

TREBALL FINAL DE GRAU

GRAU DE PERIODISME

CABANYALITZATS

Modalitat C. Elaboració de productes periodístics finalitzats



Nom: Laura Jiménez Carbonell

Nom del blog: Cabanyalitzats

Tutora: Nuria Tirado Pascual

URL: <https://cabanyalitzatspremsa.wixsite.com/cabanyalitzats>

Facebook: @cabanyalitzats

Twitter: @cabanyalitzats

Data de creació: 24/4/2017

Temàtica: Publicació digital especialitzada en el barri del Cabanyal

Curs: 2016/2017

Abstract:

Cabanyalitzats is a digital publication specialized in the Cabanyal neighborhood. This neighborhood of seafaring tradition located in the city of Valencia a few meters from the beach La Malvarrosa has been for years subject to political will. In 1997 the old Valencian government announced the PEPRI an urban plan that sought to demolish more than 1600 houses to prolong the avenue Blasco Ibañez.

During this period of time, the neighbours grouped in neighbourhood platforms fought for the survival of their neighbourhood and to keep alive all the houses, many of them in Art Nouveau style. Also, other institutions such as the World Monument Found or Tribunal Superior de Justicia described the plan as a plunder and managed to delay its execution.

Today, years later the neighbourhood goes through a new stage. In 2015, with the arrival of the new government, the plan was annulled and the rehabilitation process started. At first glance this change is positive especially considering that the neighbourhood has quite high vulnerability indexes. However, many voices warn that rehabilitation it entails another threat to gentrification.

This term refers to a socio-economic process characterized by the displacement and replacement of the original population of an area by a higher social class. In addition, there is a transformation in the dynamics of urban growth characterized by the emergence of hotel businesses or focused on leisure and tourism.

Given the activity of the neighbourhood in all its social, cultural and political spheres, it has been considered that its agenda is of journalistic interest and may provide a sufficient volume of content to devote a means of communication. It should be noted that his digital character responds to the current communicative picture led by new technologies and the internet which have modified the journalistic world and have given way to digital journalism defined by three unique aspects: hypertextuality, interactivity and multimedia.

Cabanyalitzats aims at providing information to all types of people with Internet access and with knowledge of Valencian, about the current situation and the cultural calendar of the neighborhood as well as to deepen through journalistic pieces in the subject of gentrification. This theme has, in effect, a considerable weight in the media. Likewise,

Cabanyalitzats

the use of Valencian in all published pieces, aims to claim the use of this language in the local media.

Cabanyalitzats plans to publish a minimum of three weekly publications. However, the number and content of post it depends on calendar.

In order to start Cabanyalitzats it was necessary to analyze the existing models and publications related to Cabanyal to delimit with accuracy the thematic strategy and the desing of this digital publication. The analysis led to the following conclusions. On the one hand that there is no specialized media in the Cabanyal and, on the other hand, that Cabanyal neighbours get involved in the communicational processes and generate debate. They use to use social networks to generate content responding to the practise of citizen journalism.

After selecting the contents, analyzing the competence and determining the objectives, the name of the publication was chosen. It was important that name included the word Cabanyal to enable the user to find easier this media and also, to identify automatically this media with the district of Cabanyal.

Cabanyilzats has been designed with the platform Wix (free versión). The main colours of the website are green and blue because they predominate in the tiles of the modernist houses of the Cabanyal. As they are visually powerful, white, gray and black have been chosen for everything related to publications and texts.

The site is divided into three sections: Actualitat, Agenda Cultural and Contacte. Actualitat is focused on the main news and reportages that take place in the district. The post appears in order of publication from the most recent to the oldest. In Agenda Cultural, users are provided with information as the location or the timetable about the main events in Cabanyal. Contact explains what this media is, what are his goals and the audience who is aimed. In this section readers can also contact with Cabanyalitzats sending an email to ask any type of question.

It's important to point out that all publications are provided with links and hiperlinks in order to comply with the principle of hipertextuality. The links has serves to contextualize information and address issues related to the news furthermore they are easily identifiable by the user because the text appears with underlined and he has only to press the button. In addition, all information is devoted to images and different

Cabanyalitzats

formats are combined: video and text, audio and text...So it can be stated that Cabanyalitzats and meets the multimedia requirement.

Social networks Facebook and Twitter have been used to maintain interaction with the public, to initiate a direct contact with the reader and also to distribute the content. All the information post on Cabanyalitzats's website is published immediately on these social networks. As well, on the website the reader can share directly by simply clicking the button. With the goal of having a good position in Google, each post contains tags.

Before starting to write, it was essential to make a research about Cabanyal (number of people, history, social problems, official data) and also about gentrification. Since gentrification is a complex issue the investigation in this area has been deeper. The next step was contact with the sources. It was not difficult because all of them accept to be interviewed. In others cases, it has been used press releases to make the news.

The cost has been very low because university provides the material (camera, programs, edition tolos).Wix has been also free. Most of the expenses are related with public transport to move to the places where interviews take place or with the ticket of the train to go to university to take material.

Time has been the main limitation. As the same time I was developing Cabanyalitzats, I was also doing the final project of publicity and working as a trainee in an advertising agency for that reason i could not go to events held in Cabanyal during the morning.

I have had more problems linked to the technical part than problems in the textual elaboration. The result of the audiovisual reportage would improve if i had done static shot.

Likewise, I think that in the interviews I have to be more concrete. I have interviews that last an hour and although they are very interesting, they have too much content and then it's difficult to select information.

All in all, it has been a good experience. I have learnt to manage the sources, to know the journalistic routine, and to realise the importance of the social networks in but also I have discovered which are my strengths and my weaknesses professional.

ÍNDEX:

1. Introducció	
1.1 Presentació del producte.....	5
1.2 Contextualització.....	5
1.3 Interés del producte.....	6
1.4 Objectius.....	7
1.5 Target.....	8
2. Fase de preproducció	
2.1 Anàlisi de la competència.....	8
2.2 Selecció de continguts.....	10
2.3 Temporalitat.....	11
2.4 Materials i ferramentes.....	12
2.5 Despeses.....	12
3. Fase de producció	
3.1 Disseny de la publicació.....	13
3.2 Estructura.....	13
3.3 Criteris del periodisme digital.....	14
3.4 Investigació, documentació i gestió de fonts.....	15
4. Fase de postproducció	
4.1 Tècniques de postproducció i programes utilitzats.....	17
4.2 Difusió dels continguts.....	17
5. Valoració final	
5.1 Limitacions.....	18
5.2 Millores.....	19
5.3 Experiència personal.....	19
6. Bibliografia.....	21
7. Annex.....	22

1.Introducció

1.1 Presentació del producte.

Cabanyalitzats és una publicació digital especialitzada en el barri del Cabanyal de la ciutat de València.

1.2 Contextualització

El Cabanyal pertany al districte de Poblats Marítims i el padró de l'Ajuntament de València en l'any 2016 xifra en 23,493 el nombre d'habitants. De tradició marinera conseqüència de situar-se a escassos metres de la platja, compta també amb un important patrimoni modernista. Es calcula que al voltant de 300 cases del barri segueixen aquest corrent artístic. (Bens i Carrion, Caballero, & Pascual, 2015)

La història i evolució del barri està marcada entre altres coses, pel PEPRI (Plan Especial de Protección y Reforma Interior). Aquest pla de caràcter urbanístic impulsat per l'anterior govern valencià del PP volia enderrocar més de 1600 habitatges del barri per tal de prolongar l'avinguda Blasco Ibañez.

Des que es va fer públic aquest pla l'any 1997, la supervivència del Cabanyal ha estat amenaçada i fins i tot, ha depés de voluntats polítiques. En conseqüència, el barri va desenvolupar una forta resistència veïnal que s'oposava al pla. A més, altres institucions de referència com World Monument Found o el Tribunal Superior de Justícia van qualificar el projecte com un espoli. Aquest fet va propiciar que l'execució del PEPRI es retardara encara que l'ambició per part d'aquell govern seguia latent.

Les eleccions de València en 2015 van canviar el panorama polític de la ciutat amb l'entrada d'un nou govern tripartit (Compromís, Valencia en Comú i PSOE) i aquest mateix any, l'Ajuntament va anunciar la derogació del PEPRI. A partir d'aquell moment, el Cabanyal s'endinsa en una nova fase: la rehabilitació.

La societat gestora pública Pla Cabanyal és l'encarregada de dur a terme aquest procés rehabilitador i compta amb ajudes per part de la Generalitat, del Ministeri i del Fons Europeu. Tot i que aparentment, aquesta revitalització és favorable per al barri, són diverses les veus que alerten d'una possible conseqüència negativa: la gentrificació.

Aquest terme impulsat en 1964 per la sociòloga britànica Ruth Glass, fa referència a un procés socioeconòmic derivat de les pràctiques urbanístiques neoliberals i que comporta com a conseqüència final el desplaçament i la substitució de la població original d'una zona per una classe social superior. Així mateix, es produeix una transformació en les dinàmiques de creixement urbà caracteritzades per l'aparició de negocis hotelers o enfocats a l'oci i destinats sobretot al turisme (Santamarina, 2009).

Aquesta situació hi ha obert un nou debat. Algunes associacions com Espai Veïnal Cabanyal afirmen que el barri ja està immers en aquest procés i crítica al govern actual per portar a terme pràctiques que impulsen la gentrificació. Altres com Salvem El Cabanyal ho neguen, però són conscients que el barri és susceptible de ser gentrificat.. Paral·lelament, entre el mateix govern tripartit s'observen discrepàncies i punt de vista diferents respecte a la gentrificació.

1.2 Interés del producte.

Davant la agitada activitat del Cabanyal en tots els seus àmbits s'ha considerat que la seua agenda és d'interés periodístic i pot aportar un volum suficient de continguts per a dedicar-li un mitjà.

El caràcter digital de Cabanyalitzats, respon al nou paradigma comunicatiu impulsat per les noves tecnologies i liderat per internet qui ha modificat el panorama periodístic i ha donat pas al periodisme digital definit per tres aspectes singulars i diferencials: la hipertextualitat, la interactivitat i el caràcter multimèdia (Fondevila, 2014).

En efecte, el tradicional model comunicatiu de Laswell (emissor - canal/ missatge - receptor) s'ha posat en tela de judici i ha sorgit un nou model comunicatiu caracteritzat pels actors que interactuen des de qualsevol punt amb feedback en temps real. Es a dir, mitjans i usuaris es comuniquen constantment i el missatge es configura al volant dels individus (García-Avilés, 2017).

Cabanyalitzats

Cabnyalitzats ha tractat en tot moment adapatar-se al mòdel comunicatiu actual i respondre de la millor manera a l'audiència. En aquest sentit, les xarxes socials Twitter i Facebook del mitjà han jugat paper fonamental i fins i tot, han actuat com a distribuïdors de continguts i han tractat d' aconseguir l'interactivitat dels usuaris. A més, tal com sostenen Amparo López- Meri i Andreu Casero, les xarxes també han contribuït a construir l' identitat digital del periodista i la marca personal del mitjà , establint llaços amb els seguidors i guanyant autonomia (García- Avilés, 2017).

Per últim, cal afegir que a conseqüència de la crisi en España i per tal de reduir costos, la professió periodística també ha patit modificacions i ha obert camí al “periodista orquestra”, un professional polivalent encarregat de múltiples funcions (González Molina, & Ortells Badenes, 2012). El periodista és redactor, càmera, editor, *community manager*, dissenyador.... En Cabanyalitzats es considera que s'ha complit aquest paper de periodista orquestra ja que el treball de selecció de fonts, redacció, fotografia, edició de imatge, so i vídeo, gestió de xarxes socials i disseny del *site* ha recaigut en una sola persona.

1.4 Objectius

- Desenvolupar una publicació especialitzada en l'actualitat i agenda cultural del Cabanyal.
- Aprofundir en la temàtica de la gentrificació, ja que és un tema rellevant que està generant debat al barri.
- Convertir-se en un mitjà de referència en el barri del Cabanyal i aconseguir en un any almenys, 2000 seguidors en la pàgina del Facebook del mitjà en qüestió.
- Reivindicar l'ús del valencià en els mitjans de comunicació locals.
- Posar en pràctica els coneixements i les aptituds adquirides al llarg del grau de periodisme.

1.5 Target

Aquesta publicació digital va dirigida a qualsevol persona, de qualsevol edat interessada en el Cabanyal i amb accés internet. Atès que la llengua emprada és el valencià, el mitjà va dirigit a persones amb coneixements d'aquest idioma. Cal remarcar que es pressuposa un major interès per part dels veïns del Cabanyal o activistes del barri com poden ser les plataformes veïnals.

2. Fase de preproducció

2.1 Anàlisi de la competència

Abans de posar en marxa el disseny de la publicació, va resultar necessari analitzar els models i les publicacions existents per tal de delimitar amb exactitud la línia temàtica i l'aspecte del producte periodístic online.

Prèviament, cal dir novament que des que es va anunciar el PEPRI fa ja divuit anys, el Cabanyal ha estat sotmès a les decisions i voluntats polítiques i a hores d'ara amb l'actual govern i el pertinent procés de rehabilitació, el barri continua present en l'agenda política.

Per aquest motiu, tot allò relatiu al barri forma part de l'agenda setting i tant mitjans nacionals com locals dediquen informacions relatives al Cabanyal.

Com a mitjans de comunicació, destaca en primer lloc Radio Malva, una emissora autogestionada que pertany a la Red de Radios Libres i sustentada mitjançant aportacions individuals, esdeveniments i quotes periòdiques dels programes y persones que formen part del projecte.

La seua línia temàtica és prou variada i no es centra únicament en l'actualitat relativa als Poblatos Marítims sinó que tracta altres temàtiques. La seua programació es compon de programes sobre cultura i música, programes de divulgació filosòfica, programes dedicats a l'anàlisi de formes polítiques alternatives així com programes dedicats a aspectes de la societat actual com ara, el feminisme, l'homofòbia o la xenofòbia. Sol tractar-se de debats al voltant d'un tema concret on cada participant aporta el seu saber.

Cabanyalitzats

Radio Malva té pàgina web pròpia amb informació relativa a l'emissora (programació, podcast, història, agenda cultural...) encara que aquesta té un disseny prou atractiu i poc intuïtiu. També presenta perfils corporatius en Facebook i en Twitter.

En segon lloc, es van analitzar les versions digitals dels mitjans generalistes. Tal com s'ha explicat anteriorment, el Cabanyal forma part de l'agenda setting motiu pel qual mitjans nacionals com El País, El Mundo o La Vanguardia informen d'assumptes lligats sobretot a l'agenda institucional i econòmica.

Tanmateix, aquests mitjans han elaborat algun reportatge del Cabanyal qualificant-lo com un barri de moda. Convé destacar que totes les publicacions relatives al Cabanyal estan aglutinades en l'edició de la Comunitat Valenciana.

En el cas dels mitjans locals com Levante, Las Provincias o Valencia Plaza el volum d'informacions relatives al barri és més ampli. S'inclouen per exemple, informacions relatives a conflictes veïnals o derivats la degradació social del barri.

Las Provincias té una secció dedicada als barris de València però no hi ha una en concret dedicada al Cabanyal. Aquest fet no ocorre ni en el Levante ni en València Plaza.

Si bé El Levante o Las Provincias es centren en el gènere notícia, Valencia Plaza sí que aposta per publicar gèneres amb major profunditat com reportatges o entrevistes no sols lligats a l'actualitat institucional o social sinó també a la cultural (entrevistes a veïns del barri, a artistes, a figures representatives...). A més en la seua columna, col·laboren autors com Felip Bens (periodista, escriptor i autors de llibres i publicacions relatives al Cabanyal. Es pot considerar un líder d'opinió al barri.)

Per completar aquesta anàlisi, convé ressaltar la funció informativa de les plataformes veïnals en el barri del Cabanyal. Aquestes segueixen la modalitat de periodisme ciutadà.

Les plataformes utilitzen les seues pàgines i els seus perfils de les xarxes socials, especialment Facebook, per a informar i en efecte provocar agitació sobre les diferents qüestions del barri. Aquest últim és un dels trets segons l'autor Gillmor que defineix el periodisme ciutadà. (Ayerdi, 2005)

Cabanyalitzats

Ara bé, cal puntualitzar que normalment no elaboren informacions pròpies sinó que ofereixen una recopilació d'informacions publicades en mitjans generalistes. Tenint en compte que són una font amb interessos, les seues informacions són partidistes.

Les plataformes més actives en aquest sentit són Salvem el Cabanyal que a més compta amb un grau alt d'interactivitat. La plataforma és seguida per més de 10.000 persones i són habituals els debats ciutadans davant les informacions que publiquen o millor dit, reboten. També destaca Espai Veïnal Cabanyal, Millorem el Cabanyal o altres associacions autogestionades com CSOA La Fusteria.

D'aquest estudi es van extraure diverses conclusions clares i decisives a l'hora de decidir els continguts i el funcionament del nou mitjà de comunicació.

Per una banda, que no hi ha cap mitjà de comunicació especialitzat únicament en el barri del Cabanyal. Per altra, s'ha detectat un fort moviment participatiu en els veïns del barri que no resulta estrany tenint en compte la forta resistència veïnal tradicionalment coneguda en el Cabanyal.

2.2 Selecció del continguts

La temàtica dels continguts ve definida per l'agenda del barri en tots els nivells (polític, cultural, social...). Ara bé, el procés de rehabilitació i les seues possibles conseqüències (la gentrificació) està generant un debat tant en veïns i plataformes com en partits polítics. Per aquest motiu, s'ha decidit que aquells gèneres informatius amb un grau de profunditat superior al de notícia s'enfoquen en aquesta temàtica. La temàtica de la gentrificació té en efecte, un pes important en la publicació.

Convé subratllar, que la selecció dels continguts ha sigut precisa i concisa i en tot moment s'ha intentat elaborar peces que foren d'interès periodístic i ajustades als objectius de Cabanyalitzats.

A més, donat que el Cabanyal té un moviment cultural i artístic agitat, s'ha dedicat una secció a l'agenda cultural del barri on s'informa de la data, el lloc i l'hora dels pròxims esdeveniments.

2.3 Temporalitat

Cabanyalitzats és una publicació setmanal i l'objectiu és realitzar almenys tres publicacions setmanalment. No obstant això, el nombre i el contingut de les publicacions està subjecte a l'actualitat i agenda del barri.

El mitjà es va posar en funcionament el dia 24 d'abril, però no es va fer públic fins al dia 1 de maig. Es va considerar més oportú fer públic el *site* en el moment que tingues un major nombre d'entrades.

A continuació s'adjunta la taula amb el calendari de publicacions que comença el 24 d'abril amb la primera publicació i finalitza el dia 24 de maig que coincideix amb l'entrega d'aquest treball.

24 abril Universitat Europea	25 abril	26 abril Contrastos	27 abril	28 abril Agencia Valenciana de Turisme	29 abril	30 abril
1 maig	2 maig ACABanyal	3 maig	4 maig Cabanyal Íntim	5 maig	6 maig El pols del Cabanyal amb la gentrificació	7 maig
8 maig	9 maig	10 maig	11 maig Més enllà de la rehabilitació	12 maig Veïns denuncien botellot	13 maig Festival Mar I Jazz	14 maig Policia ACABanyal
15 maig Síndic reclama mesures	16 maig	17 maig	18 maig	19 maig Ajudes Plan Confianza	20 maig Entrevista Javier Fortuny	21 maig
22 maig Casa Museu Blasco Ibañez	23 maig La resistència veïnal fragmentada	24 maig	25 maig	26 maig	27 maig	28 maig

Font: elaboració pròpia

2.4 Materials i ferramentes

-Wix, plataforma amb la qual s'ha dissenyat la publicació, concretament, la seua versió gratuïta. Tanmateix, s'ha fet ús de la versió gratuïta de Wix Eventos per administrar la secció d'Agenda Cultural.

-Càmera Nikon D3200

-Objectiu Nikon 24mm f:1,4

-Trípode Manfrotto DSLR

-Adobe Premier Pro, com a editor de vídeo

-Micro canò Neewer

-Micròfon corbata Boya BY-M1

-Logic Pro, com a editor d'àudio.

-Gravadora de veu Olympus VN-712PC

-Word com a editor de text.

2.5 Despeses

Tant l'equipament tècnic com les ferramentes usades han sigut prestades per l'UJI (exceptuant Adobe Premier instal·lat al meu ordinador). L'única despesa registrada són els desplaçaments a Castelló des de València i els desplaçaments que he realitzat per tal de reunir-me amb els entrevistats. Aquestes han tingut lloc en la seua majoria, en el barri del Cabanyal i he utilitzat vehicle propi.

3.Fase de producció

3.1 Disseny de la publicació

Una vegada analitzada la competència, seleccionats els continguts i aclarits els objectius del mitjà de comunicació es va definir el nom del producte online. Es buscava un nom que a colp d'ull fera referència al barri i després de valorar diverses alternatives, es va concloure que el més adequat i funcional era un nom format amb la paraula Cabanyal. Açò entre altres coses, facilitaria la recerca en internet quan un usuari busca informació relativa al Cabanyal.

Així mateix, també seria més fàcil aconseguir seguidors en les xarxes socials sobretot en aquells segments de públic que ja estan relacionats amb el barri (plataformes veïnals, Radio Malva, persones influents en el Cabanyal com la portaveu de Salvem o líders d'opinió com per exemple Felip Bens o Sergi Tarín).

Aquest va ser per tant, el motiu pel qual es va escollir Cabanyalitzats. Cal remarcar que amb aquest nom s'intenta implicar a l'usuari en el barri i en última instància, fer-lo part d'ell, és a dir *cabanyalitzar-se*.

Els colors escollits per al disseny del *site* són el verd, blau i blanc ja que són els colors més utilitzats en els taulells de les cases modernistes del barri mariner (Bens i Carrion, Caballero, & Pascual, 2015). Aquestos colors permeten per tant, identificar el mitjà amb el barri.

Tenint en compte que tant el verd com el blau són colors visualment potents, s'ha escollit el color blanc per a la font del títol i el negre i gris per a les publicacions i la pàgina principal. El color de font utilitzat en textos de les notícies és el gris. De la mateixa manera, aquest disseny també s'ha emprat en les publicacions digitals i s'ha dissenyat un logotip exclusiu per ser utilitzat en xarxes socials.

3.2 Estructura de la publicació

La pàgina frontal està composta per una barra d'inici situada en la part superior on es troba el títol del mitjà. En ella apareixen les tres seccions de Cabanyalitzats: Actualitat, Agenda Cultural i Contacte.

Cabanyalitzats

-La secció d'actualitat es correspon amb la pàgina frontal i en ella apareixen totes les entrades presentades amb un titular i una fotografia i organitzades per ordre de publicació, de més recent a menys. El component visual en aquesta secció és important i tracta de captar a l'usuari a colp d'ull.

Per accedir al text complet de cada entrada únicament hi ha que prémer el botó "llegir més". Una vegada oberta la nova pàgina, el lector pot consultar la informació al complet i pot accedir a altres publicacions recents mitjançant la columna de la dreta on queden compilades les informacions més actuals acompanyades també de títol i imatge (en cas de tindre).

-La secció d'Agenda Cultural informa sobre els esdeveniments que tindran lloc els pròxims dies en el barri del Cabanyal. Primerament, apareixen aquells més pròxims a la data actual, seguits dels més llunyans i per últim aquells que ja s'han celebrat. En aquest cas la part visual també té un pes significatiu perquè primer es presenta el cartell de l'esdeveniment i baix, el nom d'aquest i la data. Per a obtenir més informació (en què consisteix, ubicació, hora...) únicament cal passar el cursor del ratolí per damunt del cartell.

-En la secció de Contacte s'aporta al lector una breu descripció del mitjà i un espai perquè qualsevol usuari que vulga contactar amb el mitjà pugui fer-ho. Aquest espai està vinculat amb el mail de Cabanyalitzats. (cabanyalitzats@gmail.com)

3.3 Criteris del periodisme digital

Per a complir amb el principi de la hipertextualitat, s'han inclòs diversos enllaços en les publicacions. Cal remarcar que en tot moment, la selecció d'aquests ha sigut raonada, justificada i natural (Fondevila, 2014) i en algunes publicacions, no s'ha vist necessari incloure cap enllaç. En la majoria de casos, els hipertextos han servit per contextualitzar les informacions o abordar qüestions vinculades a la notícia. Són fàcilment identificables per l'usuari ja que, el text apareix amb la font subratllada i el lector únicament ha de prémer.

La integració de vídeo, so i imatge en les peces periodístiques ha servit per complir amb el principi multimèdia. Per aquesta raó, algunes peces combinen text i vídeo o text i so. A més la imatge es defineix com un element potent present en el mitjà.

L'activitat en les xarxes socials ha sigut clau per aconseguir la interactivitat. En els perfils corporatius de Facebook i Twitter s'ha compartit les publicacions amb el link de la pàgina de Cabanyalitzats. A més, els usuaris en la web del mitjà tenen l'opció de compartir el contingut de forma directa a partir d'un botó. Cal remarcar que per tal de millorar el posicionament de la pàgina en Google s'han afegit etiquetes en cada publicació.

Gràcies a les estadístiques que proporciona Facebook s'ha pogut conèixer l'abast de les publicacions i el grau d'interactivitat (Annex 7.1). El reportatge audiovisual ha sigut la publicació que ha aconseguit major seguiment i ha arribat a 216 persones. Li segueix la notícia relativa a les obres de millora de la Casa Museu Blasco Ibañez amb un total de 98.

Per altra banda, el perfil de Facebook ha superat en nombre de seguidors al perfil de Twitter. Cabanyalitzats en Facebook és seguit per 28 persones (Annex 7.2) mentre que Twitter compta únicament amb 7 (Annex 7.3).

3.4 Investigació, documentació i gestió de fonts

Abans de començar a realitzar la publicació es van destinar uns dies a recopilar informació bàsica sobre el barri des de la seua història fins a conèixer el nombre d'habitants, les últimes informacions relatives al barri, els problemes socials, la seua vinculació amb l'art, el paper de les plataformes veïnals en el barri, el procés del PEPRI...

A més, prenent en consideració que la gentrificació és una de les temàtiques principals de Cabanyalitzats, la investigació en aquesta àrea ha sigut major. Tot i que és un concepte complex i lligat a diverses disciplines (economia, urbanisme, sociologia ...) entendre bé què és, comprendre les seues conseqüències així com els antecedents ha resultat necessari per poder abordar de la millor manera tots els continguts. Tanmateix,

Cabanyalitzats

conèixer la realitat d'altres barris que també es consideren gentrificats ha sigut de gran utilitat.

A continuació, es va fer un llistat de fonts interessants tenint en compte la temàtica escollida i es va dedicar uns dies a contactar amb elles. Una vegada les fonts van quedar seleccionades, es va començar a realitzar entrevistes i a elaborar el contingut. En la següent taula, s'adjunta les principals fonts utilitzades.

NOM	CÀRREC	TIPOLOGÍA FONT	FUNCIÓ
Vicent Gallart	Gerent Societat Pla Cabanyal	Primària i oficial	Reportatge audiovisual
Maribel Benlloch	Portaveu de Salvem el Cabanyal	Primària qualificada	Reportatge radiofònic
Miquel	Portaveu Espai Veïnal Cabanyal	igual	Reportatge radiofònic
Javier Fortuny	Propietari locals gastronòmic	Primària	Entrevista
Jesús Varela	Okupa i portaveu de la associació Comando Sense Por	Primària i qualificada	Reportatge audiovisual
Carmel Gradolí	Arquitecte projecte Va Cabanyal	Primària qualificada	Reportatge escrit
Lluís Benlloch	Sociòleg La Dula	Primària qualificada	Reportatge escrit
Tomás Correas	Portaveu Millorem Cabanyal	Primària i qualificada	Reportatge audiovisual
Policia Local Valencia	Reponsables departament de premsa	Primària i oficial	Notícia
Marta Borchá	Responsable de premsa de Cabanyal Intim	Primària i qualificada	Notícia
Ajuntament de València	Responsable departament de premsa	Primària i oficial	Notícia

Font: elaboració pròpia

4.Fase de postproducció

4.1 Tècniques de postproducció i programes utilitzats

Aquesta última fase s'ha basat en l'edició de la imatge, vídeo i so i en la redacció dels textos.

-Imatges: totes les fotografies de Cabanyalitzats s'han fet amb la càmera Nikon D3200 i aquelles que han requerit edició, s'han retocat amb el programa Photoshop.

-Vídeo. Per al reportatge audiovisual s'ha emprat la mateixa càmera i per al so s'ha fet ús del micròfon canò Neewer i d'un micròfon de corbata Boya BY-M1 per a les entrevistes personals.

-Àudio. Per als talls de veus presents en el reportatge radiofònic, s'ha emprat la gravadora Olympus VN-712PC i per a la locució de la veu, la sala d'autocontrol de radio de l'UJI.

Imatge. Per a l'edició de les imatges s'ha utilitzat Photoshop.

-Text. Per a la redacció textual s'ha utilitzat el programa Word.

4.2 Difusió del continguts

La difusió del continguts s'ha realitzat per tres vies. Wix ha sigut la plataforma principal però també s'ha fet ús de Facebook i Twitter.

5. Valoració personal

5.1 Limitacions

La principal limitació que he trobat ha sigut el temps. Aquest treball l'he realitzat simultàniament amb la realització del TFG de Publicitat i Relacions Públiques i amb les pràctiques de publicitat. Per aquest motiu, ha sigut complicat acudir a actes institucionals que es feien pel matí en el Cabanyal o per exemple, a actes de presentació per als mitjans.

Aquest problema l'he resolt contactant amb el departament de premsa d'institucions com L'Ajuntament de València, La Policia Local o amb l'organització d'alguns esdeveniments del barri per tal de rebre les notes. Personalment, m'haguera agradat cobrir en primera persona algunes activitats per poder conèixer de més a prop el treball periodístic i relacionar-me amb altres mitjans.

A més, cal dir que he trobat més limitacions en la part tècnica com l'edició de vídeo que en la part relacionada amb l'elaboració dels textos tot i això, han sigut superades en la seua majoria satisfactòriament.

Respecte a l'ús de Wix no he experimentat grans dificultats atès que ja coneixia el seu funcionament. És veritat que a l'optar per la versió gratuïta, aspectes com el posicionament en Google podrien haver millorat.

Sí que he trobat alguna limitació tècnica a l'hora de distribuir el text i les imatges, perquè el programa en aquest sentit és poc flexible. Per exemple, el final de la pàgina principal queda descompensada i queden llocs lliures on podrien haver altres entrades. En aquest sentit, podria haver modificat l'ordre de les entrades perquè tot quedara el més proporcionat possible, però això suposava modificar la data de publicació (Wix ordena les entrades de més recent a menys). Davant aquest problema, he considerat més oportú mantindre la data de publicació de les informacions que modificar-les.

5.2 Millores

Les millores crec que van associades a la part tècnica concretament amb el reportatge audiovisual. En un exercici d'autocrítica, me n'he adonat que es presenten plànols amb massa moviment que poden fins i tot marejar una mica a l'espectador. El resultat podria haver millorat recorrent a plànols més estàtics.

Durant la gravació vaig tindre problemes amb el trípod, ja que aquest anava massa dur i com a conseqüència molts dels recursos que vaig gravar es visualitzaven a colps. En el moment de la gravació ho anava comprovant en la pantalla de la càmera però no ho vaig apreciar fins que vaig exportar els vídeos a l'ordinador.

Tanmateix, a l'hora de fer les entrevistes crec que he de ser més concreta en les preguntes. M'he trobat en entrevistes d'una hora que malgrat ser molt interessants, hi ha massa contingut i després és més costós seleccionar la informació i optimitzar el meu temps.

Per altra banda, he de dir que m'haguera agradat aconseguir un major grau d'interactivitat. Probablement, hauria sigut bona idea invertir una xicoteta quantitat per promocionar la pàgina en Facebook. Com que, pot ser aquest projecte tinga continuïtat, és una possibilitat que no descarto.

5.3 Experiència personal

L'experiència de desenvolupar aquest mitjà de comunicació ha sigut gratificant malgrat tot el treball que hi ha darrere i que en efecte, respon al periodista "orquestra".

Cabanyalitzats m'ha permès introduir-me en la rutina periodística i ser conscient entre moltes altres coses, de l'importància de les fonts. "Un periodista val allò que val les seues fonts" pot sonar a tòpic, però més que mai m'he adonat que efectivament és així.

Pense que la meua selecció de fonts ha sigut encertada. He comptat amb fonts oficials però també amb veïns del barri ja que, d'acord a la temàtica del mitjà, he considerat interessant que l'història dels veïns servira per a explicar fenòmens socials que afecten a tots.

Cabanyalitzats

Tindre fonts tan diferents unes d'altres ha sigut enriquidor i he après a gestionar les relacions de la millor manera possible inclús a reaccionar davant fets inesperats. Recorde que vaig acudir a una assemblea d'Espai Veïnal per tal de recopilar informació i una vegada allí, em van dir (els mateixos que em varen citar) que no podia quedar-me perquè era una assemblea “oberta però no pública”.

Tanmateix, aquest treball m'ha servit per a identificar les meues limitacions però també les meues forteses. Crec que en la part tècnica em queda moltíssim per aprendre i tenint en compte les múltiples funcions del periodista actual, considere necessari formar-me més en aquest camp.

Sumar periodisme amb Cabanyal i gentrificació ha sigut quasi un regal. Escriure sobre la temàtica que t'agrada és un cas excepcional. Crec que una de les coses més apassionants del periodisme és que cada dia hi ha un aprenentatge o un descobriment nou.

La sociologia és una disciplina que m'interessa molt i gràcies a Cabanyalitzats he conegut a gent especialitzada en ella com l'arquitecte Carmel Gradolí o el sociòleg Lluís Benlloch que han ampliat els meus coneixements. Amb tot, he desenvolupat una visió més crítica sobre la situació del Cabanyal i sobre les pràctiques urbanístiques neoliberals.

Estic satisfeta amb el meu treball.

6. Bibliografia

- Ayerdi, K. M. (2005). Periodismo ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (90), 4-13. Recuperat de: <http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/234>
- Bens, F. (15 d'abril de 2007). Cabanyal: els reptes de la gentrificació i el patrimoni. Valencia Plaza. Recuperat de: <http://www.valenciaplaza.com/cabanyal-els-reptes-de-la-gentrificacio-i-el-patrimoni>
- Bens, F., Caballero, G., & Pascual, J. (2015). Houses from El Cabanyal (1st ed.). València: Drassana.
- Fondevila, J.F. (2014) El uso de hipertexto, multimedia e interactividad en periodismo digital: propuesta metodológica de ranking de calidad. ZER Revista de Estudio de Comunicación, volumen 19 (36), pp55-pp76. Recuperat de: <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/13488/12074>
- García-Avilés, J. A. (2017). Periodismo digital en la Sociedad Red: innovar en un entorno competitivo. Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication, 8(1), 3-5. Recuperat de: <http://www.mediterranea-comunicacion.org/article/view/10336>
- García Herrera, L. (2001). Elitización: propuesta en español para el término gentrificación. Biblio 3W. Revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales, 6(332). Recuperat de: <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-332.htm>
- González Molina, S., & Ortells Badenes, S. (2012). La polivalencia periodística de los profesionales en las redes sociales. Estudios Sobre El Mensaje Periodístico, 18(0). Recuperat de: http://dx.doi.org/10.5209/rev_esmp.2012.v18.41000
- Salaverría, R.; Sancho, F. (2007) ""Del papel a la Web. Evolución y claves del diseño periodístico en internet"". En: Larrondo, A.; Serrano, A. (eds.). Diseño periodístico en internet. Leioa: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, pp. 207-239. Recuperat de: http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5074/1/Del_papel_a_la_web.pdf

Cabanyalitzats

-Santamarina, B. (2009). Cabanyal, cada vez más cerca. Del lugar al espacio como mercancía. Zainak. Cuadernos de Antropología-Etnografía, 32, 915-931. Recuperat de: http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5074/1/Del_papel_a_la_web.pdf

7. Annex

7.1 Annex

■ Alcance: orgánico/pagado ■ Clics en publicaciones ■ Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido						
Fecha de publicación	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Interacción	Promoción
21/05/2017 20:30	 L'Ajuntament			92 	4 8  	Promocionar publicación
20/05/2017 16:26	 Entrevista a J.			10 	1 0 	Promocionar publicación
16/05/2017 12:00	 El pols del Ca			13 	1 0 	Promocionar publicación
15/05/2017 18:49	 https://caban...			5 	0 0 	Promocionar publicación
15/05/2017 9:09	 El Síndic insta			7 	1 0 	Promocionar publicación
13/05/2017 19:32	 https://caban...			15 	0 1  	Promocionar publicación
13/05/2017 17:24	 PÀGINA D'IN			5 	0 0 	Promocionar publicación
12/05/2017 12:00	 Els veïns del			17 	0 1  	Promocionar publicación
11/05/2017 23:12	 El Cabanyelles			216 	18 17  	Promocionar publicación

L'abast de les publicacions en Facebook

7.2



Total de 27 Me gusta en Facebook

7.3 Annex



Seguidors en Twitter