

Grado en Periodismo

TRABAJO FINAL DE GRADO



Autora: Alba Martínez Bermúdez
Tutora: Sara García Santamaría
Modalidad del Trabajo C2: Medio
digital especializado
Curso: 2020 - 2021

Consulta en: <https://reactivacionr.wordpress.com/>



@ReactivacionR



I. INTRODUCCIÓN

<i>Presentación del tema e interés</i>	2
<i>Justificación</i>	2
<i>Objetivos</i>	3

II. DISEÑO DE LA PUBLICACIÓN

<i>Análisis de la competencia</i>	4
<i>Diseño e identidad corporativa</i>	6
<i>Estructura del medio</i>	7
<i>Plataforma usada y justificación</i>	8
<i>Elección de redes sociales</i>	8
<i>Previsión de gastos e ingresos</i>	9

III. CONTENIDO DE LA PUBLICACIÓN

<i>Justificación del interés y enfoque de las piezas</i>	11
<i>Fuentes y documentación usada</i>	13

IV. VALORACIÓN FINAL

V. BIBLIOGRAFÍA

VI. RESUMEN EJECUTIVO

VII. ANEXOS

Introducción:

Presentación del tema e interés:

Es de sobra conocida la grave amenaza que representa la despoblación para las localidades de la España rural y para las de Castellón. Del año 2000 al 2018 la población de los municipios de 1000 habitantes o menos ha caído un 8,9% (142.000 habitantes menos), según los datos de la Fundación BBVA y el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas publicados por la SER (EP, 2019).

Concretamente, en la zona en la que se centra *Reactivación Rural*, Castellón, a fecha de 2018 existían 49 municipios por debajo de los 10 habitantes por kilómetro cuadrado. A estos, hay que sumarles los 30 municipios que sobrepasan la decena pero no llegan a los 20 hab./km² (Velasco, 2018, p. 69). Según los datos que maneja la Agencia Valenciana Antidespoblación (AVANT), actualmente, 79 municipios de los 135 de Castellón están en riesgo de vaciarse. Atendiendo a las declaraciones que su directora general, Jeannette Segarra, hizo a este medio, se prevé que en los próximos meses el número de localidades en peligro aumente debido a la flexibilización de los parámetros por los cuales se consideran en riesgo.

Frente a la gran cantidad de piezas informativas resaltando los problemas de la ruralidad y las carencias de los pequeños municipios, *Reactivación Rural* se crea para albergar publicaciones realistas y veraces sobre la despoblación, aunque haciendo hincapié en los esfuerzos de instituciones y la ciudadanía para revertirla.

Esta memoria sirve de guía explicativa del cibermedio *Reactivación Rural* y ahonda en las razones por las cuales se ha publicado cada pieza, así como los motivos de la elección de colores y de la tipografía para la imagen y desarrollo del medio.

Justificación:

La mayoría de las piezas informativas sobre despoblación que se publican actualmente se centran en la escasez de servicios de los pueblos. Aunque en este medio también se ha tratado este aspecto, se busca resaltar en las iniciativas que ponen en marcha los Ayuntamientos y las entidades, tanto públicas como privadas,

de las distintas localidades para reactivar su economía y aumentar el número de habitantes. Además, al mismo tiempo que se informa a las personas que lean el medio, se quiere transmitir esperanza.

Se ha detectado que los medios que abordan el despoblamiento lo hacen desde una perspectiva técnica y teórica, contando casi en exclusiva con fuentes oficiales y expertas. Detectada esta tendencia, en *Reactivación Rural* se persigue la participación de todo tipo de fuentes para ofrecer la cara más humana de la despoblación -y la reactivación- sin dejar de lado los datos recabados por las personas expertas.

El objetivo es aunar toda esta filosofía en un nombre para el medio de comunicación. Siendo conscientes de que, en muchas de las piezas publicadas sobre esta temática, ya sean periodísticas o académicas, se repiten una serie de conceptos como: repoblación, reacción, rehabilitación, reactivación, revertir. De todos ellos se ha seleccionado 'reactivación' al ser considerado el más acorde a los objetivos de la publicación. Para completar el nombre se ha optado por añadir 'rural' para acotar y dejar claro en qué área se ha especializado el medio.

Objetivo principal:

- Proporcionar productos periodísticos sobre las iniciativas que están llevando a cabo los pueblos castellonenses para combatir la despoblación.

Objetivos específicos:

- Emplear la función social del periodismo para transmitir la vida rural castellonense e ilustrar la problemática de la despoblación.
- Habilitar un espacio en el que la población del interior de Castelló pueda sentirse identificada en su lucha contra la despoblación.
- Utilizar las redes sociales como un motor difusor de modelos e iniciativas para la repoblación.
- Crear un cibermedio participativo donde la voz la tenga la ciudadanía rural.

Diseño de la publicación:

Análisis de la competencia:

Alfons Cornella, uno de los mayores especialistas de innovación de España asegura que la *infoxicación* va más allá de ser solo un problema tecnológico: «El problema al que nos enfrentamos es de orden cultural, psicológico o sociológico. La angustia de la información sucede cuando se tiene más información de la que se puede manejar y, por tanto, no se tiene tiempo para absorber toda esta información» (2000, p. 2).

Para huir de esta realidad, se procede a crear contenido especializado y diferenciado de los medios que ya existen acerca de la misma temática. Para ello, antes de dar comienzo a *Reactivación Rural*, se analiza la competencia para conocer sus puntos fuertes y débiles y detectar un nicho de mercado sin explorar.

- 1. InfoPalancia.com** → Es un periódico digital independiente nacido en 2015 que se centra en la comarca del Alto Palancia. Mayoritariamente, sus publicaciones responden a información de servicios como informar sobre carreteras cortadas en ciertos municipios o los horarios del tren. En la actualidad, cuentan con aproximadamente 3500 seguidores en Facebook y casi 900 en Twitter. <https://www.infopalancia.com/>
- 2. DiaDia** → Se trata de una publicación digital sobre el Maestrat, Els Ports y el Maestrazgo de Teruel. Otorgan un gran protagonismo a los elementos visuales como son las imágenes. Además de información de servicios, cuentan con secciones dedicadas al deporte, el turismo y la cultura. Aparte de la página web, a día de hoy, apuestan por difundir sus contenidos en Twitter, con 1890 seguidores, y Facebook, con 5900. <https://diadia.cat/>
- 3. Vinaròs News** → Como su propio nombre indica, sus publicaciones se centran en Vinaròs; aun así, abordan la actualidad de otras localidades cercanas como Benicarló, Alcalà e, incluso, Morella y Sant Mateu. Destacar en este caso que disponen de información cultural y educativa. En la actualidad, cuentan con aproximadamente 3570 seguidores en Facebook y poco más de 4200 en Twitter. <https://www.vinarosnews.net/>

Tras un exhaustivo análisis se han identificado características comunes en estos medios que se busca evitar en *Reactivación Rural*. Las publicaciones de los tres medios anteriores son piezas cortas y con apenas profundidad en su tratamiento. Además, todos ellos son medios de comunicación generalistas, mientras que *Reactivación Rural* aborda la despoblación desde la perspectiva de un medio cercano y especializado. Su uso de las redes sociales, Facebook y Twitter exclusivamente, se limita a compartir el titular de cada pieza acompañado del enlace correspondiente a la publicación en la página web. **(Anexo 1)**

Actualmente, resulta imprescindible adaptar el contenido al canal de transición de los mensajes. «Una mera transposición de las piezas informativas tradicionales al entorno de los *social media* limitaría el total aprovechamiento de las características inherentes a plataformas como Twitter o Facebook» (González y Ortells, 2012, p. 7).

Los tres medios mencionados anteriormente conforman la competencia más directa para *Reactivación Rural* al tratarse de publicaciones del mismo ámbito geográfico. Sin embargo, teniendo en cuenta únicamente la temática de especialización, se abre otro frente: ***AGER: Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural***. Se trata de una «publicación científica trimestral especializada en la investigación sobre despoblación y las políticas más adecuadas frente a ellos» (Dialnet, s.f.). A pesar de la especialización, no lo aborda necesariamente desde la vertiente positiva ni está centrada en Castellón, como sí hace *Reactivación Rural*.

Por último, cabe destacar la **Revista de Desarrollo Rural Sostenible**, publicada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Según su portal web buscan: «Divulgar las políticas de desarrollo rural en marcha en España y en la UE y dar a conocer los proyectos más interesantes relacionados con innovación, sostenibilidad y bienestar de los habitantes del medio rural» (Red Rural Nacional).

En definitiva, *Reactivación Rural* debe diferenciarse y destacar por su trato cercano a las personas afectadas por la despoblación, así como a cualquiera que opte por informarse a través de esta publicación. Resulta imposible obviar la importancia de las redes sociales en la transmisión de información, por lo que *Reactivación Rural* procede a adentrarse en ellas y lograr conectar con los usuarios para darles voz y generar debate alrededor de los temas publicados en el medio digital.

Diseño e identidad corporativa:

El diseño de un logotipo debe tener en cuenta la cultura de la entidad, así como sus valores, ya que aúna el significado del medio de comunicación (Caldevilla, 2009). En este sentido, para dotar a *Reactivación Rural* de un elemento visual identificativo, se trató de incluir elementos que vincularan la imagen con los objetivos del medio. De este modo, se optó por situar la silueta de la provincia de Castellón en segundo plano y el nombre del medio de comunicación en primer plano.

Estudios elaborados por *Color Marketing Group* (2018) revelan que el 85 % de los consumidores se decanta por un producto u otro en función de los colores. De este modo, en la compañía atribuyen al color el valor de diferenciar a una entidad de la competencia (2018). En el caso de *Reactivación Rural*, la elección de diversas tonalidades de verde y de marrón responde a la voluntad de evocar al campo. La psicología del color atribuye los siguientes vínculos a los colores escogidos:

- Siguiendo los mismos estudios, se sabe que el verde representa la juventud y la esperanza, pero también representa la acción y lo ecológico (García-Allén, 2017). El color verde traslada al espectador directamente al campo.
- Para reforzar la idea de naturaleza y ruralidad se ha escogido el color marrón. Además, está altamente vinculado a la percepción de la fuerza, la solidaridad y la dignidad (Guzmán, 2019). Estos atributos se encuentran en las organizaciones que trabajan para reactivar sus zonas rurales.

Con esta idea en mente se elaboraron varios bocetos que se descartaron por carecer de profundidad y no resultar lo suficientemente atractivos como para llamar la atención del público. Posteriormente, se incluyó el naranja en la ecuación porque, según los expertos, este color se asocia al entusiasmo y a la acción (García-Allén, 2017). Se ha escogido para resaltar la palabra “reactivación” y mostrar un compromiso con los valores del medio especializado. Se añadió sombra a las letras para dotarlas de profundidad y la imagen de un olivo respetando la silueta de la provincia de Castellón, dando como resultado el isologotipo final. **(Anexo 2)**

La elección del olivo no es casual, se trata de uno de los estandartes de la provincia. De hecho, en la comarca del Baix Maestrat, hay registrados más de 4000 olivos

milenarios, lo cual conforma la «mayor concentración a nivel mundial en un paisaje singular», según la Fundació Caixa Castelló (2020). Además, también responde a motivos personales. El abuelo y la abuela materna de la editora viven en una pedanía de les Useres y trabajan la tierra desde siempre, incluidos los olivos.

En cuanto a la tipografía, se prioriza la legibilidad. Al usarse únicamente en entornos digitales, tanto en el isologotipo como en el cibermedio en cuestión, se escoge una tipografía de palo seco para evitar sobrecargar o cansar la vista y facilitar la lectura.

Estructura del medio - secciones:

Las publicaciones de *Reactivación Rural* se pueden englobar en distintas secciones en función de la temática que abordan. De este modo se facilita la navegación del usuario y, en caso de estar interesado únicamente en una de ellas, se le permite filtrar de manera sencilla entre todas las publicaciones.

- **Inicio:** En esta sección, aparecen las piezas más recientes sin distinción entre temáticas, conforme se vayan publicando nuevos textos, los más antiguos quedarán relevados únicamente a la sección correspondiente. Además, los lectores y lectoras pueden encontrar elementos fijos en la portada como “Páginas web de interés” o “Datos sobre la despoblación en Castellón”. **(Anexo 3)**
- **Sostenibilidad:** dentro de esta sección se agrupan las piezas que abordan iniciativas sostenibles llevadas a cabo para reactivar el medio rural castellonense. En este apartado se pueden encontrar tanto noticias como reportajes en profundidad, todas ellas apoyadas en entrevistas.
- **Emprendimiento:** bajo el paraguas de esta sección, se encuentra el testimonio de emprendedores de pequeños pueblos de Castellón. Además, existen numerosas instituciones y asociaciones centradas en ofrecer formación y acompañamiento a las personas emprendedoras.
- **Cultura:** el arte se está usando para devolver la vida a ciertos territorios golpeados por la despoblación. Se incluyen en esta sección piezas sobre festivales de música, danza, edificios históricos y murales al aire libre. A pesar de que en algunos espacios informativos la sección de cultura queda

relegada a un segundo plano, en *Reactivación Rural* se valora su impacto en la sociedad y se la sitúa al mismo nivel que el resto de secciones.

- **Multimedia:** en esta sección se recogen todos los elementos audiovisuales publicados en el medio especializado. Se divide en dos subapartados:
 - **Galería:** las personas que accedan a la página web encontrarán las fotografías realizadas expresamente para el medio digital y vinculadas a una o varias de las temáticas que aborda *Reactivación Rural*.
 - **Podcast:** como su propio nombre indica, en este apartado aparece el archivo de audio creado para transmitir la información de una manera distinta. Los podcasts permiten acompañar al público en sus tareas sin necesidad de estar prestando atención exclusiva.
- **Acerca de:** este apartado pretende dar a conocer el origen del medio, así como mostrar quién está tras la pantalla creando cada pieza. Además, en la parte baja de la sección se pone a disposición de las personas que visiten el medio un formulario de contacto y una dirección de correo electrónico para facilitar el máximo posible la comunicación con la propietaria del medio.

Plataforma utilizada:

Se optó por Wordpress debido a la gran cantidad de opciones de personalización que ofrece. Permite escoger una plantilla y, a raíz de esta, modificarla para que se adapte a las necesidades de cada proyecto. Además, aunque cuenta con paquetes de suscripción, con la versión gratuita se puede ofrecer igualmente una navegación intuitiva y ágil. Cabe destacar que también dispone de aplicación para el teléfono móvil, por lo que, en caso de no disponer de ordenador, se pueden hacer modificaciones en el contenido y el diseño de la página web desde cualquier lugar.

Redes sociales:

A pesar de que inicialmente se barajó la idea de crear un perfil de *Reactivación Rural* en las tres principales redes sociales, Instagram, Facebook y Twitter, finalmente se optó únicamente por las dos primeras por ser más visuales y congregar a tipos de públicos distintos.

Instagram es una plataforma muy visual, completamente gratuita y ofrece infinitas posibilidades para fomentar la creatividad en las publicaciones. Además, favorece la interacción con los usuarios y usuarias. En las historias permite incorporar encuestas para conocer a los seguidores de la página y aumentar su participación e implicación en el cibermedio. Otra ventaja es la posibilidad de guardar las historias y clasificarlas para que cualquier persona que entre en el perfil pueda verlas. Una de las desventajas de la plataforma es que resulta complicado tener visibilidad, ya que el algoritmo prioriza aquellas publicaciones con más comentarios y comparticiones. Así mismo, el uso de la red social desde el ordenador es poco intuitivo. **(Anexo 4)**

Facebook da pie a publicaciones con más texto y, a través de ella, resulta más sencillo generar tráfico a la web, ya que permite incluir enlaces directos en cada publicación. A la hora de elegirla también se tuvo en cuenta el *target* del cibermedio. En este caso, *Reactivación Rural* apela a personas de mediana edad con el interés focalizado en ciertos temas más concretos, a diferencia de las personas más jóvenes. Facebook permite darse a conocer en grupos sobre temáticas concretas, con lo que aumentan los posibles seguidores. Además, muchas instituciones a las que se ha hecho referencia en *Reactivación Rural* cuentan con un perfil en esta red social, por lo que resulta más sencillo apelar a ellas. Así mismo, ha permitido compartir las publicaciones de la Diputación de Castellón y noticias de otros diarios relacionadas con la temática del medio. **(Anexo 5)**

Se ha creado un canal de **Youtube** para subir el reportaje audiovisual y el radiofónico, ya que Wordpress únicamente permite insertar vídeos y audios en la página web si estos están publicados previamente en la plataforma Youtube.

Previsión de gastos e ingresos:

A continuación, se procede a desglosar el precio de los materiales utilizados desde el inicio de la actividad en *Reactivación Rural*. La mayoría de las herramientas han sido proporcionadas por el Laboratorio de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I (LABCOM), por lo que no han supuesto ningún gasto.

Equipo técnico:

- Cámara Nikon D3300 con objetivo 18-55 AFP DX VR - 360 € (LABCOM)

- Batería Nikon D3300 - 21,95 € (LABCOM)
- Cargador de batería para cámara - 7,82 € (LABCOM)
- Trípode profesional Hama Star 61 para Nikon D3300 - 21 € (LABCOM)
- Micrófono de solapa para smartphone - 9,99 € (LABCOM)
- Tarjeta SD SanDisk 32 GB - 23,99 € (Propiedad)
- Ordenador portátil Acer Aspire E5 574g 54xh - 638,54€ (Propiedad)

Programas de edición:

- Audacity: editor de audio libre
- DaVinci Resolve: versión gratuita

Transporte:

- Viaje en coche Castellón - Geldo: 55 km → 5,44 €
- Viaje en coche Castellón - Tales (dos ocasiones): 30 km → 2,77 € → 5,54 €
- Viaje en coche Castellón - Sant Joan de Moró: 20 km → 2,18 €

De continuar con el cibermedio, se debería adquirir los materiales prestados por el Labcom que, sumado a los viajes realizados, supone un coste de **431,15 €**.

Ingresos:

A la hora de valorar los posibles ingresos del cibermedio, se tienen en cuenta entidades y empresas cuyos objetivos y valores se alinean con los de *Reactivación Rural* y de cuya colaboración quedarán ambas partes beneficiadas. Listado con los posibles anunciantes:

- La Diputación de Castellón.
- Ayuntamientos de los 135 municipios de la provincia de Castellón.
- Hotel Rosaleda del Mijares, Montanejos.
- 7 Pobles (bicicletas de montaña y senderismo), La Pobla de Benifassà.
- Apivillares (Talleres de naturaleza), Villoros.

A raíz de las entrevistas hechas a sus propietarios, las distintas empresas que han aparecido en *Reactivación Rural* podrían querer aparecer como anunciantes:

- Apartamentos Xert.
- Mar de Boires.
- Industrial R. Ferrer.
- Aromes de Morella.
- Ruralco.

Contenido de la publicación:

Justificación del interés y enfoque de las piezas:

El **reportaje audiovisual** busca dar a conocer una de las muchas iniciativas del interior de Castellón para potenciar el turismo. Inicialmente, el reportaje iba a centrarse únicamente en 'ImaginArte Geldo', un festival de arte urbano. Al tratarse de murales de grandes dimensiones, se consideró un trabajo muy visual y alegre, alejándose de las típicas imágenes de iglesias de pueblos. Además, los organizadores, la Asociación Cultural Torre Selda, se mostraron predispuestos a participar en el reportaje.

Sin embargo, al buscar información para el reportaje, se descubrió que en el mismo pueblo se encuentra el Castillo Palacio de los Duques de Medinaceli, uno de los ejemplos de arquitectura civil medieval más antiguos de la zona. La grabación coincidió con la reapertura del Palacio al público y el reinicio de las visitas guiadas por el interior, organizadas también por la Asociación Cultural Torre Selda, lo que permitió captar imágenes de los visitantes. Se optó por unir ambos temas para mostrar la dualidad que existe en el pueblo, atraen visitantes con una iniciativa más 'tradicional', el Palacio, y con una iniciativa más 'moderna', ImaginArte Geldo.

La inclusión del *speech* dentro del reportaje, responde a la voluntad de demostrar que la periodista ha estado en el lugar del que se está hablando. Además, transmite inmediatez, proximidad y profesionalidad. Se optó por situarlo en medio de la pieza para que funcionase a modo de nexo entre ambas partes de la información, el Castillo Palacio de los Duques de Medinaceli y los murales de ImaginArte Geldo.

Se trata de la publicación con más repercusión del cibermedio, llegando a casi 2000 visualizaciones en Facebook y compartida por más de 90 usuarios, entre ellos el Ayuntamiento de Geldo. **(Anexo 7)**

El **reportaje radiofónico** se ha enfocado en la innovación y el emprendimiento, dando voz a representantes de dos instituciones castellonenses que fomentan el nacimiento y arraigo de empresas. En primer lugar, y mediante una videollamada, se contactó con Luis Miguel Batalla, técnico en creación, consolidación y crecimiento de empresas del Centro Europeo de Empresas Innovadoras de Castellón. Desde el CEEI, se fomenta el emprendimiento con programas como el “Move Up! Emprende con éxito”, creado para los territorios de interior.

Seguidamente, se entrevistó a Alberto Pérez, Agente de Empleo y Desarrollo Local del CEDES de Lucena. Los Centros de Dinamización Económica y Social ofrecen formación y asesoramiento a aquellas personas interesadas en emprender. Teniendo en cuenta que a lo largo de la trayectoria de *Reactivación Rural* se han publicado diversos casos de emprendedores reales de la provincia, con el podcast se quiere abordar el mismo tema desde una perspectiva más institucional o reglada.

Las **entrevistas en profundidad** son a Pepa Cases y a Jeannette Segarra, directora general de la Agencia Valenciana Antidespoblación (AVANT). De ellas se valora, no solo su trayectoria profesional, sino también sus vivencias personales respecto de la despoblación y cómo afectan a su trabajo.

La **primera galería fotográfica** está realizada en l’Assut de l’Art, la primera residencia artística de la provincia. Resulta de interés porque las imágenes ayudan a transmitir la tranquilidad y la paz que se respira en ese entorno. La finca se encuentra en plena Serra d’Espadà y es ecosostenible, por lo que se adapta a varias temáticas tratadas en el cibermedio: cultura, sostenibilidad y emprendimiento.

La **segunda galería fotográfica** es del FES Tales, un festival de artes escénicas celebrado en las calles del pequeño municipio. Aunque fue justo un día después de la entrega del borrador de esta memoria, se considera que está justificado. La pandemia ha obligado a cancelar infinidad de actos y durante los primeros meses de vida de este medio no había prácticamente eventos. Se podría haber optado por tomar imágenes de elementos fijos, pero, al haber usado ya esa temática con el reportaje audiovisual, se ha preferido esperar. El festival contó con público y transmite vitalidad, justo lo que se busca con este cibermedio.

Se han publicado noticias de diversa longitud y profundidad, así como piezas de análisis y reportajes de datos para ofrecer gran variedad de géneros periodísticos.

Fuentes y documentación usada:

El contacto con las fuentes ha sido a través del correo electrónico y de llamadas telefónicas. Las piezas de *Reactivación Rural* se basan en las declaraciones de los y las personas entrevistadas, aunque también se ha hecho uso de fuentes documentales. Para las entrevistas en profundidad, únicamente se preparó un listado de temas para otorgar más libertad a la protagonista a la hora de responder.

Mapa de fuentes:

- **Xavier Ginés:** profesor e investigador de la Universitat Jaume I y con años de experiencia como Agente de Desarrollo Local (ADL).
- **Marta Urban:** gerente del Grupo de Acción Local Maestrat Plana Alta.
- **Inma Beteta:** emprendedora en Xert y beneficiaria de las ayudas LEADER.
- **Blas Agut:** emprendedor dedicado al cultivo de almendras, nueces y azafrán.
- **Anna Almenar:** cofundadora de Ruralco, espacio de *coliving* en Culla.
- **David Vicente Segarra:** alcalde de La Torre d'En Besora.
- **María Ferrer y Ramón Ferrer:** gerentes de Industrial R. Ferrer.
- **José Manuel Ortín:** presidente de la Asociación Cultural Torre Selda, Geldo.
- **Paco Gigala:** visitante de la exposición 'ImaginARTE', Geldo.
- **Eva Sariñena:** emprendedora en Morella, da trabajo a 5 personas del pueblo.
- **Pepa Cases:** artista y directora de l'Assut de l'Art.
- **José Martí:** presidente de la Diputación de Castellón y alcalde de Sueras.
- **Salvador Aguilera:** vicepresidente de Reciplasa.
- **Joan Piquer:** director general de Calidad y Educación ambiental.
- **Maribel Martín:** organizadora del Festival de Cuerda Pulsada del Alto Mijares.
- **Luis Miguel Batalla:** técnico en creación, consolidación y crecimiento de empresas.

- **Alberto Pérez:** Agente de Empleo y Desarrollo Local del CEDES de Lucena.
- **Jeannette Segarra:** directora general de la Agencia Valenciana Antidespoblación (AVANT).
- **Regina Campos:** presidenta de la delegación valenciana de la Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales (FADEMUR).
- **Teresa Sánchez:** fundadora del Colectivo Feminista Alto Palancia.
- Diputación de Castellón.
- Instituto Nacional de Estadística.
- Estudio *La despoblación en España: un análisis de la situación* de Ignacio Molina de la Torre.
- Barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Cabe destacar que las declaraciones de José Martí, Salvador Aguilera y Joan Piquer provienen de la presentación del ecoparque móvil y de la firma del acuerdo para rehabilitar el santuario de Sant Joan de Penyagolosa, no son exclusivas para este medio.

Valoración final:

Tras los cinco meses del proyecto *Reactivación Rural* se puede confirmar que ha merecido la pena haber escogido la modalidad C2. Aún a sabiendas de las dificultades que entrañaba, la realidad ha superado las expectativas iniciales, tanto en lo positivo como en lo negativo. Si bien es cierto que, después de cuatro años de carrera, se espera estar preparada para llevar a cabo un proyecto de estas dimensiones, siguen existiendo carencias en cuanto a formación y habilidades.

Uno de los objetivos era trasladar una visión positiva y esperanzadora del interior de Castellón y parece que se ha logrado. Siempre teniendo en mente la falta de servicios que sufren estos pueblos, eso es una realidad que no se puede ni debe ocultar bajo noticias 100 % positivas. A pesar de tratar iniciativas y entidades que trabajan en pos de la reactivación, en todas ellas está presente la realidad, no tan optimista, a la que se enfrentan las personas que quieren emprender en pueblos pequeños o que quieren organizar actos culturales.

Siendo una persona ajena a la despoblación al inicio del Trabajo de Final de Grado, la editora ha aprendido de la mano de los protagonistas del medio a valorar el interior sin dejar de lado sus carencias. Aunque en algunas ocasiones se ha visto obligada a priorizar la cantidad de piezas y la rapidez de publicación por delante de la calidad de los textos, se ha logrado un punto intermedio. El objetivo era no publicar nada que no se viera con orgullo y se ha conseguido.

Uno de los puntos flojos de la periodista es la gestión del tiempo y en este proyecto ha costado cumplir con los objetivos marcados al no ser del todo consciente del tiempo que requeriría cada una de las tareas. Sin embargo, la consideración final es que se ha sabido mantener el flujo de información a pesar de tener altibajos.

En cuanto a la aplicación de los conocimientos adquiridos durante la carrera, aunque se hace hincapié en la redacción de textos, como debe de ser, se ha echado en falta enseñanza en la gestión de perfiles en redes sociales. Aun así, al coincidir el TFG con el periodo de prácticas en una agencia de comunicación, se han podido poner en práctica algunos de los consejos y herramientas que se han recibido allí.

Lamentablemente, el medio se ha tenido que enfrentar a comentarios negativos por parte de usuarios de las redes sociales. Si bien es cierto que la pieza, [Montanejos acogerá el Festival de Cuerda Pulsada del Alto Mijares por segundo año consecutivo](#), únicamente fue el detonante, ya que existía un conflicto previo en el pueblo que se desconocía a la hora de redactarla. Tras hablar con la entrevistada, que tuvo que borrar su publicación agradeciendo la entrevista por las críticas que recibió, y comprobar que la polémica venía de lejos, se optó por ignorar los comentarios. **(Anexo 8)**

En lo que se refiere a aspectos a mejorar, hubiera sido interesante poder contar con más testimonios de personas residentes en pueblos en riesgo de despoblación, que, de hecho, era la idea inicial del TFG. Sin embargo, conforme uno se va adentrando en la temática y contactando con las fuentes, ha resultado más sencillo entrevistar a asociaciones, instituciones y emprendedores antes que a Ayuntamientos y habitantes. Aun así, se considera que las publicaciones son coherentes y conforman un cibermedio interesante que aporta un punto de vista sobre la despoblación distinto al que estamos acostumbrados en los medios de comunicación.

Bibliografía

Ager, (s.f.). *Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*. Recuperado el 21 de abril de 2021, de <http://ruralager.org/es/>

Europa Press, (04 de octubre de 2019). La España vaciada: los mapas y gráficos que evidencian la despoblación: Este viernes se celebraron paros convocados por la Coordinadora de la España vaciada para reivindicar un Pacto de Estado. *Cadena SER*. Recuperado de https://cadenaser.com/ser/2019/10/04/sociedad/1570183599_323813.html

Caldevilla Domínguez, D. 2009. La importancia de la Identidad Visual Corporativa. *Vivat Academia*, (103), 1-26. <https://doi.org/10.15178/va.2009.103.1-26>

Color Marketing Group, (2018). Identifying color trends early. *Color Marketing Group*. Recuperado de <https://colormarketing.org/2018/07/10/identifying-color-trends-early/>

Cornella, A. (2000). *Cómo sobrevivir a la infoxicación* [Transcripción de la conferencia del acto de entrega de títulos de los programas de Formación de Posgrado del año académico 1999-2000]. *Docplayer*. Recuperado de <http://docplayer.es/9719171-%20Como-sobrevivir-a-la-infoxicacionalfons-cornella.html>

DiaDia. Recuperado de: <https://diadia.cat/>

Fundació Caixa Castelló, (12 de agosto de 2020). ¿Sabíais que en la provincia de Castellón, en concreto en la comarca del Baix Maestrat, hay registrados más de 4.000 olivos milenarios? *Fundació Caixa Castelló*. Recuperado de <http://castellon-en-ruta-cultural.es/olivos-milenarios-de-castellon/>

García-Allén, J., (2017). Psicología del color: significado y curiosidades de los colores: ¿Cuál es el significado de cada color y en qué ámbitos se aplica la Psicología cromática? *Psicología y Mente*. Recuperado de <https://psicologiaymente.com/miscelanea/psicologia-color-significado>

Guzmán Martínez, G., (2019). ¿Qué significa el color marrón en Psicología?: El color café o pardo está muy presente en la naturaleza y tiene también muchos significados. *Psicología y Mente*. Recuperado de <https://psicologiaymente.com/psicologia/que-significa-color-marron>

Infopalancia. Recuperado de: <https://www.infopalancia.com/>

Red Rural Nacional - Revista Desarrollo Rural Sostenible digital. Recuperado de <http://www.redruralnacional.es/publicaciones-y-revista-on-line>

Velasco, J., (2018). *Despoblación de una provincia con mar. Castellón, territorio reversible*. Castellón, España: Diputación Provincial de Castellón.

Vinaròs News. Recuperado de <https://www.vinarosnews.net/>

Resumen ejecutivo

Reactivación Rural is a local digital media outlet focused on Castellón and specialised in the depopulation suffered by almost 80 of its 135 villages. It is not a problem affecting only Castellón, in fact, according to the data of Fundación BBVA and the Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (EP, 2019), in the last 20 years the population of the villages under 1000 inhabitants has decreased 8,9 %.

The **main purpose of this project** is to share information about the problem but through a positive prism. Because many of the texts written about depopulation nowadays just mention the lack of services and the downsides of living in the countryside. Apart from that, it is vital to provide the readers with truthful information and encourage them to change their point of view about living in a small village.

Even though *Reactivación Rural* talks only about projects and ideas born in rural regions of the province, its content is not aimed at them only but at whoever who might be interested in learning about depopulation or willing to become an entrepreneur, may they live in Castellón or a small village of another point of Spain.

Before starting the publication process, research was made to **study the competitors**. This raised the issue of other media outlets focused on the same region as *Reactivación Rural* such as InfoPalancia.com, DiaDia and Vinaròs News. But none of them talks only about depopulation in detail, as it is done in this project. Being aware of the differences and similarities between them allowed the journalist to avoid reproducing their style, which is quite superficial.

The **logo** of *Reactivación Rural* is completely original and the election of colours was made attending to the studies carried by *Color Marketing Group* (2018), they ensure that green brings up youth and hope, while brown is directly related to nature.

Browsing through the web page is easy and intuitive. There are **different sections** depending on the topic of the news published:

- Homepage: shows the latest news and also permanent information that may be of interest to the readers.
- Sustainability: news and reports whose main topic is sustainability.

- Entrepreneurship: interviews with people who recently set their business up in small villages and news about the subsidies they received or could receive.
- Culture: texts about music festivals, dance, historical monuments and art being used for bringing tourists to the townlets.
- Multimedia: this section includes photographs and a podcast.
- About us: this page is used to present the media and its author and explains the reasons why she is working on this project.

The platform chosen for this project is **WordPress** due to the huge amount of options it offers to personalise the webpage. It is easily accessible and free, which was important when deciding. It also has an app so the contents can be edited without a computer.

Even though, at first, the journalist was going to create a profile on Facebook, Instagram and Twitter. Finally, only the first two were done. **Instagram** allows its users to explore their creativity throughout the posts and the stories. It also enabled *Reactivación Rural* to make polls and to know better its followers. On the other hand, **Facebook** is more focused on institutions and other businesses, which made it easy to share their information. Both platforms allow their users to have a visually appealing feed.

Taking into account that the majority of the material used to film and to take pictures during these five months has been lend by the LABCOM. Nevertheless, if this project continued, it would be necessary to acquire the cameras and microphones to offer good quality content. The **expenses** would be 431,15 €.

To pay for them, *Reactivación Rural* could opt for holding some **adverts**, always making sure that the businesses share the same values as the media outlet. Some examples are: Diputación de Castellón; Hotel Rosaleda del Mijares, Montanejos; Aromes de Morella or Ruralco, Culla.

The main objective of the **audiovisual report** was to put Geldo in the spotlight. 'ImaginArte Geldo' is a visual and modern way of attracting visitors to the village, while the 'Castle Palace of the Medinaceli Dukes' is a traditional alternative to promote the area. A speech was included in order to prove that the journalist was in

Geldo and to join both parts of the video. It has been the most viewed and shared publication of the media outlet.

The **podcast** is focused on innovation and entrepreneurship but through a prism of two different institutions that work in Castellón. One more in the capital and the other one in the rural areas.

In-depth interviews were conducted to get to know Pepa Cases and Jeannette Segarra and how their personal experiences affect their way of thinking and working.

The **photographs** allowed the journalist to transmit the information visually. One aims to show calm and peace lived at 'l'Assut de l'Art'. And the other captures the comeback of the culture to the streets of Tales.

Mainly, the contact with the **respondents** was through an email or a call. The aim was to hold a great variety of profiles to represent the rural areas in Castellón and how they work to bring them back to life. Even though the journalist is aware that more people living in the villages affected by depopulation could have been interviewed, the truth is that, as contact and research were being made, it became easier to meet with associations or businesses rather than city councils or inhabitants.

Thanks to this project the journalist has been able to **put into practice the knowledge acquired** during the four years of her degree. Even though she is hugely pleased with the way it turned out, she is aware of her personal deficiencies in terms of time management. Given that it is the first time she takes part in a project this big all by herself, it has a lot of things that could have been done in a better way, such as interviewing more people living in villages affected by the wave of depopulation.

Moreover, she has had to face some **negative comments**, just two to be exact, on social media posts but, in order to not give them more importance than they have, she decided to ignore them. It was hard to assume them because it was the first time something like this happened, but it developed an unpredicted ability to cope with them and continue publishing.

Despite the criticism faced, **the advantages outweigh the disadvantages** of carrying this project. Reactivación Rural has also received praise and compliments

from the readers and the people interviewed. Moreover, the journalist is been contacted by the city council of Suera via email, they sent a press release, as if Reactivación Rural was a professional media outlet. Just because of that and the compliments received and knowing that people were interested in what was being published is worth the effort of this past five months.



ANEXOS



Anexo 1: imàgenes de las publicaciones en redes de la competencia.

d Dia Dia
2h · 🌐

...

Nota de premsa del Museu de la Valltorta...

<https://diadia.cat/la-conselleria-edita-un-mapa-sobre-el-.../>



DIADIA.CAT

La Conselleria edita un mapa sobre el parc cultural Valltorta-Gassulla

P Infopalancia.com
33 minuts · 🌐

...



INFOPALANCIA.COM

El Ayuntamiento de Segorbe reabre la puerta principal después de 15 meses | InfoPalancia

👍 M'agrada 💬 Comenta ➦ Comparteix

Vinaròs News
1h · 🌐

...



VINAROSNEWS.NET

Educació ha organitzat la primera jornada d'experiències dels 15 centres participants en 'Coeducacentres' – Vinaròs...

👍 1

👍 M'agrada 💬 Comenta ➦ Comparteix

Anexo 2: proceso de creación del isologotipo.



Anexo 3: página de inicio de Reactivación Rural con elementos fijos y cambiantes.

Infórmate

Últimas noticias

El reto de la igualdad en las zonas rurales

29 Jun, PM

Existe una gran escasez de mujeres titulares de explotaciones agrarias aunque representan un tercio de sus trabajadores. Uno de los frentes abiertos en materia de igualdad en la ruralidad española es la escasez de mujeres titulares de explotaciones agrarias. Desde

[Sigue leyendo](#) →

Galería: Primera jornada del FES Tales

28 Jun, PM

Este fin de semana se ha celebrado el FES Tales, Festival d'Arts Escèniques a la Serra Espadà. El evento reunió a artistas nacionales e internacionales en las calles del municipio.

Jeannette Segarra celebra los avances de AVANT y pide colaboración

25 Jun, AM

La directora general de la Agenda Valenciana Antidespoblación apela a la unión entre la política, la educación y la ciudadanía para revertir la situación. Jeannette Segarra es la directora general de la Agenda Valenciana Antidespoblación (AVANT). Maestra de inglés de

[Sigue leyendo](#) →

CONOCE LOS DATOS

La despoblación en Castellón

135

municipios

25%

de la población rural tiene más de 65 años

18 pers.

Castell de Cabres, mpio. menos poblado de la Com. Valenciana

86 %

de los municipios tienen menos de 5000 hab.

Páginas web de interés



Diputación de Castellón

En la página web oficial puedes encontrar información sobre los **servicios** que ofrecen a los municipios, el Boletín Oficial de la Provincia (**BOP**) y las **ayudas y subvenciones** entre otros.

[Saber más](#)



Centros CEDES

Disponen de 5 centros ubicados en: **Albocàsser, Morella, Segorbe, Vall d'Alba** y **Llucena**. Ofrecen formación, puestos de trabajo y apoyo empresarial. Conoce más acerca de esta iniciativa:

[¡Infórmate!](#)

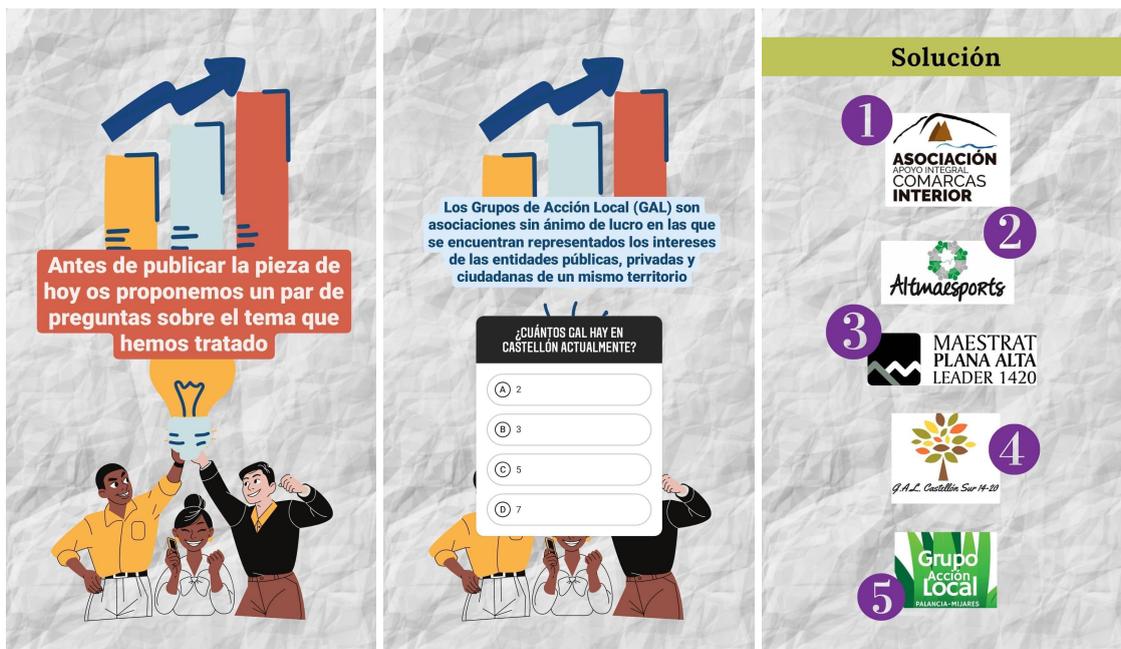
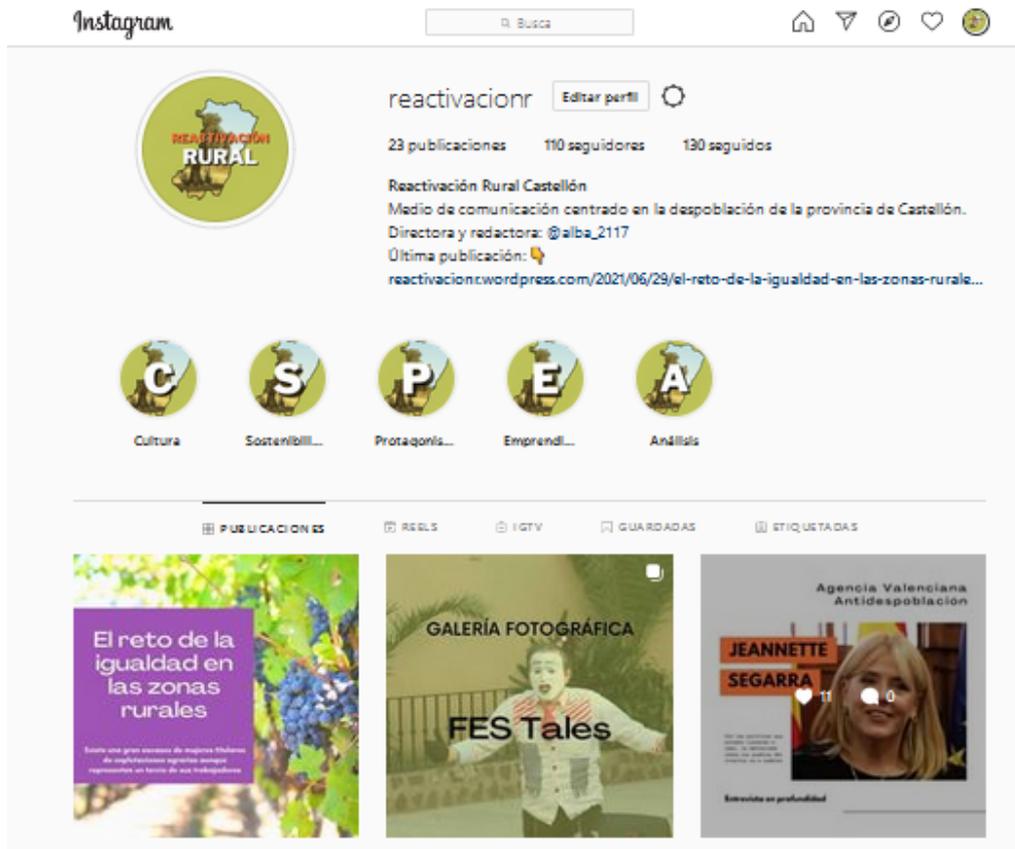


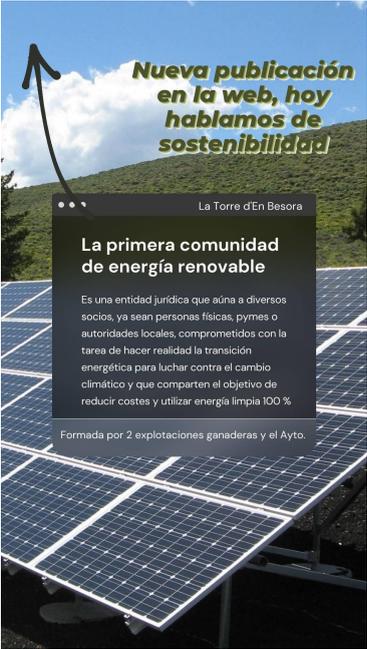
Càtedra AVANT (UV)

Es un programa de la **Generalitat Valenciana** para **combatir la despoblación** en nuestro territorio. Participan tanto estudiosos como actores del medio rural valenciano

[Saber más](#)

Anexo 4: cuenta de Instagram de Reactivación Rural, dispone de historias destacadas clasificadas por temática que permanecen en el perfil. Se adjuntan también las encuestas realizadas a los usuarios y usuarias, así como ejemplos de historias publicadas para promocionar las piezas de la página web.





Nueva publicación en la web, hoy hablamos de sostenibilidad

La Torre d'En Besora

La primera comunidad de energía renovable

Es una entidad jurídica que aúna a diversos socios, ya sean personas físicas, pymes o autoridades locales, comprometidos con la tarea de hacer realidad la transición energética para luchar contra el cambio climático y que comparten el objetivo de reducir costes y utilizar energía limpia 100 %

Formada por 2 explotaciones ganaderas y el Ayto.

C C C C

16

Abril Día Mundial del **Emprendimiento**

Inma Beteta: «Los jóvenes debemos quedarnos en los pueblos para que no desaparezcan»

Alba Martínez · 09 Abr 2024 · Emprendimiento · Encuentro: Inma Beteta Xert

Recordad que hace unos días os presentamos en la web a otra emprendedora rural

La emprendedora cuenta su experiencia hasta abrir su negocio

Inma Beteta es natural de Xert y vive a medio camino entre el pueblo y la ciudad. Estudió Turismo y siempre ha estado vinculada a la gestión de alojamientos turísticos a través de la casa rural que funda su madre. Gracias a las ayudas LEADER, financiadas por la Unión Europea, ha logrado emprender en su pueblo.

Si quieres conocer un poco más de su experiencia con las ayudas LEADER tienes el enlace en la descripción del perfil



Ficha presentación

Nombre: Inma Beteta

Empresa: Apartamentos Xert

Pueblos: Xert @ESCAPADAENCASTELLON

Ayudas: LEADER 14 - 20

Formación: Diplomada Turismo; Centro de Turismo de Castellón; MoveUp (CEET)

Consejo: "recomiendo al 100 % a todo el mundo que emprenda en los pueblos, debemos evitar que desaparezcan"

Anexo 5: cuenta de Facebook de *Reactivación Rural*.





Reactivación Rural Castellón

@ReactivacionR · Mitjà de comunicació/notícies

Seguint

Inici Grups Feines Més ▾

M'agrada

Envia un missatge

Create Post in Creator Studio

Create Post in Facebook

Photo/Video
Registra't
Etiqueta amics

Més informació See All

Medio de comunicación centrado en la provincia de Castellón. Despoblación y cómo combatirla. Directora y redactora: Alba Martínez Bermúdez

Post a Job
Find qualified candidates by posting job opportunities with your business. [Mostra'n més](#)

Anàlisis [See All](#)
Last 28 days: 2 Juny - 29 Juny

- People Reached **5,415** ▲14535%
- Post Engagements **851** ▲9356%
- "M'agrada" de la pàgina **21** ▲2000%

Set Your Page up for Success
Finish setting up your Page so people on Facebook know you're a credible business.
12 of 13 steps completed

PASSOS COMPLETATS
Establish Your Page's Identity

PASSOS COMPLETATS
Provide Info and Preferences

Reactivación Rural Castellón
Ahir a les 20:35

Uno de los frentes abiertos en materia de igualdad en la ruralidad española es la escasez de mujeres titulares de explotaciones agrarias a pesar de que representan más de un tercio de las personas que trabajan en las explotaciones agrarias familiares.
[Lee... Mostra'n més](#)



El reto de la igualdad en las zonas rurales

Existe una gran escasez de mujeres titulares de explotaciones agrarias aunque representan un tercio de sus trabajadores

18 People Reached | 1 Interacció | **+1,2x Average Distribution Score**

[Promociona la publicació](#)

Learn easy tactics to grow your Page's audience on Facebook and reach more people who are interested in following your Page.
[View Tips](#)

Crea un anunci [Mostra'l tot](#)
How would you like to grow your business?

- Aconseguix més visites al lloc web** *Recomanat*
- Boost a Post** *Recomanat*
- Automated Ads**
Get personalized ads that adjust over time to help you get better results.

Free Facebook Business Tools

- Sell Your Products**
Set up a shop on your Page to start selling products online
- Add Appointment Bookings**
Display your services and availability so that people can book an...

Reactivación Rural Castellón
8 h

Info Suera y el **Centre Cultural Suera** organizan visitas guiadas para que puedas descubrir la historia y la etnografía del municipio de una forma lúdica y convertir en reclamo turístico las tradiciones y costumbres locales.
[¿Qué días? Todos los sábados y... Mostra'n més](#)



1335 People Reached | 94 Engagements | **+132,1x Higher Distribution Score**

[Promociona la publicació](#)

5 reactions | 11 comparticions

M'agrada | Comenta | Comparteix

Anexo 6: cuenta de Youtube de *Reactivación Rural*.

The screenshot shows the YouTube channel page for 'Reactivación Rural'. The channel name is 'Reactivación Rural' with 'Sin suscriptores' (No subscribers) listed below it. The navigation tabs include 'INICIO', 'VÍDEOS', 'LISTAS', 'CANALES', and 'COMENTARIOS'. Under the 'Subidas' (Uploads) section, there are two video thumbnails. The first is titled 'Innovación y emprendimiento - Podcast...' with a duration of 6:41 and 4 views. The second is titled 'Geldo, arte medieval y moderno' with a duration of 3:30 and 41 views. The left sidebar shows navigation options like 'Inicio', 'Explorar', 'Suscripciones', 'Biblioteca', 'Historial', 'Mis vídeos', 'Ver más tarde', and 'Vídeos que me gustan'. At the bottom of the sidebar, there is a 'SUSCRIPCIONES' section with 'Música' listed.

Anexo 7: estadísticas de la publicación en Facebook del reportaje audiovisual.

The screenshot shows a Facebook post from 'Reactivación Rural Castellón' dated '22 de maig'. The post text reads: 'El reportaje busca dar a conocer Geldo, un pequeño municipio del Alto Palancia (Castellón), y las iniciativas que están llevando a cabo para atraer a los visitantes y combatir la despoblación. Recorremos el Castillo Palacio de los Duques de Medinaceli... Mostra'n més'. Below the text is a video player showing a thumbnail for 'Geldo ARTE MEDIEVAL Y MODERNO'. The video player shows a progress bar at 0:02 / 3:30. Below the video, the post statistics are: 4157 People Reached, 610 Engagements, and 24 reactions (likes and hearts). A blue button says 'Promociona la publicación'. At the bottom, it shows '93 comparticions' (93 shares). To the right, under the 'Vídeos' section, there is a 'See All' link and a video thumbnail for the same reportage, with a duration of 3:30. Below this video, the text reads: 'El reportaje busca dar a conocer Gel...', 24 reactions, and '1,9 mil visualitzacions · fa 5 setmanes' (1,900 views · 5 weeks ago).

Anexo 8: comentarios suscitados a raíz de la publicación ‘Montanejos acogerá el Festival de Cuerda Pulsada del Alto Mijares por segundo año consecutivo’.



Fredy Feligreras Martinez Señores de reactivación rural he viajado al festival cada año cuando se celebraba en el bello pueblo de Montán y puedo decir que el aforo siempre estaba completo o casi en su totalidad. También que cierto año tuve que alojarme en Viver porque no habían habitaciones en el pueblo y doy fe de la calidad del festival que ha ido creciendo cada año exponencialmente. Sólo puedo dar las gracias a las asociaciones y a las personas que de forma totalmente altruista trabajan para llevar la cultura a las gentes con o sin recursos, ya que cada año al que he asistido las actuaciones han sido totalmente gratuitas. He visto muy volcado a todo el pueblo con el festival y sus organizadores son personas muy queridas a las que también agradezco la obra social que llevan a cabo cada año, así que mi opinión es que el trabajo que realizan es muy bueno y de agradecer. Desearles toda la suerte del mundo en su nueva andadura porque con su ilusión y su talento seguro que harán crecer el festival allá donde vayan y por supuesto afirmo categóricamente que las declaraciones de la organizadora son correctas y las opiniones de otros son opiniones personales pero nada más lejos de la realidad. Es lamentable ver que hay personas que, por envidia o por interés, vierten falsedades que fácilmente pueden ser demostradas y denunciadas. Larga vida a la música y al festival y volveré este año seguro. Gracias por abrir escenario a tanta gente en lugares donde tanto se necesita.

M'agrada · Respon · Missatge · 9 h · Editat



Fredy Feligreras Martínez Señores de reactivación rural he viajado al festival cada año cuando se celebraba en el bello pueblo de Montán y puedo decir que el aforo siempre estaba completo o casi en su totalidad. También que cierto año tuve que alojarme en Viver porque no habían... [Mostra'n més...](#)

M'agrada · Respon · Missatge · 9 h · Editat



Dani Salvador Fredy Feligreras Martínez te quedaste en Viver... vaya igual si hubieses llamado a la Fonda Pilar hubieras tenido habitación... igual la "organizadora" no te informó debidamente o MENTIA DELIBERADAMENTE... El pueblo se volcó con el festival sí, el primer año, el segundo perdió apoyos, el tercero más... igual la soberbia y prepotencia de algunos de los "organizadores" en el trato con los voluntarios y colaboradores tuvo algo que ver... ¿Falsedades? ¿Lo vas a denunciar tú? ¿Hablamos con algún cargo electo del ayuntamiento a ver qué dicen? Aunque... algo me dice que eres otro perfil falso creado por algún "organizador"... como el que se crearon el verano pasado para cargar contra la Asociación Senderista xq ellos podían hacer actividades deportivas (cumpliendo todas las medidas sanitarias y legales) mientras el Ayuntamiento no les permitió organizar el festival (como no se permitió ninguna actividad que incluyera concentraciones de gente, ya fuera de la junta de fiestas, peña taurina, comisión de rumbas, etc).

M'agrada · Respon · Missatge · 8 h



Fredy Feligreras Martínez Señores de reactivación rural he viajado al festival cada año cuando se celebraba en el bello pueblo de Montán y puedo decir que el aforo siempre estaba completo o casi en su totalidad. También que cierto año tuve que alojarme en Viver porque no habían... [Mostra'n més...](#)

M'agrada · Respon · Missatge · 9 h · Editat



Dani Salvador Fredy Feligreras Martínez te quedaste en Viver... vaya igual si hubieses llamado a la Fonda Pilar hubieras tenido habitación... igual la "organizadora" no te informó debidamente o MENTIA DELIBERADAMENTE... El pueblo se volcó con el festival sí, el prim... [Mostra'n més...](#)

M'agrada · Respon · Missatge · 8 h



Fredy Feligreras Martínez Todo lo que me cuentas me suena a eso a cuento chino mandarino. Para tu información me pasaron un listado de alojamientos que colgaron en sus RRSS y estaba todo completo y la fonda que tu dices cerrada. Y yo de falso tengo lo que tú de infame. No me extraña que con esas formas que tenéis algunos de tratar a la gente las personas tomen decisiones. Como dicen en mi pueblo para ti la perra gorda, es inútil hablar con radicales, ni escucháis, ni sois capaces de entender. Me parece a mi que ya te conocen en muchos sitios por lo mismo pues eso tú sigue a lo tuyo a difamar y a chupar del bote.

M'agrada · Respon · Missatge · 3 h · Editat



Fredy Feligreras Martínez Señores de reactivación rural he viajado al festival cada año cuando se celebraba en el bello pueblo de Montán y puedo decir que el aforo siempre estaba completo o casi en su totalidad. También que cierto año tuve que alojarme en Viver porque no habían... [Mostra'n més...](#)

M'agrada · Respon · Missatge · 9 h · Editat

↳ 2 respostes



Dani Salvador La "organizadora" miente bastante... Mientras el Ayuntamiento de Montán les soltaba el dinero sin mirar pelo, no había problemas de alojamiento y/o restauración... el local multiusos de la Piscina para hacer lo que hiciera falta etc... El último año que celebraron el certamen, sin pandemia ni restricciones de ningún tipo NO FUERON CAPACES DE LLENAR EL CONVENTO (entorno en el cual realizaban el certamen) y hay fotos que lo atestiguan. Así mismo, en sus RRSS vendían que no quedaban plazas de alojamiento en Montán, cuando la verdad es que habían tanto casas rurales disponibles como la fonda tenía habitaciones libres. La verdad es que el Ayuntamiento le cortó el grifo a un evento que no llenaba el 50% del aforo disponible, por eso se han ido a Montanejos (aunque el año pasado dijeran que lo querían hacer extensible a toda la comarca y que cada año sería en una localidad distinta). No nos molesta que se vayan, molestan las mentiras sobre los motivos de su marcha.

M'agrada · Respon · Missatge · 10 h



