

TREBALL FINAL DE GRAU EN PERIODISME

MODALITAT C2

CREACIÓ D'UN MITJÀ DE COMUNICACIÓ DIGITAL



ROSER GARCIA PIÑÓN

Tutora: BÁRBARA VILLUENDAS DOMÉNECH

JUNY 2020

Facultat Ciències Humanes

Universitat Jaume I



Trapaus: substantiu masculí que deriva, segons Joan Coromines “d’un antic ús de l’imperatiu plural: *trapau!* ‘atrapeu’, agafa el trapau com si diguéssim ‘pren el ritme de la marxa que cal per atrapar-los, per arribar-hi’”. En l’actualitat, aquest substantiu significa “estris, pertinences personals, i s’utilitza sobretot en l’expressió “agafa els trapaus”.

Rodamots.cat

ÍNDEX

1. Fitxa tècnica	3
2. Resum / Abstract	3
3. Introducció	5
1. Presentació del mitjà de comunicació	
2. Objectius	
3. Interés	
4. Justificació del projecte	
5. Imatge corporativa	
4. Preproducció	10
1. Planificació	
2. Gestió amb les fonts	
3. Selecció dels continguts	
4. Previsió del pressupost	
5. Producció	13
1. Justificació de l'enfocament	
2. Seccions i estructura	
3. Disseny	
4. Interactivitat i xarxes socials	
6. Postproducció	16
1. Tècnica i elements usats per a la creació del web	
2. Tècnica i elements usats per a la creació de la resta de continguts	
7. Valoració final	17
8. Bibliografia	20
EXECUTIVE SUMMARY	
ANNEXOS	

1. FITXA TÈCNICA

Nom de l'alumna: Roser Garcia Piñón

Nom del web: Trapau

URL: www.trapau.net

Data de creació: 29 d'abril de 2020

Temàtica: mitjà de comunicació digital especialitzat en l'art i la cultura valencians i en valencià.

2. RESUM / ABSTRACT

Aquesta és la memòria d'un treball Fi de Grau de Periodisme que ha consistit a portar endavant un mitjà de comunicació digital de caire especialitzat. En aquest cas concretament, *Trapau*, com així es diu el producte elaborat, és un diari digital especialitzat en la cultura de casa nostra.

Considerem que actualment hi ha un buit en la societat que pretenem omplir amb la informació que proporcionarem als nostres usuaris, ja que no existeix cap mitjà en valencià que es dedique exclusivament al sector cultural en el nostre àmbit geogràfic, i d'acord amb l'informe del Ministeri de Cultura i Esport 2019 sobre els hàbits i les pràctiques culturals que tenim (2018-2019) si ens fixem en les dades de la Comunitat Valenciana, malgrat que el 83,9% dels entrevistats tenen un dispositiu mòbil amb accés a Internet, el 63,1% llig premsa generalitzada, sols un 17,1% en llig de caire especialitzada en temes culturals, i dels quals, sols un 6,7% la lligen per Internet. Considerem per tant, que tot i que ens enfrontem a un públic minoritari en aquest sentit, tenim tot un repte al nostre davant.

Així doncs, ens venen uns mesos d'aventures i anècdotes, però sobretot de feina, per poder dur endavant aquest projecte. *Trapau* naix amb la voluntat de crear tendència i fer-se ressò, convertir-se en un mitjà de comunicació cultural referent. Ens importa la llengua, ens agrada la cultura, i per això hem considerat que aquest treball ens motivaria, i no hi ha res millor que fer del treball un gaudi, perquè "l'àmbit laboral és un dels espais de desenvolupament personal i professional més important per a les persones i es pot considerar indissociable respecte al nivell general de satisfacció o insatisfacció vital" (VALL, 2019).

Per tant, aquest document és el reflex d'un treball experimental que ha partit d'un treball fi de grau però que amb el temps, ens agradaria portar endavant i fer-lo realitat; és per tant,

la primera pedra d'un mitjà de comunicació que potser algun dia, haja aconseguit tenir ressò i haver-se fet un humil espai en aquesta societat.

This is the memory of a final work of a Journalism Grade which has been based on taking forward a digital specialised media.

In this specific case, Trapau, as it is called the elaborated product, is a digital newspaper specialised in the culture of our homes.

We consider that nowadays there is a gap in our society that we will try to fill in with the information that we will provide our users, as nowadays, there is not any Valencian media exclusively devoted to the cultural sector in our geographical range and according to the 2019 report of the Ministry of Culture and Sport about our everyday habits and cultural experience (2018-2019), if we see the data in the Valencian Community; although the 83.9% of the interviewed people have a mobile device with an internet access, the 63.1% read generalized press but only a 17.1% read cultural specialised issues and actually from these, only 6.7% read it on the internet.

We consider, indeed, that although we are dealing with a minority crowd in this sense, we have a challenge in front of us.

So, we have now forward some months full of adventures and anecdotes but above all, we have to work to make this project real. Trapau is born with the sense of creating a tendency and gain importance and so become a model in the cultural media.

We really matter about language, we love culture and that is the main reason why we really thought that this work would motivate us. There is nothing better than making an enjoyment from our work because the labour field is one of our most important, personal and professional developments and it can be considered inseparable from the general level of vital satisfaction or dissatisfaction (VALL, 2019).

We would like to say that this document is the reflection of an experiment coming from a last grade work but within some time, we would love to carry it out and make it true.

It is, actually, the first step of a media that may someday have an echo and eventually, hopefully, get a space in this society.

3. INTRODUCCIÓ

Ens trobem al davant d'un mitjà de comunicació digital que naix en la segona dècada del segle XXI, amb la finalitat d'especialitzar-se en l'art i en la cultura que ens envolta i ens caracteritza.

L'aparició d'Internet ha suposat un gran canvi en els models periodístics, i des de les darreries del segle XX fins a hores d'ara, ha modificat el panorama de la premsa, veient-se així afectades també les seves rutines i el seu abast.

Per a Manuel Castells, aquesta nova forma històrica de comunicació s'anomena 'autocomunicació de masses' perquè, d'una banda pot arribar potencialment a una audiència global i alhora, un mateix genera el missatge, defineix els possibles receptors i selecciona els missatges concrets o els continguts de la web i de les xarxes de comunicació electrònica que vol recuperar. Així, si la comunicació de masses tradicional solia ser unidireccional (en la premsa escrita ens cenyim a la secció de cartes al director, per exemple), amb l'aparició dels mitjans digitals i la irrupció d'Internet en la premsa escrita, la nova comunicació passarà a ser més interactiva. (Castells, 2009, pp. 87–88)

Fins ara, pel que fa a la premsa escrita, que és l'origen d'aquest treball, es basava en diaris generalistes i d'altres periòdics més especialitzats. D'aquesta manera, des dels temps de la democràcia, on hi ha ja el dret a la llibertat de premsa, podíem trobar diaris com *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *Las Provincias*, o *Mediterráneo*, *El Periódico de Catalunya*, *La Voz de Galicia*, *Avui* o *Levante - el mercantil valenciano* d'àmbit més reduït i especialitzat a nivell geogràfic.

No obstant açò, Internet permetrà obrir nous camins entre aquests diaris i donarà pas a una premsa més íntegra i interconnectada, amb un munt de possibilitats que aniran des de l'ampliació de caràcters, perquè l'espai ja no serà una limitació, fins a la immediatesa de la notícia, perquè en tot moment estarem interconnectats.

Caldria fer un repunt dels primers diaris digitals, en aquest moment en què *Vilaweb* celebra el seu 25 aniversari des que el diari es llançà per una plataforma desconeguda per a la ciutadania, un model de premsa arriscat i incert, que el temps ha volgut premiar. Un mitjà de comunicació que irrompia en la xarxa, el primer mitjà en la web en català i que va incorporar els "xats", apostant per la innovació i el progrés del periodisme.

Per últim, cal destacar que de caire cultural, podem trobar diaris especialitzats en l'àmbit de la cultura com *Cultura Plaza*, i fins i tot d'àmbit local, com ara *Nomepiérdoniuna*, però tots en castellà, per la qual cosa, considerem l'aparició de *Trapau* en les nostres llars com un nou mitjà, necessari perquè d'una banda està escrit en la nostra llengua, i d'altra

banda, perquè no se centra tant en l'agenda cultural sinó en donar a conèixer els i les nostres artistes.

3.1. Presentació del mitjà de comunicació

En aquest marc contextual situem *Trapau*, un mitjà de comunicació digital en català que irromp en la xarxa en un moment en què trobem un buit en el nostre territori i que decidim omplir amb l'especialització d'una temàtica concreta: la nostra cultura. Per tant, aquest mitjà es farà ressò de tot allò que envolta el món cultural del nostre àmbit geogràfic i ho farà, únicament en la nostra llengua.

Sabem que aquest aspecte ens pot limitar molt i que el nostre abast es pot veure reduït, però considerem que en la realitat actual és molt important acotar l'espai a què ens dirigim i alhora, reivindicar els nostres orígens, pel que fa sobretot a la nostra cultura i a la nostra llengua, ja que són minoritzades i sempre han estat perseguides i emprades amb objectius polítics, fet que ha provocat reaccions diverses però mai un recolzament social positiu suficient.

Així doncs, el nostre públic objectiu és gent sobretot de la nostra província, entre 25 i 54 anys (ja que és la franja d'edat que, segons el Ministeri de Cultura i Esport 2019 és qui més consumeix i participa de les activitats culturals), interessada en tot allò que envolta el món artístic i cultural de Castelló i els seus voltants. No obstant això, pel fet de ser un mitjà digital i gratuït, tenim l'avantatge que ens permet arribar més enllà d'aquests límits.

Definim *Trapau* com un mitjà de comunicació digital que naix amb la voluntat de donar veu a la cultura en valencià i popular, donar veu a activitats, a associacions i a col·lectius valencians que no tenen rellevància social ni mediàtica, perquè tinguen el ressò que mereixen; un mitjà de comunicació especialitzat en la cultura de casa nostra que pretén arrimar els nostres artistes a la ciutadania i la ciutadania als nostres artistes.

Així, aquest mitjà *online* té diverses seccions agrupades en:

- teatre i dansa: una secció els continguts de la qual fan referència a tot allò que envolta les arts escèniques i la interpretació, bé siga mitjançant la dialèctica, bé siga mitjançant els moviments.

- literatura: un apartat que conté peces relacionades amb les lletres i els escriptors de casa nostra i que pretén donar a conèixer obres d'actualitat en el nostre entorn editorial.

- cinema: una “pestanya” que reivindica, sobretot, eixa manca d’activitat d’aquesta indústria cultural en el nostre àmbit geogràfic i mostra els darrers documentals que s’hi realitzen.

- música: secció que dona veu als artistes en català i informa dels concerts i de l’actualitat musical.

- art: aquests continguts fan referència a la pintura i a l’escultura, per tal d’apropar aquest apartat, potser més elitista o desconegut, a la ciutadania.

- al carrer: un apartat amb continguts culturals que es poden trobar al carrer i que per tant, estan a l’abast de tothom, sense necessitat de pagar per gaudir-lo, i que alhora formen part de la cultura popular i de l’art més quotidià.

- cartes: oferim aquesta “finestra” als lectors per tal que ens envien les seves opinions, els seus comentaris... i gaudir així d’eixa interacció que caracteritza la premsa digital (“La dimensió més important de la convergència de la comunicació, com assenyala Jenkins², ‘es produeix dins del cervell dels consumidors individuals i a través de la seva interacció amb la resta’.” (Castells, 2009, p. 88)).

Per últim, fem un incís amb el nom i el lema d’aquest mitjà de comunicació: “trapaus” és un mot que fa referència als estris personals, per la qual cosa hem adoptat com a lema “els estris que necessites per a informar-te de la cultura a casa teva” i fer així, eixe joc lèxic amb el nostre objectiu: donar tota la informació cultural possible. («Rodamots», 2019)

3.2. Objectius

Així doncs, el nostre lema és el nostre principal objectiu: donar-te “els estris que necessites per a informar-te de la cultura a casa teva”; perquè eixa és la nostra voluntat, que estigues assabentat de tot allò que ens envolta i ens enriqueix, perquè entre totes i tots puguem donar veu a eixa cultura que ens identifica com a poble.

El nostre públic per tant, vindrà condicionat per l’idioma i per l’àmbit geogràfic a què ens cenyim, i tot i que no tanquem portes a tot el territori de parla catalana, donem especialment veu a allò que tenim més a prop i que tenim per tant a l’abast: Castelló i els seus voltants.

No obstant això, tenim una sèrie d’objectius que pretenem complir en tot moment més enllà d’apropar la cultura al poble: informar els usuaris i les usuàries de tot allò que passa al nostre voltant relacionat amb les arts i el món artístic de qualsevol vessant; entretenir-los aprofitant totes les eines que la nostra cultura ens proporciona, com ara mitjançant

lectures, cançons, concerts, espectacles o exposicions entre d'altres; i interactuar amb la ciutadania, perquè seran els nostres lectors i les nostres lectores i també qui ens seguisca per les xarxes socials, qui ens farà veure on recau l'interès de la gent per la cultura, què necessiten i què els agrada.

Alhora, pretén seguir l'actualitat però també donar veu a aquells sectors socials o institucions que, malgrat portar anys i anys de treball, no han obtingut una gran reclama perquè potser, havien passat desapercebuts pels mitjans de comunicació i per tant, no havien arribat al poble; i per últim, tenim com a objectiu també mostrar tota eixa riquesa cultural que tenim, eixe patrimoni "cognitiu" que ens ha legat la nostra història i ens segueix oferint la nostra indústria cultural.

3.3. Interés

Potser resulte redundant justificar l'interés que puga despertar *Trapau*, un mitjà de comunicació especialitzat en la cultura a casa nostra, però considerem que és imprescindible aquesta activitat cultural en la qual, la ciutadania podrà tindre si vol, un contacte directe i per què no participar, en el seu voltant immediat.

Vivim en un món tan globalitzat i on tot és ja tan generalitzat i impersonal, que acabes enyorant allò que és proper a tu; sembla que en el fons, cadascú de nosaltres reivindicuem la localització, reivindicuem els nostres orígens; volem una diversitat local que ens faça sentir-nos orgullosos d'allò que és nostre, i per tant, aquest mitjà de comunicació, a més d'omplir un buit que fins ara hi havia en el nostre periodisme, formarà part de la consciència col·lectiva i alhora, serà part d'eixa massa crítica, ja que presentem l'art com a un mitjà de transformació des d'una perspectiva informativa, crítica i d'entreteniment.

3.4. Justificació del projecte

Justifiquem aquest projecte per la nostra passió cap a la llengua, per la nostra estima per la cultura i sobretot, per la voluntat de sentir-nos part d'una xarxa comunicativa que ens cohesione i ens faça partíceps.

3.5. Imatge corporativa

La nostra imatge juga amb el significat del mot: la seva procedència sembla que es deu, segons estudiosos de la llengua, a l'evolució de l'imperatiu "atrapeu" en la parla. L'acabament dels imperatius en *-au* és una alteració de la llengua que apareix ja en el

segle XV i que en l'actualitat queda reduïda a l'ús quotidià del llenguatge oral de certes zones geogràfiques (caldría fer esment de l'Himne Regional i la polèmica que causa a nivell polític i lingüístic quan sona allò de "germans 'vingau'"). Per eixe motiu remarcuem les dues vocals finals, per destacar eixe ús de l'imperatiu que caracteritza els nostres parlars. («Rodamots» i «DCVB»)

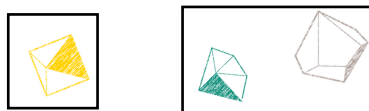


D'altra banda, ja que en l'actualitat 'trapau' és un mot que significa 'estris, pertinences personals', hem agafat eixa definició per definir-nos, com a mitjà que proporciona els estris necessaris per a informar-se de la cultura. Per últim, hem jugat amb les figures geomètriques com si d'eixos estris es tractara.

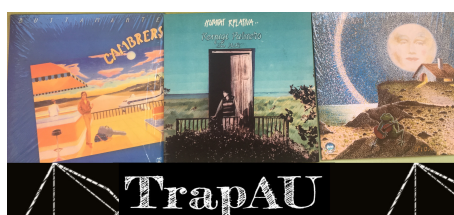
Cal destacar que, tot i que en un principi la imatge era en blanc i negre, finalment vam decidir deixar el blanc de fons i jugar amb colors per a les figures per tal d'aportar-li més llum i claredat al web.



Com a imatge, moltes voltes fem solament les figures per tal d'aconseguir una identificació ràpida i distintiva, i tot i que generalment ens cenyim a l'ús d'una única figura (la groga), en imatges més grans també hem arribat a posar el conjunt de la verda i la marró, però la realitat, en moltes ocasions ens marca, i els espais que s'ofereixen per a les imatges, generalment, és més bé quadrat que no rectangular:



Finalment, cal destacar que per a les fotografies i composicions que fem, fem solament les lletres blanques sobre fons negre perquè destaquen més:



Tot açò ha estat dissenyat mitjançant la plataforma WIX, que és on hem ubicat el mitjà de comunicació i per tant, on l'hem dissenyat.

4. PREPRODUCCIÓ

En primer lloc, naix la idea del mitjà de comunicació i ens plantejem la temàtica, els objectius i el públic a qui ens adreçarem. Tenim molt clar el format i sols falta buscar un nom que siga atractiu i que tinga alhora sonoritat, que siga fàcil de recordar... Considerem que el nom és fonamental i en moltes ocasions és clau per a definir-se.

Entrem en **Rodamots**, una plataforma que visitem a sovint, i fem una recerca de paraules que ens puguen cridar l'atenció, descartant-les o no, en funció de les seves definicions. Finalment ens topem amb "trapaus", mot aparegut el 23 de setembre del 2019 en eixa web i ens "atrapa". Resulta interessant i, tot i que el mot actualment sols té la variant masculina plural del substantiu, l'adaptem al singular perquè ens resulta més sonora.

Així comença la història d'aquest mitjà de comunicació que es fa realitat una volta s'obri en la plataforma WIX, un servidor per a fer pàgines web i blogs. En principi, aquest Sistema de Gestió de Continguts (CMS) és gratuït, però amb el temps, decidim obtenir un pla de pagament per tal de poder posar el nostre domini i tenir més prestacions.

4.1. Planificació

Per poder donar forma a aquest mitjà de comunicació ha sigut necessari planificar-se prèviament i posar sobre el paper aspectes que considerem importants dintre la nostra cultura i que en canvi, no tenen molt de ressò social (ara bé, hem hagut de planificar moltes voltes i de canviar de 'planing' per manca de resposta per part d'algunes fonts); d'altra banda, comencem a indagar dintre les distintes indústries culturals que tractarem, de quina manera podem treballar-les i mitjançant quin tipus de peça, així com possibles protagonistes en cadascuna de les seccions que contindrà el nostre mitjà de comunicació. Per a nosaltres, la qualitat de les peces serà clau. Per tant, hem de buscar temàtiques i informacions que ens puguen permetre una bona redacció, un enfocament atractiu i un estil propi. Tot i que considerem la qualitat més important que la quantitat, cal establir un primer i possible calendari per tal de saber què serem capaços de dur endavant, per tant, comencem a fer un primer esborrany de possibilitats de peces i de fonts.

Establim doncs, un primer pla de preproducció, que serà el document "punt de partida" del nostre treball per als pròxims mesos:

<https://spark.adobe.com/page/w25flBGjayFek/>

Ara bé, d'aquesta primera planificació, haurem de fer canvis i modificacions, depenent de les dates, de les fonts i del treball tutoritzat.

4.2. Gestió amb les fonts

D'una banda hem d'esmentar les fonts documentals, necessàries en moltes de les peces per tal d'informar-nos de coses concretes per a cada peça, com ara mitjans especialitzats en un sector concret (per exemple, en el cas de l'article "[Castells en l'aire](#)" sobre les muixerangues, a banda de fer una recerca sobre les muixerangues que hi ha a Castelló, també vam haver de documentar-nos en un mitjà especialitzat i buscar els noms de les figures). Aquesta tasca era imprescindible per a informar-nos bé i poder concretar a l'hora d'escriure la peça i les preguntes que volíem fer a les fonts personals.

D'altra banda hem emprat fonts personals per tal d'obtenir declaracions. Aquestes fonts, en ocasions ens han fallat i hem hagut de recórrer a "plans B" per la manca de resposta, com per exemple el cas amb una de les entrevistes que volíem fer. El protagonista anava a ser Pep Gimeno "Botifarra" (ja que és un músic que ha donat veu i ha popularitzat un cant valencià molt popular i tradicional i ha aconseguit arribar a les diferents generacions que hui dia segueixen la música en valencià, amb un estil propi i un caràcter molt definit). Tot i que accepten l'entrevista i hi mantenim converses fluïdes amb el seu responsable de premsa i comunicació, en el moment que li fem arribar les preguntes ja no rebem resposta. Insistim si per favor segueixen interessats a contestar-nos per tal de poder planificar-nos, però ja no rebem resposta mai més.



Ara bé, com a valoració final, tot i l'estrés que causa en aquest sentit la manca de respostes o fins i tot de compromís i de responsabilitat per lliurar les respostes en les dates acordades, la satisfacció ha estat positiva i ens ha donat l'oportunitat de conèixer gent molt interessant i interessada per la cultura, com és el cas per exemple d'Irene Gras, protagonista de la nostra primera [entrevista](#).

Cal fer un esment i aprofitar per remarcar en aquest moment, que tot i que a algunes de les fonts hem arribat de manera personal, les fonts que ens eren desconegudes han estat, en un principi, via xarxes socials, i ja finalment amb el correu electrònic o el telèfon.

4.3. Selecció dels continguts

El nostre mitjà de comunicació té diverses seccions (ja esmentades en l'apartat 3.1 d'aquest informe), segons de quin apartat de la cultura ens referim, i en totes elles tractaríem d'aportar peces de tot gènere.

A més a més, establim un calendari setmanal per a les publicacions:

- dilluns: crítica, crònica, ressenya, reportatge...
- dimarts: notícia
- dimecres: programació i agenda
- dijous: article d'opinió
- divendres: notícia

També establim els dies que publicarem l'entrevista del mes (cada segon dijous de mes), un podcast (cada 3r divendres) i el reportatge audiovisual (últim dimecres de mes).

A partir d'ací, establim una sèrie de temàtiques que ens agradaria tractar i possibles peces. Tot i això, moltes de les notícies van sorgint segons l'actualitat, per tant, aquest apartat no el podem treballar massa prèviament. D'aquesta manera, moltes de les peces les anem preparant i escrivint, per tal que en el dia que corresponga la seva publicació, siga revisar-la, actualitzar-la si hi ha alguna novetat, i llançar-la al web. Pel que fa a l'agenda, per causes relacionades amb la crisi de la Covid-19, i pel fet que s'han tancat els museus, els cinemes... no sempre és fàcil trobar una programació àmplia i variada.

Pel que fa a la galeria fotogràfica, la idea inicial era fer-la sobre les escultures de Castelló, relacionades amb l'article "Escultura i cultura", o del MIAU (Museu Inacabat d'Art Urbà) de Fanzara. Amb qualsevol dels dos projectes la situació de confinament ens afectava perquè era impossible: manteníem la idea de deixar-lo ajornat i a última hora, la galeria fotogràfica s'ha pogut dur endavant i sobre una temàtica més concreta: Tombatossals.

Amb la finalitat de posar en pràctica la feina dels col·laboradors, figura a la qual podem remetre de tant en tant, cal destacar que hem tingut una col·laboració, "[Tio Canya i Tesa contra el nihilisme](#)" (detallat en l'ANNEX IV).

4.4 Previsió del pressupost

Pel que fa a les despeses que tenim són:

- d'una banda relacionades amb la gestió del web:

domini: trapau.cat	1€ /any + IVA	1,21 €
Pla CSM (Wix)	75€ /any + IVA	90,75 €

- d'altra banda, despeses relacionades amb el material, que tot i que no hem necessitat per diversos motius com ara: d'una banda hem hagut d'emprar recursos de menys qualitat, com dispositius mòbils, a causa de la situació del confinament; d'altra banda, ja disposàvem de càmera de fotografia reflex (galeria fotogràfica); per últim, la universitat, en condicions de normalitat, ens haguera proporcionat el material. No obstant això, en cas que haguérem hagut de contractar equips de lloguer, aquestes hagueren estat les possibles despeses:

Càmera vídeo Sony Alpha 75 II	65€ /dia + IVA	78,65 €
-------------------------------	----------------	---------

- per últim, les despeses pel que fa a la posada en marxa i relacionades amb el món empresarial:

Quota autònom	283,31 /mes
Declaració trimestral d'IVA i d'IRPF	Depén de la facturació de cada mes
Salari 1 treballadora	*

*Cal advertir que no ens plantegem un salari inicial: encetem el mitjà de comunicació amb la voluntat de donar-nos a conèixer i amb el temps poder tenir ressò i per tant ingressos, amb la qual cosa, no hi ha salari d'inici.

Per contra, cal advertir que sí esperem rebre ingressos de primera mà amb la publicitat, d'una banda (imposant un preu inicial dels banners entre 20 i 30 €, depenent del tamany i de la localització d'aquest en la web) i d'altra banda, de subvencions, de les quals ens podríem acollir a les següents:

ORDRE 48/2016, de 16 d'agost, de la Conselleria d'Educació, Investigació, Cultura i Esport, per la qual s'aproven les bases reguladores del procediment de subvencions per al foment del valencià per a mitjans de comunicació social: empreses de televisió, ràdio i premsa escrita i digital

ORDRE PRE/90/2019, de 7 de maig, per la qual s'aproven les bases reguladores del procediment per a la concessió de subvencions estructurals per a l'edició de mitjans informatius digitals de titularitat privada en català o en aranès.

5. PRODUCCIÓ

5.1. Justificació de l'enfocament

Trapau des dels seus inicis pretenia ser un mitjà de comunicació especialitzat en la cultura i únicament en llengua valenciana. Tot i que en alguna ocasió compartim en les xarxes socials o mitjançant hipervincles notícies d'altres mitjans de comunicació en castellà, procurem tindre cura de la llengua perquè considerem que forma part de la nostra cultura. Però no sols tenim especial cura en la llengua, sinó també en el llenguatge: la qualitat de les nostres peces serà clau. Pretenem alternar tot tipus de gèneres però sempre vigilant

molt la qualitat de l'escrit. No sols fem per tant, notícies objectives que pretenen informar, sinó que a més a més, els articles d'opinió, els reportatges, les entrevistes, les crítiques... han de ser mostra clara de la literatura i d'un estil propi i acurat que ens definisca i ens caracteritze. La imatge però, cal tenir en compte que també serà clau, de manera que tots els textos aniran acompanyats d'imatges que complementaran les paraules escrites.

5.2. Seccions i estructura

Durant la presentació del mitjà (apartat 3.1), ja hem fet referència a les distintes seccions que conté el nostre diari digital i les hem explicades, estructurades i definides, per la qual cosa, ara ens limitem a esmentar-les: teatre i dansa, literatura, cinema, música, art, al carrer i cartes.

A banda de les diferents seccions que tractem, tenim la portada (pàgina d'inici) on estaran penjats els 4 continguts mensuals (entrevista, reportatges i galeria), així com l'agenda setmanal, les 6 últimes notícies i les 4 darreres entrades d'opinió. Totes elles estaran publicades amb una imatge que ens portarà a l'enllaç de la peça sencera i un breu text que la presentarà.

Finalment, cal destacar la presència de la pestanya "TrapAU" que aporta la informació de "qui som", així com el nostre contacte, per tal que els lectors o les persones interessades, puguin contactar amb nosaltres.

D'altra banda, cal remarcar que hi haurà una "entrevista del mes", i també un reportatge radiofònic, un d'audiovisual i una galeria fotogràfica, totes les peces de caire mensual, i relacionades amb les diferents seccions. Les entrevistes tindran com a finalitat conèixer algun personatge relacionat amb la cultura de casa nostra; els reportatges radiofònics seran de caire informatiu; mentre que els audiovisuals denunciaran o reivindicaran algun aspecte cultural que no tinga ressò o no estiga ben reconegut ni socialment ni institucional.

5.3. Disseny

El disseny del nostre web, creat mitjançant el CSM WIX, ens ajuda també a crear la imatge i el disseny que emprarem. És en aquesta plataforma on escollim les lletres, el logotip, i les caselles que donen format a les nostres portades de secció així com a les nostres entrades.

Decidim posar a sobre de la capçalera les diferents pestanyes, de manera que resulten visuals, a més a més, perquè es distingeixen amb color negre quan passes el cursor per

damunt. L'accés a les xarxes socials està a la part dreta superior, per tal de donar-los visibilitat i fer-ne un accés ràpid i còmode; el comptador de visites al web està baix de tot, a peu de pàgina, junt al correu electrònic del mitjà.

5.4. Interactivitat i xarxes socials

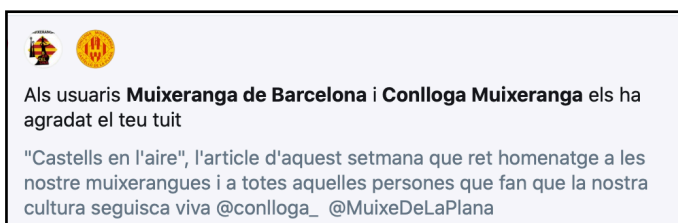
Un dels elements caracteritzadors dels mitjans de comunicació digitals és la interacció amb els i les usuàries. A més a més, no podem obviar que vivim en un món on tothom estem interconnectats i sobreinformat, no sols perquè llegim els mitjans de comunicació sinó també perquè som seguidors de nombroses xarxes socials, amb la qual cosa, solem encetar i acabar el dia amb el mòbil a les mans.

Per aquest motiu, la interactivitat i les xarxes socials no les podem deixar de banda, justament el contrari, han de ser el nostre pilar de difusió i d'aproximació al major nombre d'usuaris i de persones lectores. Així doncs, hem potenciat la nostra imatge i els nostres objectius per mostrar total transparència i alhora, hem afegit el contacte per tal que omplint el formulari, puguen contactar amb nosaltres directament. Des d'aquesta pestanya també es pot accedir a les nostres xarxes socials.

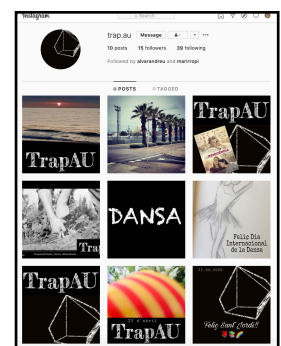
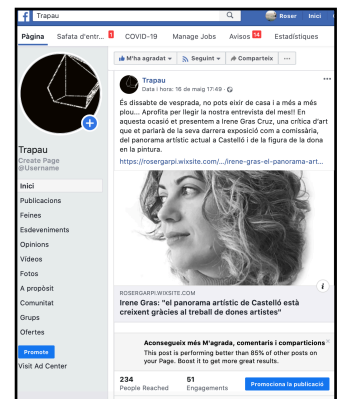
Les xarxes socials que hem emprat són Twitter, Facebook i Instagram, ja que segons l'Observatori Sectorial de Xarxes Socials d'IAB Spain, en juny de 2019 eren les que millor quota d'interacció tenien:

- Pel que fa a **Twitter**, paga la pena advertir que per la limitació de l'espai moltes voltes publicàvem sols reflexions o la breu presentació de les peces i l'enllaç. Hem aconseguit quasi 80 seguidors en menys d'un mes, i destaquem en concret, com una de les nostres peces publicades va arribar a Barcelona, fet del qual sentim una alta satisfacció. En concret, era un **article** sobre les muixerangues de Castelló, i la Muixeranga de Barcelona (amb la qual no tenim cap tipus de contacte ni de lligam), va reaccionar amb un "m'agrada"; altres protagonistes, com Tesa, també ens han respost.

- Pel que fa a **Facebook**, és potser, la xarxa social que més hem emprat i en un mes, porta mes d'un centenar de persones a les quals els agrada *Trapau*. A més a més, considerem que la difusió de les peces per aquesta xarxa ha estat molt satisfactòria, i en el moment que la gent ha pres consciència del nostre mitjà i ja l'ha conegut i s'hi ha familiaritzat, ha



tingut un gran ressò i un elevat nombre de visites. Una de les dues muixerangues de Castelló ha compartit el nostre article també en el seu mur fent-se ressò del nostre mitjà de comunicació, la qual cosa, també ens ha vingut molt bé per a arribar a més gent. Ha passat una cosa semblant amb el cas del músic de Castelló, Pau Bonet, de qui vam publicar una **notícia** i també ens va compartir en el seu mur, o el grup de música català Els pets.



- Pel que fa a la xarxa fotogràfica **Instagram**, la destinem a penjar una imatge de les peces que publiquem, amb la nostra imatge corporativa ben visible, i ja en el comentari afegim l'enllaç al text sencer.

Per últim, cal destacar la presència de la secció “Cartes”, que com bé hem definit al llarg del document, és una finestra que deixem oberta a les opinions dels nostres lectors. En aquesta mena de bústia recollirem i publicarem les peces que ens envien, les seves propostes i els suggeriments. En definitiva, és la secció dels i de les lectors de *Trapau*.

A més a més, en les xarxes hem anunciat si alguna persona està interessada a col·laborar amb la publicació d'alguna peça, amb la qual cosa, fomentem la participació i l'activitat dels nostres usuaris.

6. POSTPRODUCCIÓ

6.1. Tècnica i elements usats per a la creació del web

Ja hem esmentat al llarg d'aquest informe que a l'hora de crear *Trapau* vam optar pel CSM WIX, que és un servidor per a crear i gestionar webs i blogs i que, quan el vam provar, ens va agradar per les nombroses eines que oferia i els seus dissenys. A més a més, aquest servidor oferia diversos plans així com l'opció d'importar dominis. Com que nosaltres teníem el domini “.cat” i Wordpress, per exemple, no accepta aquest domini, ja

la vam descartar de primera mà. Tot i això, tampoc no vam poder insertar aquest domini en WIX i ens vam decantar finalment pel “.net”.

6.2. Tècnica i elements usats per a la creació de la resta de continguts

Com hem esmentat 5.4 (xarxes socials), a l'hora de publicar en Instagram, féiem muntatges jugant amb el nostre logotip o la nostra imatge i una imatge que caracteritzara l'entrada publicada. Doncs bé, cal tenir en compte que aquests muntatges els hem dissenyat amb les aplicacions “Layout” i “PicsArt”, depenent de la nostra intenció, ja que són gratuïtes i ens permeten jugar amb diverses imatges o combinar imatge i text. Per a l'edició dels reportatges, hem fet servir els programes iMovie i Audacity.

Tot i que en la majoria d'ocasions, les imatges que han acompanyat els textos són fotografies, bé de la nostra autoria, bé cedides per les persones protagonistes, bé agafades d'altres d'accés lliure, totes ben esmentades en els corresponents peus d'imatge, en una ocasió ens hem atrevit a fer un dibuix propi per acompanyar la notícia, una mena d'esbós realitzat al quadern on estem prenent notes d'aquest TFG, que representa una ballarina i que està signat per l'autora.



Per últim, cal esmentar que a causa del tancament de la Universitat i del confinament, ha estat impossible emprar material de més bona qualitat, per la qual cosa hem optat per fer ús d'una banda dels dispositius mòbils i de la càmera fotogràfica de la qual disposem (Nikon D3000), i d'altra banda del material que ens han fet arribar els i les protagonistes de les nostres peces o les nostres fonts.

7. VALORACIÓ FINAL

*Com esgarre paraules
fent-te creure en el temps
temps de joia i blasmes
i encara ací discents
Com s'envolen els dies
i la runa ara ens atany
aprenent a estimar-nos
i encara amb pocs paranys
Com balafie paraules
intente fer-te present
no importa la distància*

*i encara el bes no m'és absent
Com m'embolcalle en fum
en capolls de records i seda
amb el fil penjant de tu
i encara la incoherència m'anomena
Com desitge arribar al cim
s'obrirà el camí com ulls a la mar
amb la pluja dels teus pits
i encara restes d'ella a les meues
mans
Com anem estimant-nos*

*sense avantatges ni retards
de nou da capo i a contra-temps
i encara sota el mateix compàs.
Ja fa temps que m'acaronen
les teues mans, els teus cabells
finisterre de tendresa*

*més enllà tinc tant de fred!
Ja fa temps que habites el meu
temps
d'oronelles i tempestes d'agost
caminem sense sendes
d'espadats i secs matolls.*

Comence aquest final amb la lletra d'un cantautor i guitarrista valencià, Lluís Vicent, "Temps fa temps". Per què? Doncs per diversos motius... D'una banda som un mitjà de comunicació cultural, i soc una apassionada de la música i de les lletres, per la qual cosa volia acabar aquest apartat, al qual ja li pose la primera persona del singular, amb un comiat que identificara les meves sensacions a hores d'ara. Una actualitat en què ens hem vist tothom, a les nostres cases tancats i confinats; un temps que ens ha aturat i ens ha fet "creure en el temps, temps de joia i blasmes"; un temps en què potser la distància, per contra dels seus versos, sí ha estat important i en el qual, tothom desitjàvem "arribar al cim" perquè s'obriera "el camí com ulls a la mar". Una mar amb què em sent molt identificada, ja que és el lloc on he decidit viure i encetar un nou camí de la meua vida.

Però també he escollit aquesta cançó per ser d'un cantautor que, tot i que fa anys que sembla que va deixar de banda la seva carrera musical, no ha tingut gaire ressò en aquesta societat. I com he defensat al llarg d'aquest treball, un dels objectius de *Trapau* és donar veu i reivindicar aquells qui no tenen un gran ressò.

I per últim supose, que perquè aquest TFG "ja fa temps que habites el meu temps d'oronelles i tempestes d'agost, caminem sense sendes d'espadats i secs matolls". Fa temps que aquest treball em llevava el son i em treia malsdecap. Fa temps que no podia tancar l'expedient d'una carrera amb la qual he gaudit i m'ha donat bones estones, bons records i bones amistats. Fins que finalment, he trobat la temàtica, les eines i l'ambient necessari per dur-lo endavant.

M'apassiona escriure, dedique hores i hores a la lectura. Vaig al cinema i al teatre sempre que puc. La meua banda sonora acompanya cada moviment i cada pas que done. *Trapau* és per tant, un homenatge als meus xicotets plaers. He de reconèixer que tot i que treballar i estudiar alhora no són tasques gaire compatibles, he gaudit moltíssim d'aquest treball, i ara, tan de bo puguera seguir portant-lo endavant i fer que formara part de la meua vida, però potser, sense tants continguts setmanals. Per exemple, les notícies, de vegades m'han costat de trobar: hi havia dies que no en trobava i d'altres que n'hi trobava diverses.

Amb *Trapau* he refrescat molts continguts que he anat estudiant al llarg d'aquests anys de carrera; n'he après de molts altres, sobretot pel que fa a la creació d'una pàgina web i als passos que caldria seguir per tal de portar endavant una empresa, un mitjà de comunicació digital (per exemple, per fer el canvi de domini hem tingut problemes: tot i que volíem que aquest fora “.cat” no va poder ser perquè la plataforma no l'admetia. Finalment, vam fer el canvi a “.net”. Tot açò va provocar però, que el web estiguera més de 48 hores sense poder vore's ni actualitzar-se les publicacions). Però sobretot, m'ha servit per traure el millor de mi, no sé si com a periodista, però sí com a persona que estima la seva cultura i la seva llengua.

9. BIBLIOGRAFIA

CONSULTADA PER A AQUEST INFORME:

- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Rodamots. <http://rodamots.cat>
- Informe d'hàbits i pràctiques culturals 2018-2019 del Ministeri de Cultura. Recuperat d' <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:1712f192-d59b-427d-bbe0-db0f3e9f716b/encuesta-de-habitos-y-practicas-culturales-2018-2019.pdf>
- Informe del Observatori Sectorial de Xarxes Socials d'IAB Spain. Recuperat d' <https://iabspain.es/observatorio-sectorial-redes-sociales-iab-spain-datos-junio-2019/>
- Trapau. (s. f.). En *Diccionari Català Valencià Balear*. Recuperat 2 de novembre d' <https://dcvb.iec.cat>
- Trapau. (m. p.). En *Rodamots*. (2019, setembre 23). Recuperat 2 de novembre de 2019, d' <http://rodamots.cat>
- VALL, A. (2019, juliol 19). “Gaudir del treball en benefici de tots” en *Revista FEGP*. Recuperat 8 de maig de 2020, d' <https://www.logosmedia.es/single-post/2019/07/20/Article-Gaudir-del-treball-en-benefici-de-tots-Anna-Vall-2019-Revista-FEGP>

CONSULTADA PER A PECES DE TRAPAU:

- Ajuntament de Castelló: Cultura. Recuperat d' http://www.castello.es/web30/pages/generico_web10.php?cod1=18&cod2=245
- Castelló és cultura. Recuperat d' <https://www.facebook.com/CSesCultura>
- Cultura Universitat Politècnica de València. Recuperat d' <http://www.cultura.upv.es/portada/val/index.html>

- De Vicente, E. (2020, gener 9). “Los secretos de La inocencia explicados por su directora, Lucía Alemany”. Recuperat 20 de març de 2020, d'<https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20200109/los-secretos-de-la-inocencia-explicados-por-su-directora-lucia-alemany-7800431>
- Institut Valencià de Cultura. Recuperat d' <https://ivc.gva.es>
- Irene Gras Cruz. Recuperat d' <https://irengrascruz.com>
- No me pierdo ni una. Recuperat de www.nomepierdoniuna.net
- Temps de Muixeranga. Recuperat 9 d'abril de 2020, d' <https://tempsdemuixeranga.com>

EXECUTIVE SUMMARY

1. Introduction

Trapau is the culmination of my time at the Degree in Journalism at UJI. Among all the possible options to carry out the Final Degree Project, I have finally decided to make a digital media, particularly specialized in our culture (line C.2: production of a journalistic product).

Thus, we consider www.trapau.net as the website which shows all the acquired knowledge during the degree displayed in different pieces, both written and audiovisual, which have a specific and concrete theme but with a lot of scope since different themes of varied cultural industries, such as the cinema, the music, the theatre or the literature are shown.

The press has evolved in the last decades and nowadays, the digital newspapers are not only a tool for information, but also for communication and entertaining everyone, as nowadays we live in a global, interlinked and over-informed world.

I consider that it fills an existing gap in the market for two main reasons: it is in Valencian Language and, at the same time, it does not only deal with the approach of the cultural agenda, but it also raises two different points of view. Therefore, *Trapau* is a necessary tool for the citizenship.

2. Goals and justification

The slogan of *Trapau* is the main objective: "giving the tools needed to inform people about the culture in their own homes", because it is to expand and inform the wish of this media.

The objectives set, apart from bringing culture closer to people, can be summarized in informing, entertaining and interacting with the citizenship:

inform people of everything happening around them; entertain them with readings, music, characters; and interact not only with the participation in social networks, but also with the publication of different collaborators and Letters to the Editor.

Our target audience is mainly people from our province who are interested in everything that surrounds the artistic and cultural world of Castelló and its surroundings. We know that we are addressing an audience that may be determined by the language and the topic, but in any case, because of the fact of being a digital and free media, we have the advantage of going beyond these limits.

We prove this project by our passion towards language and by our love towards culture.

3. Pre-production stage

- Planning: although starting from a pre-planning document, we have to make lots of changes during the *Trapau* fulfillment period because there are many sources which do not reply or do not reach us on time. Because of this reason, we have to resort to alternative plans in order to launch some publications.

- Sources: for being able to work in *Trapau* we have regularly used different documentary sources, as for instance, pages related to cultural issues (*IVC, Castelló És Cultura*). And, when it comes to manage personal sources, we have mainly used social media and personal contacts to get to the editors of the articles and the news.Â

- Contents and structure: obligatorily, *Trapau* had to contain a photo gallery (whose protagonist is Tombatossals, a mythological character who founded the city of Castelló and who had created a world around our culture from the work done by Josep Pasqual Tirado); a podcast (about the music festivals in Valencian language in Castelló and its current situation); an audiovisual report (“*Dansa*”, in which the shortcomings of this sector when studying in this province are reclaimed); and finally, an in-depth interview (Irene Gras, art critic). The rest of the pieces combine the different genres: portrait, chronicle, report, reviews, or news for example.

- Budget: We do not start from a minimum salary, nor from any type of initial expenditure because we try to work with the material we have; however, we are aware of the difficulties of renting audiovisual material, as well as of the taxes that we would have to pay. We are also looking for grants that we could embrace to be able to receive the first incomes.

4. Production stage

- Structure: our web page has a clear structure, with an initial page which includes the last news, the last opinion articles, the weekly agenda and monthly pieces: interview, journalistic reports and photos.

Each piece has a title, a brief description of the content and an image, which takes you to the whole text with only a click.

The different sections are at the top so the reader can browse the contents: theatre and dance, literature, cinema, music, street art and letters.

“Trapau’s section” provides our information and our contact.

- Design: the web page will have a white background, since there are a lot of images due to the distribution and presentation of our pieces.

Trapau’s typing are accompanied by different geometrical figures which are sometimes the image of the media.

- Interaction and social networks: we use the social networks Twitter, Facebook and Instagram (all of them are displayed at the top right of the website); we have a contact email; we create a “letter” section so the readers can send us their suggestions, and we also encourage our readers to participate in *Trapau* by collaborating in the publication of an opinion article.

Our aim is to make people participate and interact, so we use social media almost daily, either to share a new entry in the website, or even to share verses, songs or images.

5. Post-production Stage

Regarding the tools used throughout this Final Degree Project, we encounter:

- on the one hand WIX, the CSM in charge of creating and managing the contents we have used to create this website, as well as to design the opinion of *Trapau*.
- To make the reports we have used the Audacity and the iMovie softwares.
- For the photographs which are self-produced, we have used a personal camera (Nikon D3000) or sometimes even our phone devices.
- We have also used a self-made picture as the image of one of the news.

- To edit the photographs and set them up for the social networks, we have used Layout and PicsArt.

We have to take into account that at this stage, due to the Covid-19 confinement conditions, we have not been able to make use of the materials and the facilities of the University.

6. Conclusions

Trapau has given me the opportunity to refresh many concepts studied throughout the degree and at the same time, it has given me the opportunity to bring out the best of myself in terms of creativity, organization and hobbies. I will always state that this “TFG” pays tribute to my little pleasures which are literature, music, theatre, cinema...In short, what is a part of my daily life: the language and the culture.

Although due to the circumstances which surround me I have had to take time out from where I thought there was not, the confinement situation has helped me to work in depth and to devote hours and hours to elaborate this project, and although I consider that working and carrying out a means of communication is hard, I would like to say that what has started as a “TFG” would end being a reality and go ahead with the work that I have enjoyed so much during these months.

ANNEXOS

- I. TrapAU
- II. Pla preproducció
- III. Calendari detallat de les publicacions
- IV. Continguts i peces
- V. Guions literaris reportatges

I. TrapAU

Accés al web: www.trapau.net

TrapAU

Accés a les xarxes socials:

- Instagram: <https://www.instagram.com/trap.au/>
- Facebook: <https://www.facebook.com/pages/category/Media-News-Company/Trapau-109659077380278/>
- Twitter: <http://twitter.com/trapau1>



II. Pla preproducció:

<https://spark.adobe.com/page/w25flBGjayFek/>

SECCIONS:

- Cinema
- Música
- Teatre
- Literatura
- Art al carrer

TIPUS DE PECES PERIODÍSTIQUES:

- Entrevistes
- Reportatges radiofònics
- Reportatges audiovisuals
- Cròniques
- Notícies
- Articles d'opinió
- Ressenyes

PERIODICITAT:

- PECES SETMANALS
 - DILLUNS: crònica o ressenya
 - DIMARTS: notícia
 - DIMECRES: programació setmana vinent
 - DIJOUS: article d'opinió
 - DIVENDRES: notícia
- Peces mensuals:
 - 1 entrevista
 - 1 reportatge audiovisual
 - 1 reportatge radiofònic
 - 1 galeria fotogràfica

INAUGURACIÓ DEL MITJÀ DE COMUNICACIÓ:

29 d'abril del 2020

III. Calendari detallat de les publicacions

CALENDARI PUBLICACIONS				
DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES
		29.04 programació REP AUD: dansa	30.04 OP: mús.confinam.	01.05 NOT: Renaixem
04.05 CR: La innocència	05.05 NOT: photobalcó	06.05 programació	07.05 OP: pop valencià	08.05 NOT: Cru
11.05 REP: EScultura	12.05 NOT: DocuVir	13.05 programació	14.05 OP: muixerangues ENTR: Irene Gras	15.05 NOT: Genovés PODCAST: festival
18.05 RES: El teu gust	19.05 NOT: premis mar	20.05 programació	21.05 OP: cinema valenc	22.05 NOT: amic invisible
25.05 CR: Dinamarca	26.05 NOT: concurs fotog	27.05 programació REP AUD: cinede P	28.05 OP: Tesa (col·lab)	29.05 NOT: cinema jove
01.06 RETR: teatre	02.06 NOT: CIM	03.06 programació	04.06 OP: dones, escrit.	05.06 NOT: Netflix valenc
08.06 ENT: La Ravalera	09.06 NOT:	10.06 programació	11.06 OP: teatre? ENTR: jazz	12.06 NOT:
15.06 RES: irene solà/ dones	DEFENSA			

TrapAU

IV. Continguts: desenvolupament de les peces

Per portar endavant la redacció de les peces, generalment ens hem informat, i en ocasions, hem buscat altres notícies, entrevistes a protagonistes, hem cercat les seves biografies, i sobretot, hem llegit les lectures, hem escoltat les cançons i hem visionat les pel·lícules que proposem al llarg del període de publicació de *Trapau* (fonts documentals).

Açò ha fet que moltes voltes, portàrem un ritme frenètic i en alguna ocasió ens hem endarrerit en alguna publicació concreta. Tot i que en general, el ritme ha estat bé i el nivell de satisfacció és elevat.

Ja hem comentat anteriorment que les notícies no sempre les podíem tenir preparades, i això ens ha fet anar un poc més al dia en aquest gènere. Pel que fa als articles d'opinió, publicats cada

dijous, els hem anat preparant i redactant durant els mesos de març, abril i maig perquè quan arribara el dia de la publicació, fora revisar-los i actualitzar-los, posar els enllaços i les imatges i prémer el botó de “publicar”.

D'altra banda, vam trobar interessant demanar la participació a una persona experta en música i que ha escrit en un blog durant molt de temps (**No sé viure sense rock**), per tal que col·laborara amb una peça, Àlvar Andreu Ribes. Aquesta experiència ha estat molt gratificant, perquè això fa que la peça es difonga més i arribé més enllà dels nostres usuaris habituals, i per eixe motiu decidim llançar en les xarxes socials la idea que la gent que estiga interessada hi pugui col·laborar. Una cosa semblant pel que fa a l'organització i la planificació ens ha passat amb les ressenyes, cròniques, crítiques i reportatges, peces que es publicaven cada dilluns. Tot i que moltes d'aquestes peces les hem anat escrivint prèviament, altres han hagut de tenir un nivell ràpid de preparació, com per exemple l'article “**El teu gust**”, llibre que ens va arribar a casa més tard del previst i vam canviar l'orde de la seva publicació per tal que ens donara temps a llegir-lo i a escriure'n la ressenya.

A última hora, per a fer el podcast, la cap de premsa del Feslloc va contactar amb nosaltres, així que vam esperar uns dies per la publicació del reportatge radiofònic per tal de poder incloure les seves declaracions. Davant la manca de nou de resposta, decidim publicar-lo igualment ja que mentrestant, aconseguim contactar amb altres fonts, el cantautor Pau Alabajos, perquè ens poguera aportar el seu punt de vista sobre els nostres festivals de música.

Parlant d'aquesta peça, cal tenir en compte que la música que sona de fons és una guitarra tocada per Àlvar Andreu Ribes, de composició pròpia.

Per últim, la galeria fotogràfica es va veure ajornada durant el confinament i amb la desescalada, finalment vam poder eixir per fer les fotografies i dur-la endavant.

V. Guions literaris reportatges

GUIÓ “DANSA”:

MÚSICA AMB VÍDEO MARINA 1 DE FONTS:

No és fàcil créixer en el món de la dansa si la societat no està educada per a ballar. Ni tampoc per a escoltar música... I quan dic que no estem educats, pense en eixa oïda que ens transporta a un món romàntic on et deixes portar per eixos sons del violí i t'imagines ballant damunt d'un escenari, amb un únic focus de llum seguint les nostres passes i amb uns moviments que ens trasbalsen a un món on regna el silenci i nosaltres, som els protagonistes del nostre propi ball; de la nostra pròpia història.

Però deixem utopies de banda. No és fàcil aconseguir esta realitat si la dansa no està ben considerada ni recolzada per la societat, però ni pels governants, ni per les institucions, ni per la ciutadania.

TALL SOFIA 1 DANSA EN LES ESCOLES

MÚSICA AMB VÍDEO MARINA 2 DE FONTS:

No obstant, aquest panorama tampoc pinta tan desolador. Tot i que no hi ha dansa com a assignatura a les escoles, i tot i que no abunden tampoc les escoles públiques de dansa, tenim escoles de caire privat i concertat que permeten l'alumnat interessat a aprendre i a deixar-se dur per eixes melodies clàssiques que tanta pau aporten.

TALL MARINA 1

VÍDEO MARINA 2 DE FONTS:

Emigrar. Una eixida que molts professionals d'aquest país, siguen del sector que siguen, han de fer si volen triomfar... Però avui és el Dia Internacional de la Dansa, i no és motiu per tant per estar pesimista ni tancar-nos portes. La dansa queda evidenciat, que no mou muntanyes, però té el seu públic, i els seus seguidors. I cada any podem veure sobre els nostres escenaris com ballarins i ballarines ens fan gaudir d'un espectacle únic i irreplicable. Efímer. Emocionant.

TALL MARINA 2

Així doncs, celebrem aquesta diada com una festivitat i que aquest 29 d'abril el celebrem tothom a les nostres cases, als sons de la nostra banda sonora, al ritme dels nostres moviments, amb llibertat, amb emocions.

VÍDEO MARINA 2

CRÈDITS.

GUIÓ 'FESTIVALS':

En aquest reportatge farem una ullada als festivals de música en valencià que se celebren en la nostra província, i alhora, informarem de com els ha afectat la crisi provocada per la Covid-19.

Des del Trovam i l'Aplec ens ho explicaran. A més a més, comptarem amb les declaracions del cantautor Pau Alabajos per reivindicar la importància d'aquests esdeveniments musicals, que van més enllà de concerts i festa.

MÚSICA DE FONTS

S'apropa l'estiu. Temporada per gaudir del Sol, d'una terrassa i de la temporada de vacances. Acabem de tancar un nou cicle i fem una repassada d'aquest "curs" i del que ens ve per davant al llarg dels dos mesos següents.

Parlem de música; d'acords, de festivals. Parlem dels nostres festivals!

En les darreres setmanes han estat en el punt de mira de milers i milers de valencians i valencianes, a l'espera del que passaria amb la música, amb els esdeveniments que ens acollirien per passar una estona agradable, amb les entrades que potser, ja havíem comprat...

A casa nostra tenim, al llarg de l'any, tres trobades en concret que reuneixen un públic ben divers per tal de festejar i homenatjar la música en valencià: la fira Trovam, el Feslloc i l'Aplec dels Ports. Tots ells, s'han vist afectats per aquesta crisi de la Covid-19.

Des de l'Aplec, Yolanda Miralles, membre de l'organització del 42é Aplec dels Ports ens explica com ha estat la decisió:

TALL APLEC 1

El Feslloc ha decidit canviar l'estratègia. Aquest festival, que no té cap tipus de finalitat lucrativa i que se celebra la segona setmana de juliol a la localitat de la Plana Alta de Benlloc, ha decidit fer un festival solidari per donar suport al sector de música en valencià, i com bé afirmen des de l'organització, per "salvar la cultura del nostre poble". Una cosa semblant però, pretenen fer també a la comarca dels Ports, tot i que de moment, esperen a veure com evoluciona la situació:

TALL APLEC 2

I és que aquestes trobades musicals, són més que festa, que concerts... els tres esdeveniments musicals de la província que promocionen la música en valencià comparteixen un sentiment i un mateix objectiu: donar suport als grups i artistes de casa nostra. Armand Llàcer, gerent del Trovam, i Pau Alabajos, cantautor, ens ho expliquen:

TALL TROVAM 1

TALL ALABAJOS

El Trovam és una fira que se celebra en novembre a la capital de la Plana i tot i que en els seus inicis sí que era exclusivament de música en valencià per tal de donar recolzament a un sector més concret, ara ja inclou música en qualsevol llengua perquè consideren que la música en valencià no és un gènere. Armand Llàcer:

TALL TROVAM 2

En l'actualitat, el Trovam es veu afectat en menor mesura per la crisi sanitària, i tot i que confien poder celebrar-lo com de manera habitual, la convocatòria per participar-hi continua, de manera extraordinària, oberta.

Però si ens mirem més enllà dels festivals i fem una ullada al panorama del sector musical en valencià, observem com en els darrers anys, la música en valencià mostra un panorama molt positiu i han aparegut nombrosos grups que han convertit les seves lletres en himnes reivindicatius de la societat més actual, i cada dia són més grups d'ací els que sonen i tenen una gran acollida, a la resta del territori castellanoparlant.

I si aquesta realitat demostra que cada vegada és més fàcil trobar música, músics i crítics de música en valencià, observem també que darrere d'aquests esdeveniments musicals, hi ha molt més que concerts i festa: taules rodones, xarrades, entrevistes, monòlegs, presentacions de llibres... fins i tot l'Aplec dels Ports ja porta dues edicions del Preaplec, on en el mes de desembre fan una caminata, un tast de vins... Perquè aquestes trobades, no naixen com a festa, sinó que són reivindicativa i cultura, suport als nostres pobles, com bé afirmen des de l'Aplec.

Yolanda Miralles:

TALL APLEC 3

Veurem un canvi en la celebració d'aquests festivals a partir d'enguany? El temps dirà...

MÚSICA DE FONTS