

SEGOVIA EN INSTAGRAM

1. La Consejería de Turismo de Castilla y León ha convocado un concurso de ideas para promocionar el turismo chino en la región. Se pretende que la riqueza artística, medioambiental y gastronómica de la región sea conocida por el creciente número de turistas chinos que vienen a España.
2. Se ha pensado que la promoción del turismo chino en Segovia puede constituir el ensayo de un modelo que, de dar buenos resultados, puede extenderse a otras ciudades de la comunidad autónoma.
3. La Consejería considera que la promoción tradicional y convencional del turismo está agotada. Por eso plantea la necesidad de recibir propuestas que contribuyan a hacer que la ciudad de Segovia resulte más atractiva al público chino.
4. Como consecuencia de todo lo anterior, ha planteado a las agencias de publicidad interesadas que presenten sus propuestas, de acuerdo con los siguientes requisitos:
 - a) Cada agencia de publicidad que participe deberá abrir una cuenta en Instagram, con un nombre que resulte atractivo y que guarde relación con los atractivos de todo orden que posee la ciudad de Segovia.
 - b) En la cuenta de Instagram se deberán colgar diez impactos representativos de la ciudad de Segovia. De esos diez impactos, cuatro deben ser fotografías que representen imágenes características de la ciudad, su forma de vida, sus costumbres, día a día; y seis pequeños vídeos en los que se ofrezca una aproximación rigurosa y comercialmente atractiva de seis de los principales monumentos de la ciudad.
 - c) Para realizar los seis vídeos las agencias deberán seleccionar seis monumentos que representen los principales componentes históricos, artísticos y culturales de la ciudad: Imperio romano, arte románico, arte gótico, comunidad judía sefardita, Reyes Católicos, rebelión de los comuneros de Castilla.
5. El procedimiento a seguir será el siguiente:
 - Cada Agencia estará integrada por un grupo de entre cinco y seis profesionales. Corresponde al Ilmo. Sr. Consejero de Turismo la formación de los grupos (aparecen relacionados en el Anexo I. No se admite ningún tipo de cambio en la composición de los grupos.
 - Cada agencia debe crear su cuenta de instagram con antelación a la realización del reportaje.

- La primera foto subida a la cuenta deberá consistir en una foto del grupo de profesionales que integran la agencia.
 - La Consejería de Turismo de Castilla y León será informada mediante whatsapp, de la cuenta de instagram creada por cada agencia.
 - Las agencias deberán proveerse de un plano turístico de la ciudad de Segovia, bien a través de internet, bien accediendo a la Oficina de Turismo de la ciudad.
 - Una vez provistos del mapa, las agencias deben planificar su recorrido, seleccionando los monumentos que van a ser los protagonistas de sus vídeos. La información relevante los monumentos es muy fácilmente accesible a través de internet.
 - Los grupos deberán realizar el rodaje siempre juntos. No está autorizado el realizar el recorrido conjuntamente con otras agencias.
 - Todos deberán atender las indicaciones de los responsables de la Consejería de Turismo y acudir en las horas señaladas a los puntos de encuentro que les serán indicados.
6. La Consejería de Turismo estará muy atenta al proceso de subida a instagram de las fotografías y vídeos.
7. Los reportajes serán calificados de acuerdo con los siguientes criterios:
- a) Rigor histórico de la información manejada. Acierto en la selección de los seis monumentos representativos.
 - b) Originalidad del enfoque y carácter didáctico de las explicaciones.
 - c) Implicación de todos los componentes del equipo.
 - d) Carácter comercial al ensalzar los valores culturales y artísticos de la ciudad de Segovia.
 - e) Profesionalidad. Calidad de las fotografías y de los vídeos. La frivolidad y el postureo narcisista serán especialmente penalizados.
8. El presupuesto para la realización del reportaje de la ciudad no debe superar los 5 € por persona. El Alcázar de Segovia no debe de ser visitado en su interior; el precio de la entrada a la Catedral de Segovia es de 3 €; el precio de la entrada al centro didáctico de la judería es de 1,5€.
9. Páginas recomendadas de consulta.

<http://www.turismodesegovia.com/que-ver/monumentos/>

<http://historiaespana.es/edad-antigua/acueducto-de-segovia>

http://www.arteguias.com/romanico_segovia.htm

<https://catedralsegovia.wordpress.com/>

http://www.biografiasyvidas.com/biografia/b/bravo_juan.htm<http://www.alcazardese.govia.com/>

<http://juderia.turismodesegovia.com/es/espacios-visitables/centro-didactico>

ANEXO: COMPOSICIÓN DE LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD

GRUPO A:

1. Irene Alcaraz, Amiru Barbero, Hugo Baumier, Alonso Corona, Miguel Domínguez y Ana Galindo.
2. Pablo Gámez, Adriana García, Carlota Manzanaque, Sara Mendoza, Ángela Moreno
3. Paola Mundilla, Íñigo Rolando, Miriam Sánchez, Laura Teruel, Paola Tubilla, Álvaro Valle.

GRUPO B:

4. Alexandra Barak, Álvaro Barrasús, Álvaro Blanco-Argibay, Mateo Cristóbal, María Laura Díaz, Manuel Feijoo
5. Luis Fernández, David Ferrer, Valentina García, Jacobo Giquel, Álvaro González, Luca Gorga.
6. Javier Kessler, Marcos Maestú, Nuria Martín, Álvaro Minguito, Elena Monnge, Sara Pérez.
7. Luca Renzoni, Javier Rico, Blanca Sabater, Carlos Salvador, Gabriel Walker.

GRUPO C:

8. Jorge Alonso, Rosana Cabrera, Adrián Feliciamo, Álvaro Fernández, Raquel García, Jorge García.
9. Alejandro González, Adriana Gorga, Mónica Granados, Jaime Hacha, Celia López
10. Jose Navalpotro, María Pastor, Marta Rodríguez, Eduardo Rossi, Paula Ruiz.