódico también incluye una sección específica para las informaciones de la comarca Utiel-Requena.

Tras haber investigado sobre estos medios de comunicación, se puede llegar a la conclusión de que los tres simplemente se limitan a confeccionar noticias referentes a la comarca, sin hacer piezas periodísticas en profundidad. Asimismo, los tres diarios abarcan toda la comarca, no se centran



exclusivamente en el municipio de Requena. Además, se ha comprobado que todos ellos carecen de interactividad, es decir, «la característica que abre la posibilidad de que Internet termine con la relación unilateral, unidimensional y unidireccional que se tiene en los medios tradicionales» (Navarro Zamora, 2013, p. 344).

En definitiva, el hueco que *Requena al día* debe aprovechar es ejercer el periodismo a partir de la difusión de informaciones con una mayor profundidad y calidad para satisfacer las demandas del público. Igualmente, se debe establecer una relación mucho más cercana con los usuarios para favorecer un flujo dinámico bidireccional y conseguir que estos se sientan partícipes del proyecto.

2. Fase de preproducción

2.1. Selección de contenidos

Para comenzar con este proyecto, lo primero que hice fue elaborar una lista con los contenidos mínimos que quería publicar en la web de *Requena al día*. La idea principal era realizar un mínimo de tres piezas por semana para poder tener una continuidad en el medio de comunicación.

Reportaje radiofónico

El reportaje radiofónico, titulado *Adiós a los pequeños municipios*, trata sobre el proceso de despoblación por el que están pasando Requena y sus 25 pedanías. Es un reportaje de gran interés, dado que la despoblación es un tema de máxima actualidad en España y el interior de la Comunitat Valenciana es una de las zonas más afectadas.

Asimismo, en los programas electorales de 2019 de los diversos partidos políticos se ha hecho hincapié en las medidas para frenar este fenómeno. Por lo tanto, a través de este reportaje se dan a conocer cuáles son las soluciones para luchar contra la despoblación por parte de la Generalitat Valenciana y del Ayuntamiento de Requena. También se revela la principal causa por la que se



produce esta tendencia de abandonar los pueblos para vivir en los grandes núcleos urbanos y qué consecuencias se deriva de ello.

Reportaje audiovisual

La idea inicial del reportaje audiovisual se centraba en explicar el conflicto mantenido desde 2011 entre la Denominación de Origen Utiel-Requena y la Denominación de Origen Valencia, debido a la modificación del pliego que aprobó el Partido Popular en aquella fecha. Se pretendía mostrar cuáles han sido las repercusiones para la D.O. Utiel-Requena y, en general, para todo el sector vitivinícola de la comarca, tras dicha disputa. Además, en 2019 el Tribunal Superior de Justicia dictó sentencia sobre el recurso interpuesto por las D.O. Utiel-Requena y Alicante para que los vinos de la variedad de uva bobal no formasen parte de la D.O. Valencia.

Este reportaje habría intentado destapar los intereses económicos que tiene la D.O. Valencia para que todas las bodegas de las provincias de Valencia y Alicante estén bajo su denominación y, de esta forma, incrementar sus beneficios. También habría evidenciado el impacto negativo para Requena, puesto que la viticultura es el motor económico de la localidad.

A principios de febrero contacté con todas las fuentes que iba a entrevistar. Todas ellas accedieron rápidamente a colaborar en el reportaje y fijamos fechas para grabar durante ese mismo mes. No obstante, las fuentes solo podían atenderme entre semana, puesto que los fines de semana no trabajan o los reservan para las visitas guiadas a los turistas que quieran visitar las bodegas.

Desde mi punto de vista, hacer un reportaje audiovisual individualmente es muy complejo. Necesitas a alguien que te ayude con todo el material tanto para desplazarte de un sitio a otro como para la producción audiovisual. En mi caso, para poder grabar tenía que hacer varios viajes de Castelló a Requena y, además, debía quedarme allí a dormir porque en tren es complicado ir y volver en el mismo día. Esto hizo que en las fechas previstas no pudiese realizar la grabación, dado que en esos momentos tenía clase y no podía faltar dos veces



por semana. Además, la persona que me iba a ayudar con el material, que en este caso era mi hermano, que también es estudiante de periodismo en la Universitat Jaume I de Castelló, tenía el mismo horario lectivo que yo, por lo que era necesario que se saltara algunas clases para poder acompañarme, algo que, en mi opinión, no era correcto que hiciese.

Por este motivo, decidí esperarme hasta Magdalena, ya que disponíamos de una semana entera libre y podría haber quedado con las fuentes en el horario que mejor les viniese, sin necesidad de que mi acompañante o yo tuviésemos que perder varios días de clase. Justo esa semana se declaró el estado de alarma, por lo que ha sido imposible salir de casa para elaborar el reportaje.

Para adaptarme a la situación, he optado por montar y editar un vídeo de 3 minutos en el que se explica cuál ha sido el conflicto entre las diversas entidades reguladoras de vino de la Comunitat Valenciana y se expone qué ha supuesto esta batalla legal para la D.O. Utiel-Requena. Además, se han incluido 2 declaraciones de entrevistas antiguas, una del presidente de la D.O. Valencia y otra del presidente de la D.O. Utiel-Requena, para mostrar las posturas de cada órgano regulador. Este vídeo se ha llevado a cabo para ejemplificar, de manera mucho más visual, el tema y el enfoque del reportaje audiovisual que se tenía en mente desde un primer momento. Sin embargo, no se ha publicado en la página web de *Requena al día*, debido a que las imágenes que se han utilizado no han sido grabadas por mí misma y no me parece correcto difundir en Internet un contenido con recursos que no son de mi propiedad. (Enlace de Google Drive para ver el vídeo: <https://drive.google.com/file/d/1wJdpC5QKApFmD35HOaD7dIA36kVCjZpG/view?usp=sharing>)

A pesar de haberme adaptado lo máximo posible, este producto audiovisual no se ha podido llevar a la práctica. Por ello, he decidido realizar también un exhaustivo plan de preproducción en el que se muestra una idea clara de cómo habría sido el reportaje si se hubiese podido grabar. **(ANEXO 1)**



Entrevista en profundidad

El primer invitado de *Requena al día* fue Jaime García Iranzo, vecino del municipio de Requena. Jaime García tiene una lesión medular desde hace 16 años que le impide caminar y fue una de las personas afectadas por el fraude de la doctora Almudena Ramón.

Es una pieza de interés porque a este colectivo no se le suele dar voz en los medios de comunicación y mucho menos en los de ámbito local. Por ello, es imprescindible que alguien que tiene una discapacidad física cuente su historia en primera persona para conseguir una mayor concienciación social.

En la entrevista, Jaime García relata cuáles son los problemas que tiene en su día a día, explica qué ayudas recibe por parte de las instituciones públicas y ofrece su punto de vista desde la experiencia sobre si Requena es realmente un municipio adaptado para las personas con una discapacidad física. Además, se le han realizado preguntas relacionadas con el fraude de la científica Almudena Ramón.

Tras realizar esta entrevista y publicarla en la web de *Requena al día*, se puede confirmar que ha sido una de las piezas estrella en el medio de comunicación, pues ha tenido un total de 2517 visitas y 1013 personas han interactuado con ella a través de Facebook. **(ANEXO 2)**

Noticias

A lo largo de la realización del proyecto, se han redactado diversas piezas informativas que se han confeccionado en base a los criterios periodísticos, donde ha primado la actualidad.

Se acudieron a iniciativas culturales, a la XXVII edición de la Muestra del Embutido Artesano y de Calidad, donaciones de sangre, los carnavales y otros acontecimientos que iban surgiendo a medida que iban avanzando los días. La idea era haber seguido en esta línea, pero a causa de la COVID-19 todos los actos han quedado suspendidos, por lo que la mayoría de piezas que se han publicado después están relacionadas con la pandemia.

Reportajes escritos

En aquellos temas que lo permitían, la pieza ha tomado forma de reportaje escrito. Por ejemplo, se ha redactado un reportaje sobre cómo afecta el cambio climático a la viticultura. Es un asunto atractivo para los vecinos de Requena, dado que el clima está cambiando y la comarca se está volviendo mucho más árida y seca, lo que trae consigo una serie de consecuencias para el sector primario. También se ha contactado con psicólogas para poder elaborar informaciones sobre cómo pueden los vecinos hacer frente al confinamiento.

Galerías fotográficas

Los recursos visuales son imprescindibles en los medios de comunicación actuales. Así pues, en la medida de lo posible, se han hecho fotografías sobre todos los contenidos que se han subido al medio de comunicación. En el caso de que no se pudiese, se ha citado a la fuente en todo momento.

Se han realizado dos fotorreportajes: uno sobre la XXVII Muestra del Embutido y otro sobre los Carnavales de Requena. En estos dos acontecimientos los vecinos tienen una gran implicación y las imágenes son el producto periodístico más adecuado para que se vean representados. Igualmente, han sido acompañados de una noticia para que la pieza final fuese mucho más completa. Además, en el caso de los carnavales, se ha incluido una encuesta para que los lectores pudiesen votar su disfraz favorito.

En la web de *Requena al día* también hay imágenes de los viñedos del municipio de Requena y de las obras que se podían encontrar en la exposición «Héroes ocultos. Inventos geniales, objetos cotidianos». Todas las publicaciones que contienen una pequeña galería están disponibles en la sección «A través de la cámara». **(ANEXO 3)**

Otras piezas

Para conseguir un contenido mucho más atractivo para los internautas, se han subido artículos sobre curiosidades del municipio. Algunos temas son: la



historia sobre la Fiesta de la Vendimia de Requena, que es la más antigua de España; las medidas aislacionistas que se aplicaron en otras epidemias y pandemias; la importancia del río Cabriel para la comarca; la historia del fútbol en Requena; algunos platos típicos de la localidad, etc.

Esto son únicamente los contenidos mínimos, pues hasta la fecha de entrega del Trabajo Fin de Grado se han elaborado un total de 42 piezas.

2.2. Gestión con las fuentes

La relación con las fuentes es una de las más básicas de todo el proceso de producción, incluso en aquellos casos en los que el periodista ha asistido en persona al acontecimiento porque proporcionan distintos puntos de vista (De Fontcuberta, 1993). Por lo tanto, para conseguir la información necesaria para elaborar las diversas piezas, ha sido imprescindible consultar fuentes documentales y contactar con fuentes personales como instituciones, organismos, expertos y profesionales.

Mapa de fuentes informativas:

- *Ayuntamiento de Requena*
 - Mario Sánchez González, alcalde de Requena.
 - Laura Luján, concejala de Aldeas.
 - Jorge Miguel Sáez, concejal delegado de Agricultura.
 - Ignacio Latorre Zacarés, departamento de Archivo-Biblioteca de Requena.
 - David Ramírez Martí, concejal de Comunicación y Accesibilidad.

- *Viticultura y agricultura*
 - José Miguel Medina, presidente del CRDO Utiel-Requena.
 - Luis Miguel Calleja, enólogo y director técnico del Grupo Coviñas.
 - Carlos Barceló, enólogo en la bodega Pago de Tharsys.
 - Jordi Domingo, técnico de Proyecto en el Área de Agricultura Sostenible de Fundación Global Nature.



- Diego Intrigliolo, ingeniero agrónomo y científico titular del Consejo Superior de Investigaciones Científicas en el centro de Edafología y Biología Aplicada del Segura (CEBAS).
- María Dolores Bastidas Moya, técnico en Administración de Empresas y Finanzas de la Cooperativa Vinícola Requenense.

- *Otras fuentes*
 - Nacho Pérez García, presidente de la Asociación de Panaderos y Artesanos del Bollo de Requena y propietario de la panadería Santiago Pérez.
 - María José Zahonero, auxiliar de turismo.
 - Paloma Jover y David Fernández, artistas de Requena.
 - María Ángeles Barbero, presidenta de la Asociación Amas de Casa Tyrus de Requena.
 - Psicólogas Inés Giménez y Carina Zammit.
 - Instituto Nacional de Estadística.
 - Portal Estadístico de la Generalitat Valenciana.
 - Organización Mundial de la Salud.

En la mayoría de casos, el contacto se ha establecido a través de redes sociales como Facebook y Twitter, y también por correo electrónico o vía telefónica. Desde el principio, se realizaron las entrevistas de manera presencial, puesto que es la mejor forma para obtener información. Sin embargo, esto dejó de ser posible en el momento en el que se decretó el estado de alarma, por lo que muchos de los encuentros tuvieron que hacerse por teléfono o Skype.

Algunas de las fuentes con las que se contactó en un primer momento no quisieron colaborar o, directamente, no se obtuvo una respuesta. Sobre todo, este problema lo he tenido con los concejales del Ayuntamiento de Requena. No obstante, no resultó ser un inconveniente mayor porque siempre ha habido una alternativa y se han podido sacar las piezas adelante.



2.3. Previsión de gastos

Una vez se tuvieron claros los contenidos y las fuentes informativas, fue imprescindible elaborar una lista con todo el material necesario para poder realizar las diversas piezas y así hacer un cálculo aproximado sobre los costes del proyecto. Muchas de estas herramientas han sido proporcionadas por el Laboratorio de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I (LABCOM), pero otras han tenido que ser compradas. Cabe añadir que no hizo falta hacer una inversión económica para la creación de la página web, puesto que con la versión gratuita de la plataforma utilizada fue suficiente para conseguir el diseño deseado.

Equipo técnico

- Cámara Canon EOS 700D con objetivo 18-55 I5 STM → 549 €
- Cámara Sony-NX100 → 1700 € (LABCOM)
- Batería Sony-NX100 → 21,95 € (LABCOM)
- Trípode profesional Gloxy GX-T6662A Plus para Sony NX100 → 89,99 € (LABCOM)
- Micrófono corbata DSLR → 23 € (LABCOM)
- Tarjeta SD SanDisk 32 GB → 23,99 €
- Portátil HP 15,6" → 594,15 €
- Grabadora audio Zoom H4n Pro → 195 € (LABCOM)
- Micrófono de mano Sennheiser E 845 S → 159,83 € (LABCOM)
- LinkinPerk Cable XLR, cable de extensión de micrófono → 12,99 € (LABCOM)

Programas de edición

- Adobe Premiere Pro 2020 → 290,17 €
- Adobe Audition 2020 → 290,17 €
- Adobe Photoshop 2020 → 290,17 €

Transporte

- Viajes en tren Castelló-Requena ida/vuelta → 92, 80 €

GASTO TOTAL	2130,45 €
--------------------	------------------

* En el gasto total solo se han incluido aquellos materiales que no han sido prestados por el LABCOM.

Es importante mencionar que, por el momento, la única trabajadora de *Requena al día* seré yo misma, por lo que no habría que destinar una parte del presupuesto hacia la plantilla. Si el medio creciese, se contratarían a otros profesionales de la comunicación y, por supuesto, recibirían una remuneración por su colaboración. Igualmente, los gastos generales como la luz y el establecimiento tampoco se tendrán en cuenta, puesto que no habrá una redacción.

2.4. Previsión de ingresos

En cuanto a los ingresos, estos se podrán conseguir a partir de la publicidad. Lo obtenido dependerá tanto de las tarifas como de la cantidad de anuncios que se inserten. Para ver cuál sería la situación, se ha elaborado una tabla con los posibles anunciantes:

POSIBLES ANUNCIANTES	
	Proveedor de café desde 1968.
	Desde 2006, son productores y proveedores de vino de alta calidad procedentes de Denominaciones de Origen Valencia, Alicante, Utiel-Requena, Vinos de la Tierra de Castilla, Rueda, entre otros.

	<p>Empresa dedicada a la fabricación y venta de productos cerámicos para la construcción. Fue fundada en 1940.</p>
	<p>Hotel ubicado en el centro de Requena.</p>
	<p>Concesionario oficial SEAT en Requena.</p>
	<p>Clínica que nace en 2012 en Requena con la unión de cuatro profesionales de la salud. Ofrecen servicios de enfermería, fisioterapia, medicina general, nutrición y dietética, odontología y psicología.</p>
	<p>Bodega que cuenta con 61 hectáreas de viñedo propio. Su actividad se centra en hacer vinos de alta gama asequibles. Asimismo, apuestan por la innovación.</p>

Fuente: Elaboración propia.

3. Fase de producción

3.1. Justificación del enfoque

Lo que se ha pretendido con *Requena al día* es acercar al público objetivo todos aquellos sucesos e historias que pueden ser de su interés y, al no disponer de un medio de comunicación local, les es imposible conocerlos. Para ello, este medio digital se ha basado en tres principios periodísticos básicos: objetividad, rigurosidad y claridad.

Además, en Requena se llevan a cabo una gran cantidad de iniciativas culturales, pero si no existe una plataforma que les de visibilidad, los vecinos no saben de su existencia. Igualmente, otros actos, como la Muestra del Embutido Artesano y de Calidad, tienen un gran reconocimiento a nivel



provincial, pero muchas veces no se sabe todo el trabajo y esfuerzo que conlleva para un municipio pequeño sacarlos adelante. Lo mismo sucede con el sector de la agricultura, puesto que es una fuente de ingresos para el municipio.

Por todo esto, *Requena al día* ha actuado como una ventana de visibilidad para todos aquellos vecinos que tuviesen historias que contar y para sacar a la luz ciertos temas que, al ocurrir de manera local, no aparecen en otros medios de comunicación o simplemente se muestran de una manera muy superficial.

3.2. Secciones

Debido a que *Requena al día* es un medio de comunicación local, la temática que abarca es más amplia. Por ello, se ha estructurado la web en secciones para poder clasificar los contenidos y, de esta forma, facilitar la búsqueda a los lectores. Cabe mencionar que algunas de las piezas pueden aparecer en varios apartados diferentes.

- Te interesa → Es la portada de la web de *Requena al día*. En esta sección aparecen todas las piezas publicadas. Este espacio sirve para que el usuario pueda ver rápidamente cuáles son las noticias principales del día, las cuales encontrará desarrolladas en las diversas secciones. **(ANEXO 4)**
- Sociedad → Los temas sobre los que se habla en un medio de comunicación de ámbito local son muy amplios, a diferencia de los medios especializados, ya que se pueden elaborar piezas sobre medioambiente, educación, sanidad, economía, política, etc. Por este motivo, se decidió crear la sección de «Sociedad», ya que en un único apartado se pueden englobar todos aquellos contenidos, con temáticas variadas, de gran interés social. Al tratarse de un diario centrado en un municipio muy concreto y de un Proyecto Fin de Grado de carácter individual, no creía conveniente hacer divisiones temáticas específicas (a excepción de la de «Cultura», la cual es muy importante para Requena), ya que muchas de ellas no podrían haber sido cubiertas mediáticamente. En este apartado se pueden encontrar tanto



noticias como reportajes en profundidad. Cabe añadir que, debido a la pandemia, la mayoría de piezas se han centrado en este tema.

- Cultura → Se han insertado piezas sobre exposiciones, actividades culturales, gastronomía, literatura, entre otras, con el fin de incrementar el consumo de este tipo de informaciones, puesto que los medios las suelen situar en un segundo plano y para la localidad de Requena la cultura tiene una gran relevancia.
- La voz de los vecinos → En esta sección el lector puede encontrar las entrevistas que se le han realizado a los expertos o vecinos de Requena que tengan algo que contar y sea de interés general para los ciudadanos de la localidad. También hay artículos de opinión, dado que hay expertos que han querido exponer su punto de vista sobre ciertos temas, como es el apoyo a la producción local durante la crisis sanitaria.
- Lo más curioso → En este espacio se han publicado, de manera semanal, artículos con varios años de antigüedad o actuales que cuentan curiosidades sobre Requena. Una vez leídas las piezas originales o las facilitadas por el Archivo Municipal de Requena, los artículos han sido reescritos y simplificados por mí misma para facilitar la lectura al internauta, publicando aquellos aspectos más interesantes, puesto que muchas de estas lecturas tienen una gran extensión y es posible que algunos usuarios no dispongan del tiempo necesario para leerlas o simplemente desconozcan su existencia. Por ejemplo, a partir de una publicación sobre la historia de la Fiesta de la Vendimia de Requena, se han extraído aquellos datos más curiosos y poco conocidos y se ha reelaborado una nueva pieza, la cual ha sido publicada en la web de *Requena al día*. A través de esta sección se ha pretendido crear interactividad con el usuario y ofrecerle una información de entretenimiento.
- A través de la cámara → En este apartado aparecen todas aquellas publicaciones que cuentan con una galería de imágenes, como por ejemplo la pieza de carnavales o la XXVII Muestra del Embutido. Hacer



fotorreportajes ha sido una de las prioridades de este medio digital. Las fotografías no han sufrido un proceso de edición, a excepción de aquellas en las que aparecían menores, pues sus caras han sido pixeladas para salvaguardar su derecho al honor, la intimidad e imagen (Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de protección jurídica del menor).

- Sobre nosotros → En esta sección se muestra quién está detrás del medio de comunicación y por qué se ha llevado a cabo esta iniciativa, indicando los objetivos que se pretenden conseguir. Además, la sección contiene un subapartado denominado «Contacto», donde se ha insertado un formulario para que todo aquel que lo desee pueda contactar de una forma rápida y sencilla con la propietaria del medio.

3.3. Estructura y usabilidad

En *Requena al día* se ha querido estructurar la web de una forma en la que el lector pueda encontrar de manera rápida y sencilla aquellos contenidos que quiere consultar. Así pues, para acceder a las diversas secciones mencionadas anteriormente, se ha creado un menú horizontal (vertical en la versión móvil) que permite clasificar las informaciones según la temática.

También se han incorporado *widgets*, como el botón de búsqueda, para encontrar noticias a partir de palabras clave, e iconos de redes sociales, que al pulsar sobre ellos se accede directamente a los perfiles. Igualmente, cuando se llega abajo del todo de la web, hay un botón que, al clicar sobre él, la pantalla sube automáticamente a la cabecera del medio de comunicación.

Además, para que el cibermedio no tuviese una estructura lineal, en todas las publicaciones que contienen textos se han incluido hipervínculos, para que los lectores puedan adquirir una información más amplia y conseguir que su experiencia sea mucho más completa y enriquecedora.

Por último, se ha querido que en la web de *Requena al día* predomine, sobre todo, el contenido visual, ya que es un atributo fundamental del periodismo digital y que atrae la atención del público. Por ello, el *feed* seleccionado permite ver las imágenes de las piezas en grande junto con los titulares.



3.4. Diseño

La identidad corporativa es la manera en la que una empresa trata de identificarse o posicionarse a sí misma o a su producto (Kotler y Keller, 2005). Por ello, ha sido necesario crear un diseño único para diferenciar *Requena al día* de su competencia.

3.4.1. Logotipo

El logotipo es «aquél logo donde predomina la tipografía y no utiliza imágenes» (Salas, 2017, p.4). Así pues, el logotipo de este medio de comunicación contiene únicamente el nombre del medio digital: «Requena al día». Este va enmarcado en un recuadro de color blanco con un borde granate. El logotipo se ha empleado para la cabecera de la página web. **(ANEXO 5)**

3.4.2. Isologotipo

Cuando el texto del logotipo se encuentra dentro de una imagen se está dando lugar al isologotipo. Además, estos no pueden ser desligados sin que pierdan su sentido (Harada, 2014). Por lo tanto, en *Requena al día* se ha creado un isologotipo para las redes sociales, puesto que es mucho más visual y llamativo. Se trata de un círculo con el borde de color granate y en su interior se ha insertado una fotografía, realizada por mí misma, donde se puede ver una copa de vino tinto sujeta en el aire durante el amanecer, para crear una imagen a contraluz en la que predomine el color característico de la bebida y las tonalidades del cielo. Además, dentro del círculo aparece escrito «R al día» también en color granate. Cabe mencionar que se ha escogido una forma circular porque permite una mejor adaptación a la imagen predeterminada de perfil de las redes sociales. **(ANEXO 6)**

3.4.3. Tipografía

Subiela Hernández (2013) explica que los significados que emana la tipografía pueden ser tomados como parte del posicionamiento de la marca, ayudándole así a crear un valor y una ventaja competitiva. Por este motivo, para el logotipo,



el isologotipo y los diversos títulos en los apartados de la web, se ha empleado la tipografía Reklame Script, debido a que da una sensación clásica acorde con el público objetivo de *Requena al día* y, además, es un estilo muy diferente al utilizado por otros medios de comunicación. Igualmente, es una tipografía fácil de leer y llama la atención del lector.

En cambio, para las piezas periodísticas se ha utilizado otra tipografía. Lo que se ha pretendido es facilitar y acelerar el proceso de lectura, dado que optimizar la comunicación tipográfica se traduce en una mayor usabilidad (López Alonso, 2018). El estudio *Tipos de letra en los diarios digitales (2018)* realizado por el periodista, infografista y visualizador de información Rodrigo López Alonso, muestra el uso de la tipografía de 25 periódicos digitales españoles. Los resultados indican que el 64 % utilizan letras romanas con *serif* o remates para los titulares y letras lineales o *sans-serif* para el cuerpo del texto, debido a que estas últimas son mucho más legibles en las pantallas.

Por lo tanto, se ha optado por la tipografía Times New Roman para los títulos y subtítulos y la Arial para los bloques de texto. Todas ellas en color negro sobre fondo blanco para que se vea con una mayor nitidez. No obstante, los destacados son de color granate para que queden resaltados del cuerpo de las piezas.

3.4.4. Color

El color juega un papel de gran importancia en la comunicación periodística (Guimarães, 2003). Bella Palomo (2007) añade que la aplicación en Internet del color es un rasgo innato del nuevo medio. Por ello, el color corporativo seleccionado para *Requena al día* es el granate (código: #C71212). Se ha decidido emplear este tono porque se quiere asociar el medio de comunicación con algo típico de Requena. Así pues, como la viticultura es una de las principales actividades económicas de la localidad, se establece esta relación del color con el vino tinto, que a su vez se complementa con la imagen del isologotipo. Asimismo, en base a la propuesta de clasificación clásica de los colores (Palomo, 2007), los cálidos como el rojo, naranja y amarillo expresan



cercanía, que es lo que se pretende conseguir entre este medio y los vecinos de Requena.

3.5. Interactividad

Hoy en día se ha ampliado la concepción de la información periodística tradicional, pues se incorporan otros modos de narración y expresividad. Esto se consigue gracias a la interactividad comunicativa, que es la capacidad hipertextual e hipermedial de los usuarios de interrelacionar unos contenidos con otros y la oportunidad que tienen para preguntar al sistema y sentar así las bases para recuperar la información. En la actualidad, los cibermedios son incomprensibles sin la actividad interactiva físico-semántica que cada usuario tiene que desarrollar (Cebrián Herreros, 2009).

En *Requena al día* la interactividad se ha llevado a cabo de dos formas. Por un lado, se ha conseguido a través de la propia web. En cada apartado se ha colocado una caja de comentarios y un botón de «me gusta» para que los internautas puedan valorar los contenidos. Igualmente, se ha dado la posibilidad de que los usuarios puedan escribir sus propios artículos de opinión. También se ha insertado un formulario de contacto para que todo aquel que tuviese dudas pudiese hablarme.

Por otro lado, esta interactividad se ha conseguido a través de las redes sociales. Según el informe *Digital News Report España 2019* (Amoedo; Moreno; Negrodo y Vara-Miguel, 2019), Facebook (47 %) y WhatsApp (36 %) lideran la clasificación de las redes sociales para leer, ver, encontrar, compartir o comentar noticias online. Asimismo, el 66 % de los encuestados realiza un uso informativo de Facebook, Twitter, Instagram o Youtube.

Por lo tanto, teniendo en cuenta el público objetivo, las redes sociales escogidas han sido Twitter y Facebook (**ANEXO 7**). Ambas plataformas permiten subir contenidos audiovisuales. Además, era fundamental que estas redes sociales permitiesen hacer encuestas, puesto que ha sido una de las formas para conseguir la participación del público en el medio. Por ejemplo, cada vez que se iba a subir un artículo en la sección «Lo más curioso», se



lanzaban en Twitter y Facebook una serie de preguntas tipo test a los lectores con el *hashtag* #LoMásCurioso. Tras un tiempo límite para que estos respondiesen, se publicaba la pieza para que pudiesen entrar a la web, leerla y comprobar cuántas cuestiones habían acertado. **(ANEXO 8)**

Cabe mencionar que debido a la crisis sanitaria, desde las cuentas de Twitter y Facebook de *Requena al día* se han difundido videos grabados por mí misma de iniciativas llevadas a cabo por los vecinos. A pesar de haber estado durante días ante una situación excepcional que complicaba la posibilidad de obtener contenidos multimedia, se ha hecho todo lo posible para conseguirlos.

3.5.1. Propuestas de colaboración

Es importante mencionar que el formulario de contacto que se ha insertado en la web de *Requena al día* ha sido muy útil, puesto que Javier García Martínez, propietario del medio de comunicación *Revistalocal.es*, se puso en contacto conmigo hasta en dos ocasiones para iniciar una colaboración, la cual fue rechazada debido a que el Trabajo Fin de Grado es un proyecto de carácter individual, por lo que quería que todo el contenido que hubiese en la web estuviese elaborado exclusivamente por mí, a excepción de los artículos de opinión de los expertos.

Igualmente, el informático Luis Roda Herrero, que tiene una empresa de servicios informáticos, programación, diseño de páginas web y *marketing* en línea, me envió un mensaje para mejorar algunos aspectos técnicos de la página web y conseguir que esta fuese mucho más profesional. No obstante, la propuesta también fue rechazada porque de momento no quiero hacer ninguna inversión económica, debido a que, al ser estudiante, no dispongo del capital necesario. Además, me parece una iniciativa demasiado arriesgada porque *Requena al día* aún no es un medio de comunicación consolidado en la localidad, a pesar del buen recibimiento que ha tenido. **(ANEXO 9)**



4. Fase de posproducción

4.1. Plataforma

La plataforma utilizada para crear el medio de comunicación digital ha sido *Wix.com*. El motivo principal de la elección de esta aplicación se debe a que te permite construir tu propia página web de manera gratuita. A pesar de que *WordPress* también es un sistema de gestión de contenidos gratuito, finalmente me he decantado por *Wix.com* porque, al haber utilizado ambas anteriormente, creo que esta última te ofrece una gran variedad de diseños mucho más modernos y su uso me parece más libre y sencillo.

Es importante mencionar que *Wix.com* permite tanto la edición y diseño para ordenadores como para otros dispositivos electrónicos, como tabletas o *smartphones*. Esto es algo que considero relevante, ya que un fallo notable en muchos medios de comunicación digitales es que la estructura de la web diseñada para ordenador no se adapta correctamente cuando es consumida desde un teléfono móvil y dificulta enormemente su navegación.

4.2. Creación de contenidos

Para la creación del logotipo y del isologotipo se ha utilizado Adobe Photoshop 2020. A pesar de ser una herramienta de pago, desde mi punto de vista, se consiguen unos resultados mucho más profesionales y de mayor calidad. Esta aplicación también ha sido empleada para la edición de aquellas imágenes que lo requerían.

Para la grabación del reportaje radiofónico se reservó una grabadora y un micrófono del LABCOM para conseguir unos resultados mejores. Como editor, se utilizó Adobe Audition 2020, ya que es con el que he aprendido a lo largo de estos cuatro años de estudios. Además, se creó una cuenta de iVoox para subir todo el contenido radiofónico, puesto que uno de los propósitos de *Requena al día* era ser una multiplataforma que no se limitase exclusivamente a las opciones de la web.

En cuanto a los contenidos audiovisuales, el LABCOM prestó las cámaras, micrófonos y trípodes para poder realizar la producción de las piezas. Para la



posproducción, se utilizó Adobe Premiere Pro 2020 porque el producto final que se obtiene es totalmente profesional.

5. Valoración final

5.1. Conclusiones

Tras la creación y gestión de *Requena al día*, he llegado a la conclusión de que la modalidad C2 es una de las mejores opciones para poner en práctica todo lo aprendido durante estos cuatro años de carrera y conocer de manera profesional el mundo del periodismo. De hecho, gracias a este proyecto, he descubierto que me apasiona todo lo relacionado con el periodismo digital y, por ello, al año que viene voy a cursar un máster en Madrid para adquirir más conocimientos al respecto.

No obstante, a lo largo del proceso de elaboración han surgido algunos inconvenientes. Por un lado, aunque muchas de las fuentes informativas han respondido y se han mostrado proactivas a colaborar, es cierto que la mayoría de los concejales del Ayuntamiento de Requena no han contestado ni a los correos electrónicos ni a las llamadas telefónicas. En cambio, he podido ver que cuando contactas con las fuentes como periodista de un medio de comunicación, aunque sea pequeño, y no como estudiante de periodismo, están mucho más interesadas en participar.

Además, he podido comprobar de primera mano las grandes dificultades que conlleva sacar adelante un medio de comunicación local de manera individual. Esto me ha hecho confirmar que en el periodismo es imprescindible el trabajo en grupo, puesto que es imposible abarcar todos los actos y hechos que ocurren en un municipio con más de 20 000 habitantes. Por lo tanto, la organización y la eficiencia han sido fundamentales para poder continuar con el proyecto.

Sin duda, la mayor complicación que ha surgido ha sido la situación de aislamiento debido a la COVID-19. Esto ha impedido sacar adelante muchas de las ideas de contenido audiovisual que se tenían en mente. Sin embargo, esto



también me ha ayudado a aprender y a crecer como profesional y me ha enseñado que un periodista debe adaptarse a cualquier situación.

Por otro lado, a pesar de que las redes sociales pueden jugar en contra de los medios de comunicación, ya que han propiciado la aparición del periodismo ciudadano, he podido verificar que si se hace un buen uso de ellas y se gestionan de manera profesional, son un plus para esta profesión. A través de estas plataformas se crea un vínculo con el público que va más allá de ofrecerles un producto para que lo consuman. Permiten conocer a quién te diriges y saber cuáles son sus gustos para así poder crear unos contenidos mucho más personalizados y conseguir que tengan una experiencia lo más gratificante posible. Gracias a *Requena al día*, me he dado cuenta de que el periodismo bien hecho es realmente valorado por los lectores. **(ANEXO 10)**

Inciendo un poco más en lo personal, este proyecto me ha dado una mayor confianza en mí misma. Es cierto que a lo largo del grado se tienen altibajos, ya que desde el primer día en el que comienzas estos estudios se te advierte de que es un mundo profesional muy complicado y sacrificado, donde no todos podemos triunfar. Pero con *Requena al día* me he dado cuenta de que tengo las capacidades suficientes para ser una buena periodista y he podido confirmar que, a pesar de que se tiene que hacer un gran esfuerzo para labrar un futuro profesional dentro de la comunicación, merece la pena.

5.2. Propuestas futuras de mejora

Por lo general, he quedado bastante satisfecha con este proyecto porque está bien planteado. No obstante, me gustaría añadir algunas propuestas futuras de mejora.

Todo cibermedio debe publicar contenido audiovisual, de hecho, como consumidora, es lo que yo misma exijo en otros medios de comunicación. Sin embargo, es muy difícil conseguir esto de manera individual. Por ejemplo, para realizar el reportaje audiovisual, donde tienes que grabar varias entrevistas, imágenes de recurso, etc., necesitas que algún compañero (en los mejores casos), familiar o amigo te ayude a llevar los materiales y manejarlos. Además,



esto condiciona el proceso de preproducción y producción porque a la hora de quedar con las fuentes tienes que asegurarte de que una persona va a poder acompañarte y esto puede hacer que pierdas la oportunidad de grabar. A mí personalmente me ocurrió, pues tuve que posponer entrevistas porque en la fecha que me decían no podía ir, debido a que no había nadie disponible para ayudarme.

Por lo tanto, es un proyecto que individualmente se puede sacar adelante, pero para hacer un reportaje audiovisual con unos mínimos profesionales siempre vas a necesitar ayuda. Quizá si fuese en parejas, aunque se exigiesen más contenidos, el resultado obtenido sería de mayor calidad.



6. Bibliografía

Amoedo, A.; Moreno, E.; Negredo, S. y Vara-Miguel, A. (2019). *Digital News Report España 2019*. Center for Internet Studies and Digital Life, Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra [en línea]. [Consulta: 10 de abril de 2020]. Disponible en: <https://www.digitalnewsreport.es/>

Casero Ripollés, A. (2014). *¿Por qué casi nadie quiere pagar por el periodismo en Internet?* *eldiario.es* [en línea]. [Consulta: 4 de abril de 2020]. Disponible en: https://www.eldiario.es/agendapublica/nueva-politica/nadie-quiere-pagar-periodismo-Internet_0_249875514.html

Cebrián Herreros, M. (2009). *Comunicación interactiva en los cibermedios*. *Comunicar*, XVII (33),15-24 [en línea]. [Consulta: 10 de Abril de 2020]. ISSN: 1134-3478. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/158/15812486003.pdf>

Cornella, A. (1998). *¿Economía de la información o Sociedad de la Información?* [en línea]. España. [Consulta: 4 de abril de 2020]. Disponible en: <https://studylib.es/doc/4945841/%C2%BFeconom%C3%ADa-de-la-informaci%C3%B3n-o-sociedad-de-la-informaci%C3%B3n%3F>

De Fontcuberta, M. (1993). *La noticia. Pistas para percibir el mundo* [en línea]. Paidós, Buenos Aires. [Consulta: 6 de abril de 2020]. Disponible en: <https://profesorsergiogarcia.files.wordpress.com/2017/05/fontcuberta-mar-la-noticia-pistas-para-descubrir-el-mundo.pdf>

Guimarães, L. (2003). *As cores na mídia. A organização da corinformação no jornalismo*. São Paulo: Annablume [en línea]. [Consulta: 7 de abril de 2020]. Disponible en: <http://www.unicap.br/gtpsmid/pdf06/luciano-guimaraes.pdf>

Harada Olivares, E. (2014). *Logotipos, isotipos, imagotipos e isologos: una aclaración terminológica* [en línea]. [Consulta: 6 de abril de 2020]. Disponible en: https://www.academia.edu/21839253/Logotipos_isotipos_imagotipos_e_isologos_una_aclaración_terminológica_1

Instituto Nacional de Estadística (2019). *Cifras oficiales de población resultantes de la revisión del Padrón municipal a 1 de enero* [en línea].



[Consulta: 4 de abril de 2020]. Disponible en: <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=4247>

Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de protección jurídica del menor. *Boletín Oficial del Estado*. Artículo 4. Derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen. Núm. 15, de 17/01/1996 [en línea]. [Consulta: 7 de abril de 2020]. Disponible en: <https://www.boe.es/eli/es/lo/1996/01/15/1>

López Alonso, R. (2018). *¿Con serif o sin serif?* Periodistas en español.com [en línea]. [Consulta: 7 de abril de 2020]. Disponible en: <https://periodistas-es.com/tipografia-periodicos-digitales-105598>

López García, X. (2004). *Desafíos de la comunicación local. Guía para la práctica de la información en los ámbitos de proximidad*. Sevilla: Ed. Comunicación Social. [Consulta: 4 de abril de 2020].

Navarro Zamora, L. (2013). *LA INTERACTIVIDAD EN LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE LOS CIBERMEDIOS* [en línea]. *Razón y palabra*, 17(3_48), 343-360. [Consulta: 4 de abril de 2020]. Disponible en: <http://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/411>

OPTI (2002). *Tecnologías de la información y la Comunicación: Tendencias tecnológicas a medio y largo plazo*. Observatorio de Prospectiva Tecnológica Industrial, Madrid, España. [Consulta: 4 de abril de 2020].

Palomo, B. (2007). *Color, tipografía e imagen en la prensa digital*. En: LARRONDO; SERRANO (eds.). *Diseño periodístico en internet*. Leioa: Universidad del País Vasco. [Consulta: 7 de abril de 2020]

Salas, E. (2017). *El logotipo como inversión corporativa*. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, diciembre 2017 [en línea]. [Consulta: 7 de abril de 2020]. Disponible en: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2017/12/logotipo-inversion-corporativa.html>

Suárez Villegas, J.C y Cruz Álvarez, J. (2013). *Problemas éticos de la instantaneidad informativa en el entorno digital* [en línea]. Universidad de Sevilla. [Consulta: 4 de abril de 2020]. Disponible en: <https://idus.us.es/handle/11441/42586>



Subiela Hernández, B. (2013). *El papel simbólico de la tipografía en el diseño de logotipos: el caso de Audi*. Universidad Católica San Antonio de Murcia. *Shera Publica*, 13, vol., 28-56 [en línea]. [Consulta: 7 de abril de 2020]. Disponible en: <https://studylib.es/doc/5079622/el-papel-simbólico-de-la-tipografía-en-el-diseño-de>



7. Summary

1. Introduction

Requena al día is a local digital media that focuses on Requena, a little town located in the interior of the province of Valencia.

The idea of starting this newspaper arises because Requena is a municipality that, according to the Instituto Nacional de Estadística (2019), has a total of 20 254 residents and, at present, there is not local specialized media offering information and journalistic products of interest and proximity to their neighbours.

This city has a historical trajectory, where, currently, activities of the primary sector such as agriculture and viticulture are still indispensable. In addition, local shops, such as the production and sale of sausages, are still of great importance. However, it is a municipality that is increasingly affected by the phenomenon of depopulation. All these issues are important at the local level and, in the absence of a specialized media on Requena, they are forgotten.

The name given to this journalistic project is due to two reasons. On the one hand, it is essential that the name refers directly to the city (Requena) so that the public can quickly link it to it. On the other hand, in the second part of the name (al día) it appeals to immediacy.

Requena al día content is aimed at the local residents, who are between the ages of 45 and 55, and want to be informed about everything that happens in the place where they live.

2. Goals

The main objective of this project is to provide journalistic products for people residing in Requena in order to meet their information needs.

Furthermore, I have drawn up a list of four specific objectives:

- 1) Implement local journalism through reporting, interviews, news and audiovisual products.



- 2) To know the difficulties and advantages involved in undertaking a completely new journalistic project.
- 3) To verify from experience whether the use of new technologies and social networks are an added value for local journalism.
- 4) As a long-term objective, consider the possibility of continuing with the digital media, since there is not such initiative in Requena.

3. Sections and content

Because *Requena al día* is a local medium, the subject covered is broader. For this reason, the web has been structured into sections to be able to classify the contents and, in this way, to facilitate the search for the readers.

- Te interesa → It is the cover of *Requena al día*. All the published pieces appear in this section. This space allows the user to quickly see what are the main news of the day, which you will find developed in the various sections.
- Sociedad → The topics discussed in a local media outlet are very broad, unlike the specialized media, since pieces can be produced on the environment, education, health, economics, politics, etc. For this reason, it was decided to create a section on «Sociedad», since a single section can cover all those contents, with varied themes, of great social interest. As this is a newspaper focused on a very specific town and an individual project, I didn't think it appropriate to make specific thematic divisions (with the exception of «Cultura», which is very important for Requena), as many of them could haven't been covered in the media. In this section you can find news and reports. It should be added that, because of the pandemic, most pieces have focused on this issue.
- Cultura → Pieces about exhibitions, cultural activities, gastronomy, literature, art, among others, have been inserted in order to increase the



consumption of this type of information, since the media usually place them in the background.

- La voz de los vecinos → In this section the reader can find the interviews that have been done to the experts or residents of Requena who have something to tell and they are of general interest to the local citizens. There are also opinion articles, since there are experts who have wanted to give their opinion on some topics.
- Lo más curioso → This space has published, on a weekly basis, articles with several years of antiquity or current that tell curiosities about Requena. Once read the original pieces or those provided by the Archivo Municipal de Requena these articles have been rewritten and simplified by myself to facilitate reading to the internet user, publishing those aspects more interesting, since many readings have a large length and some users may not have the time to read them or simply ignore their existence. For example, from a publication on the history of the Fiesta de la Vendimia de Requena, the most curious and little known data have been extracted and a new piece has been reworked, which has been published on the website of *Requena al día*. Through this section it has been tried to create interactivity with the user and offer him entertainment information.
- A través de la cámara → This section includes all publications with a gallery of images, such as the carnival piece or the XXVII Muestra del Embutido. The photojournalism has been one of the priorities of this digital media.
- Sobre nosotros → This section shows who is behind the digital media and why this initiative has been carried out, indicating the objectives to be achieved. In addition, this section contains a sub-section called «Contacto», where a form has been inserted so that anyone who wants it can contact the media owner quickly and easily.



4. Structure and usability

In *Requena al día*, the objective has been to structure the web in a way that the reader can quickly and easily find the content they want to consult. Thus, in order to access the various sections mentioned above, a horizontal menu (vertical in the mobile version) has been created that allows information to be classified according to the subject. There are also built-in widgets, such as the search button, to find news from keywords, and social media icons, which when you click on them you access the profiles directly. Likewise, when you arrive at the bottom of the website, there is a button that, when you click on it, the screen automatically goes up to the media header.

Moreover, in order to ensure that the digital media does not have a linear structure, hyperlinks have been included in all publications containing texts, so that readers can acquire more extensive information and obtain a much more complete and enriched experience.

5. Corporate identity

Corporate identity is the way in which a company try to identify or position itself or its product (Kotler and Keller, 2005). Therefore, it has been necessary to create a unique design to differentiate Requena from its competitors.

Logotype

The logotype contains the name of the digital medium «Requena al día». This is framed in a white box with a garnet border. The logo has been used for the header of the website.

Isologotype

In *Requena al día* an isologue has been created for social networks, since it is much more visual and eye-catching. It is a circle with the garnet border and inside it has been inserted a photograph where you can see a glass of red wine



held in the air during the dawn, to create a backlit image in which the characteristic colour of the drink and the shades of the sky predominate. In addition, «R a día» is written inside the circle also in garnet colour.

Typography

For the logotype, the isologotype and the various titles in the sections of the website, the typography «*Reklame Script*» has been used, because it gives a classic feeling in line with the *Requena al día* target and, besides, it is a very different style from that used by other media. It is also easy to read and easily draws the reader's attention.

On the other hand, for journalistic pieces, the typography «*Times New Roman*» has been chosen for the titles and subtitles and the «*Arial*» for the text blocks. All of them in black colour on a white background so that it is visible with greater sharpness. However, the highlights are garnet colour to stand out from the body of the pieces.

Colour

The corporate colour selected for *Requena al día* is garnet (code: #C71212). It has been decided to use this tone because I want to associate the digital media with something typical of Requena. Therefore, as viticulture is one of the main economic activities of the town, this relation is established with the red colour of the wine.

6. Interactivity

In *Requena al día* the interactivity has been carried out in two ways. On the one hand, it has been achieved through the web. Therefore, in each section a box of comments has been placed and a button of «I like» so that the users can value the contents. Netizens have also been given the opportunity to write their own opinion articles. Furthermore, a contact form has also been inserted so that anyone who had doubts could speak to me.



On the other hand, this interactivity has been achieved through social networks. Considering the target audience, the chosen social networks have been Twitter and Facebook. Both platforms allow uploading audiovisual content. In addition, it was essential that these social networks allow for surveys, as this has been one of the ways to engage the public in the digital media.

7. Conclusions

After the creation and management of *Requena al día*, I have come to the conclusion that the C2 modality is one of the best options to put into practice everything learned during these four years of career and to know professionally the world of journalism.

In addition, I have seen firsthand the great difficulties involved in developing a local media on an individual basis. This has led me to confirm that group work is essential in journalism, because it is impossible to cover all the acts and events that occur in a municipality with more than 20 000 inhabitants. Therefore, organization and efficiency have been fundamental to the continuation of the project.

On the other hand, despite the fact that social networks may play against the media, since they have encouraged the emergence of citizen journalism, I have seen that if they are used well and managed in a professional manner, are a plus for this profession. You can meet your target and create more personalized content.

This project has given me a greater confidence in myself. With *Requena al día* I realized that I have the skills to be a good journalist and I have been able to confirm that, although a great effort has to be made to build a professional future within communication, it is worth it.



ANEXOS



URL PÁGINA WEB REQUENA AL DÍA

<https://requenaldia.wixsite.com/mediodigital>

ANEXO 1 (Preproducción reportaje audiovisual)

Primer contacto con las fuentes

Buenos días. Lo primero de todo, muchas gracias por responder este mensaje.

¿Qué días sería posible ir a grabar la entrevista? Actualmente estoy estudiando en Castellón de la Plana porque aún no he finalizado las clases, por lo que el horario que mejor me viene son los viernes por la tarde o sábados. No obstante, si me dejaran el material necesario para poder grabar, podría intentar ir un martes o un miércoles. Me adapto a la disponibilidad que tengáis.

Muchas gracias por la atención. Saludos.

Missatge de Laura Gómez <laura.gomez@murviedro.es> del dia dl., 10 de febr. 2020 a les 13:16:



Laura Gómez <laura.gomez@murviedro.es>

13 de febr. 2020 13:20



per a mi ▾



Detecta l'idioma ▾

> català ▾

Tradueix el missatge

Desactiva per a: espanyol x

Buenos días Inés,

Pues nosotros los viernes por la tarde y sábado no trabajamos, lo siento.

Si te parece, mira a ver que otro día te puedes venir y me dices día concreto y lo dejo cerrado con nuestro enólogo.



Secretario CRDO <secretario@utielrequena.org>

dv., 7 de febr. 8:59



per a mi, Verónica ▾



Detecta l'idioma ▾

> català ▾

Tradueix el missatge

Desactiva per a: espanyol x

Hola Inés,

Nos alegra mucho tu iniciativa.

Danos un poco más de información del enfoque que vas a darle a la entrevista y estamos en contacto para ir viendo cuando nos vendría bien a todos para poder hacerla.

Saludos desde tu tierra!!

Carmen L. Cárcel Pérez
Secretaría General

**Consejo Regulador Denominación de Origen
Protegida Utiel-Requena**

Sevilla, 12. 46300 UTIEL (Valencia) España

Tif. +34 96 217 10 62 ext. 109 Móvil. +34 619 665 066

Fax. +34 96 217 21 85

secretario@utielrequena.org



utiel-requena

twitter.com/
DOUtielReq
uena

instagram.c
om/doutielr
equena

plus.google
.com



jorge.saez@requena.es <jorge.saez@requena.es>

17 de febr. 2020 13:25



per a mi ▾



espanyol ▾



català ▾

[Tradueix el missatge](#)

[Desactiva per a: espanyol](#) x

Hola Inés. En primer lugar felicitarte por la elección de tu tema de TFG, me parece genial que lo enfoques a Requena.

Cuenta con mi ayuda en todo lo que necesites. Si necesitas algún contacto de alguien de la DO avísame.

Por otro lado recordarte que en Requena tenemos dos Denominaciones de Origen: DO Utiel-Requena y DO Cava. Ambas tienen mucha importancia para los agricultores y tu reportaje quizá sería más completo con las dos DO. Pero eso es decisión tuya, simplemente era para que tuvieras en cuenta la importancia del sector del cava tanto para bodegas como para los agricultores.

Estamos en contacto.

Un saludo.



Jorge M. Sáez Cebrián

Concejal de Medio Ambiente, Agricultura, Deportes, Servicios Públicos y Riesgos Laborales

Ayuntamiento de Requena

Pza. Consistorial, 2 - 46340. Requena (Valencia)

Tlf. [96 230 14 66](tel:962301466) - Correo electrónico: jorge.saez@requena.es



Patricia Álvarez <patricia.alvarez@covinas.es>

dv., 7 de febr. 17:23

per a mi, Carmen ▾



espanyol ▾



català ▾

[Tradueix el missatge](#)

[Desactiva](#)

Hola Inés,

Soy Patricia del Dpto de Marketing y la persona que te puede ayudar a coordinar esta grabación que mencionas.

Por favor, dame más detalles sobre lo que necesitas grabar, que temática te interesa destacar: ej:

La labor en el campo: la poda, la vendimia

La labor en bodega: elaboraciones y embotellados ...

El aspecto social: la España vaciada, el valor de la tierra, la herencia generacional, ...

Y saber si lo que quieres son paisajes, testimonios ... dame un guion más desarrollado para poder hacerte una propuesta

Saludos

Patricia

Patricia Álvarez

Directora de Marketing

Tel. [96 230 06 80](tel:962300680) Ext. 035

Móvil. [+34 628 12 49 26](tel:+34628124926)



Personas que se hubiesen entrevistado y sus respectivos cuestionarios

- *José Miguel Medina, presidente de la D.O. Utiel-Requena*

P: ¿Qué es el Consejo Regulador y cuáles son sus objetivos?

P: ¿Cuáles son los requisitos que debe tener un vino de calidad?

P: ¿Por qué la variedad de uva bobal que se cultiva casi exclusivamente en la comarca Utiel-Requena es tan especial y reconocida?

P: ¿Cómo se encuentra ahora la D.O. Utiel-Requena en el mercado frente a su competencia, como por ejemplo las denominaciones de origen como la Rioja o el Duero?

P: En base al conflicto mantenido desde 2011 entre las DDOO Utiel-Requena y Valencia debido a la modificación del pliego que aprobó el Partido Popular, ¿cuáles han sido las repercusiones de este conflicto sobre la D.O. Utiel-Requena?

P: ¿Cómo ha afectado este conflicto a todos los viticultores y enólogos que tienen sus tierras en la comarca Utiel-Requena y forman parte de la D.O. Utiel-Requena?

P: ¿Qué ha hecho la D.O. Utiel-Requena para solucionar este conflicto?

P: En julio de 2019 el Tribunal Superior de Justicia de la Comunitat Valenciana (TSJCV) dictó sentencia sobre el recurso interpuesto por las DDOO Utiel-Requena y Alicante por el conflicto de los territorios. ¿Por qué considera que esta sentencia es inadmisibile?

P: Desde su punto de vista, ¿cuál es el interés final de la D.O. Valencia?

- *Jorge Miguel Sáez, concejal delegado de Agricultura del Ayuntamiento de Requena*

P: ¿Qué supone para Requena la producción vinícola de la D.O. Utiel-Requena?

P: ¿Qué peso tiene la D.O. Utiel-Requena a nivel tanto nacional como internacional?



P: ¿Qué labor ejercer el Ayuntamiento de Requena para preservar y proteger la D.O. Utiel-Requena?

P: En base al conflicto mantenido desde 2011 entre las DDOO Utiel-Requena y Valencia debido a la modificación del pliego que aprobó el Partido Popular, ¿cómo ha afectado este conflicto al sector vitivinícola del municipio?

P: ¿Qué supondría para Requena la desaparición de la D.O. Utiel-Requena?

P: ¿Qué ha hecho el Ayuntamiento de Requena para enfrentarse a este conflicto?

P: En julio de 2019 el Tribunal Superior de Justicia de la Comunitat Valenciana (TSJCV) dictó sentencia sobre el recurso interpuesto por las DDOO Utiel-Requena y Alicante por el conflicto de los territorios. ¿Cuál es su opinión respecto a la sentencia?

P: Desde su punto de vista, ¿cuál es el interés final de la D.O. Valencia?

- *Luis Miguel Calleja, enólogo y director técnico del Grupo Coviñas*

P: ¿Cuál es el beneficio de que vuestros vinos pertenezcan a la D.O. Utiel-Requena?

P: ¿Qué supondría para Grupo Coviñas y, en general, para el municipio de Requena que la D.O. Utiel-Requena desapareciese?

P: ¿Qué diferencia los vinos de la D.O. Utiel-Requena de la D.O. Valencia?

P: ¿Qué podría pasar si los vinos de la D.O. Utiel-Requena pasaran a formar parte de la D.O. Valencia?

P: En julio de 2019 el Tribunal Superior de Justicia de la Comunitat Valenciana (TSJCV) dictó sentencia sobre el recurso interpuesto por las DDOO Utiel-Requena y Alicante por el conflicto de los territorios. ¿Cuál es su opinión respecto a la sentencia?

P: Desde su punto de vista, ¿cuál es el interés final de la D.O. Valencia?



Localizaciones e imágenes

- Se grabarían planos recurso de sitios emblemáticos del municipio de Requena, como el Monumento Universal a la Vendimia, la Avenida de Arrabal, la Avenida Fiesta de la Vendimia y el Recinto Ferial, donde se hacen diversas catas de vino durante el año
- Se iría al Instituto Tecnológico de Viticultura y Enología de Requena y se grabarían planos recurso de las instalaciones mientras los enólogos están realizando su trabajo.
- Se iría a la bodega del Grupo Coviñas y se tomarían imágenes tanto del trabajo llevado a cabo en el interior de la bodega como en la propia viña. La idea es que en ambos lugares se muestre la labor de los trabajadores.
- Otra de las grabaciones se llevaría a cabo en Bodegas Finca Ardal. Este lugar es una gran finca de propiedad familiar fundada en 1896. En 1996 los propietarios decidieron elaborar y comercializar vinos de calidad bajo la D.O. Utiel Requena. En esta localización se grabarían planos recurso de la bodega y de la amplia parcela de viñedos.
- También se grabaría en el Palacio del Cid, donde se encuentra el Museo del Vino de Requena. Se obtendrían imágenes de las piezas características del proceso de elaboración, producción y conservación del vino. Además, en este lugar se realizan catas de vino durante el año, por lo que se podría ir a una de ellas y tomar planos.

Documentación

- Datos sobre la sentencia dictada por el Tribunal Superior de Justicia de la Comunitat Valenciana (TSJCV).
- En la página web de la Biblioteca Pública Municipal de Requena hay un apartado donde pone datos sobre el sector de la viticultura en Requena. Ahí se consultaría las hectáreas totales de vid, los litros de cosecha al año.



- En el artículo *Evolución del paisaje cultural de la vid y el vino en la Meseta de Requena-Utiel [Valencia], España* se consultarán datos sobre los inicios de la viticultura en la localidad.
- Se consultará el Banco Municipal ARGOS para obtener datos estadísticos socio-económicos y de trabajo.

Estructura del reportaje

En primer lugar, se abordaría el problema entre la D.O. Utiel-Requena y la D.O. Valencia. Se explicaría qué es lo que sucedió y por qué este conflicto acabó en el Tribunal Superior de Justicia de la Comunitat Valenciana. Además, se hablaría sobre el origen de la viticultura en la localidad y se darían datos de contexto sobre las hectáreas totales de vid, los litros de cosecha al año, cuánta gente trabaja en este sector y el beneficio económico que genera, para explicar la importancia de la viticultura en la localidad.

A continuación, se contaría cómo afectó este conflicto al sector vitivinícola de la localidad. También se mostrarían opiniones personales de las fuentes sobre cuáles creen que son los intereses de la D.O. Valencia.

Después, a partir de expertos como los enólogos y viticultores, se explicaría por qué los vinos de Requena deben tener una Denominación de Origen propia y no pertenecer a la D.O. Valencia. Para ello, se dará a conocer las cualidades de los vinos de calidad de la comarca y qué es lo que les diferencia de otros.

Para poner fin al reportaje, se hablaría sobre la resolución de la sentencia, se expondría por qué esta es injusta para la D.O. Utiel-Requena, según el propio órgano regulador, y se haría una proyección de futuro sobre qué pasaría si la D.O. Utiel-Requena desapareciese y qué supondría esto para Requena y el sector de la viticultura.

Para ejemplificar todo esto de manera más visual, se ha elaborado un video de 3 minutos en el que se explica cuál ha sido el conflicto entre las diversas entidades reguladoras de vino de la Comunitat Valenciana y se expone qué ha supuesto esta batalla legal para la D.O. Utiel-Requena. (Enlace al vídeo:

<https://drive.google.com/file/d/1wJdpC5QKApFmD35HOaD7dIA36kVCjZpG/view?usp=sharing>

ANEXO 2



Jaime García: «Requena es inaccesible para las personas con una discapacidad física»

El vecino de la localidad lleva 16 años en silla de ruedas a causa de una lesión medular. Inés Romero. Requena ...

Inés Romero
mar 22 · 4 min.

2,518 Escribir un comentario 28

Requena al día
22 de marzo ·

ENTREVISTA | Jaime García: «Requena es inaccesible para las personas con una discapacidad física»

Jaime García Iranzo lleva 16 años en silla de ruedas a causa de una lesión medular. En esta entrevista nos cuenta su historia. <https://t.co/Fobw9YROjb>



REQUENALDIA.WIXSITE.COM

Jaime García: «Requena es inaccesible para las personas con una discapacidad física»

192 Personas alcanzadas 1013 Interacciones [Promocionar publicación](#)

28 7 comentarios 173 veces compartida

Me gusta Comentar Compartir

ANEXO 3

Galería fotográfica



Expos...

Feria ...

Carna...

Viñedos

ANEXO 4

Requena al día

Te interesa.
Sociedad
Cultura
La voz de los vecinos
Lo más curioso
A través de la cámara
Sobre nosotros

Seguir 182 seguidores

Q

f

t

Tod@s contra el

MOSQUITO TIGRE

Inés Romero
hace un día · 2 min.

El Ayuntamiento de Requena inicia una campaña preventiva contra el mosqu...

El Consistorio ha colocado en la localidad y en las pedanías carteles informativos con instrucciones y consejos útiles Inés ...

25
7

El cambio climático, una amenaza para los vinos de Requena

Inés Romero
may 27 · 7 min.

Un estudio advierte que el 85 % de las tierras aptas para el cultivo de uvas dejaría de serlo Inés Romero. Requena 27/05/20...

88
11

El Servicio de Atención y Tramitación de Requena reanuda la atención ...

Inés Romero
may 26 · 1 min.

Los ciudadanos deben disponer de cita previa para personarse en las oficinas Inés Romero. Requena 26/05/2020 El Servi...

43
12

La concejalía de Ciudades Inteligentes instala paneles informativos de velocidad

Inés Romero
may 23 · 1 min.

Los indicadores tienen el objetivo de concienciar a los ciudadanos de Requena de la importancia de respetar y cumplir l...

33
12

El Pico del Tejo, una de las mejores rutas senderistas de la provincia de Valencia

Inés Romero
may 24 · 2 min.

La cima se encuentra a 1250 metros de altura Inés Romero. Requena 24/05/2020 La provincia de Valencia es uno de los ...

173
10

La COVID-19 obliga a cancelar la Feria del Libro de Requena

Inés Romero
may 25 · 1 min.

Algunos de los actos previstos se desarrollarán a lo largo del año Inés Romero. Requena 25/05/2020 El ...

30
9

4 platos típicos de Requena

Inés Romero

FIESTA DE LA VENDIMIA REQUENA

Inés Romero
may 20 · 1 min.

La Feria y Fiesta de la Vendimia de Requena queda suspendida definitivamente

El FEREVIN, el Rally Humorístico, los actos de los Racimos y el resto de actividad festivas tradicionales tampoco ...

34
13

Reportaje radiofónico

Por Inés Romero Caro

Adiós a los pequeños municipios

Descargar APP

Galería fotográfica

Expos...

Feria ...

Carna...

Viñedos

23.04.2020
DÍA INTERNACIONAL DEL LIBRO

8 libros para leer durante esta cuarentena

Por motivo del Día Internacional del Libro te recomendamos 8 lecturas para entretenerte estas semanas Inés Romero....

Ignacio Latorre: «Las cifras revelan que los vecinos de Requena tienen interés por ...

El archivero-bibliotecario del Ayuntamiento explica las iniciativas literarias del Archivo y la Biblioteca ...

La historia del fútbol en Requena #LoMásCurioso

El municipio tuvo varios equipos durante las primeras décadas del siglo XX Inés Romero. Requena 20/04/2020 El fútbol ...

Cómo afrontar más de un mes de cuarentena

Las psicólogas Carina Zammit e Inés Giménez ofrecen una serie de recomendaciones para sobrellevar el ...

Las farmacias de Requena reparten mascarillas gratis a los mayores de 65 años y ...

Cada usuario puede conseguir hasta 3 unidades presentando la tarjeta SIP Inés Romero. Requena 20/04/2020 El ...

Se instala una carpa para trasladar casos de COVID-19 desde Savia al Centro de Di...

Esta acción tiene como objetivo preservar el anonimato de las personas afectadas Inés Romero. Requena 15/04/2020 Se ha ...

Adiós a los pequeños municipios

Requena ha perdido 1300 habitantes en menos de 10 años, según el Instituto Nacional de Estadística Inés Romero

#LoMásCurioso

La importancia del río Cabriel en la comarca Utiel-Requena

La importancia del río Cabriel en la comarca Utiel-Requena



ANEXO 5



ANEXO 6



ANEXO 7

Actualidad, cultura, fotoperiodismo, entrevistas

Todo esto y mucho más en

 **Requena al día** 

[Editar perfil](#)

Requena al día
@requenaldia

Medio de comunicación digital centrado en toda la actualidad de Requena

Requena, Valencia   requenaldia.wixsite.com/mediodigital

Se unió en marzo de 2020

200 Siguiendo 182 Seguidores

Tweets Tweets y respuestas Multimedia Me gusta

 **Requena al día** @requenaldia · 23h

El Ayuntamiento inicia una campaña preventiva contra el mosquito tigre.

La Generalitat Valenciana ha publicado un listado con los municipios en los que se ha detectado la presencia de este insecto, siendo #Requena una de las ciudades afectadas.

 **Tod@s contra el MOSQUITO TIGRE**

El Ayuntamiento de Requena inicia una campaña pre...
El Consistorio ha colocado en la localidad y en las pedanías carteles informativos con instrucciones y ...
requenaldia.wixsite.com



ANEXO 8

← Hilo



Requena al día
@requenaldia

Hoy os traemos un nuevo artículo de [#LoMásCurioso](#). Esta vez os hablamos sobre la historia del [#fútbol](#) en [#Requena](#) y os contamos algunas curiosidades.

Pero antes, unas cuantas preguntas para ver cuánto sabes sobre ello. 🤔⚽



← Hilo



Requena al día @requenaldia · 4d

3 ¿Qué ocurrió en el torneo Trofeo Fiestas Patronales en el partido entre el S.C. Requena y el C.D. Utiel en la temporada 1945/1946?

- Lo suspendieron 26%
- Ganó el C.D. Utiel 5%
- No hubo ganador 68%**

19 votos · Resultados finales

1 comentario 1 retweet 1 me gusta



Requena al día @requenaldia · 4d

4 ¿En qué temporada ascendió el S.C. Requena por primera vez a Tercera División?

- Temporada 58/59 6%
- Temporada 62/63 56%**
- Temporada 2005/2006 22%
- Temporada 2010/2011 17%

18 votos · Resultados finales



Hilo

Requena al día @requenaldia · 4d

En respuesta a @requenaldia

1 ¿Dónde se jugaban los partidos en la segunda década del siglo XX?

En el campo de tierra	32%
En la Plaza de Toros	68%
No se jugaban partidos	0%

19 votos · Resultados finales

Requena al día @requenaldia · 4d

2 ¿Cuántos equipos hubo en Requena?

Menos de 3	19%
Solo el S.C. Requena	6%
Más de 3	75%

16 votos · Resultados finales

Requena al día @requenal... · 19 mar. ✓

Hoy os traemos el primer artículo de la sección #LoMásCurioso donde os contamos curiosidades sobre la Fiesta de la Vendimia, pero primero vamos a lanzar algunas preguntas.

¿Cuánto sabes de la Fiesta de la Vendimia de Requena? 🤔

1 3 6

[Mostrar este hilo](#)

Requena al día @requenal... · 19 mar. ✓

7 Según una encuesta de Antena 3, Requena quedó en el primero puesto en el ranking de la mejor fiesta de España.

Verdadero	39%
Falso	61%

28 votos · Resultados finales

Requena al día @requenal... · 19 mar. ✓

ANEXO 9



javier@enrequena.es
para mí ▾

dom., 15 mar. 13:14 ☆ ↩ ⋮

B días, he visto vuestro trabajo y me gustaría poder hablar con vosotros personalmente porque yo ando tras algo parecido y podríamos colaborar juntos, si os interesa, claro está.

Os paso aquí abajo mi contacto y quedo a la espera

Un saludo




reustalocal.es


localpoint.es


derequena.es


entradaonline.es

B 98 259 062 -- Plaza de España 2 ptª 2 -- Requena

Javier García  625 688 500  admin@ocicom.es



LH

Luis Roda Herrero

NOMBRE

Luis

APELLIDO

Roda Herrero

EMAIL

info@luisroda.com

TELÉFONO

636716756

MENSAJE

¡Qué buena idea hacer una página como está!

¡Qué mala idea haber elegido WIX!

Los contenidos son muy buenos pero la usabilidad, velocidad y feedback son insufribles.

Llárame y estudiamos hacer algo en común. Sin compromiso.

www.luisroda.com

ANEXO 10 (Estadísticas de la web)

5.812

VISITAS

↑ 145200%

6.758

VISTAS DE LAS ENTRADAS

↑ 42138%

34

VECES COMPARTIDAS

↑ 100%

