

# MEMÒRIA TREBALL FINAL DE GRAU



## Línia C2. Elaboració d'un producte finalitzat

**Alumna:** Alba Segura Antolín

**Tutora:** Susana Barberá Forcadell

**Grau en Periodisme**

**2019/2020**

**Creació del mitjà:** 28 de març del 2020

**Lloc web:** <https://15pobles.wordpress.com>

# Índex

<b>Introducció</b>	<b>3</b>
1.1. Presentació del producte	3
1.2. Objectius del mitjà	3
1.3. Interés del producte	4
1.4. Justificació de la selecció	5
<b>2. Fase de Preproducció</b>	<b>6</b>
2.1. Gestió amb les fonts	6
2.2. Selecció de contingut	7
2.2. Previsió de despeses	9
2.3. Previsió d'ingressos	10
<b>3. Fase de Producció</b>	<b>11</b>
3.1. Justificació de l'enfocament seleccionat	11
3.2. Seccions	11
3.3. Estructura	13
3.4. Disseny	16
3.5. Multimèdia	16
3.6. Interactivitat	18
3.7. Usabilitat	19
<b>4. Fase de Postproducció</b>	<b>19</b>
<b>5. Valoració Final</b>	<b>21</b>
<b>6. Bibliografia</b>	<b>22</b>
<b>7. Annexos</b>	<b>24</b>

## 1. Introducció

### 1.1. Presentació del producte

**15 Pobles** és un mitjà de comunicació digital especialitzat en la comarca dels Ports. Es tracta d'un mitjà que visibilitza aquesta comarca situada al nord de la província de Castelló, donant veu a la gent que treballa i viu en aquesta terra (URL Annex 1).

No obstant això, més que constituir un mitjà on s'informa de l'actualitat de la comarca basada en notes de premsa d'ajuntaments i institucions, des de **15 Pobles** es busca apropar als lectors la història, les vivències i experiències que ha tingut la gent que viu ací i mostrar la seua llavor per dignificar aquesta terra. En definitiva, fer un periodisme més humà i de proximitat.

**15 Pobles** es caracteritza perquè els seus continguts estan basats fonamentalment en el rigor i la veracitat, amb el fi d'oferir informació de qualitat, amb entrevistes i reportatges que proporcionen als lectors una reflexió. Tot això complementat amb una gran quantitat de material multimèdia per fer la visita dels lectors més visible i directa amb els continguts.

### 1.2. Objectius del mitjà

**15 Pobles** naix amb l'objectiu principal d'oferir visibilitat a la comarca dels Ports, on l'actualitat d'aquesta està marcada per la gran problemàtica del despoblament. Així, tot i això, es pretén mostrar les coses bones o beneficis que ofereix aquest lloc per a viure mitjançant els testimonis de la gent d'ací.

Per una altra banda, **15 Pobles**, pretén desenvolupar-se amb altres huit objectius específics, com són:

1. Convertir-se en un mitjà de referència a la comarca dels Ports.
2. Visibilitzar el paper de la gent que treballa i viu en aquesta comarca.

3. Apropar la realitat del món rural.
4. Apropar les experiències de les persones a l'hora d'emprendre els seus projectes a la comarca.
5. Visibilitzar els diferents projectes econòmics que es tiren endavant a aquesta comarca.
6. Posar en valor el patrimoni cultural, natural i arquitectònic amb el qual compta la comarca dels Ports.
7. Donar a conèixer Els Ports a gent d'altres comarques que puguin viure una realitat pareguda a la d'ací.
8. Mostrar els avantatges o beneficis que comporta viure a la comarca dels Ports.

### 1.3. Interés del producte

El món rural, actualment, està marcat per la gran problemàtica del despoblament, i la comarca dels Ports és una de les grans afectades per aquesta situació. Tot i això, en els diferents pobles que componen aquesta comarca viu gent que treballa i lluita per mantenir viva aquesta terra. Persones emprenedores amb projectes que moltes vegades no són visibilitzats pels mitjans de comunicació convencionals. Per això, **15 Pobles** busca donar a conèixer a aquesta gent, descobrir-li a la gent d'aquesta comarca el que té al costat de casa, així com, mostrar que aquesta terra també és bona per a viure.

A aquesta comarca existeix un mitjà de comunicació que compren tota la informació d'aquests municipis, anomenat Comunicacions Els Ports, el qual compta amb una televisió, Nord · La televisió comarcal; una ràdio, Els Ports Ràdio; i un mitjà de comunicació digital, Comarquesnord. Tot i això, aquest es centra més en l'actualitat de la comarca basada en notes de premsa o comunicats d'ajuntaments i institucions, o la informació de tots els actes i esdeveniments que es celebren pels diferents pobles, com les festes de Sant Antoni, les festes majors, carreres, actes culturals... És per això, que es crea 15 Pobles, per oferir un altre punt a la

informació, no centrada tant en l'actualitat, sinó en altres aspectes atemporals, encara que amb un poc d'actualitat. D'aquesta manera, els lectors d'aquest mitjà de comunicació es troben amb una informació més humanitzada, sempre donant protagonisme a les persones amb les entrevistes, o recalcant el patrimoni que té aquesta terra.

El mitjà de comunicació, **15 Pobles**, interessa als seus lectors per la riquesa i profunditat de les entrevistes, sempre pensant amb la persona que és entrevistada, per conèixer qui habita aquests pobles i per què els agrada estar ací; pels reportatges que aporten aspectes innovadors i qüestions que no són tan conegudes per la gent que visita la comarca dels Ports.

#### **1.4. Justificació de la selecció**

La justificació de l'elecció d'aquest projecte i d'aquesta temàtica és la purament personal. Jo sóc de Morella, municipi que forma part de la comarca dels Ports, i sempre he sentit un fort sentiment d'identitat i pertinença per aquesta terra. És per això, que sempre he admirat a tota eixa gent que decideix viure, treballar o emprendre els seus negocis a la comarca, tot i els inconvenients, problemàtiques o entrebancs per part de les administracions, o les mancances de comunicacions o de serveis bàsics amb els quals compten alguns d'aquests municipis. Un fet que ha provocat que al llarg dels anys aquesta comarca sofrisca un dels grans problemes del món rural, el despoblament. Per aquest motiu vaig elegir realitzar un mitjà de comunicació digital, que principalment, donara veu a tota eixa gent que treballa per tirar endavant aquesta terra, a aquells que tracten de dignificar un poc amb petits moviments aquesta comarca, i que la gent poguera conèixer aquesta part que potser no és tan coneguda o valorada. A més, era una oportunitat per a poder mostrar tot l'aprenentatge adquirit durant el grau de periodisme i plasmar-ho amb continguts els quals pogueren fer reflexionar a la gent de la comarca dels Ports.

## 2. Fase de Preproducció

### 2.1. Gestió amb les fonts

La gestió amb les fonts s'ha portat a terme majoritàriament de manera telefònica. Cal dir que totes les fonts que han participat en aquest projecte ho han fet de manera desinteressada i sense rebre res a canvi; i moltes d'elles després s'han fet ressò de l'entrevista o reportatge difonent-lo mitjançant les seues xarxes socials.

Tot i utilitzar en una gran majoria fonts personals, també s'han utilitzat fonts documentals, com el llibre del 40é Aplec dels Ports per al reportatge radiofònic de *42 anys resistint*, o documents històrics per al reportatge del castell d'Olocau del Rey, *El castell d'Olcaf, patrimoni històric*, a més de consultar les dades demogràfiques i socioeconòmiques del portal de l'Institut Nacional d'Estadística.

Quant a les fonts personals (Annex 1), cal destacar que a causa de la declaració de l'estat d'alarma el 14 de març per la pandèmia de la Covid 19, totes les entrevistes han hagut de ser realitzades de manera telefònica, exceptuant les del reportatge audiovisual, amb les quals es va quedar de manera presencial quan es va acabar l'estat d'alarma. És per això que a l'hora de contactar amb elles, es feia de manera telefònica o via Whatsapp per concretar la data per realitzar l'entrevista, així les entrevistes es realitzaven telefònicament. Aquest fet potser ha causat que algunes entrevistes queden molt fredes o no expressen les emocions de l'entrevistat d'eixe moment, ja que al realitzar-les telefònicament no es crea eixe vincle entre l'entrevistat i l'entrevistador, que fa que la font se senta més còmoda, a més, tampoc pots veure la informació addicional que aporta l'entrevistat amb el llenguatge no verbal. No obstant això, les entrevistes són bastant completes i intenten plasmar els sentiments o emocions que pogueren tenir les fonts en eixe moment, com per exemple l'entrevista amb José Ramón, propietari del bar de Castell de Cabres, quan explica com recordava el poble abans de marxar o Nel·lo Monfort, metge de família rural, quan ens parla com afrontaven en eixos moments la crisi del coronavirus.

Cal destacar que totes les persones amb les quals he contactat han acceptat fer l'entrevista sense cap mena d'inconvenient, no obstant això, en alguns casos ha estat impossible poder quedar un dia, perquè han sorgit assumptes personals per part de l'entrevistat. Llavors, s'ajornava l'entrevista per a un altre dia, i s'havia de buscar un nou tema.

## 2.2. Selecció de contingut

La selecció de continguts s'ha intentat efectuar per tal de complir els objectius marcats des d'un principi. Per això, el mitjà es divideix en unes grans seccions com són: vida, innovació i desenvolupament, i cultura i festes; totes elles amb diverses subseccions com són: salut i educació, gent dels ports, emprenedors i patrimoni. Trets fonamentals que caracteritza la comarca dels Ports, on són importants les persones que hi viuen i la seua riquesa del patrimoni cultural i natural.

Tots els continguts publicats en el mitjà són d'elaboració pròpia, tant les notícies, les entrevistes i les galeries fotogràfiques com els reportatges audiovisual i radiofònic. Tot i realitzar continguts més marcats per l'atemporalitat, sempre s'ha intentat buscar un punt d'actualitat a tractar, en aquest cas marcat per la crisi del coronavirus. Per exemple, l'entrevista amb Nel·lo Monfort, metge de família rural i coordinador del centre de salut de Morella, on explica com en eixe moment estaven fent front a la pandèmia des del centre de salut de Morella; o com afectat la crisi del coronavirus als petits comerços de Morella i quines mesures es porten a terme per fomentar aquest comerç amb un reportatge audiovisual.

També s'ha volgut ressaltar el patrimoni arquitectònic amb el qual compta la comarca. En aquest sentit, a l'hora de crear el contingut s'ha buscat alguna cosa de novetat sobre el monument a partir d'ahi s'ha elaborat el reportatge, com per exemple, el reportatge del castell d'Olocau del Rey, on s'estan realitzant treballs de

restauració i conservació. A partir d'aquesta informació es va elaborar un reportatge sobre aquesta fortificació explicant la seua història, els orígens i la construcció.

Continuant amb la posada en valor d'aquest territori, des de **15 Pobles**, també es vol ressaltar el patrimoni cultural i festiu. La comarca dels Ports, compta amb una gran tradició amb els cicles de romeries, que s'inicien el dia 25 d'abril amb Sant Marc, és per això, que aquest dia es va fer la publicació, Vots confinats, per ressaltar aquesta celebració que va haver de ser cancel·lada per la pandèmia (Annex 2).

Quant a la realització de les entrevistes, sempre s'ha buscat gent interessant de la comarca, que durant aquests anys ha aportat alguna cosa, o ha treballat amb algun projecte important per a la comarca. A més, sempre tenint en compte l'interés que podria suscitar als lectors una entrevista a eixa persona en concret, com per exemple, l'entrevista realitzada a Tesa Giner, activista de la comarca dels Ports, i una persona molt present en tots els projectes que dignifiquen aquesta comarca.

Per la seua banda, per a la realització del reportatge audiovisual es va aprofitar la situació actual marcada per la covid 19 per mostrar com és d'important el comerç local per als pobles. Cal dir, que en un principi aquest reportatge s'anava a fer del projecte empresarial Apivillores, el primer projecte d'apicultura de la Comunitat Valenciana. Tot i això, a causa de la situació d'estat d'alarma aquests van haver de suspendre les seues activitats, i per tant el reportatge es va tornar inviable. D'aquesta manera, es va voler treure partit d'aquesta situació i elaborar un reportatge de com havia afectat aquesta pandèmia als diferents establiments, en concret del municipi de Morella, i quines mesures s'estaven prenent per fomentar aquest tipus de comerç entre els veïns. És per això, que es va entrevistar a Javi Tena, propietari de la tenda "Argimiro", per explicar com s'han hagut d'adaptar a la situació; a Aurora Buenaventura, de la tenda "Un món d tot", que va haver de tancar durant tot el confinament; a la presidenta de l'Associació d'empresaris turístics de Morella i comarca, Eva Sariñena, per explicar la situació del turisme; i a Rhamsés



Ripollés, alcalde de Morella, per comentar les campanyes de reforç del comerç local.

Quant al reportatge radiofònic, també es va aprofitar la situació d'aquests mesos per mostrar un repàs de la història de la festa comarcal, l'Aplec dels Ports, des dels seus inicis fins ara, ja que feia pocs dies que l'organització d'aquest any cancel·lava l'edició d'enguany a causa del coronavirus. D'aquesta manera, es va comptar amb Miguel Armengot, fundador de l'Aplec; Adrià Serret, de l'organització de l'Aplec d'Herbers 2019, un dels pobles més menuts que l'organització; i amb Fàtima Ortí, de l'organització d'enguany.

Per tant, a l'hora d'escollir els continguts sempre es buscava la viabilitat de poder realitzar eixe reportatge o entrevista, si podia accedir fàcilment amb la font, i sobretot, l'interés del públic al qual va dirigit el mitjà i l'interés periodístic.

## **2.2. Previsió de despeses**

Les principals despeses han estat, per una banda, el transport i el combustible utilitzats per als desplaçaments a l'hora de realitzar les fotografies de cada poble, i per una altra banda, la subscripció a una versió *premium* de la plataforma Wordpress, que poguera oferir més serveis al mitjà. En aquest cas, s'han invertit un total de 96€ anuals. Així, es va aconseguir ampliar la capacitat d'emmagatzematge de material multimèdia, així com, poder pujar continguts en forma de podcast o vídeo.

Les despeses també estarien relacionades amb el material utilitzat per fer les entrevistes. En aquest cas una de les principals despeses hauria estat el cost de les cridades telefòniques, no obstant això, es compta amb una tarifa on les cridades són gratuïtes i il·limitades. Quant al material per a la realització de les entrevistes del reportatge audiovisual i les fotografies, s'ha comptat amb material propi, amb una càmera reflex Canon 77D, amb un trípode adequat per a la càmera, amb diferents

objectius, un de 12 - 55 mm i un altre de 12 - 135 mm i un micro inalàmbric, d'un cost de 15€. A més del material per a la postproducció: un ordinador HP, amb els seus programes d'edició de fotografia i vídeo: Ligthroom, Photoshop i Premiere Pro.

En el cas que continués el mitjà de comunicació, les despeses serien majors, ja que caldria comprar el domini del web i continuar amb la versió prèmium de Wordpress. A aquests se sumarien les despeses relacionades en el combustible del transport per a cobrir la informació, del material tecnològic i de programes d'ordinador per poder editar els continguts multimèdia.

<b>Material</b>	<b>Cost</b>
Càmera Canon 77D	800€
Trípode Càmera	100€
Micro inalàmbric	15€
Objetivo 12 - 135 mm	500€
Ordinador HP	800€
Pla fotogràfic programes Ligthroom i Photoshop	24€
Combustible	100€
<b>TOTAL</b>	<b>2.324€</b>

### **2.3. Previsió d'ingressos**

Per la seua banda, el mitjà també hauria de tindre algunes fonts d'ingressos per a poder subsistir. Aquests principalment es centrarien en la publicitat de les institucions com són els ajuntaments de cada poble que conforma la comarca dels Ports, com poden ser l'ajuntament de Morella o l'ajuntament de Vilafranca, dos dels més grans del terme, així com, de les campanyes publicitàries que es realitzen des de la Diputació de Castelló o la Generalitat Valenciana. En aquest cas com les campanyes de publicitat centrades en la Covid 19.

### 3. Fase de Producció

#### 3.1. Justificació de l'enfocament seleccionat

A la comarca dels Ports existeix un mitjà de comunicació digital, anomenat Comarques Nord, el qual tracta de l'actualitat de la comarca. Tot i això, **15 Pobles**, naix en la necessitat de donar a conèixer altres qüestions de la comarca que no són tractades pels mitjans de comunicació convencionals, com poden ser projectes empresarials o conèixer les persones. Així, **15 Pobles** pretén aportar a la comarca una informació més propera a les persones, deixant l'actualitat sols per a alguns casos puntuals, i tractant la informació més atemporal. Per tant, l'enfocament seria oferir informació d'interés cultural a la gent de la comarca perquè pogueren conèixer un poc més coses d'aquesta terra.

#### 3.2. Seccions

**15 Pobles** es divideix en cinc seccions amb diverses subseccions: Els Ports, Vida, que se subdivideix en: Salut i Educació i Gent de Els Ports, que a la vegada també se subdivideix en Benvinguts i Bentornats; Innovació i Desenvolupament, que se subdivideix en Emprenedors; i Cultura i Festes, que se subdivideix en Patrimoni.

##### Els Ports

En la secció Els Ports es compta amb una petita introducció sobre la comarca, on s'explica on està situada, els pobles que la componen i les característiques d'aquesta zona. L'objectiu d'aquesta secció és contextualitzar al lector que no coneix i no sapiga on està la comarca dels Ports.

##### Vida

Aquesta secció se subdivideix en dos, "Salut i Educació" i "Gent de Els Ports", que a la vegada se subdivideix en "Benvinguts" i "Bentornats". En aquesta principalment

podem trobar entrevistes realitzades a gent que en el seu dia va decidir venir o tornar a la comarca dels Ports a viure, treballar o dignificar un poc la comarca dels Ports. Un exemple és l'entrevista amb Tesa Giner, en la secció Benvinguts, que porta venint 25 anys a la comarca i 20 anys vivint al municipi de Villores, i des de llavors participa en diferents moviments socials per al desenvolupament rural d'aquesta comarca. Una entrevista que va rebre un total de 432 visites. O l'entrevista amb Nel·lo Monfort, metge de família rural, en la secció de Salut, en la qual explicava les grans diferències i beneficis de la medicina rural, així com l'actualitat del coronavirus a la comarca. Aquesta va arribar a un total de 3.122 visites a la web. D'aquesta secció també destaca l'entrevista amb Xavi Ginés, sociòleg i professor en el Departament de Filosofia i Sociologia en la Universitat Jaume I, la qual explica la nova ruralitat i els beneficis de viure als Ports. Aquesta va ser l'entrevista amb la qual es va iniciar el mitjà digital, per a donar a conèixer el món rural i posar en context de la situació d'aquesta terra.

## **Innovació i Desenvolupament**

Els principals continguts presents en aquesta secció que també se subdivideix amb "Emprenedors", són reportatges sobre projectes empresarials empenedors desenvolupats a la comarca dels Ports, com és el cas del reportatge de "*Esperança als pobles dels Ports*", on es parla de l'empresa vilafranquina Bolíssim que va sorgir ara fa tres anys, o l'entrevista amb Mònica Segura, soci Apivillores, el primer projecte de turisme apícola de la Comunitat Valenciana. Aquesta secció també es complementa amb notícies de la Diputació de Castelló relacionades amb el desenvolupament dels pobles de la comarca i interessants per a les persones que vulguen emprendre ací.

## **Cultura i Festes**

Aquesta secció es compon d'una subsecció anomenada, "Patrimoni. Els continguts que es poden trobar principalment en aquest apartat es basen en reportatges que destaquen la riquesa arquitectònica amb la qual compta la comarca dels Ports, com per exemple, el reportatge del castell d'Olcaf, o la guia d'indrets declarats Bé d'Interés Cultural, que són poc coneguts o poc visitats per la gent que no és de la

comarca. A més, de destacar alguns dels trets culturals més característics, com el manteniment de la tradició per la gaita amb una entrevista amb José Vicente Castel, gaiter i professor de gaita.

### **Fotogaleria**

En aquesta secció, cal dir, que en un principi es tenia pensat cobrir esdeveniments de la comarca, com el cicle de romeries i rogatives, que té lloc durant els mesos de maig i juny, així com, d'altres esdeveniments d'interès cultural com el Capsigrany de Vilafranca, i incloure fotogaleries d'aquests actes. Però, amb la declaració de l'estat d'alarma i la consegüent cancel·lació de tots aquests actes, no s'han pogut fer les fotogaleries que es tenien pensades des d'un primer moment. No obstant això, s'han realitzat tres fotogaleries, algunes d'elles relacionades amb els reportatges realitzats anteriorment, com per exemple, la del castell d'Olocau, com a complement del reportatge; o també, la fotogaleria de les ermites, relacionada amb el reportatge dels *Vots confinats*. A més, es pot trobar una fotogaleria que inclou un fotografia de cada poble que cobreix el mitjà de comunicació, **15 Pobles**.

### **3.3. Estructura**

El primer que veu el lector quan accedeix a la pàgina web, és la pantalla principal, on estan totes les publicacions, ordenades de més recent fins a les més antigues. Per accedir a les últimes publicacions és tan senzill com fer scroll i clicar al botó "entradas antiguas". En la part superior d'aquesta pàgina inicial es troba el menú principal (Imatge 1) dividit en sis apartats, que són: Els Ports, Vida, aquest últim dividit en Salut i Educació, i Gent de Els Ports, on també podem trobar Benvinguts i Bentornats; després tenim la secció d'Innovació i Desenvolupament, on trobem la subsecció d'Emprenedors; Cultura i Festes, on està Patrimoni; la Fotogaleria; i per últim, l'apartat Sobre Mi, on podem trobar una breu explicació sobre qui sóc i la finalitat d'aquest mitjà de comunicació.

ELS PORTS

VIDA ▾

INNOVACIÓ I DESENVOLUPAMENT ▾

CULTURA I FESTES ▾

FOTOGALERIA

SOBRE MI

**Imatge 1.** Menú principal del mitjà de comunicació

Continuant en la pàgina principal, trobem una imatge principal de fons de realització pròpia i que correspon al municipi de Castellfort amb l'isologo del cibermitjà, 15 Pobles (Imatge 2). Cal dir que la idea principal era que totes les fotos dels pobles que componen la comarca anaren passant, però no es va poder realitzar, ja que el tema escollit per a la pàgina no ho permet. Per tant, es va escollir aquesta fotografia perquè per a mi representa el món rural i les característiques d'aquesta terra, petits pobles envoltats de natura i situats a grans altures. A més, també va ser escollida per estètica, ja que era la fotografia que millor s'adaptava a aquest fons.

**Imatge 2.** Imatge principal del cibermitjà amb el isologo de 15 Pobles

Seguint amb la pàgina principal, en la part dreta trobem, al principi de tot, un cercador, perquè els lectors puguin realitzar la seua recerca si volen veure alguna cosa en concret publicada en el mitjà. Baix tenim un apartat amb les quatre publicacions que els nostres lectors han llegit més, "El més llegit". I a continuació, trobem algunes de les xarxes socials que conté el cibermitjà. En primer lloc, tenim el

tauler de tweets perquè la gent pugui veure el que publiquem a Twitter, i seguidament, la pàgina de Facebook, perquè els nostres lectors puguin donar-li “a m’agrada” i estar actualitzats del que publiquem al web.

I per últim, en la part inferior del mitjà, hi ha un llistat amb les publicacions més recents, en el qual sols es mostren les quatre últimes entrades. Seguidament, poden trobar el “Contacte”, on hi ha un correu per enviar-nos qualsevol classe de comentari, informació o opinió sobre el mitjà. Al costat, tornem a trobar l’isologo de 15 Pobles, amb una breu explicació de la finalitat d’aquest mitjà de comunicació, perquè el lector conega els interessos i els objectius d’aquest cibermitjà. Per completar aquesta informació s’han col·locat les icones de les diferents xarxes socials amb les quals compta, aquestes són: Twitter, Facebook i Instagram.

Tant el menú, la imatge principal, com el contingut de la barra lateral i la part inferior de la pàgina principal es mostra constantment, és a dir, quan el lector entra que qualsevol secció o publicació sempre tindrà disponible aquest contingut. En canvi, quan el lector entra en una publicació en concret, siga entrevista o reportatge, la imatge destacada on es troba l’isologo, canviarà per la de la publicació (Imatge 3). A més, el lector sempre podrà tornar a la pàgina principal, clicant sobre l’isologo de 15 Pobles.



**Imatge 3.** Imatge destaca d’una publicació.

### 3.4. Disseny

El disseny de la pàgina web s'ha realitzat sempre pensant en la comoditat per a la lectura dels visitants, mantenint sempre l'estètica i els colors corporatius del cibermitjà. En aquest cas els colors corporatius són el gris i el negre, que es mantenen en el isologo, així com en el fons i el menú de la pàgina, que aporten serietat. A més, aporta el punt intermedi de lluminositat entre la màxima llum (blanc) i la llum nul·la (negre). Per altra banda, s'ha utilitzat un color de la gama del roig, que ressalta els enllaços, etiquetes o hipervincles, per ressaltar aquests continguts i que aporta més vitalitat a la pàgina.

Quant al format de Wordpress utilitzat, s'ha escollit el tema "Lodestar", ja que es tractava d'una plantilla molt visual i oferia diverses opcions per a l'hora de personalitzar-la i distribuir els continguts al gust del creador.

D'aquesta manera, s'ha intentat crear un lloc agradable per als lectors, sense incloure colors vistosos, utilitzant colors neutres sempre en relació amb la imatge corporativa del mitjà, i que resulte intuïtiu per a l'usuari i afavorisca la navegabilitat.

### 3.5. Multimèdia

Quant a l'apartat multimèdia, des del mitjà s'ha volgut donar molta importància a les fotografies que hi han publicades en les fotogaleries i en cada entrevista. Per això, en la fotogaleiria podem veure que hi ha una titulada "Pobles", on hi ha una fotografia de cada poble que conforma la comarca, amb un total de 15, totes elles d'elaboració pròpia. Seguint en la fotogaleria, trobem una anomenada "Ermites", relacionada amb la publicació realitzada el 25 d'abril *Vots confinats*. Aquestes són un seguit d'ermites on enguany s'hagueren hagut de celebrar les seues respectives romeries, però a causa de la pandèmia no s'ha pogut fer. Per això, des del mitjà es volia mostrar una petita representació d'aquestes ermites buides en els seus dies assenyalats. I, per últim, està la fotogaleria del Castell d'Olcáf, Olocau del Rey, en la



qual s'ha volgut mostrar una comparació de com es trobava aquesta fortificació abans de realitzar els treballs de restauració, i com es troba la mateixa durant aquests. Aquesta es va publicar per a complementar el reportatge publicat el 8 de maig, sobre el castell d'Olocau del Rey.

La pàgina web també compta amb un reportatge audiovisual, publicat l'1 de juliol, anomenat *Comerç local per salvar els pobles*. Veient la situació que havia provocat la pandèmia del coronavirus, amb el consegüent tancament d'alguns establiments i l'adaptació de les mesures de seguretat d'altres amb productes bàsics, es va veure l'oportunitat de poder mostrar com aquesta situació havia afectat al comerç de la comarca dels Ports, i més concretament, del municipi de Morella, ja que el comerç local és essencial i fonamental per al desenvolupament dels municipis d'aquesta comarca. Cal destacar que per a la realització d'aquest reportatge, s'ha hagut d'esperar al fet que finalitzara l'estat d'alarma per a poder realitzar-lo, ja que molts establiments van tardar a obrir, i a més, des del mitjà de comunicació, no es volia ficar en risc a cap de les persones entrevistades, així que les entrevistes es van realitzar garantint les mesures de seguretat. Tot i això, tots els entrevistats van mostrar el seu interès per a la realització de les entrevistes, sense cap mena de problema.

I, per últim, el mitjà també compta amb un reportatge radiofònic en forma de podcast, el qual els lectors del mitjà es poden descarregar sense cap problema i de manera molt senzilla. El reportatge radiofònic, anomenat, *42 anys resistint*, publicat el 25 de maig, tracta sobre la festa comarcal per excel·lència, l'Aplec dels Ports. Aprofitant que feia una setmana que l'organització d'enguany de Forcall anunciaven que aquest any se suspenia pel coronavirus i per no ficar en risc a la població dels Ports, des del mitjà es va voler fer un repàs de la història d'aquesta festa des dels seus inicis fins a l'actualitat i com aquesta ha canviat. A l'hora de realitzar-lo no va haver-hi cap mena de problema, l'únic inconvenient pot ser que l'àudio d'alguna entrevista no s'escolta molt bé, perquè les entrevistes es van haver de fer de manera telefònica a causa de la situació d'aquests mesos.

### 3.6. Interactivitat

Quan a la interactivitat, les xarxes socials han estat imprescindibles per a la difusió dels continguts que cada setmana s'anaven penjant en la pàgina web. Donat el seu creixent nombre d'usuaris i la seua constant evolució tecnològica, les xarxes socials han deixat de ser meres eines complementàries per a la difusió de la informació d'actualitat i s'han convertit en canals d'accés independents, utilitzats per molts usuaris com a fonts d'informació primàries (Jiménez Iglesias, 2015).

D'aquesta manera, **15 Pobles**, ha comptat amb diferents xarxes socials, aquestes han estat Twitter, Facebook i Instagram.

Principalment, aquestes xarxes socials s'han utilitzat per difondre les publicacions del mitjà, on han tingut una bona rebuda entre els seguidors del mitjà. En la pàgina de Facebook, hem aconseguit un total de 166 seguidors, en Twitter un total de 50, i en Instagram hem arribat als 202 seguidors.

Per la seua banda, en la pàgina web, els lectors i seguidors del mitjà, al final de cada publicació podien compartir-ho directament a les seues xarxes socials, Twitter i Facebook, així com, donar-li Me gusta a la publicació o deixar un comentari.

Cal destacar que quasi tots els entrevistats han expressat la seua satisfacció d'haver participat en aquest projecte mitjançant les seues xarxes socials, contribuint així a la difusió dels continguts. (Annex 3) En aquest sentit, hi ha hagut publicacions que han aconseguit el milenar de visites, com per exemple, l'entrevista amb Nel·lo Monfort, metge de família rural, que va aconseguir un total de 3.122 visites a la pàgina web. En Facebook, aquesta publicació, va ser compartida 65 vegades, entre elles pel Departament de Salut de Vinaròs o el Fòrum de la Nova Ruralitat, aconseguint un total de 641 reaccions. Una altra publicació que va tenir una forta interacció va ser l'entrevista amb José Ramon Segura, propietari del bar de Castell de cabres, que va tenir un total de 1.555 visites a la pàgina web. I per últim, una

altra de les publicacions que va tenir una forta interacció, va ser l'entrevista amb Xavi Ginés, sociòleg i membre del Fòrum de la Nova Ruralitat, aconseguint un total de 978 visites al web. Tot i que, aquestes tres potser són les que més repercussió han tingut, la resta de publicacions també han aconseguit un gran nombre de visites superant la gran majoria les 200 visites. D'aquesta manera, el cibermitjà, **15 Pobles**,(a dia 24 de juny) ha rebut un total de 9.202 visites.

### 3.7. Usabilitat

Un bon disseny i una bona organització de la informació són els elements clau perquè un web sigui usable i accessible. Ambdues qualitats són complementàries i estan relacionades entre si. Tot i això, si no podem accedir a la informació (accessibilitat) les millores en la usabilitat no tindran sentit, i si hi accedim però la facilitat d'ús (usabilitat) és deficient, no podrem gaudir dels continguts (Ribera Turró & Térmes Graells, 2002). És per això, que des del mitjà, **15 Pobles**, els lectors poden accedir a la pàgina web des de qualsevol dispositiu, siga ordinador, *tablet* o *smartphone*, ja que el disseny que ofereix la plataforma Wordpress permet adaptar els continguts a tota mena de pantalles. A més, s'han creat una serie d'etiquetes per a que els usuaris puguin accedir i trobar la informació de manera ràpida i senzilla.

## 4. Fase de Postproducció

Per a la creació de la pàgina web **15 Pobles**, es va optar per la utilització de la plataforma Wordpress. A banda de ser una plataforma amb la qual ja estava familiaritzada pel seu ús durant la carrera, es tracta d'un suport de fàcil maneig tant per al creador de continguts com per al públic del mitjà. A més, com ja s'ha explicat anteriorment, es va optar per utilitzar una versió *premium* de la plataforma, la qual ampliava la funcionalitat d'aquesta, com l'ampliació de l'espai d'emmagatzematge o la possibilitat de pujar podcast o vídeos directament a la pàgina de Wordpress.

Per la seua banda, a l'hora de crear els continguts multimèdia, com són les fotografies, els vídeos i els podcasts, s'han utilitzat programes amb els quals ja havia treballat anteriorment. En el cas de l'edició de fotografies, he utilitzat el pla fotogràfic que ofereix *Adobe*, que inclou els programes *Lightroom* i *Photoshop*, en aquest cas sols s'ha utilitzat el programa *Lightroom* per millorar la llum o el contrast de les fotografies realitzades als pobles. En canvi, el programa *Photoshop*, amb coneixements molt bàsics sobre aquest, s'ha utilitzat per a crear el logo (Imatge 4) i isologo del mitjà digital (Imatge 5).



**Imatge 4.** Logo 15 Poblés creat per a les xarxes socials



**Imatge 5.** Isologo creat per a la pàgina web

La dificultat durant la creació d'aquests, com he dit anteriorment, ha estat pels coneixements bàsics a l'hora d'utilitzar el programa Photoshop, tot i això es van poder resoldre fàcilment.

Per la seua banda, l'edició de vídeo per al reportatge audiovisual, es va realitzar amb el programa d'edició Premiere Pro, amb el qual no es va tindre cap problema, ja que era un programa que havia utilitzat durant la carrera i per compte propi. Quant al reportatge radiofònic, també es va utilitzar el mateix programa que per al reportatge audiovisual.

## 5. Valoració Final

Elaborar el mitjà de comunicació digital, **15 Pobles**, ha estat un treball amb un resultat molt gratificant, però amb un procés molt costós i dur. En el meu cas, compaginar els horaris laborals de la feina amb la realització del mitjà de comunicació ha estat un treball complicat, en moltes vegades per no poder mantenir una continuïtat de publicacions durant la setmana. Tot i això, des que va començar el mitjà fins avui dia, s'han penjat dues publicacions per setmana.

Un altre dels aspectes que cal destacar és la situació d'estat d'alarma per la pandèmia, la qual també ha afectat la realització dels continguts d'aquest mitjà de comunicació. Per una banda, les entrevistes han estat realitzades telefònicament, fet que potser ha suposat un inconvenient a l'hora de crear un vincle amb l'entrevistat i poder veure'l a la cara. Un altre factor que s'ha vist afectat, ha estat l'elaboració del reportatge audiovisual, ja que no es va poder elaborar el producte que inicialment havia pensat. Tot i això, aprofitant la situació he pogut elaborar un producte que va acord amb els continguts del mitjà i la temàtica d'aquest.

Tot i aquests entrebancs, finalment, he aconseguit realitzar un mitjà amb els valors fonamentals del periodisme: el rigor i la veracitat. A més, personalment, m'han fet

ser més eficient i saber organitzar-me per poder tirar endavant un mitjà de comunicació autogestionat.

Així, ha estat gratificant pel que fa a la resposta del públic i els seus comentaris, aconseguint una gran quantitat de seguidors a la pàgina **15 Pobles**, mitjançant les xarxes socials amb nombroses interaccions en totes les publicacions, a més de comentaris personals de la gent de la comarca i d'altres localitats no tan properes interessats amb les publicacions. Tal és així, que molta gent m'ha animat a continuar amb aquesta feina de visibilització de la gent de la comarca, ja que no existeix un mitjà de comunicació en la comarca que es centre en aquests aspectes. Fet que m'ha fet plantejar la continuïtat d'aquest, sempre que es pugui buscar algun tipus de finançament, com publicitat dels ajuntaments que conformen la comarca o de la Diputació de Castelló.

Com a possibles millores, crec que tots els projectes es poden millorar, però en aquest cas les millores es podrien fer entorn de la imatge corporativa del mitjà o amb el isologo. Quant als continguts, sempre es pot millorar la qualitat d'aquests, però en aquesta part la satisfacció personal és bastant alta.

## 6. Bibliografia

Diputació de Castelló, 2020. *Diputació Oferix Cursos Gratuïts I En Format Telemàtic Per A Empreses I Persones Emprenedores A L'Interior*. [online] Disponible en: <https://www.dipcas.es/va/actualidad/diputaci-oferix-cursos-gratu-ts-i-en-format-telem-tic-per-a-empreses-i-persones-emprenedores-a-l-interior>

Diputació de Castelló, 2020. *La Diputació Abona Els 5,6 Milions D'Euros Del Fons De Cooperació Als Municipis De Castelló*. [online] Disponible en: <https://www.dipcas.es/va/actualidad/la-diputaci-n-abona-los-5-6-millones-de-euros-d-el-fondo-de-cooperaci-n-a-los-municipios-de-castell-n>

Jiménez Iglesias, L., 2015. *Usabilidad Para Dispositivos Móviles Basa En La Evidencia: Los Cibermedios Españoles*. Doctorado. Universitat de Barcelona.

Ribera Turró, M., & Térmens Graells, M. (2002). Accessibilitat al web: panoràmica general. *Revista De Biblioteconomia I Documentació*, (31), 5 - 16. Disponible en: <https://www.raco.cat/index.php/Item/article/view/22571/22405>

Serret, R., 2016. «Notes sobre l'Aplec dels Ports», BeCEroLes VI, pp. 193-201. UNIVERSITAT DE VALENCIA (2015): UV, [online] Disponible en: <https://www.raco.cat/index.php/Beceroles/article/download/304260/393955/>

Tena, V., & Carceller, K. (2018). *Aplec dels Ports: 40 anys d'història col·lectiva*. València: Centre d'Estudis dels Ports i Els Ports en Moviment.

Tena, V., 2019. Una carta pobla per al segle XXI rural. *El Temps*, [online] Disponible en:

[https://www.eltemps.cat/article/6709/una-carta-pobla-per-al-segle-xxi-rural?fbclid=IwAR3ry1Jori7xmji-vL-XF-jCuvQ6ITm19QxvZ\\_MrRos0dCdRVli7AQhEBk0#.XKCCpDHWr-g.whatsapp](https://www.eltemps.cat/article/6709/una-carta-pobla-per-al-segle-xxi-rural?fbclid=IwAR3ry1Jori7xmji-vL-XF-jCuvQ6ITm19QxvZ_MrRos0dCdRVli7AQhEBk0#.XKCCpDHWr-g.whatsapp) [Consultat 30/05/2020]

Universitat Jaume I, 2020. *El Programa D'Extensió Universitària Comença Nous Projectes D'Acompanyament A Villorès, La Mata I L'Alcora*. [online] Disponible en: <https://www.uji.es/cultura/base/peu/destacat/historic-noticies/2020/nous-acompanyaments/>

# 7. Annexos

<b>7. Annexos</b>	<b>24</b>
7.1. Executive summary	25
7.2. Annex 1	29
7.3. Annex 2	29
7.4. Annex 3	31
7.5. Annex 4	32



## 7.1. Executive summary

### What is 15 Pobles?

15 Pobles is a digital media specialised in the region of Els Ports, which is located in the north of the province of Castellón. The main aim of 15 Pobles is to make this region visible, by giving a voice to people, who live and work in the area. However, rather than building up a media to provide people with current and regional information, based on press releases from local governments, 15 Pobles aims at bringing history, and experiences of the inhabitants closer to readers. In short, it is pretended to make a more human and closer journalism.

15 Pobles is characterised because its contents are mainly based on rigour and truthfulness, and its purpose is offering quality information, compiled through interviews and reports, which make the reader reflect. All this, is complemented by a huge amount of multimedia material to make the readers' visit more visible.

### Objectives

On the one hand, 15 Pobles was born with the main purpose of giving a voice to the region of Els Ports, since it is currently affected by depopulation. Nevertheless, it also pretends to show the benefits of this place through evidences provided by several inhabitants.

On the other hand, 15 Pobles is developed taking into consideration eight different objectives:

1. To become a media of reference in the region of Els Ports.
2. To show the essential role that people who live and work in the area have.
3. To bring the reality of the rural milieu closer.
4. To tell the experiences of people who have developed projects in the region.
5. To raise awareness about the economical projects carried out in the area.
6. To emphasise the cultural, natural and architectural heritage of Els Ports.
7. To present Els Ports to other people who may be living a similar situation.

8. To display the advantages of living in the region of Els Ports.

## Interest of the product

Nowadays, the rural world is hit by the aforementioned problem of depopulation, and Els Ports is one of the most affected regions. However, there are still people who live and work in the villages of the area in order to keep this part alive. These go-ahead people always have some kind of business on their hands, but many times these projects are not considered by conventional means.

Due to the previous reason, 15 Pobles aims at sharing the role of these forgotten people. Moreover, it also wants to make other people discover the treasure they have just across the street as well as showing that this part of the world is fine to live. Therefore, we can say that 15 Pobles has been created to offer information in a different way, focused on timeless aspects rather than current ones.

## Justification

The reason why I have chosen the present project is purely personal. I am from Morella, a village which is part of the region of Els Ports, and I have always felt a strong sense of identity and belonging towards this place. For this reason, I have always admired every single person who has decided to live, work and start a business here. Therefore, my motivation to carry out a digital media was to show how important is everybody who struggles to keep this region alive, and I also wanted people to know about Els Ports, which is not always valued.

## **PREPRODUCTION**

In order to create 15 Pobles, a total amount of eighteen personal and documental information sources have been used. The interviews and the data collection have

been carried out over the phone, due to the declaration of the alarm state on March 14<sup>th</sup>, because of the Covid 19 pandemic.

In order to create a more professional media without so many limitations, we decided to subscribe to a premium version, in which 96€ per year have been invested. All expenses are related to transport and fuel used to do the interviews and the photographs. Regarding the income, it would come from the publicity made by some institutions such as local governments, Diputació de Castelló and Generalitat Valenciana.

## **PRODUCTION**

15 Pobles is divided into five sections with several subsections: Els Ports, Life which is subdivided into Health and Education and People from Els Ports. At the same time, it is subdivided into Welcome and Welcome back, in which we can find interviews to people who decided to come or to come back to Els Ports in order to live or work. Another section is Innovation and Development, which is subdivided into Entrepreneurial. In this subsection we can find reports about entrepreneurial projects carried out in the region. Culture and Festivities is subdivided into Heritage, in which we find reports that highlight the architectural richness. Eventually, there is a section entitled Photo gallery, in which three photo galleries related to the published reports have been created.

With regards to interactivity, social networks have been really important to spread all the contents which were uploaded to the web page weekly, and to reach more people. In this way, 15 Pobles has different social networks such as Twitter, Facebook and Instagram. Apart from these networks, readers could send their opinions or comments through the e-mail [15pobles@gmail.com](mailto:15pobles@gmail.com).

## **POSTPRODUCTION**

On the one hand, in order to create the web page called 15 Pobles we decided to employ Wordpress. It is an easy to use tool both for the professional who has to create the contents, and for the users. On the other hand, other programmes such

as Lightroom, Phtoshop, Premiere or Youtube have also been employed to create media contents such as photographs, videos and podcasts.

## **FINAL ASSESSMENT**

Creating the digital media 15 Pobles has been a hard process, but with a really gratifying result. Combining my work schedule with the production of the media, and the situation provoked by the alarm state declared because of the pandemic, have been two influential facts in the creation of the contents and their continuation. Despite these problems I have developed a media with the essential values of journalism: rigour and truthfulness. Moreover, this project has made me more efficient, and I have also learned how to organise myself in order to carry out a self-managed project.

It has been gratifying because I have met with a great response from the public and the web page has now a great amount of followers. Moreover, thanks to social networks I have received many personal comments and reactions to my publications, both from people living in the region, and from people of other villages who were interested in what I published. Such has been the response that many people have encouraged me to continue with this project to foster the importance of people in the region, because there is no means of communication specialised in this task.

Finally, I would like to mention that all projects can be improved, but in this case all the improvements would be related to the corporate image of the media or the isologo. Concerning the contents, their quality can always be improved, but in this particular case I am really satisfied.

## 7.2. Annex 1

URL: <https://15pobles.wordpress.com/>

## 7.3. Annex 2

FONT	CÀRREC	PUBLICACIÓ
Xavi Ginés	Doctor en sociologia i professor del Departament de Filosofia i Sociologia en la Universitat Jaume I de Castelló	Entrevista
Lluís Gargallo	Soci de l'empresa Bolíssim	Reportatge
Francisco Campillo	Coordinador de la Xarxa d'Iniciatives Empresariales	Reportatge
Raúl Franz	Soci de la destil·leria herbesense	Reportatge
Tesa Giner	Mestra, educadora ambiental i dinamitzadora ambiental	Entrevista
Nel·lo Monfort	Metge de família rural	Entrevista
José Vicente Castel	Gaiter i professor de gaita i tabal a l'escola de música de Morella	Entrevista
Ramiro Pérez	Arqueòleg	Reportatge
Julio López	Gerent del Mesón i l'Hostal d'Herbers	Entrevista
Miguel Armengot	Fundador de l'Aplec dels Ports	Reportatge radiofònic
Adrià Serret	Organització Aplec d'Herbers 2019	Reportatge radiofònic
Fàtima Ortí	Organització Aplec Forcall 2020	Reportatge radiofònic
Mònica Segura	Soci projecte Apivillors	Entrevista

José Ramón Segura	Propietari del bar de Castell de Cabres	Entrevista
Javi Tena	Propietari tenda Argimiro	Reportatge audiovisual
Aurora Buenaventura	Propietaria tenda Un món d tot	Reportatge audiovisual
Eva Sariñena	Presidenta de l'Associació d'Empresaris Turístics de comarca i Morella, ASETMICO	Reportatge audiovisual
Rhamsés Ripollés	Alcalde de Morella	Reportatge audiovisual

## 7.4. Annex 3

### Annex 3.1. Publicació Vots confinats, el dia 25 d'abril, dia de Sant Marc, a Facebook.



 **15 Pobles**  
25 d'abril · 

👉 Avui, 25 d'abril se celebra Sant Marc. Una de les tradicions més arrelades a la comarca dels Ports és el cicle de romeries que té lloc la primavera i que en molts municipis començaria avui amb la visita a les ermites de Sant Marc.



15POBLES.WORDPRESS.COM 

**Vots confinats**  
Sant Marc de les Alberedes / Alba Segura El confinament ha fet que molte...

**116**  
People Reached

**65**  
Engagements

[Promociona la publicació](#)

 11

4 comparticions

## 7.5. Annex 4

**Annex 4.1.** L'empresa *Bolissim* es fa ressò del reportatge realitzat a la seua empresa al seu compte de Facebook.



 **Bolissim** 6 d'abril · 

Aquí os dejamos una entrevista que nos ha hecho Alba Segura para su proyecto "15 Pobles".  
Gracias por pensar en nosotros. Siempre encantados de colaborar 😊.



15POBLES.WORDPRESS.COM  
**Esperança als pobles dels Ports**  
Cada volta hi ha més gent que s'interessa per tirar endavant el seu negoci...

  44 16 comparticions



**Annex 4.2.** La plataforma *Fòrum de la Nova Ruralitat* va compartir les entrevistes realitzades a Xavi Ginés, Nel·lo Monfort i Tesa Giner al seu compte de Facebook.

 **Fòrum de la Nova Ruralitat** 18 d'abril · 

Ací teniu una entrevista que li fa Alba Segura a un dels membres de la Coordinadora. Esprem que vos agrade!



15POBLES.WORDPRESS.COM  

**“Les administracions parteixen de la idea que la ruralitat morirà i el que intenten és fer més flux el colp”**

  32 2 comentaris 16 comparticions

 **Fòrum de la Nova Ruralitat** 29 d'abril · 

Nel·lo Monfort és metge i membre de la coordinadora de la Nova Ruralitat. Però, sobretot, és una persona amb les idees molt clares. Article molt recomanable!!!



15POBLES.WORDPRESS.COM 

**“Quan jo vaig arribar ací, hi havia un abuelo que dia: que havia fet jo allà baix perquè m’enviaren ací a treballar”**

  Tu i 24 persones més 1 comentari 9 comparticions



### Annex 4.3. El Departament de Salut de Vinaròs va compartir l'entrevista amb Nel-lo Monfort al seu compte de Facebook



## Annex 4.4. El projecte Apivillores comparteix al seu Facebook l'entrevista realitzada.

 **Apivillores** ⋮  
Data i hora: 31 de maig 22:03 · 🌐

Avui el mitjà de comunicació comarcal "15 Pobles", sorgit d'un projecte de final d'estudis, ha parlat de nosaltres.  
Ací us deixem la notícia! 📄 📌 😊

Gràcies per aproximar-vos al nostre projecte!!



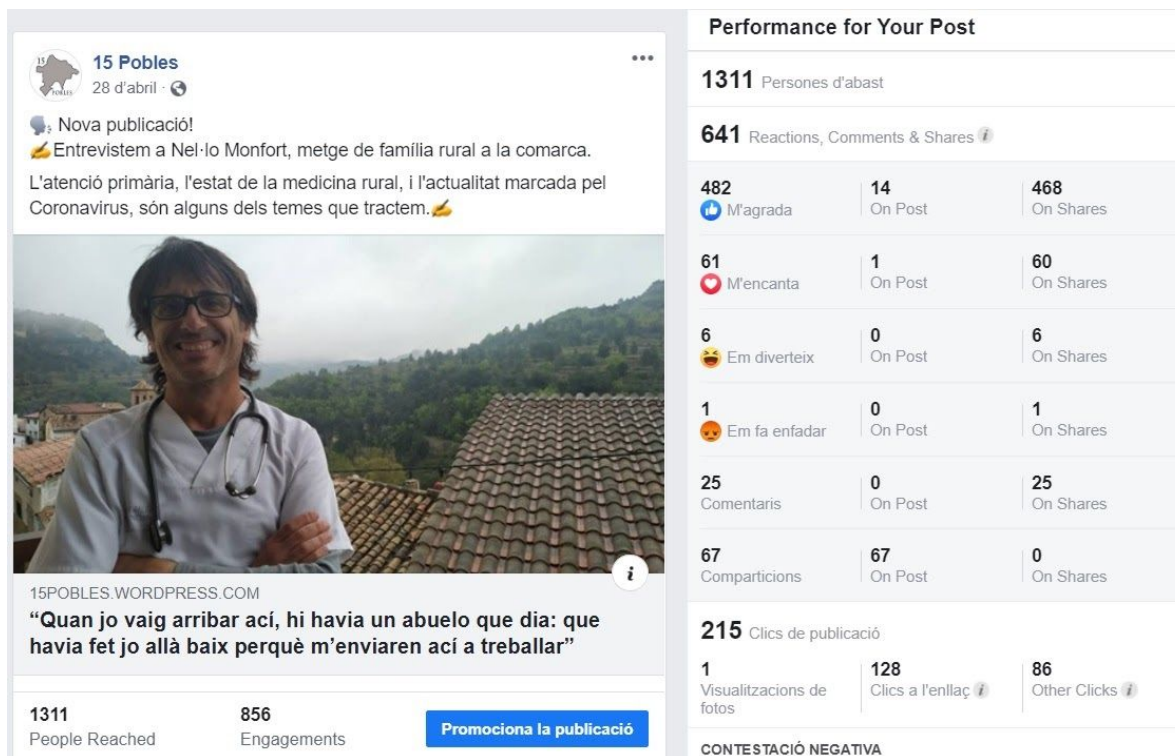
[About this website](#)

15POBLES.WORDPRESS.COM

**“A esta comarca és molt difícil tenir una activitat tan concreta i viure d'això, perquè no tens turisme tots els dies”**

  Tu, Maria Tena Ripolles i 30 persones més 4 comparticions

## Annex 4.5. Estadístiques d'interacció de la publicació de l'entrevista amb Nel·lo Monfort al Facebook.





## Annex 4.6. Nombre total dels països que han visitat la pàgina web, 15 Pobles.

