

Judit Gabaldón Sánchez

Paula García González

MEMORIA TRABAJO DE FIN DE GRADO
TARRAGONA RURAL, CULTURA Y AVENTURA EN LA PROVINCIA

TREBALL FINAL DE GRAU

Dirigit/Supervisat per la Dra Carlota M. Moragas Fernández

Departament d'Estudis de Comunicació



UNIVERSITAT ROVIRA i VIRGILI

Tarragona 2017

1. Identidad y contenidos del proyecto

Nuestro proyecto es una web especializada en escapadas rurales, concretamente divididas en dos ámbitos: aquellas destinadas al aprendizaje y la cultura, y otras enfocadas a propuestas deportivas y de aventuras.

El contenido de nuestra web se basa, por lo tanto, en reportajes divididos en estas dos modalidades de escapadas. Cada uno de los reportajes explica la vivencia en primera persona a través de nuestra experiencia durante el camino. Además, aportamos datos históricos y de contexto para ubicar a nuestra audiencia. Todo esto a partir de contenido multimedia: vídeos del recorrido hechos con la gopro, entrevistas a personalidades importantes del territorio, galería de fotografías e infografías en aquellos eventos duraderos, como es el caso de la Setmana Medieval de Montblanc y Tarraco Viva. Para mejorar la experiencia de nuestra audiencia les facilitamos los enlaces de las webs oficiales donde pueden contratar los servicios si lo requieren o consultar más información sobre el tema.

Hasta el momento, las rutas de aventura disponibles en nuestra web son: un recorrido por las montañas de Mont-ral, las ermitas del Montsant, ruta en bicicleta por la Via Verda y, por último, un paseo por las playas y el castillo de Tamarit.

Por otra parte, las escapadas culturales son: el Monasterio de Santes Creus, la Setmana Medieval de Montblanc, Siurana y su gastronomía, las cuevas de l'Espluga de Francolí y Tarraco Viva.

2. Público objetivo y el ámbito territorial de cobertura

Nuestro público objetivo es bastante amplio, podríamos decir que, en cuanto a edad, nuestra web va destinada a gente comprendida entre los 18 y los 50 años. El contenido que se muestra es apto a cualquier edad, pero se necesita independencia para poder llevar a cabo las rutas por tu cuenta, por ello establecemos la edad inicial a los 18. Por otra parte, hasta los 50 años la gente

normalmente se encuentra en buen estado de salud, lo suficientemente activa y disponen de tiempo libre como para realizar las rutas que proponemos.

El proyecto también está destinado al turismo familiar ya que las rutas de aventura son bastante asequibles y muchos de los lugares de cultura tienen actividades enfocadas para niños, como las cuevas de l'Espluga de Francolí, Tarraco Viva y la Setmana Medieval de Montblanc.

En cuanto al ámbito territorial, al ser una web acerca de rutas en nuestra provincia, desde un principio teníamos muy claro que queremos enfocarlo a los habitantes de la provincia de Tarragona, sobre todo para reivindicar que no hace falta salir de esta zona para encontrar múltiples propuestas de ocio y tiempo libre, ya sean de aventuras o de cultura. Pese a esto, si en un futuro la web tiene el suficiente reconocimiento podríamos contemplar la posibilidad de llevarlo a un ámbito de cobertura más comarcal o incluso nacional. Estos cambios supondrían subtítular las entrevistas realizadas en catalán y dar toda la información en castellano.

3. Análisis de la competencia

En el sector del excursionismo rural hay páginas web similares en contenido a nuestro proyecto, pero tienen un enfoque distinto, como es el caso de *Arrelia* con la web arrelia.cat. Esta web dispone de un listado muy amplio de rutas, excursiones y experiencias, pero todas ellas están vinculadas a un itinerario programado que se debe comprar, por lo que es una web de venta de servicios. Este tipo de páginas no ofrecen la opción de facilitar los datos necesarios para realizar la excursión de forma independiente, como sí lo hace nuestro proyecto.

También hay otras webs que, aunque no ofrecen en sí un servicio de ruta, están vinculadas de forma directa con las webs de hoteles, alojamiento y restaurantes. Es el ejemplo de *Escapada Rural*, con la web [escapada rural.com](http://escapada-rural.com). Esta web expande sus guías a nivel internacional, no se limita únicamente a Cataluña, por lo que no trabaja en profundidad las rutas del territorio catalán. Ni *Escapada Rural*, ni otras webs similares, ofrecen información consistente sobre las rutas y los lugares. De hecho, el origen de la

información en este tipo de páginas son los comentarios de los usuarios, por lo que tienen un perfil similar a *Trip Advisor*.

La flaqueza de este sistema es que los comentarios se limitan a una breve opinión sobre su experiencia en la ruta, por lo que no cuentan con la información básica para realizarla. Además, al ser los usuarios los que aportan los datos, no hay ninguna garantía de que el contenido de este tipo de información sea riguroso. En cambio, nuestra página web cuenta con la mirada del periodista como filtro, para ofrecer al público una información más elaborada.

La plataforma *Wikipedia* tiene una sección llamada *wikirutas.com*, que está enfocada al entorno del turismo rural que ofrece una ficha técnica de una serie muy amplia de rutas con las características más básicas como la localidad, el recorrido, la dificultad, la señalización y la época del año recomendada para realizar la excursión. En cuanto a la interacción con los usuarios, *wikirutas.com* va más allá de las páginas anteriores, ya que además de permitir comentarios, ofrece la opción de compartir descripciones, *tracks* del GPS y vídeos.

Existen muchísimas webs en esta línea, con listas extensas de lugares que visitar en Cataluña, e incluso a nivel nacional e internacional, y todas ellas ofrecen información básica y limitada sobre la ruta. Además, la experiencia durante las excursiones la trabajan únicamente mediante el *feedback* de los comentarios de los usuarios, pero ninguna de ellas ofrece una experiencia en primera persona, y menos de la mano de un profesional. Un ejemplo de ello son las páginas web *Viatgeaddictes* y *Rutes a peu*, que pese a dar información sobre destinos y rutas de aventura creemos que se quedan en datos superficiales y no se centran en la experiencia. *Muntanyes de la Costa Daurada* es, tal vez, la web que más se asemeja a nuestro proyecto, pero nuestra ventaja es que ampliamos el ámbito de cobertura con el que cuenta esta.

La vinculación a páginas webs de reservas de casas rurales y restaurantes es muy común en este tipo de páginas, siendo el tipo de remuneración más habitual en este sector. Asimismo, hay páginas como *Arrelia* que son en sí mismas prestadoras de servicios.

4. Equipo de producción

Al ser un grupo de dos personas nuestro equipo de producción es algo reducido pero suficiente para llevar a cabo la página web. Contamos con dos cámaras réflex, dos trípodes, una gopro y un micro. Todo ello en cuanto a material para registrar. Por otra parte, para editar contamos con un ordenador de sobremesa con el programa DaVinci Resolve para trabajar los vídeos. En cuanto al desplazamiento, cada una de nosotras cuenta con un vehículo propio para poder llegar a cada uno de los destinos.

5. Previsión de ingresos y gastos

Por el momento no hemos necesitado una gran inversión. Al estar todavía en el primer año de creación este periodo de tiempo es, sobre todo, de consolidación. Hasta ahora solo hemos necesitado fondos para invertir en gasolina para ir a distintos sitios y realizar las rutas que queremos añadir a nuestra página web, junto con fotos y vídeos. Calculamos que los gastos de gasolina han podido ascender a 100€.

Al utilizar una plantilla gratuita de Wordpress.com no hemos necesitado presupuesto de más para crear una página web de cero, y mucho menos para requerir los servicios de un programador y diseñador web.

En cuanto a los ingresos, es muy difícil de prevenir, ya que hay una gran cantidad de variables a tener en cuenta. Al estar en el inicio del proyecto es difícil obtener ingresos. Si al final decidimos seguir adelante con el proyecto una vez acabada la carrera esperamos que al año, como mucho, podamos contar con el apoyo de empresas vinculadas con el entorno rural y excursionista, como Decahtlon o establecimientos que se encuentren en las mismas localidades (restaurantes, albergues, hoteles, alquiler de bicicletas, etcétera).

6. Previsión de la presencia en Internet

Como ya hemos comentado en puntos anteriores, nuestra ubicación en la red es a través de la página de Wordpress.com. Además, para expandirnos y alcanzar a un gran número de nuestro público objetivo, nos difundimos por las redes sociales, que en nuestro caso son Facebook, Instagram y Twitter. Gracias a la plantilla utilizada, tenemos la opción de mostrar nuestra página de Facebook en el mismo sitio web, así como enlazarlo con nuestra cuenta de Instagram para que aparezcan las últimas fotos que vamos colgando a esta red social. Para ayudar a la mejora de difusión de la web, contamos también con tres botones que enlazan directamente a estas tres redes sociales para que los usuarios puedan comentar y etiquetarnos en sus publicaciones. Aunque utilizamos las tres, tal vez la más utilizada sea Facebook, seguida de Instagram y, por último, Twitter.

Para la red social Twitter no nos hemos creado una cuenta específica, creemos que este tipo de proyecto no le saca todo el partido a Twitter, así que creemos que puede ser más práctico que comenten sobre nuestra web en la página oficial de Wordpress, que, gracias a la gran cantidad de seguidores de esta plataforma, puede llegar a más gente.

Instagram es una red social dedicada casi exclusivamente a la fotografía. Es un punto importante ya que todas las fotos que utilizamos y colgamos en nuestra web son propias, por lo que es una manera de llamar a la audiencia a través de nuestro trabajo fotográfico.

Por último, Facebook es la red social más utilizada. Es donde anunciaremos toda la información, desde rutas nuevas hasta comentarios de las últimas novedades. Además, creemos que es donde puede haber más interacción por parte de nuestros usuarios.

Aunque no utilizamos YouTube como red social propiamente dicha, es el sitio donde colgamos todo nuestro contenido audiovisual enlazado a nuestra web en Wordpress.com.

7. Plan de ejecución del producto

En cuanto a ejecución del producto podemos distinguir entre cuatro fases principales.

La primera de ellas corresponde a la creación de la plantilla y al primer reportaje de prueba para la web. Utilizamos una de las plataformas gratuitas que ofrece WordPress, la que más correspondía al estilo de nuestras intenciones, bajo nuestro punto de vista. Por otra parte, el primer reportaje elaborado fue el de la ruta a pie por Mont-ral y alrededores. Fue el que nos resultó más complicado por ser el que definiría nuestro estilo y el punto de partida de todos los demás. Queríamos ofrecer la cantidad adecuada de información junto con nuestra experiencia personal a lo largo de la ruta.

En cuanto a la segunda fase podríamos hablar de una selección de los contenidos. En este punto nos concentramos en marcar todas aquellas escapadas culturales y de aventura de la provincia de Tarragona y, tras esto, establecer las que queríamos incorporar en nuestra web como inicio de nuestro proyecto. Nos decantamos por varias rutas distribuidas en diferentes territorios, alternando también la cultura y la aventura, para ofrecerla diversidad que creemos que tiene la provincia de Tarragona.

Durante la tercera fase fue el momento de la producción y publicación de los contenidos. Nuestro método ha sido ir escribiendo sobre cada ruta a los pocos días de realizarla. De esta manera, los contenidos se van dividiendo en un orden cronológico sin sobrecargar a nuestro público con demasiada información.

La cuarta fase es la que emprendimos una vez acabadas y publicadas todas las rutas que teníamos marcadas para establecer el inicio de nuestro proyecto, ya que queremos darle continuidad. Este es el periodo en el que seguimos trabajando, ya que consiste en darle difusión a nuestra web a través de las redes sociales, concretamente por Twitter, Facebook e Instagram.