

2019/2020



IMPACTO SOCIOECONÓMICO DEL CORONAVIRUS (COVID-19) EN EL SECTOR TURISMO DE LA COSTA DE HUELVA

TRABAJO DE FIN DE GRADO. MEMORIA EXPLICATIVA
GRADO EN PERIODISMO. FACULTAD DE COMUNICACIÓN

JUAN CARLOS FERNÁNDEZ SERRATO

TUTOR DE TFG

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Juan Carlos Fernández Serrato'. The signature is written in a cursive style.

ALEJANDRO TINOCO CABANILLAS

AUTOR

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Alejandro Tinoco Cabanillas'. The signature is written in a cursive style.

ÍNDICE

RESUMEN, ABSTRACT..... página 2

PALABRAS CLAVE, KEY WORDS..... página 2

INTRODUCCIÓN..... página 3

- **CORONAVIRUS: ¿QUÉ ES?, ORIGEN, PANDEMIA**
- **ESPAÑA**

JUSTIFICACIÓN DEL TEMA..... página 7

OBJETIVOS..... página 10

METODOLOGÍA..... página 11

- **LA TEORÍA DEL REPORTAJE**
- **TRAS EL REPORTAJE...**
- **MONTAJE Y EDICIÓN**
- **FUENTES: PERSONALES: ENTREVISTAS, Y LAS DOCUMENTALES...**

CONCLUSIONES..... página 22

ANEXO..... página 25

- **ESCALETA: PREGUNTAS A LAS FUENTES**
- **AGRADECIMIENTOS**

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... página 31

- **DOCUMENTOS WEB**
- **LIBROS O ARTÍCULOS IMPRESOS**

RESUMEN, ABSTRACT

La llegada del nuevo coronavirus a España (COVID-19) ha sembrado el caos en la sanidad y la economía de todo un país. Declarada la situación de pandemia por la OMS, científicos de todo el mundo se hallan tras la búsqueda incansable de una vacuna que logre doblegar al virus de una vez por todas. El turismo, uno de los principales motores del bienestar económico español, ha sido golpeado con dureza por un virus que no hace distinciones. En la costa de Huelva, las personas que trabajan y se alimentan del sector, miran perplejas hacia un futuro incierto, conscientes de que habitan inmersas en una crisis socioeconómica que tiene cerrados sus negocios y sus almas en vilo, luchando ante una situación que no conoce precedente alguno.

The outbreak of Coronavirus disease in Spain (COVID-19) sowed chaos damaging both its health and economy. Once the pandemic was declared by WHO, scientists all around the world are in search of a vaccine that successfully defeats the virus for good. Tourism industry, which is one of the main drivers of economic growth and welfare in the Spanish Government has been harshly affected by a virus that makes no distinction. On the coast of Huelva, people who work and run this industry are bewildered facing an uncertain future, finding themselves in the middle of a socio-economic crisis which keeps their businesses shuttered and fighting against an unprecedented situation.

PALABRAS CLAVE, KEY WORDS

- Virus. COVID-19. Pandemia. Turismo. Crisis. Economía. Personas. Huelva.
- *Virus. COVID-19. Pandemic. Tourism. Crisis. Economy. People. Huelva.*

INTRODUCCIÓN

CORONAVIRUS

¿QUÉ ES?

La Organización Mundial de la Salud (OMS), define el coronavirus (COVID-19), de la siguiente manera:

“La COVID-19 es la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto más recientemente. Tanto el nuevo virus como la enfermedad eran desconocidos antes de que estallara el brote en Wuhan (China) en diciembre de 2019”. (ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD, 2020).

ORIGEN

En lo que respecta al origen de la enfermedad, COVID-19, hizo su primera aparición en la ciudad de Wuhan (China), a finales del año 2019. Desde entonces, el aumento de nuevos infectados por el virus, científicamente denominado SARS-CoV-2, ha sido continuo y el ritmo de transmisión se ha disparado considerablemente.

PANDEMIA

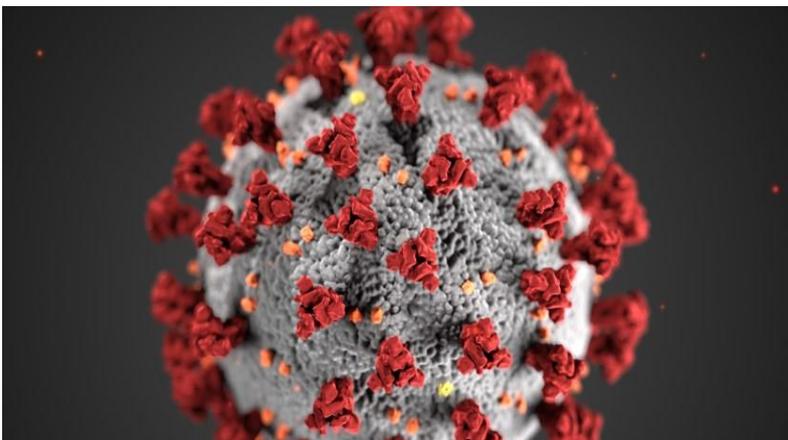
Tanto es así, que las personas infectadas se cuentan por millones en todo el mundo durante el 2020, por lo que la Organización Mundial de la Salud ha declarado la situación de pandemia. La mayoría de los países del planeta albergan personas infectadas y los profesionales sanitarios insisten en la necesidad de seguir las medidas de prevención y contención. De hecho, los casos de COVID-19 superan notablemente a los de la epidemia de SARS de 2002-2003.

Si ahondamos en las causas del surgimiento de la infección, los científicos apelan a la teoría de la procedencia animal, relacionándose los primeros casos con un mercado de animales vivos de la ciudad de Wuhan, en China, tal y como recoge el portal web sobre salud y bienestar, Cuídate Plus (2020). Existen otras teorías, al margen de la ciencia, que sugieren que el virus se creó en uno de los laboratorios del Instituto de Virología de Wuhan, de manera artificial, con el fin de aprovechar la pandemia mundial para cosechar una serie de intereses para la gran potencia asiática.

ESPAÑA

Según afirma Arroyo (2020), el primer paciente que fue registrado en España con Coronavirus (COVID-19), data del 31 de enero de 2020. Se trató de un paciente alemán ingresado en la isla de La Gomera. Desde entonces, el crecimiento de la enfermedad ha sido paulatino, sin embargo, el descontrol en el crecimiento del número de casos de COVID-19 se produjo a partir del 8 de marzo. Un crecimiento que tuvo especial incidencia en la Comunidad de Madrid.

Fue el sábado, 14 de marzo de 2020, cuando el Gobierno Central tuvo que aprobar una serie de medidas drásticas para contener la expansión del virus, entrando en vigor el real decreto que instauraba el estado de alarma en todo el país, obligando a los ciudadanos españoles, exceptuando a los considerados como trabajadores esenciales, a permanecer confinados en sus domicilios para evitar que la enfermedad se siguiese propagando. Un estado de alarma que, de momento, continuará vigente, ya que el desde el Gobierno Central se considera como la única herramienta legislativa capaz de restringir la movilidad social.



Morfología característica de los coronavirus. Fuente: Cuídate Plus.

Hemos de poner de manifiesto que el Gobierno de España ya ha diseñado un Plan de Desescalada que consta de cuatro fases. Cada una de estas fases se corresponde con una fecha concreta y con cada cambio de fase las medidas de restricción sufrirán una flexibilización gradual, con lo que se pretende una reactivación de la economía del país que se lleve a cabo de forma escalonada. Como asegura Carvajal (2020), las fechas de inicio de estas fases son: la **Fase 0** a partir del lunes **4 de mayo**, la **Fase 1** a partir del **11 de mayo**, la **Fase 2** a partir del **25 de mayo** y la **Fase 3** a partir del **8 de junio**. El Gobierno es quien decide qué provincias van avanzando de fase de forma quincenal, añade el autor. Esto último evidencia que el proceso para la desescalada se realiza de manera asimétrica.



4 FASES. Fuente: El Mundo.

A continuación, vamos a relatar de forma más detallada los criterios que cada cambio de fase va permitiendo, basándonos en la información que recoge RTVE.es (2020).

FASE 0: respecto a los comercios, apertura del comercio minorista sin cita previa. En los restaurantes, es posible recoger comida para llevar. En cuanto al transporte público de media y larga distancia, se limita el servicio al 30% de lo normal. Los centros educativos abren para la desinfección y el trabajo administrativo y se produce una vuelta a los centros científicos de investigación. Los museos abren a un 33% del aforo y se permiten préstamos en bibliotecas. Apertura de los lugares de culto religioso al 33% del aforo.

FASE 1: para el comercio, los locales de más de 400 metros cuadrados podrán abrir, delimitando el espacio de atención al público. Para la hostelería, se abren las terrazas con limitación de ocupación de ocupación al 50% con un máximo de 10 personas por mesa. Libertad de circulación y traslado a segundas residencias siempre y cuando se encuentren dentro de la misma provincia. Los museos abren aun 33% del aforo y se permiten espectáculos con menos de 30 personas. Abren los hoteles, excluyendo las zonas comunes.

FASE 2: apertura de los centros comerciales, continuando cerradas las zonas comunes y con una limitación de aforo al 40%. Respecto a la hostelería, abre el interior de los locales con una limitación de entre el 30% y el 50% del aforo, solo con servicio a mesas. Clases voluntarias en 4º ESO y 2º Bachillerato, centros abiertos en infantil para la conciliación. Cines, teatros y salas de conciertos pueden abrir al 33% de su aforo. Apertura de las zonas comunes en hoteles limitadas al 33% del aforo. Los centros de culto religioso abren al 50% del aforo.

FASE 3: reabren las zonas comunes de los centros comerciales, limitando el aforo al 50%. La hostelería encuentra las restricciones más relajadas. Todos los servicios de transporte público urbano e interurbano al 100%. Cines, teatros y auditorios con un aforo que alcanza el 50%, las salas de concierto continúan al 33%. Para los hoteles, las zonas comunes permiten una limitación del 50% del aforo. Se permite ir a las playas.

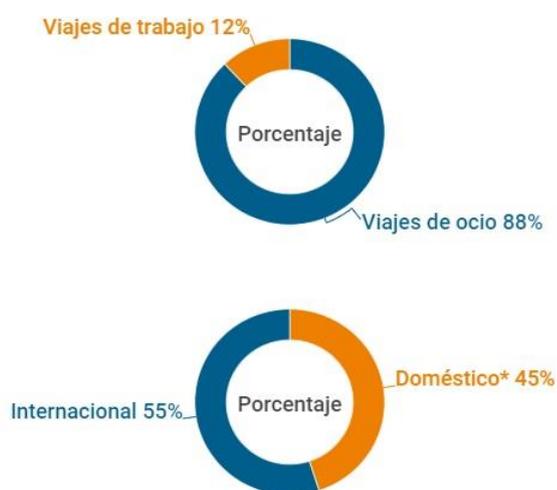
Tenemos que destacar que, en la costa de Huelva, debido a la positiva evolución de la epidemia del virus de la COVID-19, los ayuntamientos de los municipios costeros han aprobado el acceso a las playas al comienzo de la Fase 2.

JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

Ante la grave situación de pandemia por COVID-19, que ha derivado en el establecimiento del estado de alarma en España, la mayor parte del tejido laboral se ha paralizado, avocando al país a una de las mayores crisis económicas que se recuerden. El Gobierno Central, se encuentra trabajando en un plan de reconstrucción del mercado y el sistema económico, con la vista puesta en la desescalada o flexibilización de las mencionadas medidas de protección frente al virus, según tenga lugar una evolución favorable del mismo.

El turismo, según afirma Canalís (2019), es el sector que más riqueza aporta a la economía española, supone un total de 176.000 millones de euros anuales que representan el 14,6% del PIB, además de 2,8 millones de empleos, como indica un informe elaborado por la asociación empresarial ‘World Travel & Tourism Council’ (WTTC).

Gasto turístico realizado en España



World Travel & Tourism Council. Datos de 2018. Fuente: Hosteltur

Bien, el sector turístico es posiblemente el más atropellado por la crisis sanitaria del nuevo coronavirus. Como afirma Gutiérrez (2020), las estimaciones de pérdidas económicas crecen cada día hasta que no se detenga la pandemia, lo que está claro es que para este sector no se vislumbra una salida rápida.

“En el turismo la crisis irá para largo y no acabará con el confinamiento, ya que se mantendrán restricciones de los Gobiernos sobre cómo y cuándo se podrá viajar. Mi sensación es que este año está perdido casi al completo”.

(PULIDO, J.I., 2020).

La zona territorial de la costa de Huelva se alimenta, en su gran mayoría, del flujo turístico que recibe especialmente en el periodo estival, así como en el resto de los transcurso festivos y vacacionales. Por ende, este destino es una de las grandes víctimas de la crisis sanitaria de la COVID-19; hoteles, comercios, restaurantes, playas, entre otros, se verán afectados a causa de las medidas que Sanidad establezca para limitar el aforo en estos lugares y, de esta manera, evitar aglomeraciones que pudiesen suponer riesgo de contagio de la enfermedad.

Las empresas, especialmente las dedicadas al turismo y dada la negativa incidencia que la epidemia tiene sobre la economía del país, se han visto obligadas a realizar los denominados ‘ERTEs’. Florio (2020), manifiesta que estas siglas responden a Expediente de Regulación Temporal de Empleo; a diferencia de un ERE, donde la desvinculación de la empresa es definitiva, el trabajador pasa al desempleo durante el tiempo que se haya considerado que la actividad estará frenada. El ERTE deberá estar siempre vinculado al coronavirus, considerado así ‘por fuerza mayor’, cuya duración estará determinada por la vigencia del estado de alarma. El trabajador cobrará el 70% de la base de cotización en base a un cálculo con los 180 últimos días cotizados, o menos si no se llega a esa cantidad. En el caso de autónomos, se les concede la prestación extraordinaria por ‘Cese de Actividad’ para los afectados por la declaración del estado de alarma, dirigida a todos los trabajadores autónomos incluidos en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA), los trabajadores autónomos agrarios incluidos en el Sistema Especial para Trabajadores por Cuenta Propia Agrarios y los trabajadores autónomos incluidos en el Régimen Especial de Trabajadores del Mar. Esta prestación tiene una duración inicial de un mes, pero es prorrogable hasta el último día del mes en que finalice el estado de alarma si este se prorroga. Así lo aclara la información que reúne la web EL AUTONOMO.ES. El Gobierno Central ha sido el órgano encargado de dar viabilidad a estas medidas, entre otras, para combatir el desempleo y la crisis económica derivada de la aparición de la COVID-19 en España.

Entonces, el tema ha sido seleccionado porque genera un claro interés económico y social para las personas del territorio, ergo la figura del periodista se hace fundamental para sacar a la luz datos e informaciones relevantes para la ciudadanía, puesto que las cifras de pérdidas económicas en el sector turístico, de la zona de la costa de Huelva, serán importantes. Aparte del plano económico, hemos de tener en cuenta el contexto social y cómo va a verse afectado por esta crisis. Se trata de hacer una radiografía de la realidad social y económica que el turismo onubense tendrá que afrontar en los próximos meses. Se ha de añadir que este asunto en concreto ha recibido un escaso o nulo tratamiento en los medios generalistas españoles, lo que puede dotarlo de mayor interés a nivel general.

OBJETIVOS

Para trazar unos objetivos claros sobre el tema en cuestión, hemos de tener en cuenta que vamos a exponer datos y emociones de personas que ven muy involucrados sus intereses alrededor de éste, es decir, personas cuya responsabilidad hace que se hallen directamente afectados por la crisis del coronavirus (COVID-19), con relación al impacto sobre el turismo, como ya se ha mencionado.

Por tanto, se consideran como requisitos indispensables los siguientes:

- Analizar las pérdidas económicas que tienen y llegarían a tener los municipios costeros de gran afluencia turística, así como en los diferentes sectores que se alimentan de él (hoteles, restauración, agencias de viajes, comercios, etc.).
- Poner de manifiesto las medidas llevadas a cabo para minimizar el impacto del coronavirus sobre el turismo.
- Plantear soluciones alternativas a las ya propuestas desde el Gobierno de España.
- Relatar desde el punto de vista particular de los implicados cómo están viviendo esta pandemia mundial tan desfavorable para sus negocios.

METODOLOGÍA

LA TEORÍA DEL REPORTAJE

El siguiente proyecto va a llevarse a cabo través de un reportaje. Este emblemático género periodístico ofrece las herramientas adecuadas para afrontar una cuestión de estas características.

En líneas generales, un reportaje consiste en la narración de un hecho actual, cuya extensión va más allá de los límites de la noticia y, por ende, permite una mayor profundización en lo acontecido. El reportaje da lugar a una gran libertad expositiva y ofrece la oportunidad de desarrollar un estilo literario propio, dentro del marco de la objetividad. Entonces, el reportaje es un género informativo que analiza en profundidad un tema.

Lázaro Carreter define el reportaje como “la narración viva de lo que ha visto y oído un periodista acerca de una cuestión que puede interesar al público, aunque no tenga la actualidad inmediata que exige la noticia”. (LÁZARO CARRETER, 1998:195). En el caso que nos ocupa, el tema es una cuestión de la más estricta actualidad y en la que todos estamos involucrados, ergo nos afecta directamente. Por lo tanto, cualquier asunto relacionado con su evolución es de un acentuado interés general. El *Libro de Estilo* (1995) del diario ABC, recoge que “tanto la crónica como el reportaje, son géneros más personales que la pura, escueta información”, en nuestro reportaje pretendemos acercarnos al terreno personal del entrevistado, que no solo aporte información y datos objetivos de rédito, sino también interpretaciones y sensaciones personales acerca de la situación que está dejando la pandemia del nuevo coronavirus (COVID-19). Para Martín Vivaldi, el concepto de actualidad en el reportaje se consagra como motivo de peso, pues el autor afirma lo siguiente: “Es verdad que se puede publicar un reportaje retrospectivo, pero se publicará siempre que tenga alguna conexión con el presente o con el futuro”. (MARTÍN VIVALDI, 1993:65). Estamos de acuerdo con Vivaldi en su visión de la actualidad, el reportaje que vamos a desarrollar está basado, como hemos mencionado, en lo actual, en el presente y, además, establece una clara y manifiesta conexión con los escenarios futuros que se pueden deducir en el turismo onubense a raíz de los estragos económicos y sociales que el virus ha ocasionado.

Es frecuente oír que una imagen vale más que mil palabras, este es uno de los motivos por los que nuestro reportaje va a ser audiovisual, un reflejo de lo que sería el reportaje en televisión, que según Martínez Albertos: “el reportaje es el género informativo que no sólo ha hallado en TV más fácil traducción y acomodo, sino que incluso ha alcanzado en este medio cimas de difícil superación”. (MARTÍNEZ ALBERTOS, 1977:246). Las palabras de este autor sumadas a las de Enrique Torán, dotan de sentido la metodología de nuestro reportaje: “El reportaje en televisión cambia el estilo literario por el lenguaje audiovisual [...] Es el género por excelencia del periodismo televisivo, donde más valor se otorga a la imagen, capaz de explayarse en toda su dimensión, representativa y expresiva”. (TORÁN, 1982).

Como bien dicen estos dos autores, el reportaje es el género estrella en televisión, en el terreno audiovisual, por ello, vamos a aprovechar su traducción, su lenguaje, su prestigio y el poder de su imagen para hacer de éste un reportaje que exprema al máximo toda su capacidad expresiva. Además, vamos a desarrollar una forma específica de reportaje, el gran reportaje, que en el periodismo televisado se presenta en programas especiales de análisis y síntesis de la realidad social, como es nuestro caso.

En definitiva, hemos dejado claro que el reportaje será de tipo audiovisual y por qué, para cerrar su justificación de forma tajante, vamos a apelar a la defensa que José Luis Martínez Albertos hace de este medio: “el reportaje televisado es un intento de acercar al espectador, mediante la poderosa fuerza comunicativa de la imagen, a aquellos temas que afectan al campo de interés habitual de los públicos”. (MARTÍNEZ ALBERTOS, 1977:247). Coincidimos con Martínez Albertos en que el reportaje pretende reflejar su poder comunicativo a través de la imagen en movimiento, especialmente en este caso, pues nuestro trabajo presenta un distintivo clave: el reportaje se realizará de forma telemática. Esto quiere decir que se utilizarán herramientas on-line que permitan su elaboración desde el salón de casa, gracias a los recursos que la tecnología de nuestros tiempos pone a nuestra disposición para establecer un contacto comunicativo. En concreto, la ‘videollamada’ será el método seleccionado para poder establecer dicha comunicación con el entrevistado. La aplicación de uso globalizado *WhatsApp* alberga como una de sus funciones la posibilidad de realizar una videollamada con cualquiera de sus contactos y, dado que es una ‘app’ que la inmensa mayoría de las personas utilizan a diario, sumado a su sencillo manejo, hacen que sea idónea para el reportaje que se quiere llevar a cabo.

Existen herramientas quizás más específicas para realizar videollamadas, pero no todo el mundo cuenta con ellas, con lo cual causaríamos más molestias a la persona entrevistada a la hora de emplear la herramienta.

En tiempos de pandemia, las videollamadas y videoconferencias se encuentran a la orden del día como la piedra angular para teletrabajar. Para mantener la seguridad y evitar una cadena de contagios de COVID-19, las empresas han fomentado el teletrabajo, es decir, que sus empleados (aquellos que tengan posibilidad), puedan realizar sus tareas desde casa y así salvar las distancias sin poner en riesgo su salud. Este motivo ha servido de inspiración para justificar la particularidad que caracteriza al reportaje, lo cual carece de precedente alguno, pero, como sostiene el dicho popular, situaciones excepcionales requieren medidas excepcionales. De ahí que nuestro reportaje se confeccione por medio de las videollamadas para dar paso al género de la entrevista, del que hablaremos más adelante.

Al tratarse de un reportaje ‘desde casa’, sin precedentes en los que basarnos y dando máxima prioridad a las palabras del entrevistado, así como a la fuerza que transmita su imagen, la estructura del reportaje destacará por su sencillez. Dicha estructura estará dividida en tres partes:

- **Entradilla.** Breve resumen donde el periodista expondrá los personajes que van a ser entrevistados, así como los temas a tratar.
- **Entrevistas.** Parte central y epicentro del reportaje donde se recogerán las declaraciones, las cuales dotarán de sentido al reportaje.
- **Salidilla.** Se despide el trabajo periodístico haciendo un repaso a los conceptos más destacados que los entrevistados nos han proporcionado en el punto anterior, un compendio de información llevado a cabo por el periodista y con el que pondrá la guinda al reportaje audiovisual.

Se hace más que evidente que, por la particularidad de este reportaje, las declaraciones de los personajes cobran una harta relevancia, con lo cual, hemos de tener en cuenta a la entrevista dentro del género del reportaje. Para ello, vamos a hacer referencia a dos autores. En palabras de Álex Grijelmo, tal y como recoge en su obra *El estilo del periodista*, “el reportaje es un texto informativo que incluye elementos noticiosos, declaraciones de diversos personajes o testigos, ambiente, color, y que,

fundamentalmente, tiene carácter descriptivo”. (GRIJELMO, 2014:65). El Catedrático Mariano Cebrián Herreros, por su parte, describe el reportaje de la siguiente manera:

Es un género de géneros. Es decir, dentro de la libertad de tratamiento de la realidad de que goza puede incluir otros géneros en su estructura narrativa, especialmente la entrevista y la encuesta. [...] El reportaje insiste en el qué, quién, cómo y por qué de los hechos más que en otras circunstancias. (CEBRIÁN HERREROS, 1992:147-152).

Prácticamente todo el sentido del reportaje que nos atañe se encontrará precisamente en el discurso que esos personajes o testigos puedan ofrecer. Se hace fundamental, por lo tanto, tomar al género de la entrevista como eje principal dentro del mismo.

La entrevista en periodismo, según recoge el *Libro de Estilo de El País* (1996:50-53), es un género que tiene como objetivo “dar a conocer las opiniones e ideas del personaje entrevistado, nunca las del entrevistador”. Nuestra intención es que sean los entrevistados los protagonistas del reportaje, quienes han de darle sentido y vida al mismo, mientras el periodista se dedica a plantear y formular las preguntas. Asimismo, este manual establece tres tipos de entrevistas:

- De declaraciones.
- Entrevista – perfil.
- Entrevista de suplementos.

Las entrevistas que se van a llevar a cabo se ajustarán más al primero de los tres tipos: la entrevista de declaraciones. Ésta reproduce, con la fórmula de pregunta – respuesta, la conversación o manifestaciones del entrevistado sobre un tema de actualidad, una vez publicada las declaraciones, serán a su vez noticia. La búsqueda de la objetividad es una cualidad intrínseca en este tipo de entrevistas, donde las preguntas son directas, breves y concisas; el entrevistador deberá tratar de ‘usted’ al entrevistado y centrarse siempre en recopilar información. Además, el periodista deberá tener una preparación adecuada sobre el tema en cuestión. Por otra parte, en la entrevista – perfil, también denominada ‘de creación’, la entrevista al personaje va dirigida a conocerlo como ser humano, donde los datos biográficos son fundamentales. La entrevista de suplementos está abierta a mezclar tanto la de declaraciones con la entrevista – perfil.

Tenemos que poner en evidencia que las entrevistas que se han elaborado están enfocadas, sin duda, a recoger declaraciones, es decir, pura información. Por tanto, este tipo de entrevista va a llevar la voz cantante a lo largo de todo el proceso creativo del reportaje

periodístico. Se recogerán, tal y como se ha descrito en los objetivos, visiones particulares y sensaciones personales acerca del asunto en cuestión, pero en ningún momento se indagará en la vida personal del entrevistado con el fin de conocerlo como ser humano.

Martínez Albertos, describe la entrevista en televisión de la siguiente manera:

La noticia contada en persona por su protagonista al espectador, con toda la trascendencia que de ello se deriva. El entrevistador aquí, más todavía que en la entrevista escrita, juega un papel de simple vehículo, soporte o intermediario [...] Es un reportaje en el que se intercalan frases personales de los protagonistas o testigos de los acontecimientos que se narran. (MARTÍNEZ ALBERTOS, 1977:248).

Las palabras de este autor encajan con la idea de entrevista que queremos plasmar, donde el papel del periodista se corresponde con el de soporte o intermediario que menciona Martínez Albertos. Mariano Cebrián, dice que la radio y la televisión han elevado de nuevo a la entrevista como un género inestimable:

Aunque originariamente sea un género procedente de la prensa y que con el transcurso del tiempo y los cambios de presentación de la información haya sufrido tal cantidad de alteraciones que ha quedado bastante desfigurado, sin embargo, en radio y televisión ha recuperado todo su esplendor y se presenta como un género de gran valor para recoger y dar la información. (CEBRIÁN HERREROS, 1992:248).

Lo que pretendemos con este formato audiovisual a través de videollamadas, aunque no sea televisión como tal, es sacar todo el jugo posible al género de la entrevista para acentuar y recoger la información, en definitiva, lucir todo ese esplendor del que habla Cebrián Herreros para que el mensaje que se transmita cale profundamente en la mente del espectador, aprovechando, como hemos comentado, la poderosa fuerza de la imagen en movimiento.

TRAS EL REPORTAJE...

La grabación del reportaje audiovisual ha tomado un total de 27 días. La primera entrevista se realizó el miércoles 13 de mayo, concluyendo la última de ellas el lunes 8 de junio de 2020. Como hemos mencionado a lo largo del presente apartado, el método de grabación seleccionado para realizar el trabajo periodístico es la videollamada, herramienta utilizada a través de la red social *WhatsApp*. Llevar a cabo este método no ha sido tan sencillo como parecía a priori; la idea era utilizar única y exclusivamente el *smartphone* para afrontar las entrevistas, utilizando una aplicación que permita grabar la pantalla al tiempo que se está realizando la propia entrevista. Sin embargo, apareció un

contratiempo en una de las pruebas previas, a la primera de las entrevistas, con el objeto de comprobar el funcionamiento de la grabación de la pantalla mientras se establece una conexión por videollamada. Para esta prueba, se utilizó la app *AZ Screen Recorder*, disponible de forma gratuita para Android en *Play Store*. Durante la prueba pudimos comprobar que, una vez grabada la videollamada, dicha grabación se encontraba carente de sonido. Esta falta de sonido tiene una explicación y es que este método no funciona en las videollamadas de *WhatsApp*, pues el micrófono se encuentra en uso por *WhatsApp* y la app de grabación no tiene acceso a él. El intríngulis se halla en que en Android 9 o superior, no hay modo de grabar videollamadas de *WhatsApp* incluyendo el audio. Esta información la expone Ramírez (2019) en la página web ‘Xataka Android’.

Para corregir este problema, ha sido necesario utilizar un ordenador portátil que realizaría la tarea de grabación de la siguiente manera: el dispositivo para efectuar la videollamada y, por ende, la entrevista, sigue siendo el *smartphone*, pero, hemos tenido que compartir la pantalla (a tiempo real) del dispositivo móvil al pc, utilizando la herramienta *Pantallas Múltiples* que trae por defecto tanto móvil como pc. De esta manera, todo lo que se estuviese visualizando, al momento, en el *smartphone*, se proyectaría en la pantalla del ordenador portátil, para el cual hemos tenido que descargar el programa *Monosnap*, una sencilla herramienta que graba la pantalla del pc, entre otras funciones.

En resumen, cada entrevista ha precisado del teléfono móvil y el pc, uno como instrumento de ejecución de la videollamada (entrevista) y otro como vía de grabación. Cuando finalizaba la entrevista, se detenía la grabación y se guardaba en el portátil en formato mp4.

Un detalle que mencionar durante la realización del reportaje es la ubicación, esto es, el fondo visible durante las entrevistas. Se ha elegido un fondo que diese un aire de formalidad y seriedad ante el tema que teníamos entre manos, creando un ambiente de trabajo óptimo. Esta ubicación ha sido la misma para todo el proceso de grabación.

MONTAJE Y EDICIÓN

En cuanto a la edición del reportaje audiovisual, hemos de manifestar que se ha desarrollado de forma progresiva, no se ha iniciado una vez finalizado el trabajo periodístico, sino que se ha ido intercalando a medida que íbamos grabando material.

El propósito del montaje ha sido tratar, en la medida de lo posible, de dar dinamismo y creatividad al reportaje, intentando no crear un producto soporífero y difícil de digerir, teniendo en cuenta sus particularidades y extensión. Para ello, hemos incluido transiciones que ayuden a materializar dicho dinamismo. En líneas generales, la edición ha tenido una duración de unos 15 días, dos semanas, ya que se empezó varios días después de la grabación de la primera entrevista. Para construir el reportaje, hemos editado utilizando el software de *Adobe Premiere Pro cc 2017* y el de *Adobe Photoshop cc 2017*. El procedimiento se ha efectuado de la siguiente manera: con ‘Photoshop’, hemos creado los rótulos e infografías guardándolos como *.psd* para poder usarlos posteriormente en la edición de ‘Premiere’. Una vez trasladado a Premiere, hemos colocado los clips de video (grabaciones) en el ‘timeline’, ordenados de la siguiente manera: **Entradilla – Entrevistas – Salidilla**. Asimismo, hemos recortado la duración y ajustado cada clip, ya que la grabación se ha llevado a cabo en un dispositivo móvil (*smartphone*), en posición horizontal, se ha tenido que rotar la imagen, ajustando así la posición y la escala del clip.

En cuanto a sonido, ha sido vital el hecho de ajustar los niveles y la ganancia, pues la calidad de este no era demasiado buena debido a la simplicidad de las herramientas utilizadas en el proceso de grabación, un lance que hemos de asumir dadas las circunstancias. Aclarar el sonido ha sido toda una gesta que hemos afrontado ajustando a cada momento el audio del clip mediante *keyframes*. Tenemos que mencionar que el reportaje presenta una desincronización entre sonido e imagen, es decir, la voz no se corresponde con la imagen en gran parte de las entrevistas, esto se debe al método de grabación empleado, hecho que genera un fallo de edición al finalizar las entrevistas que no hemos podido salvar. En resumen, el proceso de edición no ha sido nada sencillo a consecuencia de las herramientas utilizadas para grabar el reportaje audiovisual, la baja calidad que ofrece nos ha obligado a corregir, tanto como el software nos ha permitido, los defectos de video y audio.

Como último paso, se ha exportado el archivo (proyecto) con el códec (compresor de audio y video) *H264* en *HD 720.mp4*, con la descripción ‘TFG Audiovisual’. La duración total del reportaje ocupa un tiempo de 1:32:31.

FUENTES

PERSONALES: ENTREVISTAS

Se han realizado un total de 6 entrevistas que componen el reportaje, ergo hemos contactado con 6 fuentes para recabar información y recoger declaraciones que dotasen de sentido nuestro trabajo.

A continuación, nos disponemos a nombrar a las personas entrevistadas y el cargo que ostentan, en el caso de representantes de instituciones públicas, así como aquellas otras personas que amablemente se han prestado a ser entrevistadas dada la relación que éstas mantienen con el sector turístico en la costa de Huelva y que, por consiguiente, se han visto agraviadas de un modo u otro por la crisis sanitaria de la COVID-19:

José Flores	Director del hotel ‘Tui Blue Isla Cristina Palace’	13 de mayo de 2020
Antonio Santana	Dueño del restaurante ‘Mar de Kñas’	21 de mayo de 2020
Manuel Cayuela	Propietario de la agencia de viajes ‘Libe’	26 de mayo de 2020
Juan Manuel Tinoco	Director gerente de la entidad ‘Ilunion’ Huelva	26 de mayo de 2020
Juan Manuel González	Primer edil del municipio de Lepe	28 de mayo de 2020
Natalia Santos	Primera edil del municipio de Ayamonte	8 de junio de 2020

Tabla I. *Fuentes personales.*

Como hemos mencionado anteriormente, las personas entrevistadas se han elegido por su vinculación con el turismo, los testimonios y datos que han podido aportar sobre el sector. De esta manera, hemos de destacar que dos de las personas que han intervenido en el reportaje no han sido las primeras opciones que teníamos entre manos. Concretamente hablamos de los alcaldes de Lepe y Ayamonte, pues en un primer momento contemplamos la idea de entrevistar a los concejales de Turismo de las respectivas localidades. De hecho, en un primer contacto con estas personas, Elena Vélez (Lepe) e Isaac Maestre (Ayamonte), ambas nos dieron el sí a realizar la entrevista por videoconferencia, sin embargo, con el paso de los días fue resultando cada vez más complicado fijar un día en el que poder realizar las entrevistas y, por tanto, la fluidez de la conversación fue disminuyendo. En el caso de Elena Vélez, el volumen de trabajo y las circunstancias personales hicieron inviable citarnos para la entrevista. En cuanto al concejal de Turismo ayamontino, Isaac Maestre, tras un tiempo sin atender a nuestros mensajes a través del chat de *WhatsApp*, volvió a establecer contacto telefónico con nosotros para concretar el día de la entrevista. Desgraciadamente, nunca se produjo tal suceso ya que, por una relevante situación personal, nos comunicó que finalmente no iba a poder atendernos. Por ello, decidimos ponernos en contacto con los primeros ediles de esos municipios, a los cuales no queríamos importunar dado el importante volumen de trabajo y de reuniones que requieren la presencia de estos dos cargos, especialmente en la situación de crisis que vivimos. Juan Manuel González, alcalde de Lepe, nos atendió al instante y la entrevista se llevó a cabo con éxito. La entrevista con Natalia Santos, alcaldesa de la localidad costera de Ayamonte, ha tornado más dificultosa. Tras contactar el primero de junio con su delegada de prensa, Rocío Concepción, no fue hasta el día 8 del mismo mes, a las 10:30 h de la mañana, cuando por fin pudimos abordar la última de las entrevistas con la alcaldesa socialista de Ayamonte. Una semana en la que, por cuestiones de agenda, se fue demorando y precipitando la entrevista hasta días antes de la entrega de este trabajo. Llegamos a plantear incluso el prescindir de esta última intervención, no obstante, después de todo el esfuerzo y el empeño en fijar una entrevista con las fuentes, consideramos poco profesional abandonar en tales circunstancias. Teniendo en cuenta, por supuesto, que la representación institucional de un municipio es una fuente primordial de información para los intereses del reportaje.

Hemos de señalar que el trato con las fuentes personales ha sido, en todo momento, de una cordialidad y un respeto absolutos. Todos han mostrado la máxima predisposición a abordar cada una de las cuestiones que se les han planteado a lo largo de las diferentes entrevistas y en ningún momento ha existido la más mínima reticencia o rechazo a dichas preguntas, un trato del todo profesional a la par que ejemplar, sin más que añadir.

Respecto al orden, nunca se ha premeditado ningún tipo de preferencia, simplemente se han ido realizando según la disponibilidad de cada persona. Durante la segunda semana del mes de mayo, se estableció contacto vía *WhatsApp* con las fuentes para conocer dicha disponibilidad, por lo tanto, a medida que ellas fijaban una fecha para la entrevista, así se iba desarrollando el proceso para construir el reportaje. Sin embargo, el orden que le hemos dado en edición es distinto: en primer lugar, hemos colocado las entrevistas a los dos cargos instituciones, Juan Manuel González y Natalia Santos, quienes brindan una amplia visión del impacto del nuevo coronavirus sobre el turismo, no solo en sus poblaciones, sino en toda la costa de la provincia. A continuación, hemos añadido a José Flores, para conocer la situación de los hoteles de la zona, colectivo notablemente perjudicado por el virus. Acto seguido, hemos colocado al director de 'Ilunion' Huelva, Juan Manuel Tinoco, quien nos aporta un contexto global de los sectores de la zona directamente vinculados al turismo, además de comentar las labores específicas que llevan a cabo en la empresa que representa, a nivel provincial y nacional. Como últimas entrevistas, hemos colocado a los autónomos propietarios de negocios, Manuel Cayuela y Antonio Santana, cuyos establecimientos se han visto duramente golpeados por la crisis económica y social que está dejando el coronavirus. Ambos, proporcionan informaciones concretas de sus distintos colectivos, así como testimonios donde narran la situación en la que se encuentran sus negocios.

Como cuestión a destacar, hemos de decir que la entradilla se grabó durante el transcurso del reportaje, mientras la salidilla, se elaboró tras la última de las entrevistas, una vez tuviésemos toda la información necesaria para crear unas conclusiones coherentes que pusieran el cierre a la labor periodística. Ninguna de ellas ha precisado de un guion cerrado para su materialización, simplemente con los conocimientos que hemos adquirido gracias a la información propiciada por las fuentes, hemos podido abordar sendas grabaciones sin la necesidad de redactar una escaleta.

El planteamiento de las entrevistas es otra de las cuestiones que hemos de poner en valor. Las preguntas a las fuentes han sido previamente concebidas mediante un guion, a modo de escaleta, elaborado con un día de antelación al encuentro telemático con el entrevistado. El cuestionario de cada escaleta ha sido, por lo general, cerrado, de entre 4 y 6 preguntas enfocadas a obedecer los objetivos marcados, cada fuente ha requerido diferentes temas a desarrollar dentro de esta escaleta, pues las preguntas se han planteado según el papel que cada persona juega dentro del marco turístico (director de hotel, primer edil de una localidad, hostelero, comerciante, etc.). Sin embargo, tenemos que poner en evidencia que, en ciertas ocasiones, se han intercalado preguntas fuera de guion al hilo del asunto que estábamos tratando con la fuente, de ahí que nuestro gran reportaje ocupe una extensión considerable. Asimismo, el peso de las entrevistas recae sobre las preguntas previamente redactadas y plasmadas en la escaleta.

Y LAS DOCUMENTALES...

En cuanto a las fuentes documentales, se hallan repartidas entre artículos de portales web y libros de autores expertos en géneros periodísticos. La búsqueda ha sido profunda a la par que laboriosa, algo frecuente en este tipo de procesos, pero donde no hemos encontrado contratiempo alguno, salvo el hecho de ampliar todo lo posible el rango de fuentes documentales para dar toda la credibilidad a la memoria del presente proyecto.

CONCLUSIONES

Tras las diferentes entrevistas realizadas y haciendo uso de las declaraciones y testimonios aportados por las fuentes, podemos sacar las siguientes argumentaciones en relación con los objetivos que persigue nuestro reportaje:

En el municipio de Lepe, se prevé **complicada la organización** para cumplir con los protocolos impuestos por Sanidad una vez entre en la **Fase III**, pues la movilidad entre provincias supondrá un enorme esfuerzo de conciliación para no comprometer la salud en beneficio de las cosechas económicas que supone la entrada de turismo. El primer edil de la localidad afirma que el **sector hotelero** será el que salga **peor parado** de esta crisis sanitaria, debido al exhaustivo control de limpieza y desinfección que requieren los hoteles en todas sus zonas, además del control del personal y de los clientes que se hospeden en ellos. El consistorio lepero ha aprobado, como paquete de medidas, una suma total de **500.000 euros**, de los cuales **100.000** han ido destinados a deudas de **pymes y autónomos**, **150.000 en pagos de basura**, así como también han condonado el pago de las terrazas por todo el año. Las playas de Lepe contarán con todos los dispositivos de seguridad pertinente a partir del día **15 de junio**, en cuanto al aforo, este se limitará acogiéndose a los protocolos de vigilancia y distanciamiento sanitarios, que pueden ir variando según la evolución del virus. La **suspensión de la Romería de la Bella** ha tenido una **evidente repercusión económica** al cortarse una enorme fuente de ingresos para el municipio, por todo lo que gira en torno a la festividad más grande de los leperos. Sin embargo, según Juan Manuel González, ese gasto que los ciudadanos no han llevado a cabo en la Romería, sí puede verse reflejado en el turismo del próximo verano.

Natalia Santos, alcaldesa de la localidad costera de Ayamonte, dejaba claro que la principal fuente de ingresos del municipio es el sector turístico en todos los sentidos, dadas sus **8000 plazas hoteleras**, al que además recientemente han declarado **‘Zona de Gran Afluencia Turística’ a efectos de horarios comerciales**, por parte de la Consejería de Economía. A parte del turismo de sol y playa, la gastronomía, el deporte, la cultura y la **frontera con el vecino Portugal** hacen de Ayamonte una localidad que no para de recibir visitantes. Tan solo han existido **6 casos de COVID-19** en la zona, de los que se lamenta tan solo un fallecimiento. El cierre de los establecimientos ha traído unas **pérdidas económicas de lo más elevadas**, pérdidas que continúan produciéndose.

La consecuencia más considerable que ha tenido que asumir Ayamonte es la cancelación de la **Semana Santa**, una inyección económica por las nubes, que supone el comienzo de temporada alta en el municipio, declarada, además, **Fiesta de Interés Turístico Nacional de Andalucía**. La situación económica que ha heredado el equipo de gobierno del Consistorio ayamontino no es muy favorable, por lo que, para apoyar a los comercios locales, se han centrado en lanzar una **Campaña** para empatizar e insuflar vida a sus **comerciantes**, basada en establecer una fluida y efectiva comunicación, a través de los medios.

En el caso de los hoteles, la herida es profunda, la mayoría de los productos de la costa de Huelva son estacionales, así que los hoteles que abren sus puertas al turismo en **temporada alta** (desde abril hasta octubre) se ven realmente perjudicados. Huelva, Cádiz y Málaga dependen del **turismo nacional**, pero cada vez son más los hoteles que se satisfacen con el **turismo extranjero**, lo que provoca que la incertidumbre se apodere del sector al no saber exactamente qué va a ocurrir con el turismo y cómo se va a desarrollar. Algo positivo a destacar para los hoteles costeros es la **leve incidencia** que el virus ha tenido en la provincia, sumado a la extensa línea de playa con la que cuenta Huelva. El hotel **‘Tui Blue Isla Cristina Palace’**, tenía prácticamente a **todo su personal en ERTE**, salvo a dos personas, de un total de alrededor de **57 trabajadores**. Según el director de este hotel, José Flores, cabe la posibilidad de que no se lleguen abrir más del **50%** de los hoteles de la costa, siendo insuficiente el movimiento del turismo nacional. El director añadía que la ocupación del Isla Cristina Palace podría ser de un **70%** menos que en el pasado año, con unas cifras que no volverían a la normalidad hasta el **2022**. En general, el coronavirus establece dos principales consecuencias de cara a la apertura de los hoteles: la **bajada de precios en la oferta hotelera** y la **poca demanda de alojamiento**.

Tenemos que destacar también que una empresa muy ligada al turismo como **‘Ilunion’ Huelva**, ha dejado de tratar con la clientela habitual de estas fechas para atender, en su servicio de lavandería industrial, **ropa y mantelería** procedentes de hospitales, **infectadas** además por el virus de la COVID-19. Lo normal para la empresa en este periodo sería trabajar con los hoteles de la costa, que ya estarían cubiertos de una alta demanda de clientes. En total, la empresa trabaja con una actividad del **30%** con respecto a circunstancias normales, además de tener en plantilla tan solo un tercio de los trabajadores activos. En temporada alta disponen de unos **150 trabajadores** en la empresa, tras el coronavirus quedan alrededor de **50**.

Manuel Cayuela, autónomo propietario de una **agencia de viajes**, afirma que en **22 años** que lleva dedicándose al turismo, no ha conocido nunca una crisis económica y social tan grave como la que estamos viviendo. Desde el punto de vista del sr. Cayuela, los **600/800 euros** que el Gobierno presta a los autónomos para aliviar el varapalo económico, no es suficiente, con más razón aún para las **familias de uno o dos hijos**. La posible apertura de fronteras a partir del día uno de julio es un hecho vital para la economía de Ayamonte, dado su carácter **fronterizo**, el turismo luso contribuiría notablemente en la recuperación de comercios como la agencia de viajes ‘Libe’, de ahí que Manuel se encuentre a la espera, con ansias de que esto suceda cuanto antes.

La **hostelería** tampoco lo tiene nada fácil, dueños de restaurantes como Antonio Santana tienen que lidiar con **grandes modificaciones y reajustes** en su establecimiento para poder cumplir con los protocolos de Sanidad. El dueño del ‘**Mar de Kñas**’ se halla con una incertidumbre sin par al no saber qué rumbo tomarán los acontecimientos durante el verano, su restaurante continuaba con el cierre echado a la espera de terminar con la implantación de las medidas de seguridad. Lo que Antonio sí conoce, sin lugar a duda, es que para que su establecimiento sea **rentable** tiene que haber al menos un **70 u 80%** de **ocupación** total en él.

ANEXO

ESCALETA: PREGUNTAS A LAS FUENTES

ENTREVISTA I: JOSÉ FLORES, DIRECTOR DEL HOTEL 'TUI BLUE ISLA CRISTINA PALACE'.

1. ¿Cómo diría usted que es de profunda la herida que está causando la crisis sanitaria del Coronavirus sobre el sector hotelero en la costa de Huelva?
2. ¿De qué manera está gestionando su hotel esta crisis? ¿Qué medidas estáis implantando?
3. ¿En qué situación se encuentran los trabajadores del hotel? ¿Cuántos 'ERTES' se han visto obligados a solicitar?
4. ¿Qué pérdidas económicas estima que se podrían alcanzar mientras no se ataje definitivamente la pandemia?
5. ¿Qué escenario se plantea para el verano?
6. ¿Cuánto tiempo cree que se tardaría en recuperar lo que se ha perdido, económicamente hablando?

ENTREVISTA II: ANTONIO SANTANA, RESTAURANTE 'MAR DE KÑAS'.

1. Siendo propietario de un restaurante en primera línea de playa, ¿cómo estáis haciendo frente a esta crisis de la COVID-19?
2. Como empresario, ¿qué te parecen las medidas que el Gobierno está tomando de cara a la hostelería?
3. ¿Os sale rentable abrir el negocio en estas condiciones?
4. ¿Qué pasos pensáis dar con vistas al verano? ¿Cómo lo vais a hacer?
5. Tú que eres natal de la zona y conoces al consumidor que viene de fuera a consumir nuestros productos, ¿cómo piensas que esta crisis va a afectar al sector hostelero de la costa de Huelva?

6. Véndeme tu negocio. *(LLAMAMIENTO, GARANTIZAR LA SEGURIDAD, EXQUISITEZ).

ENTREVISTA III: MANUEL CAYUELA, AGENCIA DE VIAJES 'LIBE'.

1. Desde el punto de vista de un autónomo cuyo negocio de alimenta puramente del turismo, ¿cómo está viviendo la crisis de la COVID-19?
2. ¿Diría que es la mayor crisis económica que ha enfrentado?
3. ¿Qué le parecen las medidas que se llevan a cabo desde el Gobierno para aliviar la economía de los autónomos? ¿Qué alternativa plantearía usted a estas medidas?
4. Teniendo en cuenta que el verano está a la vuelta de la esquina, ¿cómo ve el panorama? ¿Cuándo y cómo va a arrancar la Agencia?

ENTREVISTA IV: JUAN MANUEL TINOCO, DIRECTOR 'ILUNION' HUELVA.

1. ¿A qué se dedica su empresa?
2. Durante este periodo de crisis sanitaria, ¿en qué lugar considera que ha quedado el sector turístico? ¿Qué grupo dentro del turismo es el que sale peor parado?
3. Desde su empresa, ¿cómo se está dirigiendo esta situación?
4. A qué clientela estáis prestando más servicios a día de hoy? ¿Qué sería los habitual en estas fechas?
5. ¿Cómo va a vivir ILUNION Huelva este verano a diferencia de los anteriores?

ENTREVISTA V: JUAN MANUEL GONZÁLEZ, ALCALDE DE LEPE.

1. ¿En qué situación se encuentra el sector turístico en el Municipio de Lepe, en estos momentos, tras la incidencia de la pandemia de COVID-19?
2. Qué colectivos dentro del sector se encuentran más afectados?
3. ¿Cuáles son las medidas que se han llevado a cabo desde el Consistorio, hasta ahora, para minimizar las pérdidas en el turismo?

4. ¿Qué va a ocurrir este verano con las playas? ¿Cómo se va a trabajar el tan necesario distanciamiento social?
5. La fiesta más grande de los leperos y, al mismo tiempo, la que atrae más visitantes de todas partes, La Romería de la Bella, no ha podido celebrarse este año, ¿qué supone este hecho para la localidad tanto en lo económico como en lo social?
6. ¿Cómo cree que va a desarrollarse o se debe desarrollar el turismo en Lepe a partir de ahora, mientras dure la crisis sanitaria del coronavirus?

ENTREVISTA VI: NATALIA SANTOS, ALCALDESA DE AYAMONTE

1. Grosso modo, ¿cuál es la importancia del turismo para la localidad costera de Ayamonte y cómo se traduce esta importancia en la provincia de Huelva?
2. ¿Qué nivel de incidencia diría que ha tenido la crisis sanitaria del coronavirus sobre el turismo en Ayamonte? ¿A qué cifras se elevan las pérdidas económicas?
3. Esta pandemia ha tenido, entre otras consecuencias, la suspensión de eventos como la Semana Santa, ¿qué supone para la economía ayamontina esta suspensión? ¿Y en el ámbito social?
4. ¿Qué medidas se están adoptando desde el Ayuntamiento para contrarrestar la crisis económica en el sector del turismo?
5. ¿Cómo se refleja el impacto de la COVID-19 en aquellos negocios de autónomos que se alimentan de la afluencia turística? ¿Cómo se ven afectados? ¿Qué soluciones existen para estas personas?
6. ¿Cuál es la previsión para el turismo ayamontino de cara al próximo verano y para lo que resta de año? *(CÓMO FOMENTAR EL TURISMO, SEGURIDAD DEL TERRITORIO).

AGRADECIMIENTOS

No puedo dar por concluido este Trabajo de Fin de Grado sin hacer un ejercicio de agradecimiento sincero a todas las personas que desinteresadamente y con él único propósito de hacer un gran favor a este humilde aprendiz de periodista, han sacado unos minutos en tiempos de pandemia, para atender mis preguntas con las que espero, no haber incomodado en ningún momento a ninguno de mis colaboradores, si así hubiera sido, y hubiera incurrido yo en esa mala praxis, espero sepan disculpar a este estudiante que creyó ser periodista.

Han tenido la deferencia de recibirme en tiempos de pandemia, sí , con todo el significado de lo que la palabra engloba, (permítanme un leve recordatorio para que a nadie se le olvide el infierno por el que hemos pasado: confinamiento, enfermos en masa, falta de recursos de todo tipo, personas temblorosas por los suelos de los hospitales esperando atención, médicos, enfermeras y celadores volando por los pasillos del caos, ambulancias volando por calles vacías, residencias de mayores fulminadas, borradas del mapa, la agonía, la soledad, la muerte, la impotencia, la desolación, las lágrimas...).

Pero como muy bien está reflejado en nuestro refranero español, cuna de verdades como puños, cuna del saber popular , “no hay mal que dure cien años ni cuerpo que lo resista “, y gracias al comportamiento civilizado, coherente y responsable de la gran mayoría de las gentes que pueblan este gran país, que no sé porque todavía siento que porta a sus espaldas la pesada mochila del complejo de inferioridad frente a otras naciones, estamos saliendo, estamos cambiando las cifras y estamos doblgando la famosa curva.

Sin más preámbulos, paso a nombrar las personas que han hecho posible que un servidor haya podido realizar este trabajo, que ojalá me proporcione alcanzar mi objetivo que no es otro que conseguir mi título en periodismo con la ilusión que solo tenemos los ilusos, la de poder ejercer tan noble actividad, si la suerte, mi talento y mi tesón me lo permiten.

Excelentísima/o señora y señor alcaldesa y alcalde del municipio de Ayamonte y Lepe, que cuando más trabajo han tenido que dedicar a sus respectivas localidades dadas las circunstancias excepcionales, han tenido la amabilidad de atender mis preguntas... gracias.

A los señores Don Antonio Santana copropietario del restaurante ‘Mar de Kñas’ en La Antilla (Lepe) y Don José Flores, director del hotel ‘Palace’ de Isla Cristina, quienes pasando por las dificultades derivadas de tener que someter a su personal y someterse ellos mismos a un ERTE, así como cerrar sus negocios tanto por impositivo legal como por responsabilidad para con la salud de sus trabajadores, familias y de ellos mismos. La incertidumbre y la preocupación por no saber cómo iba a ser el futuro de sus negocios, trabajadores y todas las familias que dependen directa e indirectamente de ellos, no fueron excusa para dedicarme unos minutos y contestar mis preguntas... gracias.

Sr. Juan Manuel Tinoco, director de la planta de lavandería industrial ‘Ilunion’ Huelva, empresa proveedora de un servicio esencial de lavado, procesamiento y posterior entrega de ropa hotelera, empresarial y hospitalaria.

Como consecuencia de la normativa gubernamental a causa del impacto de la COVID-19, los hoteles y muchas de las empresas que eran proveedoras de este servicio por ‘Ilunion’ lavanderías se vieron obligados al cierre, con las posteriores consecuencias que eso conllevaría, Expedientes de Regulación de Empleo que tuvieron que aplicarse de modo discrecional a todos los trabajadores de las lavanderías y tratar de mantenerlas abiertas ya que su labor se convirtió en esencial, aun habiéndolo sido siempre, en este momento clave y sin precedentes los trabajadores de las lavanderías industriales se habían convertido en trabajadores de primera línea, héroes, como los transportistas, los operarios de supermercados, los farmacéuticos, etc.

Así, hubo que hacer un esfuerzo faraónico para conseguir mantener la planta abierta contra todo pronóstico, porque abastecer a los hospitales de ropa limpia era ahora la prioridad y así fue como se emprendió la empresa más importante que hasta la fecha se había llevado a cabo en el sector.

Ningún héroe dice nunca no cuando se trata de ayudar al que más sufre, los enfermos, los médicos, los enfermeros, ellos, los que se estaban dejando la vida en los hospitales para salvarnos... a ellos no se les podía fallar, todos tenían miedo pero nadie dio un paso atrás, así fue como esos trabajadores con sus EPIS (Equipo de Protección Individual), cual astronautas, comenzaban cada día su jornada sabiendo que estaban aportando su granito de arena para que la cadena no se rompiera y todo saliera bien.

Pues en medio de todo este caos gestionando la ropa que llegaba infectada de COVID, organizando un exhaustivo control de seguridad para proteger a todos los trabajadores, máxime a los lavaderos de ropa hospitalaria y conductores encargados de recoger y entregar dicha ropa, peleando con los números que no salían, con la planta llena de técnicos que dibujaban en el suelo pasillos de entrada y de salida que precintaban zonas, que instalaban dispensadores...

El sr. Tinoco tuvo el gesto de recibirme y atender mis preguntas... gracias.

Por último, el sr. Manuel Cayuela Martín, propietario de una agencia de viajes en la Ciudad de Ayamonte.

Está en el conocimiento de todos que el auge de las nuevas tecnologías mantiene este sector castigado con el látigo de la casi indiferencia, aun así, siendo esta agencia de viajes 'Libe', una de las dos únicas agencias de viajes que coexisten en la misma localidad ha sabido, tirando de ingenio y muchas horas de trabajo, mantenerse activa, tarea nada fácil dadas las circunstancias.

Pues las circunstancias empeoraron a causa de la COVID-19 y el sr. Cayuela se vio abocado al cierre de sus instalaciones para acogerse a la prestación por Cese de Actividad ya que, al ser autónomo, era la única forma de asegurarse unos ingresos mínimos que le permitiera al menos hacer frente a las necesidades básicas.

Bien, pues a pesar de las sucesivas crisis, derivadas unas de otras, el encierro, la desesperación de ver cómo el negocio dónde has invertido toda tu vida se ha ido al garete y sin ver luz al final del túnel, el señor Manuel Cayuela muy amablemente abrió su negocio para prestarse a mis seguramente impertinentes preguntas... gracias de nuevo.

A todos ellos, que la felicidad y la suerte les acompañen.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DOCUMENTOS WEB:

ARROYO, J. (2020). “Coronavirus: infectados en España y la evolución del brote desde el origen”. *Redacción médica*. Consultada el 25 de abril de 2020, en <https://www.redaccionmedica.com/secciones/sanidad-hoy/coronavirus-infectados-espana-y-evolucion-covid19-desde-origen-4148>

CANALÍS, X. (2019). “El turismo es el sector que más riqueza aporta a la economía española”. *Hosteltur*. Consultada el 27 de abril de 2020, en https://www.hosteltur.com/130893_el-turismo-el-sector-que-mas-riqueza-aporta-a-la-economia-espanola.html

CARVAJAL, A. (2020). “Desescalada en España: qué se puede hacer y cuándo en las 4 fases”. *El Mundo*. Consultada el 13 de mayo de 2020, en <https://www.elmundo.es/espana/2020/05/11/5eb9284921efa06c198b4589.html>

CUÍDATE PLUS. (2020). “Coronavirus”. Consultada el 25 de abril de 2020, en <https://cuidateplus.marca.com/enfermedades/infecciosas/coronavirus.html>

EL AUTONOMO.ES. (2020). “Prestación extraordinaria por cese de actividad”. Consultada el 7 de junio de 2020, en <https://www.elautonomo.es/es/prestacion-extraordinaria-cese-actividad>

FEDERICO FLORIO, L. (2020). “¿Qué es un ERTE y cuáles son tus derechos como trabajador?”. *La Vanguardia*. Consultada el 7 de junio de 2020, en <https://www.lavanguardia.com/economia/20200320/474272215730/erte-empleo-paro-derechos-trabajador-que-es-cobrar-seguridad-social.html>

GUTIÉRREZ, H. (2020). “El sector turístico español da por perdido el verano”. *El País*. Consultada el 27 de abril de 2020, en <https://elpais.com/economia/2020-04-11/el-sector-turistico-espanol-da-por-perdido-el-verano.html>

RAMÍREZ, I. (2019). “Cómo grabar videollamadas de WhatsApp”. *Xataka Android*. Consultada el 12 de mayo de 2020, en <https://www.xatakandroid.com/comunicacion-y-mensajeria/como-grabar-videollamadas-whatsapp>

RTVE (2020). “Guía de la desescalada: ¿Qué puedo hacer en cada fase?”. Consultada el 29 de mayo de 2020, en <https://www.rtve.es/noticias/20200528/guia-fases-desescalada/2013020.shtml>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD. (2020). “Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19)”. Consultada el 25 de abril de 2020, en <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>

LIBROS O ARTÍCULOS IMPRESOS:

ABC (1995): *Libro de estilo*, Barcelona, Ariel.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano (1992): *Géneros informativos audiovisuales*, Madrid, Ciencia 3.

EL PAÍS (1996): *Libro de estilo*, Madrid, Ediciones El País.

GRIJELMO, Álex (2014): *El estilo del periodista*, Madrid, Taurus.

LÁZARO CARRETER, Fernando (1998): *El dardo en la palabra*, Barcelona, Galaxia Gutenberg/Círculo de Lectores.

MARTINEZ ALBERTOS, José Luis (1977): *El mensaje informativo (periodismo en radio, TV y cine)*, Barcelona, A.T.E.

MARTÍN VIVALDI, Gonzalo (1993): *Géneros periodísticos*, Madrid, Editorial Paraninfo.

TORÁN PELÁEZ, Luis Enrique (1982): *La información en TV*, Barcelona, Mitre.