


Grau en Periodisme
TREBALL FINAL DE GRAU

Lo Sud Digital

URL: <https://losuddigital.wixsite.com/my-site-1>

 @LoSuddigital

 @losuddigital

 Lo Sud Digital

Autora del treball: Blanca Querol Serra

Tutora del treball: Maria Josep Picó i Garcés

Modalitat de treball: Línia C2. Mitjà digital especialitzat

Curs: 2021 – 2022

Introducció

• Presentació del tema i justificació del seu interès i importància:

El tema d'aquest mitjà digital és l'actualitat mediambiental de les Terres de l'Ebre. Avui en dia, i des de fa uns quants anys, les Terres de l'Ebre s'han vist afectades pel canvi climàtic. Actualment, estan vivint una situació precària en la major part del seu territori. En els dos últims anys han viscut conseqüències de fenòmens naturals com per exemple la regressió del Delta de l'Ebre o les inundacions d'Alcanar i les Cases d'Alcanar, que han causat danys de gran envergadura a la zona. Són temes d'interès i d'importància, ja que els mitjans de comunicació gairebé no en fan ressò de les necessitats que hi ha al sud de Catalunya. Fa molt que es demana ajuda tant al govern català com al govern central, però mai s'obté una resposta eficaç. És per això que, a través d'aquest projecte, es vol arribar a explicar a la gent el que està passant. És reivindicar, una vegada més, que les Terres de l'Ebre necessiten ajuda i que els qui hi viuen allí pensen lluitar per la seva terra.

Aquesta només és una petita part que tractarà el mitjà, ja que si les Terres de l'Ebre es caracteritzen per una cosa, és per la gran riquesa mediambiental que hi tenen. És necessari parlar de totes les oportunitats mediambientals que hi ha en aquest territori. En pocs quilòmetres es troben dos grans parcs naturals, El Parc Natural dels Ports i el Parc Natural del Delta de l'Ebre, dos llocs on hi ha gran varietat de fauna i flora. També hi ha l'oportunitat de relacionar el medi ambient amb el gran atractiu turístic d'alguns indrets coneguts i d'altres no tan coneguts.

Arran de la pandèmia molta gent ha deixat la ciutat per buscar llocs més tranquils i rurals per així viure connectats a la natura. Aquest mitjà també pot ser una oportunitat per a donar a conèixer pobles o comarques que tenen risc de despoblament com la Terra Alta.

Al ser un mitjà digital especialitzat, però també local és important donar veu a veïns i veïnes, associacions, alcaldes i alcaldesses, etc. El que mou els mitjans locals és l'afany que té la gent per a veure's després, per veure que el que diuen importa i que el que fan es valora. Així, aquest mitjà serà mediambiental, però a la vegada es lligarà el medi ambient a altres sectors com el turisme, l'economia, la cultura o la societat.

- Justificació del nom de la publicació.

Tal com recomanen els professionals de la publicitat els noms de tota classe d'empresa han de cridar l'atenció del client o, en aquest cas, de l'usuari o lector. Per aquest motiu el nom de la publicació és senzill, concís i cridaner, es diu "Lo Sud digital". A aquest nom se li ha afegit un aclariment tant en el logo com en títol que apareix la pàgina web. En concret, es complementa amb "l'actualitat mediambiental de les Terres de l'Ebre" per a ficar en context el tema i saber que es tracta d'un mitjà especialitzat en medi ambient.

El mitjà porta aquest nom perquè al territori català les Terres de l'Ebre no es coneixen pel seu nom, sinó que són conegudes com el sud de Catalunya. A més, l'article "lo" ve del parlar dels pobles que conformen les Terres de l'Ebre. És una paraula que els caracteritza, ja que parlen el dialecte que fa la transició del català de la província de Tarragona al valencià de Castelló. Això fa que el públic que sigui del territori se senti identificat amb el mitjà i també que cridi l'atenció dels totes aquelles persones que estan interessades per saber sobre aquest territori. És per aquests motius que el nom de la publicació és "Lo Sud Digital".

- Objectius a aconseguir i públic objectiu.

Una de les parts més importants perquè un mitjà de comunicació funcioni és establir uns objectius i un públic objectiu al qui dirigir-se. Els objectius que s'han marcat des del mitjà són els següents:

- ❖ Mostrar des d'una vessant mediambiental tant els problemes com la riquesa que hi ha a les Terres de l'Ebre.
- ❖ Donar veu a les persones que hi viuen en aquest territori.
- ❖ Comunicar amb objectivitat l'actualitat mediambiental.
- ❖ Explicar fets desconeguts a les persones que hi viuen.
- ❖ Ensenyar a noves generacions que cuidin del planeta en el context del canvi climàtic. Conscienciar i sensibilitzar al públic.
- ❖ Formar opinió sobre temes que porten a controvèrsia o a debat públic.
- ❖ Arribar, a través del periodisme, als habitants de les grans ciutats.
- ❖ A llarg termini s'espera créixer com a mitjà, tenir continuïtat i arribar a tot el públic objectiu que s'ha marcat des d'un principi.

En relació amb el públic objectiu, en ser un mitjà d'àmbit mediambiental dona pas a què sigui bastant ampli:

- ❖ **Joves d'entre 15 i 30 anys residents al territori.** Possiblement, a aquest tipus de públic és més fàcil arribar a través de les xarxes socials. Aquest rang d'edat controla a la perfecció internet i tots els productes que es poden consumir a través de la xarxa. Són les futures generacions, és molt important poder arribar a aquest públic.
- ❖ **Adults d'entre 30 i 60 anys residents al territori.** Tot i que possiblement no tenen els mateixos interessos és fàcil arribar a aquest públic. Cal recordar que és un mitjà local i en el moment en què s'entrevista a algú es corre la veu entre familiars, amics o veïns i veïnes. També és possible que descobreixin el mitjà a través de xarxes socials però amb més dificultat que els joves.
- ❖ **Totes aquelles persones que desconeixen les Terres de l'Ebre** (sense rang d'edat establert): És un objectiu i, a la vegada, un repte a aconseguir. És més difícil d'arribar a aquest públic, ja que primer l'usuari o el lector ha de tenir algun tipus d'interès pel territori. Les peces vinculades al turisme o les galeries podrien ser una forma de cridar la seva atenció.

Disseny de la publicació

- Anàlisi de la competència.

A les Terres de l'Ebre el medi ambient està a l'ordre del dia, ja sigui per debats, problemàtiques, fites aconseguides o per la riquesa mediambiental que hi ha. Després d'investigar s'ha arribat a la conclusió de què no hi ha una competència directa per a "Lo Sud Digital". Només hi ha usuaris i usuàries d'Instagram que són aficionats i aficionades o ve de la flora dels Ports, o de la fauna... És a dir, aquest mitjà és el primer mitjà digital de caràcter mediambiental.

Això no vol dir que no tingui competència perquè el que sí que hi ha són mitjans de comunicació local, els qui també tracten temes mediambientals.

- ❖ **Canal 21:** Té televisió i pàgina web. Tot i que cobreixen alguns temes, la majoria de notícies estan extretes de les notes de premsa. Normalment, sempre tracten qüestions que donen lloc a debat públic. Tracten les

problemàtiques que hi ha al Delta de l'Ebre i algunes millores que s'aconsegueixen amb aquest tema.

- ❖ **Canal Terres de l'Ebre:** És una televisió tot i que també té ràdio i pàgina web. Fan un tractament més exhaustiu de tota mena de notícies, en alguns dels programes de la seva graella inviten a protagonistes, ja siguin afectats, veïnes, associacions... per a donar-los veu. Possiblement, és el mitjà amb el qual hi hagi més competència per què fan moltes notícies d'àmbit mediambiental.
- ❖ **Ebredigital:** És el mitjà digital de Canal Terres de l'Ebre. Tot i ser de caràcter generalista publica notícies escrites amb la seva corresponent peça que s'ha fet per a l'informatiu de televisió. Això el converteix en un mitjà molt complet.
- ❖ **Imagina ràdio:** És una ràdio, però també té pàgina web. Tracten totes les notícies relacionades amb el medi ambient a les Terres de l'Ebre, però ho fan a través de notes de premsa. No hi ha productes audiovisuals; tot i això, transmeten molt bé la informació.
- ❖ **Setmanari l'Ebre:** És un dels pocs diaris que queda en paper a les Terres de l'Ebre i és un diari de referència al territori. Al ser un setmanari que surt en divendres es fa una selecció de les notícies més importants de la setmana. Tot i això, com també té pàgina web tracten la informació de forma més periòdica. A la pàgina web sí que hi ha moltes notícies de medi ambient, però al diari en paper només apareixen les dues o tres més rellevants.

Cal afegir que tots ells tracten més o menys els mateixos temes, ja que per exemple Setmanari l'Ebre, Ebredigital i Canal Terres de l'Ebre pertanyen a la mateixa empresa periodística.

- Característiques bàsiques de disseny i identitat corporativa (colors, tipografies, etc.)

❖ **Identitat corporativa i logo: (ANNEX 5)**

Per a dissenyar i crear la identitat corporativa d'aquest mitjà mediambiental s'ha utilitzat el color verd com a color corporatiu. Tant el fons del logo com la capçalera de la pàgina web del mitjà estan protagonitzades per aquest color. El logo consisteix en un fons verd amb el nom superposat pel damunt en color blanc en cursiva i amb

lletra Open Sans Extra Bold 60. A més, al damunt del nom hi ha dibuixats uns arbres de colors verd, groc i taronja. Els arbres acaben sent un element molt representatiu del medi ambient. A baix del títol hi fica l'actualitat de les Terres de l'Ebre. En un principi es volia ficar l'actualitat mediambiental de les Terres de l'Ebre, però havia de ser un missatge més concís. És per això que la paraula mediambiental es veu reflectida amb els arbres i els colors corporatius.

❖ **Identitat corporativa a la pàgina web: (ANNEX 6)**

A la pàgina web s'ha utilitzat el color verd per a la capçalera, el títol i les seccions sobre un fons d'un color molt clar similar al beix perquè el verd destaquí i el color del fons no molesti al lector.

En aquesta plataforma la lletra ve predeterminada així que no es va poder triar. Els titulars també venen en tipus de lletra i número predeterminat, però el cos de la peça està en número 18 , ja que si es rebaixava a 12 o 14 es veia molta diferència amb els titulars. Els subtítols estan en número 20.

Una cosa a destacar és que com que no es pot triar el tipus de lletra, els peus de foto no compleixen els requisits que es demanen en les bases del treball; tot i això, s'ha intentat que s'hi assimili. També s'ha buscat una forma de publicar les peces molt determinada. Amb la fotografia al principi o amb fotografies intercalades.

❖ **Identitat corporativa a les xarxes socials: (ANNEX 7)**

Per als perfils de les xarxes socials s'ha utilitzat el logo com a foto representativa del mitjà. A Twitter ha estat més difícil seguir la identitat corporativa, però a Instagram el color verd predomina tant en el perfil com en les històries destacades.

- Estructura del mitjà. Explicació i justificació de les seccions.

El mitjà es divideix en cinc seccions que són les següents:

- ❖ **L'editorial:** Tracta temes rellevants de les Terres de l'Ebre on es dona l'opinió del mitjà en alguns temes d'actualitat. Normalment, són problemàtiques perquè és el que dona peu a crear una opinió.

- ❖ **La fàbrica:** Es troben notícies sobre producció de tota mena. Quan és de producció agrícola les notícies van molt lligades a la secció de rics en. També es tracten altres tipus de produccions com la d'energia, sigui renovable o no renovable. No només això sinó que, a més, s'afegeix l'opinió d'experts i ciutadans sobre aquests tipus de produccions.
- ❖ **Rics en:** Amb aquesta secció es vol transmetre tota la riquesa mediambiental que hi ha al territori. D'aquesta manera s'espera complir l'objectiu de fer valdre les Terres de l'Ebre.
- ❖ **Zoom:** A Zoom hi ha temes sobre els principals problemes mediambientals que afecten les Terres de l'Ebre, però també s'apropen coses desconegudes o curioses per al públic.
- ❖ **La veu de:** És l'espai habilitat a entrevistes o conferències tant d'experts com de veïns i veïnes del territori, un lloc on poden expressar la seva opinió o explicar les seves vivències.

• Plataforma que s'utilitzarà i justificació.

Per a la creació i naixement de "Lo Sud Digital" s'ha utilitzat la plataforma Wix. Cal destacar que ja s'havia treballat prèviament amb aquesta pàgina. A més, és una plataforma que té molts avantatges però també alguns inconvenients.

❖ **Avantatges:**

- 1) És una pàgina molt ràpida de crear i de confeccionar. Poques plataformes t'ofereixen la possibilitat de crear una pàgina web d'una forma tan ràpida sense tenir molts de coneixements de programació.
- 2) És molt intuïtiva i accessible tant per a l'usuari com per al creador del mitjà. A través del sistema d'agafar i soltar es poden moure els elements de la pàgina per on vulguis.
- 3) Hi ha una gran quantitat de plantilles totes elles d'un aspecte atractiu i professional. De fet, hi ha plantilles per a mitjans de comunicació digitals.
- 4) Hi ha l'opció de la versió gratuïta així que es pot crear la pàgina web a cost zero. Tot i que aquest avantatge dóna lloc a algun inconvenient.

❖ **Inconvenients:**

- 1) El servei complet no és gratuït el que fa que no es pugui crear un domini propi.
- 2) A l'estar pensada per a persones amb pocs coneixements de programació es limita la personalització de la pàgina.
- 3) El canvi de contingut no és gaire fàcil, ja que si abandones Wix per un altre sistema de gestió de continguts pots perdre tot el que hi ha publicat o en esborranys.
- 4) Wix és menys visible a la xarxa que per exemple altres plataformes com Wordpress. Això vol dir que donar visibilitat a la pàgina web no és tan fàcil com en altres plataformes.
- 5) Una vegada triada la plantilla a no es pot canviar. En el moment que es canvia es corre el risc de perdre tot el contingut.

- Elecció de xarxes socials i justificació.

Pel que fa a les xarxes socials s'han triat Instagram, Twitter i Youtube. Actualment, són plataformes que tenen un públic en un rang d'edat molt ampli.

❖ **Instagram:**

Instagram té moltíssimes oportunitats com a xarxa social. Hi ha diferents tipus de publicacions com els posts (fixes), les històries (24h), els reels (vídeos de més d'un minut) o les històries destacades. A més, es poden preparar enquestes o fer preguntes als seguidors per a tenir una major interacció amb ells.

Des del mitjà s'han utilitzat les històries destacades i s'han dividit en les seccions, en un trivial i en una enquesta. D'aquesta forma una persona que segueixi el compte de nou pot veure les històries que s'han anat penjant des del principi del mitjà. Als posts hi ha hashtags genèrics per a aparèixer als perfils d'altres persones. A més, també hi ha etiquetades totes aquelles persones o institucions de les quals s'ha parlat en la notícia en qüestió. Finalment, s'ha intentat fer servir emoticones en les descripcions de les fotos per a fer-ho més visual.

❖ **Twitter:**

Twitter és l'altra plataforma que s'ha triat per la facilitat d'arribar a tota classe de públic. Cal dir que ha estat més complicat que a Instagram. Una cosa que no és molt útil d'aquesta plataforma és que hi hagi límit de paraules a l'hora de publicar algun tweet, ja que alguns dels tweets es queden incomplets, inclús n'hi ha algun que s'ha hagut de dividir en dos.

Tot i això, va bé per a publicar cites de persones que han estat entrevistades o per a seguir alguna conferència en directe a través de fragments. La majoria de les publicacions que s'han fet contenen els enllaços a les notícies amb una petita descripció i cites dels protagonistes entrevistats. A més, hi ha etiquetats els entrevistats, institucions i associacions que hi han participat per aconseguir més visibilitat. Cal afegir que també s'han utilitzat emoticones perquè sigui més visual a l'hora de llegir-ho.

❖ **YouTube:**

D'aquesta plataforma gairebé no se n'ha fet ús. De fet, només hi ha penjat el reportatge audiovisual complet. Tot i això, com es pretén que aquest mitjà tingui continuïtat serà una plataforma molt útil per a un futur.

• Previsió de despeses i ingressos.

En ser un mitjà digital nou és possible que no hi hagi ingressos. En aquest cas s'ha aprofitat la beca universitària per a fer Com la intenció és donar-li continuïtat al mitjà cap la possibilitat d'aconseguir retribucions a llarg termini. Es poden obtenir ingressos amb espais publicitaris per a empreses o associacions locals, donacions desinteressades (crowdfunding) o inclús amb les subscripcions al mitjà en cas de tenir un domini propi.

En referència a les despeses sí que n'hi ha més. Per a poder fer les entrevistes s'han hagut de fer trajectes en cotxe i en transport públic el que fa que hagi calgut "invertir" una part del pressupost. Una altra despesa han estat les dietes per als desplaçaments llargs. Per a poder fer el reportatge audiovisual també s'ha hagut d'invertir en un tríode i en el programa d'edició Premiere per a poder editar-lo el millor possible. **(ANNEX 8)**

Continguts de la publicació

- Justificació de l'interès i enfocament de les peces.

- ❖ **Notícies:** Per a les notícies la intenció ha estat buscar molta diversitat de temes, principalment mediambientals. En algunes s'ha volgut lligar el medi ambient amb l'economia o el turisme, entre d'altres. A més, hi ha el valor afegit de què és un lloc on el mar i la muntanya se separen per no més de 20 km. Això ha fet que s'hagin buscat notícies tant d'aigua com de terra amb interès general per al diferent públic general que hi té el mitjà.
- ❖ **Entrevista pregunta/resposta:** En el context de què les Terres de l'Ebre és una zona on hi ha molta agricultura ha estat convenient parlar sobre l'abastiment d'aigua per als pagesos. Ja no només des d'una vessant professional sinó que també englobant als pagesos amateurs. Per aquest motiu es va parlar amb el president de la comunitat de regants d'Ulldecona, perquè expliqués quina situació hi ha actualment i com es gestiona.
- ❖ **Entrevista reportatgeada:** El reportatge escrit, tot i que està molt enfocat a l'alimentació i el producte local, també està lligat al medi ambient. Amb aquesta peça s'ha volgut plasmar la riquesa mediambiental que hi ha a les Terres de l'Ebre i, per conseqüència, la gran quantitat de productes km 0 que es poden consumir. És interessant que tant les ebrenques i ebrencs com la resta de lectors del mitjà sàpiguen que si van a botigues locals, trobaran un producte de major qualitat, més pròxim i més sostenible.
- ❖ **Reportatge audiovisual:** Per al reportatge audiovisual es va pensar que tenia molt d'interès un acte que va fer el Moviment de Lluita per al Delta de l'Ebre en el qual va convocar a la ciutadania per a reivindicar mesures per a parar la regressió. Era un acte molt visual on es podia donar veu a la ciutadania. Al final, els mitjans locals és el que han de fer, donar veu i deixar parlar als ciutadans i ciutadanes. A més, és un reportatge que té molt d'interès per a tota mena de públic.
- ❖ **Reportatge escrit:** Les oliveres mil·lenàries no podien faltar en alguna d'aquestes peces. És una forma d'unir medi ambient, patrimoni, cultura i turisme, quatre coses que defineixen molt bé les Terres de l'Ebre. És interessant saber com arbres mil·lenaris han pogut arribar fins a dia d'avui.

També és un reclam perquè noves generacions continuïn cuidant d'aquest patrimoni tan valuós.

- ❖ **Reportatge radiofònic:** En paral·lel a l'entrevista reportatgeada s'ha tractat l'agricultura biodinàmica, una forma molt diferent de cultiu que també és de proximitat. És un tipus d'agricultura que no està molt implementada al territori, per aquest motiu és important donar-ho a conèixer. A més, és un tipus d'agricultura totalment ecològica, el que la diferencia d'altres tipus d'agricultura.
- ❖ **Galeria 1:** Les Terres de l'Ebre són un paratge mediambiental amb moltes possibilitats. És una zona on els turistes venen per a desconnectar de la ciutat i per a buscar tranquil·litat en paratges naturals. Per aquest motiu una de les galeries conté 10 llocs emblemàtics de les Terres de l'Ebre on poder connectar amb la natura. Un enfocament turístic però també molt mediambiental.
- ❖ **Galeria 2:** Tot i que hagués estat més interessant poder mostrar tant la fauna com la flora del Parc Natural dels Ports, només s'ha aconseguit mostrar la flora. És una forma de mostrar la diversitat de flora que hi ha en aquest espai natural i explicar que moltes de les plantes que hi ha tenen, fins i tot, característiques medicinals.

• **Fonts i documentació utilitzades en l'elaboració dels continguts.**

Les fonts són la base d'un mitjà de comunicació. Segons la classificació de fonts s'han utilitzat les següents:

- ❖ **Fonts reactives:** Algunes de les fonts les ha buscat el mitjà, el que fa que siguin fonts reactives
- ❖ **Fonts actives:** Les fonts actives són aquelles que han convocat a la premsa per a parlar d'algun tema, també se n'han utilitzat per a la producció de notícies.
- ❖ **Fonts compartides:** Al no ser un mitjà conegut gairebé totes les fonts han estat compartides. Algunes de les fonts es poden considerar com a exclusives ja que han estat en mitjans poques vegades.
- ❖ **Fonts oficials/institucionals:** Es refereix a ajuntaments, alcaldes, institucions...

- ❖ **Fonts professionals i alternatives:** Tots aquells experts i expertes que s'han entrevistats com per exemple el tècnic del Parc Natural dels Ports, l'agricultor de biodinàmica o l'Observatori de l'Ebre, entre d'altres.
- ❖ **Fonts identificades:** Segons el tractament que s'ha fet de les fonts en la notícia. Totes són identificades amb nom, cognom i càrrec corresponent.

També s'han utilitzat com a fonts les notes de premsa, les xarxes socials o les rodes de premsa.

Valoració final

- Conclusions més destacades de l'experiència adquirida mitjançant el desenvolupament del cibermitjà. Anàlisi crítica dels punts forts i febles del projecte.

Personalment, he pogut extreure conclusions tant positives com negatives d'aquesta experiència. Tot i que el medi ambient no és un àmbit que m'hagi cridat l'atenció des de petita com els esports o altres especialitzacions del periodisme vaig decidir endinsar-me en aquest projecte. En aquest sentit, he partit amb desavantatges perquè he hagut d'adquirir molts coneixements sobre medi ambient. Tot i això, hi havia una motivació tant personal com professional i m'ho he emprès com un repte.

Com ja he comentat en la competència no hi ha cap mitjà especialitzat en medi ambient a les Terres de l'Ebre, el que ha fet que la gent estigui molt agraïda del meu treball. Els mitjans locals estan fets per la gent i per a la gent, el que volen els veïns i veïnes és veure's en algun mitjà i que el que fan tingui repercussió. Només per això ja m'he plantejat que aquest mitjà tingui continuïtat i que algun dia pugui esdevenir un mitjà sòlid.

En l'àmbit professional i periodístic ha estat una oportunitat per a fer molts contactes. No només això sinó que també m'ha fet adonar-me de les dificultats que hi ha en alguns casos per a contactar amb segons quines fonts. He après a saber gestionar tempos i a tirar endavant tota sola un mitjà que, per molt que no ho paregui, en alguns moments és molt difícil.

M'ha ajudat a agafar un estil propi d'escriptura, a formar-me en temes mediambientals, a conèixer més el lloc on visc i estimar-lo (més si cap) que abans.

Referències (només si resulta necessari)

Aquest apartat ha d'incloure la llista de treballs citats en el cos del treball. No han d'aparèixer en aquest llistat de referències treballs no citats en el cos principal del text, ni han d'existir treballs citats en el text principal que no apareguen llistats en les referències de l'article. El llistat es presentarà alfabèticament ordenat pel cognom primer de l'autor. Per a citar les referències s'ha de seguir la norma APA.

Morgan, M (22 d'abril de 2022) Estar cerca de la naturaleza hace que vivas más, según un estudio. CNN Español Recuperat de: <https://cnnespanol.cnn.com/2016/04/22/vivir-cerca-de-la-naturaleza-hace-que-vivas-mas-segun-estudio/>

Nomen (2022, Maig 5). ¡Nuevo producto! Calidad 1 minuto de Nomen [Nomen.es]. Recuperat de: <https://nomen.es/nuevo-producto-calidad-1-minuto/>

Pradilla, M.A. (Ed.) (2020). Oliveres mil·lenàries, identitat del Territori Sénia. Benicarló: Onada Edicions.

Redacció (25 de febrer de 2022). La reducció d'emissions fins al 60% i l'increment de la biodiversitat urbana són els objectius del nou Pla de Sostenibilitat Ambiental per al 2030. Diari digital URV. Recuperat de: <https://diaridigital.urv.cat/consell-govern-urv-pla-sostenibilitat-ambiental/>

Resum executiu en anglès

The theme of this digital media is the environmental news of Terres de l'Ebre. The main objective of the media is to show the public the environmental problems that exist in this territory. Not only that, but it also wants to show the environmental wealth that exists. It is aimed at a very wide audience. It is for people who are already introduced to the environmental world, but above all it is designed for people who do not master the subject. For this reason, the pieces are simple and easy to understand.

It is called "Lo Sud Digital" because it contains the article "lo" from the dialect of Terres de l'Ebre and "Sud" because it is the south of Catalonia. In addition, digital has been added to the name because it is a digital media.

It is a specialized and local media, which means that it does not have direct competition. The media that can be competitors are generalist and deal with different topics. Some examples of these media are Canal Terres de l'Ebre, Ebre Digital, Canal 21 or Setmanari l'Ebre.

The corporate color of the media is green because it can be related to the environment. The letters of the logo are white on a green background. In addition, it has the drawing of trees of different colors. The web page has an almost white background and the other elements are green. In addition, next to the title of the media there is the silhouette of the map of Terres de l'Ebre. For Instagram it has continued with the corporate color, since all sections and featured stories are in this color. In Instagram, the corporate color has also been used in the featured stories and sections. One problem to highlight is the font of the headlines because on the website it comes default.

The media is divided into five sections: Editorial, La veu de, La fàbrica, Rics en, and Zoom. The editorial section gives the opinion of the media, la fàbrica section deals with renewable energies or production issues, and the rics en section deals with the environmental wealth of the territory. The zoom section focuses on environmental problems and in the voice of there are interviews and conferences.

The Wix platform was used to create the website. This website has been chosen because it has been used before, for example to create a blog years ago or for a subject of the degree. It is a very simple website to use for both the creator and the user. The main disadvantage of this site is that there are sections of payment to design the page. This platform, along with Blogger are the most economical and profitable to start a digital media with little budget.

As for social networks, Instagram, Twitter and Youtube have been chosen. Currently, they are platforms that have an audience with a very wide age range.

Instagram: It has many opportunities as a social network. There are different types of publications. In addition, you can prepare polls or ask questions to followers to gain interaction. Also, all the people or institutions that have spoken in the media have been tagged. To make it more visual, emoticons have been added to the posts.

Twitter: Twitter is the other platform that has been chosen because of the ease of reaching all types of audiences. It must be said that the interaction with the user has been more complicated than in Instagram. Something unfavorable about this platform is that there is a word limit when posting a tweet. For this reason some of the tweets remain incomplete, there are even some that have to be divided in two. However, it works well for publishing quotes from interviewees or following a live conference through fragments.

Youtube: I have hardly used this platform. In fact, I have only posted the complete audiovisual report. However, as there is the intention that this medium will have continuity, it will be a very useful platform for the future.

Being a new digital media, it is possible that there is no income. As we want to give continuity to the media, there is the possibility of getting long-term retribution. Income can be obtained through advertising space, donations or payment for readership.

In terms of expenses, in order to carry out the interviews, we had to travel by car and public transport. This made it necessary to "invest" part of the budget. In order to make the audiovisual report, we also had to invest in a tripod and in the Premiere editing program to edit it as well as possible.

Interest and focus of the pieces:

News: For the news we have tried to look for a diversity of environmental issues. This territory is a place where the sea and the mountains are separated by 20 km. For this reason, we have looked for both water and land news, with general interest for the different general public of the media.

Interview question/answer: In the context that Terres de l'Ebre is an area where there is a lot of agriculture, importance has been given to talk about water supply for farmers. Not only from a professional point of view but also including amateur farmers.

Interview report: The written report, although it is very focused on food and local products, is also linked to the environment. With this piece we wanted to capture the

environmental wealth that exists in Terres de l'Ebre and, consequently, the large amount of km 0 products that can be consumed.

Audiovisual report: For the audiovisual report, importance was given to an act made by the Movimiento de Lucha para el Delta del Ebro in which citizens were summoned to demand measures to stop the regression, a very visual act in which citizens were given a voice.

Written report: The millenary olive trees could not be missing in any of these pieces. It is a way of uniting environment, heritage, culture and tourism, four things that define very well Terres de l'Ebre.

Radio report: In parallel to the interview, biodynamic agriculture has been treated, a very different way of cultivation that is also of proximity. It is a type of agriculture that is not very implemented in these lands, for this reason, from the media we wanted to make it known.

Gallery 1: Terres de l'Ebre is an environmental site with many possibilities. For this reason we have sought 10 emblematic places in Terres de l'Ebre where you can connect with nature. A touristic approach, but also very environmental.

Gallery 2: It is a way to show the diversity of flora that exists in the Parc Natural dels Ports and explain that many of the plants that there are even have medicinal properties.

To write the pieces we have contacted institutional, personal and documentary sources. We have also talked to professional sources, that is, those who are specialized in the field covered in the article. In order to guarantee the reliability of the information, we have tried to ensure that the sources were always direct and identified by name, surname and position.

Personally, I have been able to draw both positive and negative conclusions from this experience. Although the environment is not a field that has attracted my attention since I was a child, like sports or other journalism specialties, I decided to get involved in this project. In this sense, I started with disadvantages because I had to

acquire a lot of knowledge about the environment. However, there was both a personal and professional motivation and I have undertaken it as a challenge.

As I said in the competition there is no specialized environmental media in Terres de l'Ebre, which has made people very grateful for my work. The local media are made by the people and for the people, what the neighbors want is to be seen in some media and that what they do has repercussions. For this reason alone I have already considered that this media has continuity and that someday it can become a solid media.

In the professional and journalistic field it has been an opportunity to make many contacts. Not only that, but I have also realized how difficult it is in some cases to contact certain sources. I have learned to know how to manage time and to get ahead on my own in a medium that, even though it may not seem so, is very difficult at times.

It has helped me to take my own style of writing, to train myself in environmental issues, to know more about the place where I live and to love it (more if possible) than before.

Annexos

Els annexos inclouran de manera obligatòria els següents continguts:

1. Pla de preproducció (previsions inicials de la publicació de les peces i dels missatges en xarxes).
2. Un quadre resum amb les publicacions del cibermitjà que incloga, com a mínim, aquesta informació: número de la publicació, data de publicació, títol, gènere, nombre de fonts utilitzades (personals i documentals) i comentaris (opcional, només si resulta necessari afegir alguna cosa).
3. Un quadre resum amb les publicacions de cada xarxa social utilitzada que incloga, com a mínim, aquesta informació: número de la publicació, data de publicació, contingut i comentaris (opcional, només si resulta necessari afegir alguna cosa).
4. Un quadre resum amb les fonts personals entrevistades al llarg de la realització del cibermitjà que incloga, com a mínim, aquesta informació: nom,

càrrec / responsabilitat, data de l'entrevista, títol de la peça on apareix la informació, sistema utilitzat en la seua realització (presencial, telefònica, videoconferència, etc.).

5. L'URL d'una carpeta que l'estudiant haurà de crear en el Drive associat al seu compte de correu de la Universitat. Aquesta carpeta inclourà, d'igual manera, una per a cadascuna de les peces publicades en el cibermitjà, dins de la qual es posarà tot el material (arxius d'àudio d'entrevistes, documentació, etc.) utilitzat en la seua elaboració.

ENLLAÇ A LA CARPETA AMB EL MATERIAL

<https://drive.google.com/drive/folders/1dgwkQNvdBHirMzq3NC54ACVn4fLuzGGT?usp=sharing>

PLA DE PREPRODUCCIÓ WEB I XARXES SOCIALS (ANNEX 1)

[Lo Sud Digital]

[Instagram: @losuddigital, Twitter:@LoSuddigital, Youtube: Lo Sud Digital]

	Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge
Setmana 1	Editorial al mitjà, presentació del mitjà a Instagram	Presentació de les seccions Instagram	Notícia + historia Instagram + 3 posts Twitter	Notícia + historia Instagram			Crònica + post a Instagram amb vídeos de l'acte + historia Instagram + post Twitter
Setmana 2	Editorial + historia Instagram + post Twitter			Notícia + post a Instagram + historia + post Twitter	Notícia + historia Instagram	Post Twitter	
Setmana 3	Notícia + historia Instagram + post Twitter	Notícia + historia Instagram + post Twitter	Notícia + historia Instagram + post Twitter	Crònica + post a Instagram + historia Instagram + posts Twitter			
Setmana 4	Post Instagram	Reportatge Audiovisual + editorial + post Instagram + historia + posts Twitter					

Setmana 5	Entrevista + historia Instagram + posts Twitter						
Setmana 6							
Setmana 7		Reportatge escrit + post Instagram + historia + posts Twitter		Notícia + historia Instagram + posts Twitter	Post Twitter	Post Instagram + historia + post twitter	
Setmana 8			Notícia + historia Instagram				
Setmana 9	Notícia + historia Instagram + posts Twitter			Notícia + historia Instagram + post Twitter			
Setmana 10		Notícia + historia Instagram	Notícia + historia Instagram		2 Posts Instagram	Post Twitter	
Setmana 11	Crònica + post Instagram + historia	Posts Twitter	Entrevista + post Instagram + historia	Posts Twitter			
Setmana 12							
Setmana 13							
Setmana 14	Reportatge radiofònic + post	Post Instagram	Galeria fotogràfica + historia				

	Instagram + historia + posts Twitter		Instagram + posts Twitter				
Setmana 15			Galeria fotogràfica + post Instagram + post Twitter				

PUBLICACIONS (ANNEX 2)

[Lo Sud Digital]

Número	Data	Títol	Gènere	Fonts	Comentaris (opcional)
1	07/03/2022	Ser de les Terres de l'Ebre és això	Editorial	-	
2	09/03/2022	La URV vol minimitzar un 60% l'emissió de CO2 abans de 2030	Notícia	-	No es va poder contactar amb ningú rellevant per a parlar d'aquest tema
3	10/03/2022	Calamarsada a Roquetes després de tres mesos de sequera	Notícia	-Agència Estatal de Meteorologia -Observatori de l'Ebre -Embalses.net	
4	13/03/2022	Arturo Gayà i Elena Maureso presenten el seu llibre a Ulldecona	Crònica	-Arturo Gayà -Elena Maureso	
5	14/03/2022	L'off de record del debat nuclear	Editorial	-	
6	17/03/2022	El temporal Cèlia dona treva al Delta de l'Ebre	Notícia	-INUNCAT -MOLDE -INFOSA	
7	18/03/2022	Alcanar demana una subvenció per a instal·lar plaques fotovoltaïques	Notícia	-Ajuntament d'Alcanar	A partir de nota de premsa

8	21/03/2022	Multa de 15,3 milions d'euros per la fuga de partícules d'Ascó I	Notícia	-	Després de contactar amb la central nuclear van declinar la petició d'entrevista
9	22/03/2022	Nomen presenta Calidad1Minuto, el seu nou producte	Notícia	-Empresa Nomen	Informació de nota de premsa
10	23/03/2022	L'embassament d'Ulldecona a mig metre del seu vessament	Notícia	-CECAT	
11	24/03/2022	Antoni Canicio:"Abans que es construïssin els embassaments ja hi havien regressions quilomètriques	Crònica	-Antoni Canicio	
12	29/03/2022	El Moviment de Lluita pel Delta de l'Ebre reuneix 2.000 persones per dir prou a la regressió	Reportatge audiovisual	-Jordi Bertomeu -Dani Forcadell -Manel Salvadó -Xavier Grasset -Montse Castellà	
13	29/03/2022	Només per a l'agost	Editorial	-	
14	04/04/2022	"Tenim la campanya de reg solucionada"	Entrevista	Agustí Verdiell	
15	19/04/2022	Oliveres mil·lenàries, el fruit de l'esforç	Reportatge escrit	-Jaume Antich -Tere Adell -Jordi Monforte	
16	21/04/2022	Canvi de femella al niu d'àguila calçada del Parc Natural dels Ports	Notícia	-Joan Mestre	
17	27/04/2022	Les Terres de l'Ebre lluiten per una transformació econòmica i sostenible	Notícia	Xavier Pallarès	
18	02/05/2022	L'Ajuntament d'Alcanar quantifica els danys pels aiguats de setembre en 3 milions d'euros	Notícia	Joan Roig	

19	05/05/2022	Endesa i Birding Natura marquen 4 ducs per a fer-ne un seguiment de l'espècie	Notícia	Jaume Balsells	
20	10/05/2022	L'Escola Agrària de Gandesa acull el grau superior de Vitivinicultura per al curs 2022/2023	Notícia	-Ivan Busquet -Ferran Carot -Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural	
21	11/05/2022	Alumnes de l'Institut Cristòfol Despuig participen al projecte Let's Clean Europe	Notícia	-Marc García	
22	16/05/2022	Ulldecona acull Àgora, la fira de l'Economia Social i Cooperativa de les Terres de l'Ebre	Crònica	-Sergi Saladié -Michaela Villaverde -Mireia Bosch -Marta Doncel -Eva Amposta	
23	18/05/2022	Maria José Tallada: "Hi ha molts de productes al territori que cal cuidar i potenciar"	Entrevista	-Maria José Tallada	
24	06/06/2022	Mari Carmen Millán: "Estem obligats a consumir ecològic, a tractar el planeta d'una altra forma"	Reportatge radiofònic	-Jordi Querol -Mari Carmen Millán -Virginia Orts	Tot i que Jordi té el mateix cognom que jo no som família, a les Terres de l'Ebre i el Maestrat el cognom Querol és molt comú
25	08/06/2022	10 llocs de les Terres de l'Ebre per a connectar amb la natura	Galeria	-	
26	15/06/2022	La flora del Parc Natural dels Ports, un món per descobrir	Galeria	-	

PUBLICACIONS DE XARXES SOCIALS (ANNEX 3)

[Lo Sud Digital]

[Instagram: @losuddigital]

Número	Data	Contingut	Comentaris (opcional)
1	07/03	Presentació del mitjà	Va tenir molta repercussió i el perfil es va compartir varies vegades
2	08/03	Presentació de les seccions	
3	13/03	Fotos + vídeo presentació llibre Arturo Gayà i Elena Maureso	
4	17/03	Vídeos situació platja del Trabucador durant el temporal Cèlia	Va tenir 22 likes però cap comentari
5	24/03	Foto, vídeos i explicació de la situació del caudal del riu Sénia	Es va compartir en perfils com el de l'ajuntament d'Ulldecona o de veïns i veïnes de la població
6	28/03	Fotos, vídeos i context de l'acte reivindicatiu de MOLDE a la platja del Trabucador	Va tenir molts likes però cap comentari
7	29/03	Reportatge audiovisual complet	S'ha arribat a 412 reproduccions en un perfil on només hi ha 188 seguidors
8	19/04	Fotografies i context del reportatge de les oliveres mil·lenàries	Comentaris de l'oficina de turisme o d'un dels entrevistats
9	22/04	Frase cèlebre en motiu del dia de la terra	
10	12/05	Fotografies i explicació del marcatge de poll de duc al Parc Natural dels Ports	Comentaris recordant la importància d'aquest marcatge
11	12/05	Fotografies i context sobre la recollida de brossa de l'institut Cristòfol Despuig	

12	16/05	Fotografies i explicació d'Àgora, la fira de l'Economia Social i Cooperativa	
13	17/05	Fotografies i explicació de Decomontsà per a l'entrevista	
14	06/06	Fotografies i presentació dels protagonistes del reportatge radiofònic	
15	06/06	Frase cèlebre en motiu del dia mundial del medi ambient	
16	07/06	Fotografies de 10 llocs emblemàtics per a connectar amb la natura a les Terres de l'Ebre	És la publicació amb més likes. A més, hi ha molts comentaris. Al ser tan visual va agradar més que altres posts.
17	15/06	Enllaç a la galeria de fotografies sobre flora del Parc Natural dels Ports	

A més, he creat històries destacades per a que tothom qui vulgui pugui consultar tot el que he anat penjat a les històries des de que va néixer el mitjà. Aquestes històries destacades estan dividides per les seccions i he anat penjat totes les notícies que es troben a la pàgina web amb l'enllaç corresponent per que sigui més fàcil l'accés. No només això sinó que per a interactuar amb el públic he preparat una enquesta sobre el producte de proximitat i un trivial mediambiental de les Terres de l'Ebre.

[[Lo Sud Digital](#)]

[Twitter: [@LoSuddigital](#)]

Número	Data	Contingut	Comentaris (opcional)
1	09/03/2022	Presentació del mitjà	
2	09/03/2022	Enllaç a la primera editorial del mitjà	
3	09/03/2022	Enllaç a la notícia de la URV	
4	13/03/2022	Enllaç a la primera notícia de "LA VEU DE" i presentació de la secció	
5	14/03/2022	Enllaç a l'editorial del debat nuclear	
6	17/03/2022	Enllaç a la notícia del temporal Cèlia	
7	19/03/2022	Enllaç a la notícia de la subvenció per a plaques fotovoltaïques d'Alcanar	

8	21/03/2022	Enllaç i explicació de la multa per la fuga d'Ascó II	
9	22/03/2022	Enllaç i explicació a la notícia de Calidad1Minuto de Nomen	
10	23/03/2022	Enllaç a la notícia d'alerta del CECAT per pluges	
11	24/03/2022	Recomanacions i situació del caudal del Riu Sénia	
12	24/03/2022	Seguiment en directe de la conferència d'Antoni Canicio	
13	24/03/2022	Declaració d'Antoni Canicio	
14	24/03/2022	Declaració d'Antoni Canicio	
15	24/03/2022	Enllaç a la crònica de la conferència d'Antoni Canicio	
16	29/03/2022	Enllaç al reportatge audiovisual complet	
17	29/03/2022	Enllaç a l'editorial sobre la situació precària del Delta de l'Ebre	
18	04/04/2022	Enllaç i declaració de l'entrevista a Agustí Verdiell	
19	19/04/2022	Enllaç al reportatge sobre les oliveres mil·lenàries	
20	21/04/2022	Enllaç a la notícia del canvi de femella al niu d'àguila calçada	
21	22/04/2022	Frase cèlebre en motiu del dia de la terra	
22	02/05/2022	Enllaç a la notícia del balanç de desperfectes a causa dels aiguats a Alcanar	
23	02/05/2022	Declaració de Joan Roig	
24	05/05/2022	Enllaç i explicació de la notícia del marcatge de polls de duc	
25	12/05/2022	Enllaç i explicació de la notícia de la recollida de brossa als voltants de l'institut Cristòfol Despuig	
26	16/05/2022	Enllaç i explicació de la notícia sobre Àgora	
27	18/05/2022	Enllaç a l'entrevista i declaració de Maria José Tallada	
28	18/05/2022	Declaració de Maria José Tallada	
29	06/06/2022	Enllaç i explicació del reportatge radiofònic	

30	09/06/2022	Declaració de Jordi Querol	
31	09/06/2022	Declaració de Mari Carmen Millán	
32	09/06/2022	Enllaç a la galeria de fotografies sobre llocs mediambientals de les Terres de l'Ebre.	
33	15/06/2022	Enllaç a la galeria de fotografies sobre flora del Parc Natural dels Ports	

QUADRE DE FONTS PERSONALS ENTREVISTADES (ANNEX 4)

[Lo Sud Digital]

Número	Data	Nom	Càrrec / responsabilitat	Títol de la peça	Forma d'entrevista
1	09/03/2022	-		La URV vol minimitzar un 60% l'emissió de CO2 abans de 2030	-
2	10/03/2022	-	Tècnic Observatori de l'Ebre	Calamarsada a Roquetes després de tres mesos de sequera	Telefònica
3	17/03/2022	Joan Roig	Alcalde Alcanar	Alcanar demana una subvenció per a instal·lar plaques fotovoltaïques	Presencial
4	21/03/2022	-		Nomen presenta Calidad1Minuto, el seu nou producte	-
5	23/03/2022	Nuria Ventura	Alcalde de Ulldecona	L'embassament d'Ulldecona a mig metre del seu vessament	Presencial
6	27/03/2022	Jordi Bertomeu Dani Forcadell Manel Salvadó Xavier Grasset	-Portaveu de la Plataforma MOLDE	El Moviment Lluita pel Delta de l'Ebre reuneix 2.000 persones per dir prou a la regressió	Presencial

		Montse Castellà	-President de la Junta Rectora del Parc Natural del Delta de l'Ebre -Gerent d'Infosa -Periodista -Cantautora		
7	03/04/2022	Agustí Verdiell	President de la Comunitat de Regants d'Ulldecona	Agustí Verdiell: "Tenim la campanya de reg solucionada"	Presencial
8	19/04/2022	-Jaume Antich -Tere Adell -Jordi Monforte	President de l'Associació Territori Sénia -Gerent de la Mancomunitat Taula del Sénia -Guia Turístic	Oliveres mil·lenàries, el fruit de l'esforç	Presencial
9	21/04/2022	Joan Mestre	Tècnic del Parc Natural dels Ports	Canvi de femella al niu d'àguila calçada del Parc Natural dels Ports	Telefònica
10	27/04/2022	Xavier Pallarès	Director de l'Institut per al Desenvolupament de les Comarques de l'Ebre	Les Terres de l'Ebre lluiten per una transformació econòmica i sostenible	Presencial
11	02/05/2022	Joan Roig	Alcalde d'Alcanar	L'Ajuntament d'Alcanar quantifica els danys pels aiguats de setembre en 3 milions d'euros	Telefònica
12	05/05/2022	Jaume Balsells	Director de Birding Natura	Endesa i Birding Natura marquen 4 ducs per a fer-ne un seguiment de l'espècie	Presencial
13	10/05/2022	-Ivan Busquet -Ferran Carot	-Director de l'Escola Agrària de Gandesa -Estudiant de l'Escola Agrària d'Amposta	L'Escola Agrària de Gandesa acull el grau superior de vitivinicultura per al curs 2022/2023	Telefònica

14	11/05/2022	Marc García	Professor de l'Institut Cristòfol Despuig	Alumnes de l'Institut Cristòfol Despuig participen al projecte Let's Clean Europe	Presencial
15	18/05/2022	Maria José Tallada	Propietària de Decomontsià	Maria José Tallada: "Hi ha molts productes al territori que cal cuidar i potenciar"	Presencial
16	06/06/2022	-Jordi Querol -Mari Carmen Millán -Virginia Orts	-Fundador de Dreiskel Biodinàmica -Propietària d'Espai Bio -Consumidora de productes ecològics	Mari Carmen Millán: "Estem obligats a consumir ecològic, a tractar el planeta d'una altra forma"	Presencial



ANNEX 5: Logo del mitjà



ANNEX 6: Capçalera de la pàgina web del mitjà



losuddigital

Editar perfil



17 publicaciones

188 seguidores

80 seguidos

Lo Sud 🌿📱📺

L'actualitat mediambiental de les Terres de l'Ebre 🌿

Mitjà de comunicació digital 🧑

Twitter: @LoSuddigital

🔥 @blanqu_

losuddigital.wixsite.com/my-site-1



RICS EN 🌿



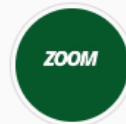
TRIVIAL 📺



LA VEU DE...



LA FÀBRIC...



ZOOM 🧑



ENQUESTE...



L'EDITORIA...

ANNEX 7: Perfil del mitjà a Instagram

INVERSIÓ INICIAL	FINANÇAMENT INICIAL
<p>Aportació total inicial: 550€</p> <p>Immobilització material:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trípod: 50€ - Dietes: 100€ <p>Immobilització intangible:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aplicacions informàtiques (Premiere Pro): 200€ - Desplaçaments: 200€ 	<p>Beca universitària: 1.500 euros</p>
INVERSIÓ FUTURA	FINANÇAMENT FUTUR
<ul style="list-style-type: none"> - Domini propi: 102€ anuals - Adobe Audition: 250€ anuals - Micròfon de corbata: 48€ 	<ul style="list-style-type: none"> - Crowdfunding - Subscripcions - Publicitat

ANNEX 8: Inversions i previsions inicials i futures