

Grado en Periodismo  
TRABAJO FINAL DE GRADO

# Talento de Km 0

URL: <https://www.talentodekm0.es/>

 @DeKm0\_

 @DeKm0\_

 @DeKm0

 @Talento de Km0

**Autor/a del trabajo:** Nerea Altaba Sales

**Tutor/a del trabajo:** Rosana Sanahuja

**Modalidad de trabajo:** Línea C2. Medio digital especializado

**Curso / Curs:** 2021 – 2022

## ÍNDICE

1. Introducción.....	3
2. Diseño de la publicación.....	6
3. Contenidos de la publicación.....	11
4. Valoración final.....	15
5. Resumen en inglés.....	19
6. Anexos.....	24
6.1. Plan de preproducción	
6.2. Publicaciones del cibermedio	
6.3. Publicaciones de cada red social utilizada	
6.4. Fuentes personales entrevistadas	
6.5. URL a la carpeta del Drive	

## 1. Introducción

### • **Presentación del tema y justificación de su interés e importancia**

Este TFG pretende llevar el periodismo ciudadano y cultural a un medio local en la Comarca del Maestrazgo (Teruel) de una manera distinta a lo que se Conoce. Talento de Km 0 sirve de altavoz a aquellas personas que residen en la comarca o tienen un vínculo con ella, quienes como afición o como profesión elaboran productos artesanos, artísticos o gastronómicos y no saben cómo llegar a la gente de su entorno. Esto potencia la cultura y economía de la zona.

El medio publica entrevistas escritas y en video de su trabajo, para así, quien lo vea, además de aprender el oficio, sepa que ese servicio está y pueda acudir a él sin necesidad de desplazarse a una ciudad. También amplía con reportajes más completos y galerías fotográficas. También mantiene al día de la actualidad con noticias y crónicas culturales, así como artículos de opinión.

Más allá de contactar con los entrevistados, el medio también incluye apartados de contacto para que sean los artistas quienes acudan para poderles dar esa visibilidad a través de la página web y redes sociales, creando una comunidad cada vez más amplia. Todo esto fomentando la interactividad a través de las redes sociales, que es la esencia del proyecto, para que el resto de los usuarios puedan comentar su trabajo y apoyarle. De manera transversal, las publicaciones de la web son difundidas por redes sociales, Instagram, Facebook, Twitter y YouTube.

De km 0 está orientado a todos los vecinos de la comarca, independientemente de su edad y localidad, aunque también más allá de las fronteras, a municipios cercanos, personas que no residen todo el año en los pueblos y turistas.

El cibermedio dinamiza el área rural, genera sinergias y da unión a la gente de los distintos pueblos, fomentando el consumo cultural de proximidad. En general, potencia el Talento de Kilómetro 0. El objetivo último es poner en valor la idiosincrasia y el potencial cultural de estas tierras aun por conocer, desconocidas por la gente de fuera y muchas veces también por quienes las habitan. Dejando atrás la imagen de las áreas rurales, manchadas por el término “España Vacía” y por el lema “donde nunca pasa nada”. Porque el Maestrazgo

es una tierra de oportunidades aun por explotar, y De km 0 quiere contribuir a ello.

La creación del medio parte de una necesidad, de un nicho informativo, ya que los medios de comunicación locales actuales únicamente se limitan a dar información institucional. Pero no hay un medio enfocado a la cultura, por tanto, el proyecto tiene una gran relevancia y una viabilidad futura.

El interés reside precisamente en que es gente de la comarca, los invitados e invitadas son tus amigos, los conoces o igual alguna vez has probado sus productos, lo que hace más llamativo el contenido que si es gente ajena. Es un medio importante para los artistas, ya que puede facilitar su trabajo, pero también es importante para los vecinos.

- **Justificación del nombre de la publicación**

El nombre del medio hace alusión a los productos de km 0, una medida que surge por intereses similares a los que se trasladan al medio. Un producto de Km 0 busca fomentar el consumo de la zona, haciendo con ello que los productos obtenidos por los clientes sean de mayor calidad y eliminen intermediarios, beneficiando también a los productores. En talento de km 0 ocurre lo mismo, los consumidores pueden optar a productos de mayor calidad y de una obtención más sencilla, además favorece económicamente a los artistas, quienes pueden dejar de realizar su actividad como una afición para pasar a ser su trabajo.

El nombre parte de este símil con los productos, y también de la idea mencionada anteriormente de evitar que los vecinos del Maestrazgo tengan que recorrer kilómetros para conseguir ese producto. Al saber que alguien del Maestrazgo realiza ese producto necesario, se evitan hacer kilómetros hasta una ciudad, bajando el contador a 0 kilómetros.

- **Objetivos a conseguir y público objetivo**

1. Dar a conocer a los artesanos y artistas locales, sea cual sea su disciplina.
2. Llegar a toda la comarca, independientemente de la edad y localidad.
3. Potenciar la cultura y el consumo de proximidad.

4. Mostrar problemas o inconvenientes que los artesanos y productores del mundo rural, en concreto del Maestrazgo, tienen que hacer frente. Pero reflejar también beneficios de desarrollar esa actividad en el entorno.
5. Explicar temas más complejos que necesitan contexto y un análisis en profundidad con los reportajes
6. Informar de eventos culturales gracias a las noticias y crónicas.
7. Despertar una vena más crítica ante situaciones que afectan de cerca mediante artículos de opinión.

Los objetivos son dar visibilidad a la gente de la zona y también a las trabas que se enfrentan, y se han cumplido con éxito. Por ejemplo, Sonia Buj crea bolsos y mochilas bajo la firma de Gaucha Artesanía, me dio las gracias porque mucha gente a raíz de la publicación le había encargado bolsos. También gente me hablaba para decirme que había reservado un taller de cerámica en Villa Rubei, entre otros casos. Estoy realmente contenta, porque desde el primer momento, De km 0, ha dejado de ser únicamente un trabajo de fin de grado.

La idea planteada al comienzo del proyecto de que fueran los artesanos quienes contactaran, lo pensé como algo utópico, creyendo que realmente no sería así y tendría que ir yo a buscar la entrevista. Sin embargo, varias personas, algunas que ni conocía, me han pedido colaborar en el proyecto, o me sugerían gente que pudiera encajar.

El público objetivo son residentes o gente con vínculos en la comarca, pero también personas de la provincia o zonas limítrofes como la comarca de Els Ports en Castellón. Aunque también está dirigido al turista que quiera conocer la zona, porque la artesanía y gastronomía de la región también es un atractivo para ellos.

La comarca, en sus 15 municipios y 30 entidades recoge a 3700 habitantes, con una densidad de 3,14 hab/km<sup>2</sup>. Por lo que el público se limita más que si fuera de ámbito provincial o de una ciudad más grande. Talento de Km 0 está dirigido a todas las edades, ya que, según el Estudio anual de Adglow, desde los 16 a los 65 años emplean internet y redes sociales, por lo que pueden acceder al contenido. La franja de edad que pueden ver la web es muy amplia, aunque la mayoría se encuentre entre 19 y 40 años.

## 2. Diseño de la publicación

- **Análisis de la competencia**

El cibermedio no ha tenido una competencia directa clara. La comunicación en redes de los entrevistados era nula o muy sencilla, algunos sí que tenían entrevistas de más medios, pero también era un público distinto. Además, esas entrevistas se solían basar en qué productos elaboran y cómo lo hacen, y en el medio, además de eso también se centran en qué aporta su negocio al territorio y viceversa, así como los aspectos positivos y negativos de desarrollar el producto en el mundo rural.

En la comarca solo hay un periódico de tirada trimestral y publica especialmente noticias institucionales o informativas de eventos, pero no se centra en la cultura, y menos piezas más interpretativas y de profundidad como los reportajes, mucho menos opinativas como los artículos.

Un periódico digital del Bajo Aragón histórico, la Comarca, sí que crea más contenido sobre el Maestrazgo, y también ha comenzado recientemente una sección llamada EncontrARTE, donde hace entrevistas a artistas de la zona, por lo que ahí sí que he encontrado una competencia más directa. Aun así, Talento de Km 0 se diferencia porque se mueve sobre todo por redes sociales y con un formato nuevo y más visual como son los videos, este medio incluye únicamente la entrevista escrita y mucha gente ve antes el vídeo.

No había mucha competencia, especialmente a nivel comarcal, posiblemente eso y el nuevo formato ha hecho que en apenas dos meses tenga tanto éxito.

- **Características básicas de diseño e identidad corporativa**

En la página web el diseño es sencillo, intentando que sea intuitivo moverse por ella y llegar a las diferentes piezas.

El logo hace referencia a la ruta 66, por la idea mencionada de que conocernos nos ahorra kilómetros en la carretera. También haciendo referencia a The Silent Route, ruta motera entre las comarcas del Maestrazgo y Andorra-Sierra de Arcos, que se ha convertido en una seña de la región.

Los colores marrón y verde del logo, web, rótulos y todo el diseño en general, representan la identidad corporativa, vinculada con la naturaleza, el monte y la tierra.



- **Estructura del medio. Explicación y justificación de las secciones**

La estructura de la web es accesible para una persona de 20 años acostumbrada a la tecnología y otra de 60, abarcando así todo el público objetivo. En el diseño iba probando con dos personas de distintas edades para comprobar que lo comprendían todo y sabían acceder a las distintas secciones.

Al entrar en la web, aparece el menú en la parte superior derecha: Inicio, gastronomía, artesanía, arte, además de un apartado dedicado a la identidad corporativa (quien soy/ contacto) y otro a la actualidad. Encima de la barra de secciones, en la esquina superior derecha, incluye los plug-ins de las diferentes redes sociales. Pulsando sobre ellos accedes al Facebook, Instagram, Twitter o YouTube de Km 0.

En el home vemos en grande el nombre del medio y el eslogan: “A las puertas de tu casa, un medio donde conocer y que te conozcan”. Así como una breve descripción del cibermedio. Más abajo, a continuación del letrero “Invitados e invitadas”, una imagen con el cargo y una cita de cada entrevistado, intentando no incluir mucha letra para que sea más visual. Clicando en el nombre o en la imagen, redirige directamente a su entrevista completa, escrita, en vídeo y también imágenes. Al final de la primera página se incluye un formulario de contacto para que si alguien quiere participar en el medio pueda escribirme.

Una vez dentro de cada sección, la estructura es similar, vemos la imagen con el título del entrevistado, y clicando sobre ella, redirige a la entrevista en una nueva página. Estas entrevistas incluyen enlaces a información complementaria, así como a las redes sociales del invitado. También al final de la página hay botones para compartir el contenido en redes sociales.

Secciones:

- **Artesanía:** Incluye personas que elaboran una artesanía u oficios como artesanía, marquetería y costura, además de los reportajes “Entre Costuras”, sobre la industria textil, y “Diversidad Artística”, del taller ocupacional ATADI.
- **Gastronomía:** Aquí aparecen personas de la comarca que realizan un producto alimentario, más que de forma amateur son pequeñas empresas. Productos que también son artesanales, como el queso de Tronchón, una panadería artesana, Jordi Solá, que elabora vino, y el reportaje audiovisual “¡A por Setas!”, donde el principal invitado es Setrufma, una empresa que elabora productos con setas y trufas.
- **Arte:** Sección amplia, ya que aglutina cualquier disciplina artística, he intentado que sean peculiares, salir de las clásicas pintura o fotografía. Por eso aparecen escultura, violonchelo y diseño gráfico.
- **Actualidad:** La sala de prensa incluye noticias y eventos culturales de la comarca, además de artículos de opinión. Concretamente cinco noticias, una crónica y tres artículos de opinión.
- **¿Quién soy? / Contacto:** En la última sección se pueden ver los datos de contacto y la identidad corporativa, una explicación del medio y quién hay detrás.

- **Plataforma que se utilizará y justificación**

La plataforma empleada ha sido Web Node, es gratuita y sencilla de utilizar, aunque empleando códigos html te permite realizar todas las funciones. Había empleado antes la plataforma y me gustaba su funcionamiento. Considero que tiene una buena adaptación al teléfono móvil, que es donde la mayoría de los usuarios acceden al medio. Además, se acerca más a la estructura de un medio online tradicional, o al menos a la idea que buscaba, que otras de tipo blog como Wix.

- **Elección de redes sociales y justificación**

En cuanto a las redes sociales empleadas para compartir, ampliar y crear contenido nuevo del medio, el medio se mueve en Twitter, Instagram, Facebook y YouTube.

La red dónde ha tenido más éxito es **Instagram**, es la que más conozco y mejor manejo, además es muy visual porque emplea principalmente imágenes y videos. En Instagram he compartido las entrevistas editadas, intentando seleccionar el contenido más importante para no hacerlas más largas de 10 minutos. También fotos del making of para generar intriga y a modo de píldoras como avances del contenido. De igual forma, por historias he intentado que el público fuese activo, mediante cuestionarios y encuestas. Instagram ha tenido muy buena acogida desde el principio, superando las 1000 visitas en los videos, 3500 en los Reels y más de 450 seguidores.

Sin embargo, había un público más mayor al que no llegaba. En un principio no me cree **Facebook** porque nunca lo he empleado y lo veía más complejo, sin embargo, desde el principio lo compartía en mi cuenta personal. Cuando vi este fallo tuve que reaccionar y crearme una página. Volví a publicar todos los contenidos porque lo fundamental era llegar a todo el mundo. Fue muy buena idea y no considero que fuera negativo comenzar más tarde o ir a destiempo de otras redes, ya que a muchas personas ya les sonaba el nombre y habían escuchado algo, entonces cuando empecé a publicar cosas impactaron aún de manera más fuerte. Haciendo que las entrevistas del principio, que en Instagram ya estaban un poco olvidadas, volvieran a lanzarse.

Esta red también ha funcionado muy bien, porque la gente comparte mucho las entrevistas, una media de 50 por publicación, lo que hace que el alcance se multiplique. También me permite compartir contenido por grupos con los que llego a mucha gente y responder a entrevistados y a un público que es más activo que en Instagram en comentarme cosas a mí y a los invitados.

**Twitter** también lo cree porque es más institucional, más propio de medios. Me permite compartir noticias de otros medios. Aunque ha tenido una acogida no tan positiva.

**YouTube** ha permitido publicar todas las entrevistas en vídeo para compartirlas en otras redes sociales. 14 vídeos que superan las 200 visitas en muchas ocasiones, alcanzando las 320.

Al final he conseguido que, entre las tres redes y empleando YouTube como apoyo, llegar a todos los públicos. Adaptando las publicaciones a cada uno y teniendo en cuenta la propia estructura del medio y la gente que lo emplea. Consiguiendo gracias a estas redes sociales llegar a un gran número de gente, vecinos de la comarca y otros que no lo son, gente que no conocía que si no fuera por esta herramienta habría sido imposible. Sin duda, aunque el trabajo completo está en la web, De Km 0 es, en gran medida, las redes sociales.

• **Previsión de gastos e ingresos**

<b>GASTOS</b>		<b>INGRESOS</b>
Dominio de la web	78€ para todo el año	
Micrófono inalámbrico de corbata	40€	
Trípode DSLR	35€	
Gasolina (pueblos o masías de los entrevistados y viajes a Castelló a por el material)	2 depósitos de gasolina 95 180€	
Compra de productos a cada entrevistado	47€	
	TOTAL: 400€ (aproximadamente)	TOTAL: 0€

### 3. Contenidos de la publicación

**Reportaje escrito:** “Entre Costuras”, sobre la industria textil en el Maestrazgo. Cuenta con tres fuentes personales especializadas en los pelaires, la fabricación de sombreros y el telar, además de fuentes documentales. El gancho de actualidad es la creación de una exposición dedicada a la industria sombrerera en Tronchón, además el tema también es interesante porque son sectores poco conocidos, aunque de gran relevancia. Aparece en la categoría artesanía. Se incluyen como complemento las tres entrevistas en vídeo editado y escritas, además de las galerías fotográficas.

**Reportaje audiovisual:** “¡A por Setas!”, reportaje sobre el aprovechamiento micológico en la comarca. Incluye tres fuentes personales, una experta en hongos, la propietaria de un restaurante que elabora productos con setas y Setrufma, tienda de productos con setas y trufas. El tema de actualidad es que comienza la temporada de setas de verano como el perretxico. Gastronomía.

**Reportaje radiofónico:** “Diversidad Artística”, aquí vemos las actividades que realizan en el taller ocupacional para personas con diversidad funcional ATADI Maestrazgo. Explican el tema dos trabajadoras del centro y residencia, además de usuarios del taller, un total de ocho fuentes. En la categoría artesanía.

**Entrevistas:** Nueve entrevistas escritas, en formato reportajeado y de pregunta/respuesta, además del vídeo editado. También incluyen imágenes.

**Contenidos de actualidad:** Cinco noticias, una crónica y tres artículos.

#### **Galerías fotográficas:**

Del reportaje “Entre costuras”, divididas en los tres subtemas.

Villa Rubei

Galería de la Trashumancia

Galería del reportaje radiofónico “Diversidad artística”

Además de imágenes propias en todas las piezas y catorce vídeos.

Tabla de piezas por orden de publicación:

<b>Pieza</b>	<b>Interés</b>	<b>Enfoque</b>	<b>Fuentes</b>
Noticia apertura del medio	Sirve de contexto a quién acceda a la web	Explicación del medio y necesidad	
Entrevista Bruno Carceller, marquetero	La marquería es una artesanía poco conocida y particular	No se puede vivir de la artesanía	Bruno Carceller
Entrevista Sonia Buj, Gaucha artesanía	Negocio nuevo	La artesanía cuesta hacer y vale un precio	Sonia Buj
Entre Costuras, reportaje escrito sobre los oficios textiles en el Maestrazgo	Tronchón abrirá una exposición dedicada a los sombreros	La industria textil tuvo un importante peso en la comarca, pero apenas se conoce	Roberto Rabaza Eduardo Puig Carmen Igual
Entrevista Maria Surroca, violoncelista	TFG sobre el himno a Santa Vicenta, que es parte del imaginario del pueblo	La música mueve montañas	Maria Surroca
Entrevista Carmen Igual, cerámica Villa rubei	Única artesana de la cerámica en la comarca	La cerámica es una oportunidad para poder vivir en el pueblo	Carmen Igual
Entrevista Alex Camañes, escultor	Pocos jóvenes que trabajen la escultura	La escultura se trabaja mejor en el mundo rural	Alex Camañes
Entrevista Juan Carlos Grau, queseros	El queso de tronchón tiene una gran importancia	Tener la quesería en Tronchón permite	Carlos Grau

artesanales de Tronchón		vivir ahí y les da una fama	
Noticia y galería trashumancia	Práctica que realizan pocos pastores	Es necesario realizar la trashumancia por el beneficio de los animales	Salvador y Eduardo Altaba
Entrevista José Manuel y Carlos Julián. Panadería Artepan	Pocos panaderos que realmente hagan el pan artesanalmente	El pan artesano se valora, pero a veces se mira más el dinero	José Manuel y Carlos Julián
Crónica Feria de Mayo	Primer evento así tras la pandemia	Reencuentro entre feriantes y vecinos	Dueño de la Tahona
Artículo de opinión "Sin conexión"	Muchas personas se pueden identificar con la situación	Debe haber una ley que garantice la conexión a internet de las áreas rurales	
¡A por Setas!, reportaje audiovisual aprovechamiento micológico en la comarca	Comienza la temporada de setas de verano, muy solicitadas	Se pueden aprovechar las setas en diferentes sectores, pero debe ser con conciencia	Lorena Sales Sergio Gil Pilar Beltrán Coto micológico la Comarca
Noticia escenarios de cine	Puede tener un gran impacto social y económico	Localizadores buscan escenarios en la comarca	
Entrevista Rubén Planas, diseñador gráfico	Recientemente se ha llevado a cabo el proyecto ARTECH	El diseño no llega a las áreas rurales por la dificultad para estudiarlo	Rubén Planas
Noticia Maria Surroca recital de grado	Hecho relevante con singularidad, ya que nadie más del pueblo se ha graduado en el conservatorio	Las horas de práctica tienen sus frutos	Natalia Daudén

Noticia Títeres infantiles por la igualdad	Interés social	Detrás del espectáculo hay una concienciación	
Entrevista Jordi Solá, enólogo y propietario de Casa Masas	Negocio de la zona, el único que elabora vino en Mirambel a esa altitud	Jordi pese a poder vivir en una ciudad es en el pueblo donde está más agusto	Jordi Solá
Artículo de opinión "La Tranquilidad"	Ese día el vídeo volvía a inundar las redes porque era 15 de junio	Los pueblos tienen más que ofrecer que "tranquilidad"	
Noticia Sal de Casa	Eventos de interés cultural, sirve de agenda	El festival recoge	Cristina Mallén
Diversidad Artística. Reportaje radiofónico ATADI + galería	Interés social	El taller tiene múltiples beneficios para los usuarios	Estela Lou Esther Sales Usuarios de ATADI
Artículo escuela Pitarque	Importante impacto y gravedad	No se puede permitir que los pueblos cierren sus aulas	
TEASER del cibermedio			

#### 4. Valoración final

Al igual que los medios de comunicación tradicionales, me he enfrentado al reto de que la gente no lee publicaciones largas, es difícil mantener su atención más de dos minutos. Por ello he visto como el planning establecido se ha tenido que modificar, dando más peso a los contenidos breves audiovisuales. Me he dado cuenta de que con la web es imposible llegar a la gente, aunque pongas el enlace, casi nadie clica, y que la forma más eficaz de atraer seguidores era con las redes sociales. Esto también lleva a la frustración de que la gente se quede con un video de siete minutos cuando detrás hay un reportaje, entrevistas y más trabajo, pero al final lo importante era que llegara al público.

Uno de los puntos fuertes que ha funcionado en el proyecto es darle un toque más cercano, hacer las entrevistas un poco interpretativas, con un lenguaje muy sencillo y utilizando datos personales de los invitados o algo más anecdóticos. Al igual que el lenguaje en las redes, dirigiéndome a los seguidores con preguntas y en ocasiones haciendo valoraciones.

Sin duda lo mejor del proyecto ha sido el recibimiento de todo el mundo, tanto participantes como vecinos de la comarca. Todos los entrevistados me han puesto todas las facilidades, se han mostrado muy predispuestos al hacer la entrevista, respondiendo cualquier pregunta, aunque fuera más comprometedor, realizando el producto para poder grabarlo y difundiéndolo por redes y grupos de WhatsApp, Incluso me daban las gracias por entrevistarles. Solo por eso ya valía la pena trasnochar más de una vez editando el video, que al final era lo que más ilusión les hacía.

De igual forma, la cantidad de gente que me escribía por redes, especialmente Instagram, para decirme que le gustaba el proyecto, compartía mis publicaciones y me felicitaba en persona... no tiene precio. Sin embargo, sí que he echado en falta el apoyo institucional, por ejemplo, del ayuntamiento de Cantavieja, así como de otras localidades, sí que me han hablado para ofrecerme el apoyo si lo necesitaba y compartirlo en sus perfiles, de Cantavieja, que es mi pueblo y del que más esperaba una acogida, no la he tenido, al igual que la comarca.

Entre los aspectos positivos del medio, considero esa innovación en el formato y que el contenido, aunque aún no haya volumen, sea todo propio y de calidad. Por el contrario, veo que tendría que haber planificado mejor el orden de las entrevistas para repartir las categorías, por ejemplo, al principio hice muchas seguidas de artesanía y al final he tenido que hacer más de gastronomía porque la sección se quedaba más vacía. Era complicado llevar un orden porque te tenías que adaptar a las fechas que el entrevistado pudiese, y la mayoría tenían mucho trabajo.

Con más tiempo también me gustaría, y espero poder hacerlo, haber adaptado contenidos de la web de actualidad como noticias y artículos a las redes, haciendo videos cortos explicativos, con imágenes y voz en off en el caso de las noticias y con mi video para los artículos de opinión. Es un formato que funciona y creo que en mi caso también tendría una buena salida.

También me he quedado con la espina de hacer un reportaje más profundo en el área de arte, gastronomía y artesanía tienen, pero esta no.

La sección de actualidad también se ha quedado un poco incompleta, ya que hay un vacío cultural en la comarca y apenas hacen actos. Sin embargo, aunque haya pocas piezas, sí que consideraba importante incluir la sección.

Estos aspectos se podrían haber mejorado con más tiempo, he empezado el trabajo algo tarde, y ese ha sido, sin duda, el mayor inconveniente.

Sin duda lo que más he aprendido en este proyecto es a realizar entrevistas. Hacer un gran volumen de entrevistas me ha aportado soltura, he notado que al principio iba con las preguntas más preparadas y me costaba más repreguntar. Mientras que al final ya con más práctica y confianza, simplemente con un guion hacía preguntas más en profundidad que sacaban más datos interesantes. Así como aprender a “llevártelos por tu camino” y conseguir de manera sutil que la información que te han dicho vuelvan a decirla de una forma que en cámara quede mejor. También aprendes como hacer que estén cómodos, que haya un clima de confianza, ya que, al ser gente no acostumbrada a las entrevistas, con la cámara se ponen nerviosos. A veces era necesario apagar la cámara, parar y estar un rato hablando con confianza como amigos.

En esta fase también he podido aplicar conocimientos de la carrera, como el orden de las preguntas, empezando por unas abiertas, después alguna de examen con datos que ya sabía, no por desconfiar de ellos, sino por comprobar que conocían bien el tema. Y más adelante preguntas ya más comprometidas que es cuando están más sueltos. También el saber que no se puede dar nada por sabido, porque el lector no tiene por qué saberlo, que no se deben hacer preguntas de sí o no. También que nunca hay que dejar mal al entrevistado y sobre todo que como periodistas no tienen que demostrar que lo sabes todo o que eres muy inteligente.

En las prácticas de la carrera me dediqué a minutar para un programa de reportajes, y esto me ha aportado rapidez a la hora de transcribir entrevistas, pero también en saber cómo elaborar el reportaje. Diciendo que reformulen las preguntas, haciendo la preescaleta y en los churros para después montarlo.

He aprendido a mejorar la edición de videos, aunque en clase habíamos empleado el Premiere, eran cosas más sencillas y en los videos se ve como poco a poco se incorporan más efectos, transiciones, música, marca de agua y rótulos mejores. Sobre todo, la calidad y rapidez al editar.

En resumen, Talento de km 0 me ha aportado académica y personalmente muchas cosas. También en el ámbito laboral, siempre lo tendré como portfolio, además me he dado a conocer en mi zona que era también uno de los objetivos. En lo personal me llevo todo el apoyo que ha tenido el proyecto, y aunque nadie sea profeta en su tierra, me llevo un muy buen sabor de boca. Académicamente ha sido la manera de aplicar los conocimientos del grado, y sobre todo hartarse a manejar cámaras y micrófonos. Saber planificar una agenda que en ocasiones era muy apretada porque tenías que preparar varias piezas a la vez. Y gestionar el propio agobio o estrés que, sobre todo al principio, te ocasionaba el verte tu sola en situaciones que eran casi nuevas. Por ejemplo, el controlar en una entrevista el sonido, a la vez que la cámara y las preguntas.

Una de las muchas cosas con las que me quedo, es que al final de cualquier entrevista, aunque al principio no sapes como enfocarla y orientarla al mundo rural, porque no es una persona que vive todo el año en el pueblo. Sea cual sea

su rama artística, cualquier persona tiene en sus proyectos en mente intentar llevar eso que hace a su pueblo y a la comarca, porque tienen un gran vínculo, y aunque vayan solo en verano lo consideran su pueblo. Ese sentimiento, porque al final somos todos igual del pueblo, forasteros, conserveros y autóctonos, todos tenemos el mismo vínculo, y ese sentimiento lo he querido plasmar también en el medio, el que tengo yo, aunque intente no participar en el medio, y el que tiene, sobre todo, la gente del MAESTRAZGO.

Aunque al principio fuera de manera más cómica, De km 0 salía en las conversaciones del bar, y he de confesar que no podía estar más orgullosa. Trabajando en un bar que es un lugar muy concurrido, especialmente entre los jóvenes, me encontraba situaciones en las que los clientes estaban hablando del proyecto, de alguien que hacía entrevistas, pero no sabían quién era, y cuando decía que era yo no se lo creían. El ver, como comentaba anteriormente, que el proyecto ya no es únicamente algo académico, que está en la boca de la gente y que las reacciones eran muy buenas, veo necesario continuar con el medio. Seguir con la web y redes no lo veo como una obligación porque la gente espera que siga, sino que realmente me hace mucha ilusión. Y aunque tenga que sacar hueco del trabajo en el bar y en la radio, tengo muchas ganas.

## 5. Resumen ejecutivo en inglés

This TFG aims to bring citizen and cultural journalism to a local media in the region of Maestrazgo (Teruel) in a different way to what is known. Talento de Km 0 serves as a loudspeaker to those people who live in the region or have a link with it, who as a hobby or profession produce artisan, artistic or gastronomic products and do not know how to reach the people around them. This enhances the culture and economy of the area.

The media publishes written and video interviews of their work, so that those who see it, in addition to learning the trade, know that this service is there and can go to it without having to travel to a city. In addition to expanding with more complete reports and photo galleries. It also keeps abreast of current events with news and cultural chronicles, as well as opinion articles. All this encouraging interactivity through social networks, which is the essence of the project, so that the rest of the users can comment on your work and support you. In a transversal way, the publications of the web are spread through social networks, Instagram, Facebook, Twitter and YouTube, trying to reach more people.

De km 0 is aimed at all residents of the region, regardless of age and location, but also beyond the borders, to nearby towns, people who do not reside all year round in the villages and tourists. The creation of the media comes from a need, from an informative niche, since the current local media are only limited to provide institutional information. But there is no media focused on culture, therefore, the project has a great relevance and future viability.

The name of the media alludes to the km 0 products, a measure that arises from similar interests to those that are transferred to the media. Consumers can choose products of higher quality and easier to obtain, and it also favors economically the artists, who can stop doing their activity as a hobby to become their job. The name comes from this simile with the products, and from the aforementioned idea of avoiding that the neighbors of Maestrazgo have to travel kilometers to get that product.

The objectives are to publicize local artisans and artists, whatever their discipline. To reach the whole region, regardless of age and location. To promote local

culture and consumption. To show problems or inconveniences that the artisans and producers of the rural world, specifically of the Maestrazgo, must face. But also reflect the benefits of developing this activity in the environment. Explain more complex issues that need context and in-depth analysis with reports. To inform about cultural events thanks to news and chronicles and to awaken a more critical vein to situations that affect closely through opinion articles. To give visibility to the people of the area and to the challenges they face, which have been successfully met.

The cybermedia has not had a clear direct competition. The communication in networks of the interviewees was null or very simple, some of them did have interviews with other media, but it was also a different audience. In addition, these interviews were usually based on what products they produce and how they do it, and in the environment, in addition to that they also focus on what their business contributes to the territory and vice versa, as well as the positive and negative aspects of developing the product in the rural world. In the region there is only one newspaper with a quarterly circulation, and it publishes especially institutional news or information about events, but it does not focus on culture, let alone more interpretative and in-depth pieces such as reports.

The design of the website is simple, trying to make it intuitive to move through it and get to the different pieces. The logo refers to Route 66, for the aforementioned idea that getting to know each other saves us miles on the road. It also refers to The Silent Route, a motorcycle route between the regions of Maestrazgo and Andorra-Sierra de Arcos. The brown and green colors represent the corporate identity, linked to nature, the mountains, and the land. The structure of the website is accessible to everyone.

The sections are crafts, gastronomy, art, current affairs and Who am I? Crafts includes people who make crafts or trades such as handicrafts, marquetry and sewing, as well as the reports "Entre Costuras", about the textile industry, and "Diversidad Artística", from the ATADI occupational workshop. In gastronomy, there are people from the region who make a food product, more than in an amateur way, they are small companies. Products that are also handmade, such

as Tronchón cheese, an artisan bakery, Jordi Solá, who makes wine, and the audiovisual report "A por Setas! In art I have tried to leave the classic painting or photography. That is why sculpture, cello and graphic design appear.

The press room "actuality" includes news and cultural events of the region, as well as opinion articles. In the last section "Who I am / Contact", you can see the contact details and corporate identity, an explanation of the medium and who is behind it.

As for the social networks used to share, expand and create new media content, the media moves on Twitter, Instagram, Facebook and YouTube. The network where it has been most successful is Instagram, it is very visual because it uses mainly images and videos. On Instagram I have mainly shared edited interviews, trying to select the most important content so as not to make them longer than 10 minutes.

Facebook has allowed me to reach a larger audience. Twitter has not been as successful, and YouTube has made it possible to publish all the video interviews for sharing on other social networks. 14 videos that exceeded 200 views on many occasions, reaching 320 views. Adapting the publications to each one and taking into account the very structure of the medium and the people who use it.

### Contents:

Written report: "Entre Costuras", about the textile industry in Maestrazgo.

Audiovisual report: "A por Setas!", report on the mycological exploitation in the region.

Radio report: "Artistic Diversity", here we see the activities carried out in the occupational workshop for people with functional diversity ATADI Maestrazgo.

Interviews: Nine written interviews, in reportage and question/answer format, in addition to the edited video, and including images.

- Interview Bruno Carceller, marquetero (marquetero)
- Interview Sonia Buj, Gaucha craftsmanship
- Interview Maria Surroca, violoncellist
- Interview Carmen Igual, ceramics Villa rubei
- Interview Alex Camañes, sculptor

- Interview Carlos Grau, Tronchón artisan cheesemakers
- Interview José Manuel and Carlos Julián. Artepan bakery
- Interview Rubén Planas, graphic designer
- Interview Jordi Solá, winemaker and owner of Casa Masas

Current contents: Five news items, one chronicle and three articles.

Photo galleries: From the report "Entre costuras", Villa Rubei workshop, Transhumance Gallery and gallery of the radio report "Artistic diversity".

#### Evaluation:

One of the strong points that has worked in the project is to give it a closer touch. Making the interviews a bit interpretative, with a very simple language and using personal data of the guests or something more anecdotal. As well as the language in the networks, addressing the followers with questions and sometimes making assessments.

Undoubtedly the best thing about the project has been the reception from everyone, both participants and neighbors of the region. Among the positive aspects of the medium, I consider that innovation in the format and that the content, although there is still no volume, is all of its own and of quality.

On the other hand, I think I should have better planned the order of the interviews to distribute the categories, for example, at the beginning I did many in a row of crafts and in the end, I had to do more of gastronomy because the section was emptier. With more time I would also like, and I hope to be able to do it, to have adapted contents of the web as news and articles to the networks. Also, I have been left with the thorn of making a more in-depth report in the area of art, as gastronomy and crafts have, but not this one. The current affairs section is also a bit incomplete. These aspects could have been improved with more time, I started the work a little late, and that has been, undoubtedly, the biggest drawback.

What I have learned the most in this project is how to conduct interviews. Doing a large volume of interviews has given me a lot of fluency. In this phase I have

also been able to apply knowledge from my career. I also learned how to improve my video editing skills.

In short, Talento de km 0 has given me many things academically and personally. Also in the work environment, I will always have it as a portfolio, and I have also made myself known in my area, which was also one of the objectives. Personally, I take with me all the support that the project has had. Academically it has been the way to apply the knowledge of the degree, and above all to get fed up with handling cameras and microphones. Although at the beginning it was more comical, De km 0 came out in conversations in the bar, to see that the project is no longer only something academic and that the reactions were very good, make me need to continue with the medium.

## Anexos

1. Plan de reproducción
2. Publicaciones del cibermedio
3. Publicaciones de cada red social utilizada
4. Fuentes personales entrevistadas
5. URL a la carpeta del Drive:  
<https://drive.google.com/drive/folders/1cckRx8xINU-mAmr9Y0JZf6wAgUPigcRG?usp=sharing>

## 1. PLAN DE PREPRODUCCIÓN WEB Y REDES SOCIALES Talento de km 0

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Semana 1	25 /05 NOT. APERTURA	26/ 04. ENT. BRUNO		28/04. ENT. SONIA			
Semana 2			04/05 REPOR. ESCRITO OFICIOS + entrevistas + galerías		06/05 RECORDAR EL REPOR. SUBIENDO ENTREVISTAS		
Semana 3		10/ 05 ENT. MARIA CHELO			13/05 ENT. CARMEN VILLA RUBEI + galería		
Semana 4	16 /05 ENT. ALEX ESCULTOR		18/05 ENT. JUAN CARLOS. QUESO TRONCHÓN	19/05 NOT. TRASHUMANCIA + galería			

Semana 5				26/05 ENT. ARTEPAN			29/05 CRON. FERIA
Semana 6	30/05 ART. SIN CONEXIÓN		01/06 REPOR. AUDIOV. SETAS			04/06 NOT ESCENARIOS DE CINE	
Semana 7	06/06 ENT. RUBEN PLANAS		08/06 NOT MARIA		10/06 NOT TÍTERES IGUALDAD	11/06 ENT. CASA MASAS	
Semana 8	13 /06 REPOR ATADI + Galería		15/06 ART. LA TRANQUILIDAD			18/06 NOT. Sal de casa	
Semana 9			22/06 ART. PITARQUE		24/06 TEASER		

## 2. PUBLICACIONES EN LA WEB

[www.talentodekm0.es](http://www.talentodekm0.es)



Número	Fecha	Título	Género	Fuentes	Sección y comentarios
1	25/05/2022	Luz verde al cibermedio	Noticia		Actualidad
2	26/04/2022	Entrevista Bruno Carceller	Entrevista reportajeada + vídeo + imágenes	Bruno Carceller, marquetero	Artesanía
3	28/04/2022	Entrevista Sonia Buj	Entrevista p/r + vídeo + imágenes	Sonia Buj, fundadora de “Gaucha Artesanía”	Artesanía
4	04/05/2022	Entre Costuras	Reportaje escrito + entrevistas escritas y en video + galerías	<u>Personales:</u> Roberto Rabaza, alcalde de Tronchón Carmen Leonor, propietaria de El Patio del Maestrazgo Eduardo Puig, propietario del telar de la familia Puig	Artesanía

				<p>Sonia Sánchez, técnica de historia y patrimonio de la comarca</p> <p><u>Documentales:</u></p> <p>Archivo municipal de Tronchón</p> <p>La Fabricación de Sombreros en Tronchón. Fernando Maneros López, agosto de 2021</p> <p>Refajos del Maestrazgo. Fernando Maneros López</p> <p>De sayas para abajo</p> <p>Mujeres con sayas y hombres con calzón</p>	
5	10/05/2022	Entrevista Maria Surroca	Entrevista reportajeada + vídeo	Maria Surroca, violoncelista	Arte

6	13/05/2022	Entrevista Carmen Igual	Entrevista p/r + vídeo + galería	Carmen Igual, ceramista, propietaria de "Villa Rubel"	Artesanía
7	16/05/2022	Entrevista Alex Camañes	Entrevista p/r + vídeo + imágenes	Alex Camañes, escultor	Arte
8	18/05/2022	Entrevista Juan Carlos Grau, queseros de Tronchón	Entrevista reportajeada + vídeo	Juan Carlos Grau, quesero	Gastronomía
9	19/05/2022	Noticia trashumancia	Noticia + galería	Eduardo y Salvador Altaba	Actualidad
10	26/05/2022	Entrevista Artepan	Entrevista p/r + vídeo	José Manuel y Carlos Julián, panaderos artesanales en Artepan	Gastronomía
11	29/05/2022	Crónica feria	Crónica	Carlos, dueño de la tahona	Actualidad
12	30/05/2022	Artículo "Sin conexión"	Artículo		Actualidad

13	01/06/2022	“¡A por Setas!”: El aprovechamiento micológico en el Maestrazgo. Reportaje audiovisual	Repór. audiovisual	Sergio Gil, encargado comercial de setrufma Lorena Sales, experta en micología Pilar Beltrán, propietaria del restaurante 4 Vientos  Comarca (datos de la temporada pasada)	Gastronomía
14	04/06/2022	Escenarios de cine	Noticia		Actualidad
15	06/06/2022	Entrevista Rubén Planas	Entrevista reportajeada + vídeo	Rubén Planas, diseñador gráfico	Arte
16	08/06/2022	Noticia recital Maria Surroca	Noticia	Natalia Daudén, asistente	Actualidad
17	11/06/2022	Noticia Títeres infantiles por la igualdad	Noticia		Actualidad

18	11/06/2022	Entrevista Jordi Solá Casa Masas	Entrevista p/r + vídeo	Jordi Solá, Enólogo y propietario de Casa Masas	Gastronomía
19	13/06/2022	“Diversidad artística”: Taller ocupacional ATADI Maestrazgo  Reportaje radiofónico + galería	Repor. Radiofónico + imágenes	Estela Lou, responsable del taller ocupacional Esther Sales, TASOC Usuarios de ATADI: Quico, Enriqueta, Iván, Cristina, Marisa y Pedro.	Artesanía
20	15/06/2022	Artículo La tranquilidad	Artículo de opinión	Gráfica: video Aragón TV	Actualidad
21	18/06/2022	Noticia Festival Sal de casa	Noticia	Cristina Mallén, técnica de cultura de la Comarca	Actualidad
22	22/06/2022	Artículo Pitarque	Artículo de opinión		Gastronomía
23	24/06/2022	TEASER			

### 3. PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES



#### 3.1. Instagram @dekm0\_

Instagram



dekm0\_ [Seguir](#) ...

22 publicaciones    460 seguidores    471 seguidos

**Talento Rural de Km 0**  
Medios de comunicación  
Un medio donde CONOCER y que te CONOZCAN

 Maestrazgo  
 @nereaaltaba\_  
[www.talentodekm0.es](http://www.talentodekm0.es)



Número	Fecha	Contenido	Reproducciones más destacadas
1	02/05/2022	Presentación	
2	03/05/2022	3 fotos de Bruno Carceller	
3	03/05/2022	Historia Bruno con el enlace	
4	03/05/2022	Vídeo entrevista completa bruno	457 reproducciones
5	05/05/2022	2 imágenes Sonia	
6	03/05/2022	Vídeo completo Sonia	548 reproducciones
7	12/05/2022	3 imágenes del reportaje	
8	12/05/2022	Vídeo Entrevista Eduardo Puig	359 reproducciones
9	12/05/2022	Vídeo entrevista Carmen Leonor	351 reproducciones
10	12/05/2022	Vídeo entrevista Roberto Rabaza	
11	12/05/2022	Historia con el enlace	
12	17/05/2022	Entrevista Maria (vídeo)	Gran alcance, 1115 reproducciones
13	17/05/2022	Historia Maria con enlace	
14	20/05/2022	Vídeo entrevista Carmen	388 reproducciones
15	20/05/2022	Historia Carmen	
16	23/05/2022	Vídeo entrevista Alex	540 reproducciones
17	23/05/2022	Historia Alex	
18	25/05/2022	Video entrevista quesería	702 reproducciones
19	25/05/2022	Historia quesería	

20	26/05/2022	Historia Cuestionario qué queso os gusta más	
21	20/05/2022	Historia making of	
22	02/06/2022	Historia encuesta categorías	
23	03/06/2022	Video entrevista Artepan	534 reproducciones
24	03/06/2022	Historia. Collage de dos fotos Artepan	
25	08/06/22	Reel entrevista Pilar Beltrán	1193 reproducciones
26	09/06/2022	Reel entrevista Sergio	3529 reproducciones
27	09/06/2022	Video reportaje audiovisual	446 reproducciones
28	09/06/2022	Historia reportaje	
29	13/06/2022	Video entrevista Rubén	518 reproducciones
30	13/06/2022	Historia Rubén	
31	14/06/2022	Historia Rubén captura de una frase	
32	14/06/2022	Trashumancia	
33	15/06/2022	Video casa masas	381 reproducciones
34	15/06/2022	Historia casa masas	
35	16/06/2022	Reel Jordi Casa Masas	730 reproducciones
36	21/06/2022	Fotos ATADI	
37	21/06/2022	Historia ATADI con el enlace al reportaje	
38	22/06/2022	Video ATADI, Podcast con imágenes	
39	24/06/2022	Agradecimientos	



### 3.2. Twitter @DeKm0\_

**Talento de Km0**

**Talento Rural de Km0**  
@DeKm0\_

Tu Altavoz 🗣️

Un medio donde CONOCER y que te CONOZCAN

📁 Media & News Company 📍 Maestrazgo 🔗 [talentodekm0.es](http://talentodekm0.es)  
📅 Se unió en abril de 2022

38 Siguiendo 11 seguidores

Not followed by anyone you're following

**tuits** Tuits y respuestas Medios de comunicación Gustos

📌 Pinned Tweet

**Talento Rural de Km0** @DeKm0\_ · May 3

Buenas tardes a todos! 🗣️

Bienvenidxs a Talento De KM0 📍 en Maestrazgo (Teruel)

 [instagram.com](https://www.instagram.com)  
Talento Rural de Km 0 (@dekm0\_) · Instagram photo

Número	Fecha	Contenido
1	03/05/2022	PRESENTACIÓN
2	03/05/2022	Bruno
3	03/05/2022	Bruno
4	06/05/2022	Sonia
5	12/05/2022	Entre costuras
6	12/05/2022	Entre costuras
7	20/05/2022	María Surroca
8	21/05/2022	Making of
9	24/05/2022	Alex
10	25/05/2022	quesería
11	25/05/2022	Rt sergio
12	30/05/2022	Rt noticia
13	04/06/2022	Ent. artepan
14	13/06/2022	Repeortaje setas
15	13/06/2022	Rubén
16	14/06/2022	Trashumancia
17	14/06/2022	Casa masas
18	21/06/2022	Fotos ATADI + explicación
19	21/06/2022	Enlace reportaje ATADI
20	24/06/2022	AGRADECIMIENTOS



### 3.3. Facebook Talento de Km 0

**Talento Rural De Km0**  
A LAS PUERTAS DE TU CASA

"De Km 0" pretende ser el altavoz de aquellas personas de la Comarca del Maestrazgo turolense que realizan algún tipo de arte, elaboran un producto artesanal o gastronómico y quieren darse a conocer. Del mismo modo sirve de utilidad al resto de vecinos, quienes al saber de estos servicios no tendrán que recorrer kilómetros para conseguir ese servicio. De esta forma el medio pretende potenciar el ocio, cultura y economía de la región

**Talento de Km0**  
@DeKm0 · Medio de comunicación/noticias

Enviar mensaje  
¡Hola! ¿Cómo podemos ayudarte?

Inicio Grupos Eventos Opiniones Más

Te gusta

**Información** Ver todo

- Un medio digital donde CONOCER y que te CONOZCAN, aquí, en el Maestrazgo
- A 34 personas les gusta esto, incluidos 24 de tus amigos
- 40 personas siguen esto
- <https://www.talentedekm0.es/>
- Enviar mensaje
- [talentedekm0@gmail.com](mailto:talentedekm0@gmail.com)
- Medio de comunicación/noticias

Crear publicación

Foto/video Estoy aquí Etiquetar amigos

Talento de Km0  
15 de junio a las 20:52 ·

Tras siglos de historia, Casas Masas volvió a abrir sus puertas en 2017 como un espacio de degustación y venta de productos de proximidad. Ahí Jordi también elabora vinos naturales a partir de viñedos de la zona 🍷 🍇

[CASA MASAS Mirambel](https://www.talentedekm0.es/casa-masas/)  
<https://www.talentedekm0.es/casa-masas/>

Número	Fecha	Contenido	Comentarios
1	26/05/2022	Presentación	
2	26/05/2022	Entrevista Bruno	
3	27/05/2022	Entrevista Sonia	
4	28/05/2022	Repor. Entre costuras	
5	30/05/2022	Entrevista Maria	21 veces compartido
6	31/05/2022	Entrevista Carmen	20 veces compartido
7	01/06/2022	Entrevista Alex	
8	03/06/2022	Entrevista Juan Carlos	58 veces compartido
9	05/06/2022	Entrevista Artepan	20 veces compartido
10	10/06/2022	Repor A por setas	587 visualizaciones
11	14/06/2022	Entrevista Rubén	3 veces compartido
12	15/06/2022	Entrevista Jordi casa masas	19 veces compartido
13	21/06/22	Repor ATADI	



### 3.4. YouTube Talento de Km 0



## Talento de Km0

7 suscriptores

SUSCRITO 

INICIO **VÍDEOS** LISTAS CANALES INFORMACIÓN 

Subidas ORDENAR POR



**Museo de la Tradición Lanar en Villarroya. Carmen Leon...**  
319 visualizaciones · hace 1 mes



**Marquetería Bruno Carceller**  
272 visualizaciones · hace 1 mes



**Juan Carlos Grau, Queseros Artesanales de Tronchón**  
214 visualizaciones · hace 3 semanas



**Maria Surroca Guimerá, chelista**  
138 visualizaciones · hace 1 mes



**Panadería artesana Artepan**  
131 visualizaciones · hace 13 días



**Rubén Planas. diseñador**



**Villa Rubei. Carmen Igual**



**Sonia Bui. Gaucha Artesanía**



**Roberto Rabaza. Fabricación**



**Alex Camañes Miralles.**

16

Número	Fecha	Contenido	Visualizaciones
1	03/05/2022	Entrevista Bruno	273
2	04/05/2022	Entrevista Sonia	46
3	11/05/2022	Entre costuras. Entrevista Carmen Pérez	319
4	11/05/2022	Entre costuras. Entrevista Eduardo Puig	16
5	12/05/2022	Entre costuras. Ent. Roberto Rabaza	42
6	16/05/2022	Entrevista Maria Surroca	139
7	18/05/2022	Entrevista Carmen Igual	51
8	23/05/2022	Entrevista Alex Camañes	23
9	23/05/2022	Entrevista Juan Carlos Grau, queseros de Tronchón	217

10	03/06/2022	Entrevista José Manuel y Carlos Julián, Panadería artesana Artepan	137
11	08/06/2022	Reportaje "¡A por Setas!"	42
12	10/06/2022	Entrevista Rubén Planas	88
13	15/06/2022	Entrevista Jordi masas	48
14	22/06/2022	Video ATADI: Podcast + imágenes	
15	24/06/2022	Teaser	

## 4. FUENTES PERSONALES ENTREVISTADAS

Número	Fecha	Nombre	Cargo / responsabilidad	Título de la pieza	Forma de entrevista
1	17/05/2022	Bruno Carceller	Marquetero	Marquetería Bruno	Presencial, en video
2	18/05/2022	Sonia Buj	Fundadora de Gaucha Artesanía	Entrevista gaucha	Presencial, en video
3	22/05/2022	Eduardo Puig	Propietario del Telar de la Familia Puig	“Entre Costuras”	Presencial, en video
4	22/05/2022	Roberto Rabaza Grau	Alcalde de Tronchón y presidente de la Comarca del Maestrazgo	“Entre Costuras”	Presencial, en video
5	25/05/2022	Carmen Leonor Pérez	Propietaria de “El Patio del Maestrazgo” y creadora del museo de la tradición lanar	“Entre Costuras”	Presencial, en video
6	26/05/2022	María Surroca Guimerá	chelista	Entrevista Maria	Presencial, en video

7	25/05/2022	Carmen igual	Ceramista, taller de cerámica Villa Rubei	Entrevista villa rubei	Presencial, en video
8	03/06/2022	Alex Camañes Miralles	escultor	Entrevista Alex	Presencial, en video
9	03/06/2022	Juan Carlos Grau Dalmau		Queseros artesanales de Tronchón	Presencial, en video
10	28/05/2022	Carlos y José Manuel Julián	Panaderos artesanales	Artepan	Presencial, en video
11	3/06/2022	Lorena Sales	Licenciada en ciencias ambientales, especializada en Micología	"A por setas"	Presencial, en video
12	3/06/2022	Sergio Gil	Encargado comercial de setrufma	"A por setas"	Presencial, en video
13	3/06/2022	Pilar Beltrán	Propietaria del restaurante 4vientos, presidenta de la Asociación de empresarios turísticos del maestrazgo	"A por setas"	Presencial, en video

14	3/06/2022	Rubén Planas Julián	Diseñador gráfico	Entrevista Rubén	Presencial, en video
15	06/06/2022	Jordi Solá	Etnólogo, propietario de casa masas	Entrevista Casa Masas	Presencial, en video
16	08/06/2022	Esther Sales	TASOC residencia	“Diversidad artística”	Presencial, en video
17	08/06/2022	Estela Lou	Responsable del taller ocupacional	“Diversidad artística”	Presencial, audio
18	08/06/2022	Enriqueta	Usuario de ATADI	“Diversidad artística”	Presencial, audio
19	08/06/2022	Cristina	Usuario de ATADI	“Diversidad artística”	Presencial, audio
20	08/06/2022	Marisa	Usuario de ATADI	“Diversidad artística”	Presencial, audio
21	08/06/2022	Pedro	Usuario de ATADI	“Diversidad artística”	Presencial, audio
22	08/06/2022	Iván	Usuario de ATADI	“Diversidad artística”	Presencial, audio
23	08/06/2022	Quico	Usuario de ATADI	“Diversidad artística”	Presencial, audio

24	17/06/2022	Cristina Mallén	Técnica del área de cultura en la comarca del Maestrazgo	Noticia Sal de casa	Telefónica
----	------------	-----------------	--	---------------------	------------

## 5. URL A LA CARPETA DEL DRIVE

<https://drive.google.com/drive/folders/1cckRx8xINU-mAmr9Y0JZf6wAgUPigcRG?usp=sharing>

