



UNIVERSITAT
JAUME·I

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales
Grado en Comunicación Audiovisual

TRABAJO FIN DE GRADO
MODALIDAD C



CASTELLÓN,
TIERRA DE VINOS



AUTORES:

Ester Cifre Granell - 73400376Q

Pedro Ramírez Arias - 03155337J

TUTOR:

Agustín Rubio Alcover

Castellón de la Plana
Mayo, 2023

ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| 1. RESUMEN Y PALABRAS CLAVES | 3 |
| 1. ABSTRACT AND KEYWORDS | 3 |
| 2. INTRODUCCIÓN | 5 |
| 2.1 Justificación y oportunidad del proyecto | 5 |
| 2.2 Objetivos | 6 |
| 2.3 Estructura del trabajo | 7 |
| 2. INTRODUCTION | 8 |
| 2.1 Justification and opportunity of the project | 8 |
| 2.2 Objectives of the TFG | 9 |
| 2.3 Structure of the work | 10 |
| 3. MARCO TEÓRICO | 12 |
| 3.1 El género reportaje audiovisual | 12 |
| 3.2 Las nuevas posibilidades del género reportaje audiovisual | 14 |
| 3.3 El sector vitivinícola en el mundo audiovisual | 16 |
| 3.3.1 Cine | 17 |
| 3.3.2 Series | 21 |
| 3.3.3 Documental | 22 |
| 3.4 La historia vitivinícola en la provincia de Castellón | 24 |
| 3.5 La relación de lo audiovisual y el sector vitivinícola de Castellón | 30 |
| 3. THEORETICAL FRAMEWORK | 33 |
| 3.1 The audiovisual reportage genre | 33 |
| 3.2 The new possibilities of the audiovisual reportage genre | 35 |
| 3.3 The wine sector in the audiovisual world | 37 |
| 3.3.1 Cinema | 38 |
| 3.3.2 Series | 41 |
| 3.3.3 Documentary | 42 |
| 3.4 The history of winemaking in the province of Castellón | 44 |
| 3.5 The relationship between audiovisuals and the Castellón wine sector | 50 |
| 4. IDEACIÓN DEL PROYECTO “CASTELLÓN, TIERRA DE VINOS” | 53 |
| 4.1 Propuesta | 54 |
| 4.2 Propuesta de escaleta | 55 |
| 4.3 Duración | 56 |
| 5. PREPRODUCCIÓN PRIMER CAPÍTULO: “ LES USERES, DEL FIN AL INICIO” | 57 |
| 5.1 Idea Narrativa | 57 |
| 5.2 Storyline | 57 |
| 5.3 Sinopsis | 57 |
| 6. TRATAMIENTO | 58 |
| 7. GUION TÉCNICO | 64 |
| 8. DESGLOSE DE PRODUCCIÓN | 70 |
| 8.1 Entrevistados y figuración | 70 |
| 8.2 Localizaciones | 71 |
| 8.3 Material | 80 |
| 8.4 Equipo técnico | 81 |

| | |
|---|------------|
| 8.5 Necesidades adicionales | 81 |
| 9. PRESUPUESTO | 82 |
| 9.1 Gastos de material | 82 |
| 9.2 Gastos de personal | 83 |
| 9.3 Gastos de producción adicionales | 83 |
| 9.4 Gasto total | 83 |
| 10. PLAN DE FINANCIACIÓN | 84 |
| 11. PLAN DE FINANCIACIÓN | 89 |
| 12. PLAN DE EXPLOTACIÓN | 90 |
| 12.2 Soporte de emisión | 90 |
| 12.3 Plan de Comunicación y Marketing | 91 |
| 13. MEMORIA TFG | 95 |
| 14. MEMORIAS INDIVIDUALES | 97 |
| 14.1 Pedro Ramírez Arias | 97 |
| 14.2 Ester Cifre Granell | 98 |
| 15. RESULTADOS Y CONCLUSIONES | 100 |
| 15. RESULTS AND CONCLUSIONS | 103 |
| 16. FUENTES BIBLIOGRÁFICAS Y DOCUMENTALES | 106 |
| 16.1 Bibliografía consultada | 106 |
| 16.2 Filmografía | 110 |
| 17. ANEXOS | 112 |
| 17.1 Dossier proyecto | |
| 17.2 Solicitud autorización | |
| 17.3 Resultados encuesta | |
| 17.4 Carta de compromiso con 5barricas | |
| 17.5 Acuerdo de gestión de derechos con 5barricas | |
| 17.6 Cesión de derechos entrevistados | |
| 17.7 Currículum Vitae | |

1. RESUMEN Y PALABRAS CLAVES

Resumen

El presente Trabajo Final de Grado muestra la ideación de "Castellón, tierra de vinos", una serie de cuatro reportajes que narran la trayectoria vitivinícola de la provincia de Castellón que se materializa con la colaboración de la productora 5barricas. Los bodegueros y bodegueras que forman parte de la IGP de Castellón, contarán, en un formato de entrevista, la tradición y la historia de su zona, así como el estado actual de sus proyectos.

Concretando, en este documento se expone la fase de preproducción del primer capítulo "Les Useres, del fin al inicio". En dicha fase, se presenta el guión técnico y el tratamiento del mismo ajustado al género del reportaje audiovisual, con momentos de entrevista y momentos de representación audiovisual con escenas cotidianas dentro del sector vitivinícola. Además, se desarrolla todo el plan de preproducción así como la fijación de un plan de rodaje que se efectuará una vez existe disponibilidad de grabación por la productora 5barricas.

Palabras Clave

Reportaje, vino, preproducción, bodega, tradición, cultura vitivinícola, organización.

1. ABSTRACT AND KEYWORDS

Abstract

This Final Degree Project shows the ideation of "Castellón, tierra de vinos", a series of four reports that narrate the wine trajectory of the province of Castellón, which is materialized with the collaboration of the production company 5barricas. The winemakers who are part of the Castellón PGI will tell, in an interview format, the tradition and history of their area, as well as the current status of their projects.

Specifically, this document presents the pre-production phase of the first chapter "Les Useres, from the end to the beginning". In this phase, the technical script is presented and its treatment adjusted to the audiovisual reportage genre, with

moments of interview and moments of audiovisual representation with everyday scenes within the wine sector. In addition, the entire pre-production plan is developed as well as the establishment of a shooting plan that will be carried out once there is availability of recording by the production company 5barricas.

Key words

Report, wine, pre-production, winery, tradition, wine culture, organization.

2. INTRODUCCIÓN

2.1 Justificación y oportunidad del proyecto

La elección de la modalidad C de Trabajo Final de Grado (TFG) se justifica debido a que se adapta perfectamente a la propuesta presentada a 5barricas, una agencia de comunicación especializada en vinos valencianos. El proyecto es de preproducción y tiene altas posibilidades de ser llevado a cabo, lo que representa una excelente oportunidad para nosotros, estudiantes del Grado de Comunicación Audiovisual.

El tema del proyecto es la trayectoria vitivinícola de Castellón, el cual consideramos relevante y necesario por varias razones que se basan en las conversaciones que mantuvimos con el medio y representantes de la IGP de Castellón y los resultados de una encuesta realizada a 100 personas.

En primer lugar, en varias entrevistas realizadas a bodegueros de Castellón por 5barricas, se destacó un desconocimiento de la cultura vitivinícola castellanense por parte de los habitantes de la Comunitat Valenciana. Este hecho se fundamenta en la encuesta realizada, en la que el 94% de los encuestados declaró ser desconocedor o solo haber oído hablar sobre la historia de superación de los viticultores de la región valenciana, mientras que apenas el 5% conocían la existencia del sello de calidad IGP Castellón, a pesar de que lleva veinte años de existencia.

En segundo lugar, tras un análisis de la visibilidad de la IGP de Castellón, se puede afirmar que tiene poca visibilidad en los medios de comunicación en comparación con otras regiones, como la DO Rioja o la DO Utiel-Requena, siendo solo el 15% de los encuestados los que afirman haber oído hablar alguna vez de alguna bodega de la IGP a través de un medio de comunicación. Sin embargo, la mayoría de los encuestados (96%) considera importante dar visibilidad a las 16 bodegas que forman parte del sello de calidad.

En tercer lugar, el proyecto puede fomentar el apoyo al producto local de Castellón, ya que la mayoría de los encuestados nunca ha bebido vino de la región (74%). El

proyecto puede servir como una plataforma para valorar el producto de kilómetro 0 de Castellón y fomentar su consumo.

Por último, la IGP de Castellón lleva muchos años luchando para convertirse en Denominación de Origen. Las denominaciones de origen aportan un valor añadido al producto y son un factor de diferenciación y competitividad. Por lo tanto, el proyecto puede contribuir a que la IGP de Castellón alcance esta categoría y obtenga el reconocimiento que sus bodegueros afirman que merece.

2.2 Objetivos

Para llevar a cabo este proyecto de preproducción, hemos establecido los siguientes objetivos:

1. Desarrollar una preproducción profesional, aprovechando los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos durante el Grado, especialmente en asignaturas como Producción Audiovisual, Narrativa Audiovisual y Realización Audiovisual I y II.
2. Investigar el género del reportaje audiovisual y explorar la presencia del sector del vino en el ámbito audiovisual, centrándonos especialmente en el vino de Castellón.
3. Innovar en la construcción de la pieza audiovisual y descubrir un nuevo formato en el panorama vitivinícola.
4. Difundir la trayectoria histórica de los vinos de la provincia de Castellón y resaltar el potencial de los productos de esta tierra, transmitiendo su importancia y singularidad.

2.3 Estructura del trabajo

Para llevar a cabo el Trabajo Final de Grado sobre el proyecto de preproducción "Castellón, tierra de vinos", hemos seguido varias pautas y recurrido a diversas fuentes de información. En primer lugar, hemos seguido las indicaciones proporcionadas por la guía docente de la asignatura "CA0932 - Treball de Final de Grau", que estaba disponible en el aula virtual de la Universitat Jaume I. Además, hemos recibido útiles indicaciones y recomendaciones de nuestro tutor, Agustín Rubio Alcover. También hemos consultado el repositorio de trabajos de la UJI para comprender mejor cómo se realiza un proyecto de preproducción de la Modalidad C.

La estructura del trabajo se ha desarrollado de la siguiente manera: comenzamos con un breve resumen e introducción para que se pueda comprender nuestras intenciones y lo que queremos dar a conocer, seguido de objetivos bien definidos, tanto del TFG como del proyecto audiovisual. Luego nos centramos en el "Marco teórico", abordando la naturaleza y las nuevas posibilidades del género reportaje audiovisual, el sector vitivinícola en el mundo audiovisual, concretando en el cine, series y documentales, la trayectoria histórica de la viticultura castellonense y su presencia en los medios audiovisuales.

La siguiente parte es la "Ideación del proyecto" que incluye la propuesta general del proyecto, la propuesta de escaleta y la duración estimada del mismo. Esta sección tiene como objetivo establecer los fundamentos iniciales del proyecto y su organización temporal. Además, se encuentra la sección de "Preproducción del primer capítulo: 'Les Useres, del fin al inicio'", donde se desarrollan los elementos clave relacionados con el primer capítulo del documental, como la idea narrativa, la storyline, la sinopsis y el tratamiento. También se halla el guion técnico, que proporciona una descripción detallada de la secuencia de acciones y diálogos del capítulo.

La siguiente sección, "Desglose por necesidades", donde se realiza un análisis exhaustivo de los elementos necesarios para la realización del documental. Esto incluye la identificación de los entrevistados y figurantes, la selección de las

localizaciones, la determinación del material audiovisual requerido, el equipo técnico necesario y cualquier otra necesidad adicional que surja durante la planificación.

A continuación, se presenta la sección de "Presupuesto", donde se detallan los costos asociados con la producción del documental, desglosados en gastos de material, gastos de personal y gastos de producción adicionales. El presupuesto proporciona una estimación financiera necesaria para planificar y ejecutar de manera efectiva el proyecto audiovisual.

Estas secciones mencionadas son solo algunos ejemplos de la estructura general del TFG, que también incluye otras secciones como el plan de rodaje, el plan de financiación, el plan de explotación, las memorias individuales, los resultados y conclusiones, las fuentes bibliográficas y documentales, así como los anexos como el documento de cesión de derechos, los resultados de encuestas y los currículums vitae. La estructura cuidadosamente organizada del TFG permite una presentación coherente y exhaustiva del proyecto audiovisual "Castellón, tierra de vinos".

2. INTRODUCTION

2.1 Justification and opportunity of the project

The choice of modality C of the Final Degree Project (FDP) is justified because it is perfectly adapted to the proposal presented to 5barricas, a communication agency specialized in Valencian wines. The project is pre-production and has high possibilities of being carried out, which represents an excellent opportunity for us, students of the Audiovisual Communication Degree.

The subject of the project is the wine trajectory of Castellón, which we consider relevant and necessary for several reasons based on the conversations we had with the media and representatives of the Castellón IGP and the results of a survey of more than 100 people.

Firstly, in several interviews carried out by 5barricas with winemakers from Castellón, it was highlighted a lack of knowledge of Castellón's wine culture on the part of the inhabitants of the Valencian Community. This fact is based on the survey carried out, in which 94% of those surveyed stated that they were unaware or had only heard about the history of overcoming of the Valencian region's winegrowers, while barely 5% were aware of the existence of the IGP Castellón quality seal, despite the fact that it has been in existence for twenty years.

Secondly, after an analysis of the visibility of the Castellón IGP, it can be stated that it has little visibility in the media compared to other regions, such as DO Rioja or DO Utiel-Requena, with only 15% of those surveyed claiming to have ever heard of a IGP winery through the media. However, the majority of respondents (96%) consider it important to give visibility to the 16 wineries that are part of the quality seal.

Thirdly, the project can encourage support for the local product of Castellón, as the majority of respondents have never drunk wine from the region (74%). The project can serve as a platform to value Castellón's kilometer 0 product and encourage its consumption.

Finally, the Castellón IGP has been fighting for many years to become a Designation of Origin. Designations of origin add value to the product and are a factor of differentiation and competitiveness. Therefore, the project can contribute to the Castellón IGP reaching this category and obtaining the recognition that its winemakers claim it deserves.

2.2 Objectives of the TFG

To carry out this pre-production project, we have established the following objectives:

1. To develop a professional pre-production, taking advantage of the theoretical and practical knowledge acquired during the Degree, especially in subjects such as Audiovisual Production, Audiovisual Narrative and Audiovisual Production I and II.
2. Investigate the genre of audiovisual reportage and explore the presence of the wine sector in the audiovisual field, focusing especially on Castellón wine.
3. Innovate in the construction of the audiovisual piece and discover a new format in the wine scene.
4. To disseminate the historical trajectory of the wines of the province of Castellón and highlight the potential of the products of this land, conveying its importance and uniqueness.

2.3 Structure of the work

In order to carry out the Final Degree Project on the pre-production project "Castellón, tierra de vinos", we followed several guidelines and resorted to various sources of information. Firstly, we followed the indications provided by the teaching guide for the subject "CA0932 - Treball de Final de Grau", which was available in the virtual classroom of the Universitat Jaume I. In addition, we have received useful indications and recommendations from our tutor, Agustín Rubio Alcover. We have

also consulted the repository of works of the UJI to better understand how a pre-production project of Modality C is carried out.

The structure of the work has been developed as follows: we start with a brief summary and introduction to understand our intentions and what we want to make known, followed by well-defined objectives, both of the TFG and the audiovisual project. We then focus on the "Theoretical framework", addressing the nature and new possibilities of the audiovisual reportage genre, the wine sector in the audiovisual world, specifically in cinema, series and documentaries, the historical trajectory of winegrowing in Castellón and its presence in the audiovisual media.

The next part is the "Ideation of the project", which includes the general proposal of the project, the proposed schedule and the estimated duration of the project. This section aims to establish the initial foundations of the project and its temporal organization. In addition, there is the section "Pre-production of the first chapter: 'Les Useres, from the end to the beginning'", where the key elements related to the first chapter of the documentary are developed, such as the narrative idea, the storyline, the synopsis and the treatment. There is also the technical script, which provides a detailed description of the sequence of actions and dialogues of the chapter.

The next section, "breakdown by needs", provides an exhaustive analysis of the elements necessary for the making of the documentary. This includes the identification of interviewees and extras, the selection of locations, the determination of the audiovisual material required, the technical equipment needed and any additional needs that arise during planning.

This is followed by the "Budget" section, which details the costs associated with the production of the documentary, broken down into material costs, staff costs and additional production costs. The budget provides a financial estimate necessary to effectively plan and execute the audiovisual project.

These sections mentioned above are just some examples of the general structure of the TFG, which also includes other sections such as the shooting plan, the financing plan, the exploitation plan, the individual reports, the results and conclusions, the

bibliographical and documentary sources, as well as the annexes such as the assignment of rights document, the results of surveys and the CVs. The carefully organised structure of the TFG allows for a coherent and comprehensive presentation of the audiovisual project "Castellón, tierra de vinos".

3. MARCO TEÓRICO

3.1 El género reportaje audiovisual

El reportaje audiovisual es un género periodístico que mediante el uso de medios audiovisuales, como imágenes y sonidos, se narran unos hechos informativos (Cebrián, 1992, p. 101). Este tipo de reportaje permite explicar y mostrar al espectador de manera más clara y precisa una realidad que sería compleja de transmitir sólo a través de párrafos de palabras. A diferencia del reportaje escrito tradicional, el reportaje audiovisual puede contar con la voz de los propios protagonistas que aparecen en pantalla para contar sus historias, o bien, puede aparecer una voz en off que explique lo que se ve en las imágenes. Asimismo, es habitual que se incluyan testimonios de expertos o personas involucradas en el tema para enriquecer la información ofrecida.

El reportaje audiovisual comparte muchas características y elementos con el reportaje escrito como puede ser la fuente, el tema y el profesional que lo elabora, pero aprovecha la capacidad de las imágenes y el sonido para transmitir con mayor precisión una historia de manera más emocional e impactante.

Podemos experimentar emoción ante determinados montajes, bien a base de imágenes recientes o de archivo, con su ambiente o con una música evocadora de una determinada atmósfera, o ante el reto de situar ante las cámaras determinados testimonios gracias a un notable esfuerzo de producción, o ante un uso certero e, incluso, original, de los recursos con que cuenta el lenguaje audiovisual. (Redondo, 2009, p. 176)

Por otra parte, el reportaje audiovisual se aleja de la noción de inmediatez, característica de la noticia, ganando así en profundidad y originalidad. Dos aspectos claves, actualmente, debido a la trivialización de los contenidos, la exclusión de ciertos temas de la programación informativa, la disminución de la duración de los espacios informativos en televisión tanto para mantener un ritmo más acelerado como para atraer al espectador con más historias sintéticas en el mismo tiempo y

espacio. Cambios, sutiles o más obvios para el público, que van más allá del infoentretenimiento. (Redondo, 2009, p.177)

Y comparando el reportaje con el género documental, la principal diferencia radica en que el documental recoge hechos que ocurren en un momento histórico específico y que no se repiten. Mientras que el reportaje profundiza en las circunstancias de un hecho o situación concreta que es noticia o actualidad en un sentido más amplio. El material del reportaje puede ser incluido en un documental siempre y cuando se integre en un tema más amplio. En cambio, el documental describe un estado de las cosas que es permanente, como modos de vida, comportamientos de animales, aspectos científicos, históricos o culturales, entre otros. (Martínez y Fernández, 2010, p. 137-138)

Asimismo, la Figura 2, contiene un resumen de las principales diferencias entre los dos géneros (reportaje y documental):

| PRINCIPALES DIFERENCIAS ENTRE REPORTAJE Y DOCUMENTAL | |
|--|--|
| DOCUMENTAL | REPORTAJE |
| Origen relacionado con la historia del cine y es artístico. | Origen relacionado con las redacciones de las nuevas televisiones y es austero en cuanto a recursos expresivos y artísticos. |
| Se refiere a temas no vinculados con la estricta actualidad. | Se refiere a temas vinculados con la actualidad y la realidad más inmediata. |
| Contenidos temáticos sobre acontecimientos científicos, culturales, educativos, históricos, etc. | Contenidos temáticos sobre acontecimientos políticos y conductas sociales. |
| No suele contar con la presencia del documentalista director, pero puede darse el caso (modalidades interactiva y performativa). | Suele contar con la presencia y rúbrica del periodista autor que hace presencia con stand-up 's. No esconde su estilo. |
| Cerca a corrientes literarias y estéticas, a medio camino entre el ensayo experimental y el reportaje periodístico. | Cerca del orden periodístico puro. |
| Tratamiento de la información más | Estilo directo, uso de la cámara en el |

| | |
|--|---|
| reposado, cámara más estable, encuadres con una composición muy cuidada, música, escenarios poéticos, lenguaje de superior nivel artístico que el reportaje. | hombro, manera de operar de los noticieros y evita cambios de ritmo narrativo. Todos los segundos tienen sonido: off o entrevistas. |
|--|---|

Figura 1. Tabla de diferencias entre el reportaje y documental. (Soler, 2016)

En el contexto de un proyecto de preproducción sobre el vino de Castellón, el género del reportaje audiovisual podría ser una herramienta efectiva para mostrar la realidad de la producción vitivinícola en la región. A través de imágenes, entrevistas y narrativa cuidadosamente construida, se puede transmitir la pasión y la autenticidad de los viticultores y promover la cultura vinícola de Castellón.

3.2 Las nuevas posibilidades del género reportaje audiovisual

La proliferación de nuevas tecnologías, como cámaras de vídeo y dispositivos móviles capaces de grabar video y audio, así como la accesibilidad de las herramientas de edición y postproducción, han permitido que cada vez más personas produzcan y distribuyan reportajes audiovisuales. A ello se le suma la aparición del periodismo móvil o *mojo*, es decir, una nueva forma de narración digital en la que el *smartphone* es el dispositivo principal utilizado para crear y editar imágenes, audio y vídeo y que ofrece una amplia variedad de ventajas como se observa en la Figura 2.



Figura 2. Gráfico Diagrama sobre las ventajas del periodismo móvil. Elaboración propia. (Bernal, 2017)

El reportaje audiovisual es un género que permite la presentación de información en una forma más inmersiva y emocional que los medios impresos o tradicionales. Las imágenes y los sonidos pueden transmitir información de una manera que es difícil de expresar solo con palabras. Además, la narrativa en los reportajes audiovisuales puede estar respaldada por música, grafismos, efectos de sonido y otros recursos que enriquecen la experiencia del espectador.

Por otro lado, el reportaje audiovisual representa una clara alternativa a los formatos televisivos breves que cada vez más se han ido consolidando en los últimos tiempos, sobre todo, porque permite ir más allá de las apariencias a través de su profundidad, criterio profesional y una mirada inteligente (Vilalta, 2006, p. 33). Debido a estos y otros atributos, el reportaje es considerado uno de los géneros periodísticos más destacados. La siempre mención del término es sinónimo de prestigio, seriedad, credibilidad, solvencia y rigor (Cortés, 1999, p. 207). Programas de televisión como *Informe Semanal* de Televisión Española son un claro ejemplo de ello. El mítico espacio informativo cumplió en 2023 medio siglo en antena, siendo el programa más veterano de la televisión nacional y el más antiguo de su género en Europa. Toda una escuela de reporteros que se inspiró en el *60 minutes* de la cadena estadounidense CBS con el fin de reportajear la información de todos los ámbitos. (Academia TV, 2023)

Otra gran ventaja a tener en cuenta del reportaje audiovisual es que puede llegar a audiencias mucho más amplias y heterogéneas que otros medios de comunicación. Todo ello, gracias a la proliferación de plataformas de vídeo *online* como YouTube o Vimeo y redes sociales como Facebook, Tik Tok e Instagram. Nuevos espacios donde los reportajes audiovisuales pueden llegar a ser vistos y compartidos por millones de personas en todo el planeta las 24 horas del día. Esto posibilita al reportaje audiovisual ser una herramienta primordial para difundir información, sensibilizar y movilizar a la opinión pública sobre temas relevantes.

El reportaje audiovisual también ha sido empleado para contar y visibilizar grandes historias que, de otra manera, podrían haber pasado desapercibidas por la sociedad. Los reportajes audiovisuales juegan un papel fundamental para generar

transformaciones sociales y políticas al evidenciar casos de injusticia, corrupción y abuso de poder. Por ejemplo, el reportaje audiovisual premiado por UNICEF "Pelota sucia: La silenciosa trata de futbolistas en Latinoamérica" producido por periodistas de Bolivia y Colombia, expuso la realidad de cientos de jóvenes y adolescentes futbolistas engañados por supuestos empresarios. (La Nación, 2021)

Asimismo, los reportajes audiovisuales pueden ayudar a sensibilizar a la opinión pública sobre temas importantes y motivar a las personas a tomar medidas concretas para mejorar la situación. Por ejemplo, el reportaje audiovisual "Buscando la Esperanza: Asentamientos de trabajadores temporeros en Huelva", producido por Rafael Cuesta para Cáritas, expuso las condiciones de explotación y precariedad en las que trabajan las personas temporeras que viven en los asentamientos en Huelva.

En conclusión, la aparición de nuevas tecnologías ha facilitado la distribución del reportaje audiovisual, alcanzando audiencias amplias y heterogéneas a través de plataformas en línea y redes sociales, lo que lo convierte en una herramienta poderosa para difundir información, sensibilizar y movilizar a la opinión pública. Por tanto, en el contexto del proyecto de preproducción sobre el vino de Castellón, el reportaje audiovisual puede ser una herramienta efectiva para promover la cultura vinícola castellanense tanto a nivel local como global.

3.3 El sector vitivinícola en el mundo audiovisual

La representación del vino en el mundo audiovisual se ha convertido en un género en sí mismo. Ello lo demuestra la existencia de una amplia variedad de películas, series y documentales de televisión que hacen llegar a todo el mundo historias sobre el vino, incluyendo comedias, dramas, romances y thrillers. Estas producciones ofrecen una mirada única y apasionada a esta industria, y pueden ayudar a difundir la cultura, la historia y los valores del vino.

Los contenidos audiovisuales configuran imaginarios que influyen en la percepción del mundo, incluido el sector vitivinícola. Según Lérda (2016, p. 43), la narrativa audiovisual posee la capacidad de servir como una potente herramienta

promocional que afecta en el comportamiento del consumidor, que se identifica con los personajes y los argumentos, así como en la configuración de la imagen de un lugar o un producto.

(...) el hecho de que el espacio sea el producto emplazado ya permite la apreciación visual de sus características; pero además, está sujeto a la valoración de los personajes en los diálogos, en especial las vistas turísticas, asociándoles unas particularidades que van más allá de sus rasgos evidentes. (Ferrando et al., 2015, p. 586)

3.3.1 Cine

Durante la historia del cine, el vino ha sido retratado de diferentes maneras, desde su papel en la cultura y la sociedad hasta su relación con la gastronomía y el turismo. A principios del siglo XX, el sector vitivinícola californiano se convirtió en una actividad potente, lo que empujó a que el séptimo arte comenzara a retratar la vida de los viticultores en las películas hollywoodienses. Durante los años 30 y 40, el cine continuó explorando la cultura del vino en películas como *The Grapes of Wrath* (*Las Uvas de las Ira*, Ford, 1940) que trata sobre la vida de una familia de viticultores durante la Gran Depresión.

Sin embargo, la película clásica por excelencia que termina recogiendo la época ficcional previa y fija el ejemplo referencial para las siguientes películas de este subgénero vínico es *This Earth is Mine* (*Esta tierra es mía*, King, 1959) de Henry King. La familia Rambeau, interpretada por actores del star system hollywoodiense como Rock Hudson, Dorothy McGuire y Jean Simmons, encarnan las características definitorias de las *wine operas*. (Martínez y Jover, 2013, p. 199)

A lo largo de las décadas siguientes, el vino siguió siendo un elemento importante en muchas películas, aunque a menudo en papeles secundarios o como un simple accesorio en la trama. Fue en la década de 1990 cuando la viticultura comenzó a ser el tema central de muchas películas, como *A Walk in the Clouds* (*Un paseo por las nubes*, Arau, 1995) basada en la relación amorosa entre viñedos vivida por una joven mujer mexicana y embarazada (Victoria) con un soldado anglosajón ajeno al

entorno rural (Paul). En el transcurso de la película, se evidencian los elementos fundamentales que han definido a las familias productoras de vino en la historia del cine. Además del reverente respeto por las costumbres y vínculos de sangre, sobresalen la identidad y la profunda conexión con la tierra que cultivan (conocida como "terroir"). Como indica Fonseca (2020):

Fue precisamente en el viñedo donde se encendió la llama de la pasión y del amor entre Paul y Victoria (...). Trabajaron juntos, pelearon, arremetieron contra las plagas en el viñedo y dejaron fluir la belleza de aquello que nació sin sospecharlo, de ese algo tan bonito que quedó impregnado en cada planta, en cada centímetro de tierra.

Por otro lado, *Year of the Comet (El año del cometa*, Yates, 1992), cuyo director era un gran amante del vino, lo que le llevó a tener como protagonista principal una botella de más de 150 años, que se piensa que perteneció a Napoleón y que fue embotellada durante el paso del cometa Halley. El filme, protagonizado por Penelope Ann Miller y Tim Daly, es una comedia romántica con toques de intriga y suspense, y está ambientada en los bellos paisajes de Escocia y Francia. Una película que combina el amor por el vino con una historia de aventuras y un romance imposible, lo que la convierte en una propuesta interesante tanto para amantes del vino como para fans de las comedias románticas. (Ponte da Boga, 2016)

Durante el siglo XXI, filmes como *Sideways (Entre Copas*, Payne, 2004) han sido muy influyentes en la representación moderna del vino en el cine. La película estadounidense es todo un clásico moderno de la cultura del vino. A lo largo de los 123 minutos que dura cuenta la historia de dos amigos, interpretados por Paul Giamatti y Thomas Haden Church, que realizan un viaje por la región vitivinícola del sur de California para degustar vinos antes de la boda de uno de ellos. La película retrata el mundo del vino desde la perspectiva de un experto, detallando desde cómo catar un vino hasta las diferentes variedades de uva, pero también mostrando cómo el vino puede ser una fuente de alegría y camaradería. Los críticos la destacaron por su atención al detalle en la producción del vino y por ser una auténtica oda cinematográfica a esta bebida. (Torrent, 2016)

El guión, la fotografía, el montaje, el ritmo, las magistrales interpretaciones de los actores, la banda sonora... todo en *Sideways* se encuentra en lo que sería, para un vino, su punto álgido, haciendo de ella una película redonda, a la que ni sobra ni falta un plano o una frase. Contribuye a ello, sin duda, el escenario, el condado de Santa Ynez, un conjunto de pueblos rodeados de viñedos, colinas, granjas y prados donde pastan vacas y caballos. (Coloma, 2015)

Según Parra (2014), *Sideways* es la película que más haya contribuido al auge de la cultura del vino, el enoturismo y la creación de rutas turísticas a nivel mundial, gracias a su propia naturaleza de *road movie*, su enfoque didáctico y experiencial, y sus personajes, quienes son turistas enológicos. Como explica Sánchez (2007, p. 135):

La comedia (...) vende su vino y su tour, y además el espectador de cualquier país acaba conociendo mejor el Pinot Noir (enamorándose de él); recorre la costa central de California, pule su vocabulario de cata; mejora en general su expresión sobre el gusto del vino y se inicia en sus cualidades líricas y amoratorias...

Asimismo, la repercusión de la película estadounidense provocó efectos en un doble sentido. Por un lado, se originó una ruta con su propio *movie map* (figura 3), que recorre el itinerario que realizaron los protagonistas del filme por los valles de Santa Inés y Santa Bárbara, e induciendo a los fans de la película y turistas a que se dejen atrapar por la intensa experiencia de saborear el vino *in situ*. Por otro lado, se produjo una desestabilización en el mercado estadounidense, aumentando las ventas de la variedad de uva Pinot Noir en un 22 % y de la marca Blackstone Pinot Noir en un 147 % durante las semanas posteriores al estreno. (ACNielsen en Sánchez, 2007, p. 94)

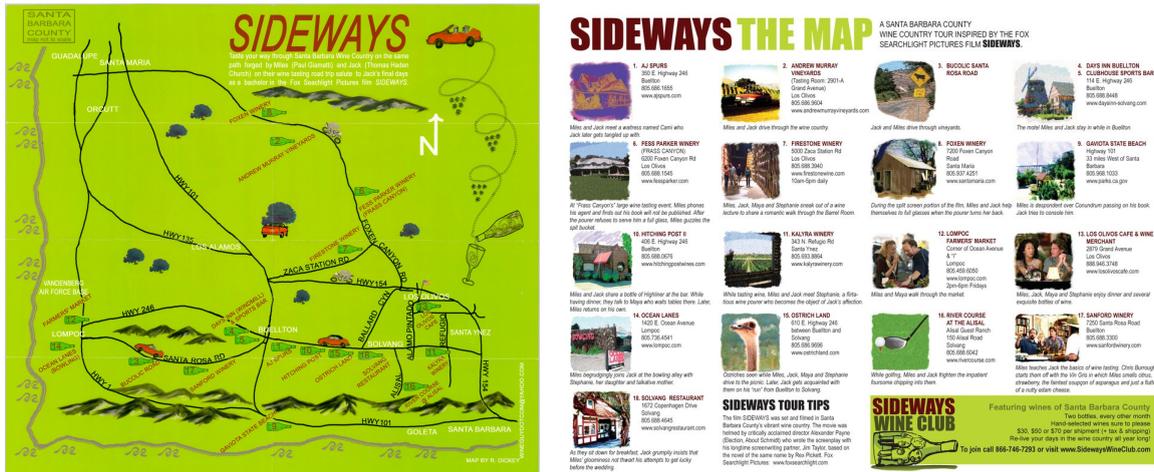


Figura 3. Movie map de Sideways, con la ruta y los escenarios de la película.

Ce Qui Nous Lie (Nuestra vida en la Borgoña, Klaspich, 2017) es también una película a destacar debido a su relación con el vino y su celebración de la cultura francesa. La trama se centra en el reencuentro de tres hermanos en la región vinícola de Francia tras la muerte de su padre, y muestra la relación íntima entre el vino y la gastronomía. La historia se cuenta a través de las cuatro estaciones desde el inicio de la vendimia, y sigue la evolución y maduración de los hermanos y del vino que producen. En un año, los hermanos recuperan su fraternidad y reviven sentimientos y recuerdos familiares en la tierra natal de Jean, quien regresa después de diez años de viajar por el mundo. (Vinetur, 2017)

En el cine español, destaca *Oro fino* (De la Loma, 1989) en la cual los paisajes de La Rioja, sus vinos y sus bodegas, fueron llevados a la gran pantalla. Parte de la filmación tuvo lugar en la región, en sitios como Casalarreina, Haro, Sajazarra o Logroño, y la película cuenta la historia de dos familias de bodegueros que se ven envueltas en un conflicto a raíz de una falsa acusación después de que se produjera un robo. (M., 2009)

Oro fino acogía al tópico del enfrentamiento ideológico y material entre familias vinícolas complicado con las actuaciones de sus respectivas descendencias y se resolvía con la rehabilitación del vástago (...) y con el alumbramiento de un vino remozado, el jerez «Oro fino». (Sánchez, 2007, p. 188)

La película *El verano que vivimos* (Sedes, 2020) además de ser una historia de amor basada en hechos reales, es un homenaje a los vinos de Jerez y a toda la cultura que los rodea. La cinta sitúa al espectador en los años 50, una época en la que las bodegas de Jerez se encontraban en pleno auge y la ciudad andaluza estaba despuntando. La película destaca por su cuidado en la descripción de las peculiaridades de la tierra albariza y la particular forma de elaboración del vino de esta tierra. Asimismo, la productora Mr. Fields and Friends Cinema ha querido dar a conocer todo lo que rodea a la industria del vino de Jerez y su extensa cultura y tradición a través de la historia de los protagonistas del filme. (Orriols, 2020)

3.3.2 Series

Las series de televisión han sido un medio importante para la representación del vino, abarcando una amplia gama de géneros, desde dramas familiares hasta comedias extravagantes. El ejemplo más destacado es la serie de los años 80 *Falcon Crest* (Hammer, 1981-1990) que se centró en la familia Gioberti, propietaria de una bodega en el Valle de Napa en California, y que tuvo un gran impacto en la cultura del vino en Estados Unidos. La trama de la serie se centró en los enfrentamientos de la familia por controlar su bodega y su relación con otras bodegas de la zona. (Durán, 2018)

Falcon Crest, no solo tuvo un gran impacto en la cultura del vino en Estados Unidos, sino que también se emitió en pantallas de televisión de más de cien países, en cualquier hemisferio político. Por esta razón, puede considerarse la ficción audiovisual basada en el vino más vista de todos los tiempos (Sánchez, 2007, p. 182). El fanatismo hacia la serie se llegó a materializar en una ruta enoturística por los territorios californianos del vino.

Actualmente, el tour atraviesa el valle de viñedos de Spring Mountain, cercano a St. Helena (Napa), donde se sitúa la mansión victoriana de Angela Channing. Sin embargo, dicha propiedad pertenece en realidad a The Spring Mountain Winery. Además, se han desarrollado eventos cinematográficos como el Napa Sonoma Wine Country Film Festival o el Valley Film Festival, que combina cine y turismo

para promocionar los vinos y la gastronomía de la zona, incluyendo catas y degustaciones. (Martínez y Jover, 2013, p. 199)

En España, la serie *Gran Reserva* de TVE (Campos y Neira, 2010-2013) se estrenó ante más de 4 millones de espectadores. La trama se centró en los conflictos entre dos familias bodegueras riojanas y sus distintas concepciones del vino: como lucrativo negocio, para los Cortázar; y como trabajo artesanal, para los Reverte (León, 2010). Por su parte, el canal autonómico vasco ETB-2 ambientó el serial de 66 episodios *Señorío de Larrea* (1999) en bodegas de la Rioja Alavesa (Laguardia, Samaniego, Oyón), con un reparto que incluyó a destacados actores como Xabier Elorriaga, Carlos Sobera y Lorena Bernal. (El País, 1999)

3.3.3 Documental

El vino ha sido un tema central en muchos documentales, como en el caso de *Mondovino* (Nossiter, 2004), donde se explora la globalización del mundo del vino y su impacto en los pequeños productores a nivel mundial. Esta película presenta la lucha entre los grandes productores de vino y los pequeños, y cómo los primeros han tomado el control del mercado, lo que ha afectado a los productores más pequeños. En palabras de la periodista de *El País* Elisa Silió (2006):

El cineasta Jonathan Nossiter (Washington, 1961) nunca pensó que con su modesto documental *Mondovino*, (...), iba a sacudir los cimientos del mercado vinícola, pero así ha sido. Y todo porque su visión del entramado económico que rodea a los viñedos no gustó un ápice a dos de los entrevistados, casualmente los dos máximos *gurús* del mundo en el campo de la crítica y el asesoramiento: el estadounidense Robert Parker, (...), y el francés Michel Rolland.

Aunque se trata de un documental con una puesta en escena cuidada y una trama que puede parecer propia de una película de ficción, *Mondovino* ofrece al espectador una reflexión crítica sobre el mundo del vino y muestra la rivalidad entre generaciones de viticultores de diferentes países, incluyendo Estados Unidos,

Francia e Italia. Asimismo, el documental presenta una perspectiva internacional sobre el mundo del vino, que está cada vez más influenciado por la "globalización del gusto" y dominado por grandes expertos como Michel Rolland, a quien se conoce como el "Spielberg del vino".

Su documental devela los mecanismos por los cuales el vino es otro de los elementos sujetos a las condiciones de la globalización (...) un puñado de empresas están apropiándose de las pequeñas bodegas de Europa y América, acción combinada con la aparición en los últimos años de dos figuras capitales: algún enólogo estrella determina cuál debe ser el sabor, oxigenación y color del vino, al tiempo que un periodista especializado de moda da su aprobación para que suba la demanda. (Sartora, s.f.)

Decanted (Kovacic, 2016) es otro documental que se ha destacado por su enfoque en el mundo del vino. A lo largo del documental se muestra la belleza de Napa Valley (California), se da a conocer a varios viticultores y se sigue la formación de una nueva bodega Italics Winegrowers. También nos presenta un poco de la historia de la producción de vino en Estados Unidos y la importancia de la cata de vinos de París en la promoción de Napa Valley. Además, el documental incluye detalles interesantes como las subastas por botellas y las convenciones de cata de vinos, así como el uso de medios químicos para minimizar el efecto del oxígeno en el vino. (Villalobos, 2018)

Y en el caso de España, se pueden encontrar documentales como *Priorat* (Fernández, 2016), dirigido por David Fernández de Castro. A lo largo de los 69 minutos de la pieza audiovisual se da voz a los "Cinco Magníficos", un grupo de bodegueros de la denominación de origen española, situada en la provincia de Tarragona (Daphne Glorian, Álvaro Palacios, René Barbier, Álvaro Palacios y Josep Lluís Pérez) comparten sus historias personales y su pasión por el vino. El documental ha logrado importantes reconocimientos nacionales e internacionales, como Mejor Documental de la Península Ibérica en el Festival Art&Tur y Mejor Documental y Premio del Público en el Festival Memorimage. (Pedauyú, 2018)

Otra producción documental española a mencionar es *Jerez, y el misterio del palo cortado* (López-Linares, 2015), la cual se adentra en el mundo del vino para desvelar los secretos de una de las variaciones más celebradas del vino de Jerez. A lo largo del documental se realiza un amplio recorrido por los últimos cien años de la producción vinícola en la ciudad andaluza, abarcando diversos aspectos relacionados con este valioso licor. Además de cubrir el proceso de producción, también se exploran aspectos culturales relacionados con él junto a la participación de expertos y reconocidos sumilleros como Josep Roca (El Celler de Can Roca). La película captura a través de hipnóticos y magistrales planos la esencia de la cultura que rodea a esta bebida y brinda una fascinante visión de sus bodegas. (Instituto Cervantes, 2016)

En el contexto del proyecto de preproducción “Castellón, tierra de vinos”, es importante considerar cómo el cine, la televisión y los documentales pueden contribuir a la promoción y difusión de esta región como productora de vinos de calidad. Las películas, series y documentales destacadas demuestran que utilizar estos medios audiovisuales de manera efectiva permite destacar la identidad y los valores únicos del vino, atrayendo la atención de los consumidores y fomentando el turismo enológico en la zona.

3.4 La historia vitivinícola en la provincia de Castellón

El origen vitivinícola de la provincia de Castellón se remonta a la época de los fenicios, aunque fue en la época romana cuando se produjo la verdadera expansión de la vid en varias de sus localidades más emblemáticas, como Les Useres, Almedíjar o Sant Mateu. Durante su época dorada, del siglo XVI al XX, se vivió en la provincia de Castellón un periodo de gran producción, actividad comercial y rentabilidad económica del vino, destacando varios de sus vinos, como el Murviedro de la zona del Palancia-Mijares o el Carlon del Maestrat, ambos con un importante reconocimiento fuera de España.

No obstante, la llegada de la filoxera entre 1904 y 1915, un insecto procedente de América del Norte que atacó la viticultura mundial, devastando los viñedos y arruinando las zonas vitivinícolas de España. Tras la helada de 1946 que afectó

principalmente al cultivo de almendro y de olivo, los agricultores de la Plana Alta y l'Alt Maestrat decidieron volver a cultivar vid, pero esta vez optaron por variedades de viñas híbridas (Edo (79%), Señorito (20%) y Cepa 21 (1%)), que eran resistentes a la filoxera y al mildiu, poco exigentes y producían una alta producción. Estos híbridos se caracterizaban por producir vinos de alta graduación y con mucho color. Sin embargo, la Ley del Estatuto de la Viña del Vino y de los Alcoholes de 1970, que supuso la prohibición de la plantación y venta de cepas y el consumo de vinos de variedades híbridas, siendo su única posibilidad legal servir para destilación de alcoholes. (Castellón Información, 2017; IGP Castellón, 2022)

De acuerdo con el catastro elaborado por el Instituto Nacional de Denominaciones de Origen de España, en el año 1975, los híbridos suponían un total de 5300 ha, equivalentes al 60 % de todo el viñedo castellanense dedicado a la vinificación. En 1978, una comisión conformada por cosecheros y representantes del Ministerio de Agricultura estableció las bases para la renovación de un viñedo que afectaba a más de 4500 familias, la mayoría de ellas en situación económica precaria. La meta era reconvertirlo y sustituirlo en un plazo máximo de 10 años por otras variedades recomendadas, como Tempranillo, Monastrell, Macabeo, entre otras. Sin embargo, la experiencia demostró que muy pocos agricultores optaron por plantar de nuevo la tierra con viñedos, prefiriendo en su lugar otros cultivos con mayor perspectiva de futuro.

Por lo tanto, según Juan Piqueras en su libro *El legado de Baco. Los vinos valencianos* (2000), se produjo el arrasamiento y abandono de miles de hectáreas de viñedos, reduciéndose drásticamente por debajo de la mitad entre el periodo de 1950 (11.778 ha) y 1984 (4636 ha). Una bajada que continuó en picado años después debido a que el vino había dejado de ser considerado un negocio, a la creación de nuevos regadíos y al existir otros cultivos sustitutivos más rentables como el almendro, el algarrobo y el olivo. (p. 412)

| EVOLUCIÓN DEL VIÑEDO EN LA PROVINCIA DE CASTELLÓN 1950-1998 (hectáreas) | | | | |
|--|---------------|---------------|--------------|--------------|
| | 1950 | 1976 | 1984 | 1998 |
| Alcalà de Xivert | 631 | 90 | 34 | 20 |
| Cervera | 814 | 651 | 62 | 12 |
| Benicarló | 375 | 7 | 0 | 0 |
| Vinaròs | 318 | 67 | 0 | 0 |
| Traiguera | 392 | 156 | 11 | 1 |
| Sany Jordi | 120 | 85 | 12 | 3 |
| Canet lo Roig | 181 | 63 | 26 | 23 |
| Xert | 111 | 69 | 42 | 25 |
| La Jana | 469 | 298 | 311 | 32 |
| Sant Mateu | 480 | 411 | 264 | 21 |
| La Salsadella | 160 | 269 | 111 | 10 |
| Les Coves | 268 | 834 | 241 | 40 |
| Torres dels Dom. | 17 | 92 | 23 | 4 |
| Vilanova d'Alc. | 163 | 904 | 162 | 48 |
| Benlloch | 366 | 1417 | 107 | 48 |
| Cabanes | 347 | 536 | 158 | 34 |
| Pobla Tornesa | 48 | 229 | 32 | 10 |
| Vilafamés | 482 | 960 | 360 | 168 |
| Vall d'Alba | 980 | 725 | 193 | 92 |
| Atzeneta | 103 | 260 | 130 | 12 |
| Les Useres | 338 | 402 | 250 | 213 |
| TOTAL PROVINCIA | 11.778 | 10.363 | 4.636 | 1.238 |

Figura 4. Tabla sobre la evolución del viñedo en la provincia de Castellón.

Elaboración propia. (Piqueras, 2000, p. 423)

No obstante, a principios del 2000 y tras la pérdida de casi una generación de viticultores en toda la región, resurgió un movimiento impulsado por un pequeño grupo de supervivientes que pensaron que la vitivinicultura podía ser una buena opción agrícola como lo fué en los siglos del XV al XX. Esta voluntad de unión se materializó con la creación de lo que hoy se conoce como la Indicación Geográfica Protegida 'Vins de la Terra de Castelló', reconocida en 2003 por la Comunitat Valenciana y en 2011 por el Estado Español.

Según la resolución del BOE del 5 de diciembre de 2011 de la Dirección General de Industria y Mercados Alimentarios, la figura de calidad acepta un total de seis variedades autóctonas (Bobal, Tempranillo, Syrah, Cabernet Sauvignon, Merlot y

Garnacha) y engloba la producción obtenida íntegramente de uvas cultivadas en viñedos en tres subzonas vitivinícolas reconocidas en toda la provincia valenciana (Figura 5 y 6).

| Zonas vitivinícolas IGP Castellón | Municipios |
|---|--|
| Comarca vitícola Alto Palancia-Alto Mijares | Altura, Almedijar, Arañuel, Azuébar, Castillo de Villamalefa, Caudiel, Chovar, Cortes de Arenoso, Jérica, Ludiente, Montán, Segorbe, Soneja, Puebla de Arenoso, Viver y Zucaina. |
| Comarca vitícola Sant Mateu | Albocàsser, Atzeneta del Maestrat, Benasal, Canet lo Roig, Catí, Cervera del Maestre, Chert, Coves de Vinromá, Culla, La Jana, La Salsadella, Sant Mateu, San Rafael del Rio, Rosell, Tirig, Traiguera y Alcalá de Xivert. |
| Comarca vitícola Useres-Vilafamés | Benlloch, Cabanes, Les Useres, Sierra Engarcerán, Vall d'Alba y Vilafamés y Vilanova d'Alcolea. |

Figura 5. Tabla con las comarcas vitivinícolas y sus municipios. Elaboración propia. (IGP Castelló, 2022)



Figura 6. Mapa de las zonas vitivinícolas de Castellón. (IGP Castellón, 2022)

Asimismo, según la web oficial de la Indicación Geográfica Protegida, toda botella de vinos amparados por el sello de calidad IGP Castellón (Figura 7) garantiza al consumidor que:

- La situación de las viñas en terrenos de la provincia de Castellón.
- Las viñas han sido cultivadas según buenas prácticas agrícolas.
- La elaboración en una bodega castellanense, cumpliendo todas las normas sanitarias y fiscales.
- El cumplimiento de todos los parámetros químicos certificados por un laboratorio acreditado.
- La superación de una cata organoléptica realizada por expertos en percepciones sensoriales de reconocido prestigio.



Figura 7. Diagrama sobre los vinos amparados por la IGP Castellón. Elaboración propia. (IGP Castellón, 2022)

Por otro lado, la entidad se encuentra compuesta por dieciséis bodegas de distintos puntos de Castellón que velan tanto por la calidad y la prestigiosa personalidad de sus productos como por el reconocimiento de sus vinos en el mercado nacional: Alcovi (Almedíjar), Barranc dels cirers (Benlloch), Bellmunt Oliver viticultors (Cabanès), Barón d'Alba (Les Useres), Besalduch, Valls & Bellmunt (Sant Mateu),

La Canetana (Canet lo Roig), Castells i Montoliu (La torre d'en Doménech), Cooperativa de Viver (Viver), L'Estanquer (Canet lo Roig), Bodega Flors (Les Useres), Mas de Rander (Benlloch), El Mollet, Vino y Cultura (Les Useres), Emelina Ángeles (Vilanova d'Alcolea), Les Useres SAT (Les Useres), Vega Palancia (Azuébar) y Vizuecos (Coves de Vinromà).

La sede de la IGP de Castellón fue trasladada al municipio castellonense de Benlloch, concretamente en un edificio cedido por el ayuntamiento de la localidad en la céntrica calle de l'Esglesia. Un punto neurálgico que permite a toda persona interesada a descubrir la historia, las bodegas y los distintos vinos de las tres zonas vitivinícolas. Este traslado de sede, anteriormente ubicada en Les Useres, se originó tras un convenio con el Ayuntamiento de Benlloch. (IGP Castellón, 2022)

En la actualidad, la IGP Castellón está presidida por Juan Carlos Pavía, quien es farmacéutico de profesión y socio de una de las bodegas de la entidad, El Mollet, Vino y Cultura (López, 2022). Pavía ha liderado durante años el movimiento para que los vinos de Castellón obtengan la Denominación de Origen a través de una propuesta a la Comisión Europea. Esta propuesta busca que las bodegas de Castellón apuesten por la agricultura ecológica y la economía circular para ajustarse a los requisitos de transición ecológica europeos que fomentan la ocupación verde en el sector. En una entrevista con el medio especializado en vinos valencianos 5barricas, Pavía resaltó la importancia que este logro tendría para el sector castellonense, al suponer mayor visibilidad y notoriedad a nivel nacional e internacional.

En conclusión, la provincia de Castellón cuenta con una rica tradición vitivinícola que, a pesar de los desafíos y declive experimentados en el pasado, ha presenciado un resurgimiento notable en su vitivinicultura. Esto se debe al compromiso de viticultores perseverantes y a la creación de la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Castellón. Por tanto, nos encontramos interesados en abordar esta temática en nuestro proyecto audiovisual, ya que representa una historia de superación poco conocida que merece ser ampliamente difundida.

3.5 La relación de lo audiovisual y el sector vitivinícola de Castellón

Las bodegas y vinos de la Indicación Geográfica Protegida de Castellón han tenido poca presencia en el mundo audiovisual. En televisión se pueden resaltar apariciones como la del programa *Agroesfera* de La 2 en la que se dedicó una sección especial a describir el trabajo y la calidad artesanal de los vinos de la Bodega Flors en Les Useres. (Vive Castellón, 2017)

En 2018, el programa *Terra Viva* de À Punt, la televisión autonómica de la Comunidad Valenciana, realizó un reportaje que contó con la aparición de las bodegas: Bellmunt i Oliver Viticultors (Cabanes) y la Bodega Mas de Rander (Benlloch). Durante el programa, se entrevistó a los responsables de ambas bodegas, Víctor Bellmunt y Juan Domingo Tárrega, quienes hablaron sobre el presente y futuro del enoturismo en la provincia de Castellón. (IGP Castellón, 2019)

Su única aparición en los reportajes del programa de televisión *A sorbos y bocados* (2021), un viaje semanal por el apasionante mundo del vino y gastronomía, que incluye su cultura y tradiciones. El programa, que actualmente cuenta con 6 temporadas, comenzó su emisión en la cadena de televisión *La 8 Mediterráneo*, así como en la plataforma de televisión Plaza TV del Grupo Plaza y en el canal de YouTube y la página web de 5barricas, un medio de comunicación especializado en el sector vitivinícola valenciano. Los capítulos en los que se hace mención el sector vitivinícola de Castellón son:

| Título | Bodega | Capítulo | Fecha |
|--|----------------------------|----------|----------|
| Clos d'Esgarracordes, un edén bajo la sombra del Penyagolosa | Barón d'Alba | 1 | 10/05/21 |
| Adsuara, el templo de los 'ximos' castellonenses | Mollet, Vino y Cultura | 3 | 24/05/21 |
| Museo Besalduch, la historia vinícola de Sant Mateu | Besalduch Valls & Bellmunt | 4 | 19/05/21 |
| Bodega Les Useres, la salvaguardia del vino de l'Alcalatén | Bodega Les Useres | 5 | 07/06/21 |

| | | | |
|---|---|----|----------|
| Catas maridadas de estrellas bajo el cielo de Bodega Flors | Bodega Flors | 8 | 26/06/21 |
| Bodegas Alcovi nos acerca a la cultura del corcho en la Sierra de Espadán | Bodegas Alcovi | 9 | 05/07/21 |
| Carlón, un antiguo vino castellonense que hoy renace | Celler del Vino Carlón | 13 | 02/08/21 |
| Mas de Rander, una bodega bioclimática a pocos metros del Mediterráneo | Mas de Rander | 14 | 01/10/21 |
| Viver: Lágrimas como pilares de un proyecto que emociona | Cooperativa de Viver | 15 | 08/10/21 |
| Aventura para gastroadictos: el festival de la nuez de Viver en mil texturas | Cooperativa de Viver | 25 | 16/12/21 |
| Penyagolosa: el gigante de las dos caras | Bodega Flors | 35 | 25/03/22 |
| Les Useres conquista a los amantes del vino con su VIII edición de la Fira del Vi | Mollet, Vino y Cultura / Barón d'Alba / Bodega Flors / Vinya Natura / Bodega Les Useres | 44 | 03/07/22 |
| L'Estanquer: vinos que defienden el terroir del Maestrat | L'Estanquer | 51 | 22/07/22 |
| La Mostra Proava refleja el brillante momento que viven los vinos valencianos | Cooperativa de Viver | 75 | 23/04/23 |

Tras la visualización y análisis de los 13 reportajes de *A sorbos y bocados*, que dan visibilidad a los vinos de la IGP de Castellón, cabe revelar varias características. En primer lugar, la duración media de cada reportaje oscila entre los 3 y 4 minutos, lo que permite una presentación de las bodegas y sus actividades enoturísticas, así como la presentación de alguno de sus vinos destacados.

Sin embargo, es interesante destacar que en estos reportajes se hace poco hincapié en el pasado vitivinícola de Castellón, centrándose más en los proyectos que han surgido en la actualidad y la proyección de las bodegas de la IGP de forma

unilateral, sin profundizar en las particularidades que les unen al pertenecer a la misma provincia. Asimismo, es importante señalar que de las 16 bodegas que componen el sello de calidad IGP Castellón, solo aparecen 9 en los reportajes analizados.

En conclusión, los reportajes realizados por los medios de comunicación 5barricas, La 2 y À punt han desempeñado un papel importante al dar a conocer las bodegas y vinos de la IGP Castellón, contribuyendo así a aumentar su visibilidad y reconocimiento. No obstante, es importante reconocer que estos reportajes resultan insuficientes para abarcar por completo la historia y la diversidad de la vitivinicultura en esta región.

En este sentido, se sugiere la necesidad de continuar trabajando en la difusión a través de nuevos proyectos audiovisuales. Estos proyectos podrían abordar de manera más exhaustiva la historia vitivinícola de la provincia, explorando sus orígenes fenicios y romanos, así como los desafíos y cambios experimentados a lo largo del tiempo. Además, podrían destacar la labor de los viticultores comprometidos que han contribuido al resurgimiento de la vitivinicultura en la región y resaltar las particularidades de las distintas subzonas vitivinícolas de la provincia.

Con la creación de nuevos proyectos audiovisuales, se podrían mostrar entrevistas en profundidad con viticultores, enólogos y expertos en vinos de Castellón, brindando una visión más completa y enriquecedora de la región y sus productos. Además, se podría aprovechar el poder de las imágenes para resaltar los paisajes vinícolas, las técnicas de cultivo tradicionales y las características únicas de los vinos de Castellón.

3. THEORETICAL FRAMEWORK

3.1 The audiovisual reportage genre

The audiovisual report is a journalistic genre that, through the use of audiovisual media, such as images and sounds, narrates informative facts (Cebrián, 1992, p. 101). This type of reportage makes it possible to explain and show the viewer in a clearer and more precise way a reality that would be difficult to transmit only through paragraphs of words. Unlike the traditional written report, the audiovisual report can have the voice of the protagonists themselves who appear on screen to tell their stories, or a voice-over may appear to explain what is seen in the images. It is also common to include testimonials from experts or people involved in the subject to enrich the information offered.

The audiovisual report shares many characteristics and elements with the written report, such as the source, the subject and the professional who prepares it, but it takes advantage of the capacity of images and sound to transmit a story with greater precision in a more emotional and impacting way.

We can experience emotion before certain montages, either based on recent or archive images, with their environment or with music evocative of a certain atmosphere, or before the challenge of placing before the cameras certain testimonies thanks to a notable production effort, or before an accurate and even original use of the resources available in audiovisual language. (Redondo, 2009, p. 176).

On the other hand, the audiovisual report moves away from the notion of immediacy, characteristic of the news, thus gaining in depth and originality. Two key aspects, currently, due to the trivialization of content, the exclusion of certain topics from news programming, the decrease in the duration of news programs on television both to maintain a faster pace and to attract the viewer with more synthetic stories in the same time and space. Changes, subtle or more obvious to the public, that go beyond infotainment. (Redondo, 2009, p.177).

And comparing the reportage with the documentary genre, the main difference lies in the fact that the documentary collects facts that occur in a specific historical moment and that are not repeated. While the reportage delves into the circumstances of a specific fact or situation that is news or current affairs in a broader sense. Reportage material can be included in a documentary as long as it is integrated into a broader theme. On the other hand, the documentary describes a state of affairs that is permanent, such as lifestyles, animal behavior, scientific, historical or cultural aspects, among others (Martínez and Fernández, 2010, p. 137-138).

Figure 2 also contains a summary of the main differences between the two genres (reportage and documentary):

| MAIN DIFFERENCES BETWEEN REPORTAGE AND DOCUMENTARY | |
|---|--|
| DOCUMENTARY | REPORTAGE |
| Its origin is related to the history of cinema and it is artistic. | Origin related to the new television newsrooms and is austere in terms of expressive and artistic resources. |
| It refers to topics not strictly related to current affairs. | It refers to topics related to current affairs and the most immediate reality. |
| Thematic content on scientific, cultural, educational, historical, etc. events. | Thematic content on political events and social behavior. |
| It does not usually include the presence of the documentary filmmaker, but this may be the case (interactive and performative modalities). | It usually counts on the presence and rubric of the journalist author who makes presence with stand-up 's. He does not hide his style. |
| Close to literary and aesthetic currents, halfway between experimental essay and journalistic reportage. | Close to the pure journalistic order. |
| More relaxed treatment of the information, more stable camera, frames with a very careful composition, music, poetic scenarios, language of a higher artistic level than reportage. | Direct style, use of the camera on the shoulder, the way newscasts operate and avoid changes in narrative rhythm. All the seconds have sound: off or interviews. |

Figure 1. Table of differences between reportage and documentary (Soler, 2016).

In the context of a pre-production project on Castellón wine, the genre of audiovisual reportage could be an effective tool to show the reality of wine production in the region. Through images, interviews and carefully constructed narrative, the passion and authenticity of the winegrowers can be conveyed and the wine culture of Castellón can be promoted.

3.2 The new possibilities of the audiovisual reportage genre

The proliferation of new technologies, such as video cameras and mobile devices capable of recording video and audio, as well as the accessibility of editing and post-production tools, have allowed more and more people to produce and distribute audiovisual reports. Added to this is the emergence of mobile journalism or *mojo*, i.e., a new form of digital storytelling in which the smartphone is the main device used to create and edit images, audio and video and which offers a wide variety of advantages as shown in Figure 2.



Figure 2. Diagram of the advantages of mobile journalism. Own elaboration (Bernal, 2017).

Audiovisual reporting is a genre that allows the presentation of information in a more immersive and emotional way than print or traditional media. Images and sounds can convey information in a way that is difficult to express with words alone. In addition,

the narrative in audiovisual reporting can be supported by music, graphics, sound effects and other resources that enrich the viewer's experience.

On the other hand, the audiovisual report represents a clear alternative to the short television formats that have been increasingly consolidated in recent times, especially because it allows going beyond appearances through its depth, professional criteria and an intelligent look (Vilalta, 2006, p. 33). Due to these and other attributes, reportage is considered one of the most outstanding journalistic genres. The constant mention of the term is synonymous with prestige, seriousness, credibility, solvency and rigor (Cortés, 1999, p. 207). Television programs such as *Informe Semanal* on Televisión Española are a clear example of this. The mythical news program celebrated its half-century on the air in 2023, being the oldest program on national television and the oldest of its kind in Europe. A whole school of reporters that was inspired by the 60 minutes of the American network CBS in order to report information from all fields (Academia TV, 2023).

Another great advantage of audiovisual reporting is that it can reach much wider and more heterogeneous audiences than other media. All this, thanks to the proliferation of online video platforms such as YouTube or Vimeo and social networks such as Facebook, Tik Tok and Instagram. New spaces where audiovisual reports can be seen and shared by millions of people around the world 24 hours a day. This enables audiovisual reporting to be an essential tool for disseminating information, raising awareness and mobilizing public opinion on relevant issues.

Audiovisual reporting has also been used to tell and make visible great stories that might otherwise have gone unnoticed by society. Audiovisual reporting plays a fundamental role in generating social and political transformations by highlighting cases of injustice, corruption and abuse of power. For example, the UNICEF award-winning audiovisual report "Pelota sucia: La silenciosa trata de futbolistas en Latinoamérica" (Dirty Ball: The silent trafficking of soccer players in Latin America), produced by journalists from Bolivia and Colombia, exposed the reality of hundreds of young and adolescent soccer players deceived by supposed businessmen (La Nación, 2021).

Likewise, audiovisual reports can help raise public awareness of important issues and motivate people to take concrete actions to improve the situation. For example, the audiovisual report "Buscando la Esperanza: Asentamientos de trabajadores temporeros en Huelva", produced by Rafael Cuesta for Cáritas, exposed the exploitative and precarious conditions in which seasonal workers living in the settlements in Huelva work.

In conclusion, the emergence of new technologies has facilitated the distribution of audiovisual reporting, reaching wide and heterogeneous audiences through online platforms and social networks, making it a powerful tool for disseminating information, raising awareness and mobilising public opinion. Therefore, in the context of the pre-production project on Castellón wine, audiovisual reporting can be an effective tool to promote Castellón's wine culture both locally and globally.

3.3 The wine sector in the audiovisual world

The representation of wine in the audiovisual world has become a genre in itself. This is evidenced by the existence of a wide variety of films, TV series and documentaries that bring wine stories to the world, including comedies, dramas, romances and thrillers. These productions offer a unique and passionate look at this industry, and can help spread the culture, history and values of wine.

Audiovisual content shapes imaginaries that influence the perception of the world, including the wine industry. According to Lérica (2016, p. 43), audiovisual narrative has the capacity to serve as a powerful promotional tool that affects consumer behavior, which identifies with the characters and storylines, as well as in shaping the image of a place or a product.

(...) the fact that the space is the product emplaced already allows the visual appreciation of its characteristics; but in addition, it is subject to the valuation of the characters in the dialogues, especially the tourist views, associating them with particularities that go beyond their obvious features. (Ferrando et al., 2015, p. 586)

3.3.1 Cinema

During the history of cinema, wine has been portrayed in different ways, from its role in culture and society to its relationship with gastronomy and tourism. At the beginning of the 20th century, the Californian wine industry became a powerful activity, which pushed the seventh art to start portraying the life of winegrowers in Hollywood movies. During the 1930s and 1940s, cinema continued to explore wine culture in films such as *The Grapes of Wrath* (Ford, 1940) about the life of a winemaking family during the Great Depression.

However, the quintessential classic film that ends up capturing the previous fictional era and sets the benchmark example for the following films of this wine subgenre is Henry King's *This Earth is Mine* (King, 1959). The Rambeau family, played by Hollywood star system actors such as Rock Hudson, Dorothy McGuire and Jean Simmons, embody the defining characteristics of wine operas. (Martínez and Jover, 2013, p. 199).

Throughout the following decades, wine continued to be an important element in many films, although often in supporting roles or as a mere prop in the plot. It was in the 1990s when viticulture began to be the central theme of many films, such as *A Walk in the Clouds* (Arau, 1995) based on the love affair among vineyards experienced by a young, pregnant Mexican woman (Victoria) with an Anglo-Saxon soldier from outside the rural environment (Paul). In the course of the film, the fundamental elements that have defined wine-producing families in the history of cinema become evident. In addition to a reverent respect for customs and blood ties, identity and a deep connection to the land they cultivate (known as "terroir") stand out. As Fonseca (2020) points out:

It was precisely in the vineyard where the flame of passion and love was lit between Paul and Victoria (...). They worked together, fought, fought against pests in the vineyard and let the beauty flow from that which was born without suspecting it, from that something so beautiful that was impregnated in each plant, in each centimeter of soil.

On the other hand, *Year of the Comet* (Yates, 1992), whose director was a great wine lover, which led him to have as the main protagonist a bottle more than 150 years old, which is thought to have belonged to Napoleon and was bottled during the passage of Halley's comet. The film, starring Penelope Ann Miller and Tim Daly, is a romantic comedy with touches of intrigue and suspense, and is set in the beautiful landscapes of Scotland and France. A film that combines the love of wine with an adventure story and an impossible romance, making it an interesting proposal for both wine lovers and fans of romantic comedies (Ponte da Boga, 2016).

During the 21st century, films such as *Sideways* (Payne, 2004) have been very influential in the modern representation of wine in cinema. The American film is a modern classic of wine culture. The 123-minute film tells the story of two friends, played by Paul Giamatti and Thomas Haden Church, who take a trip to the wine region of Southern California to taste wine before the wedding of one of them. The film portrays the world of wine from an expert's perspective, detailing everything from how to taste wine to the different grape varieties, but also showing how wine can be a source of joy and camaraderie. Critics singled it out for its attention to detail in the production of wine and for being a truly cinematic ode to the drink. (Torrent, 2016)

The script, the photography, the editing, the rhythm, the masterful performances of the actors, the soundtrack... everything in *Sideways* is at what would be, for a wine, its peak, making it a rounded film, which neither lacks nor lacks a shot or a sentence. Contributing to this, no doubt, is the setting, Santa Ynez County, a collection of villages surrounded by vineyards, hills, farms and meadows where cows and horses graze. (Coloma, 2015).

According to Parra (2014), *Sideways* is the film that has contributed most to the rise of wine culture, wine tourism and the creation of tourist routes worldwide, thanks to its very nature as a road movie, its didactic and experiential approach, and its characters, who are wine tourists. As Sánchez (2007, p. 135) explains:

The comedy (...) sells its wine and its tour, and also the viewer from any country ends up getting to know Pinot Noir better (falling in love with it); he

tours the central coast of California, polishes his tasting vocabulary; generally improves his expression about the taste of wine and is initiated in its lyrical and amatory qualities....

The impact of the US film also had a twofold effect. On the one hand, it created a route with its own movie map (figure 3), which follows the route taken by the film's protagonists through the Santa Inés and Santa Bárbara valleys, encouraging fans of the film and tourists to get caught up in the intense experience of tasting the wine in situ. On the other hand, there was a disruption in the US market, increasing sales of the Pinot Noir grape variety by 22% and of the Blackstone Pinot Noir brand by 147% in the weeks following the premiere. (ACNielsen in Sanchez, 2007, p. 94).

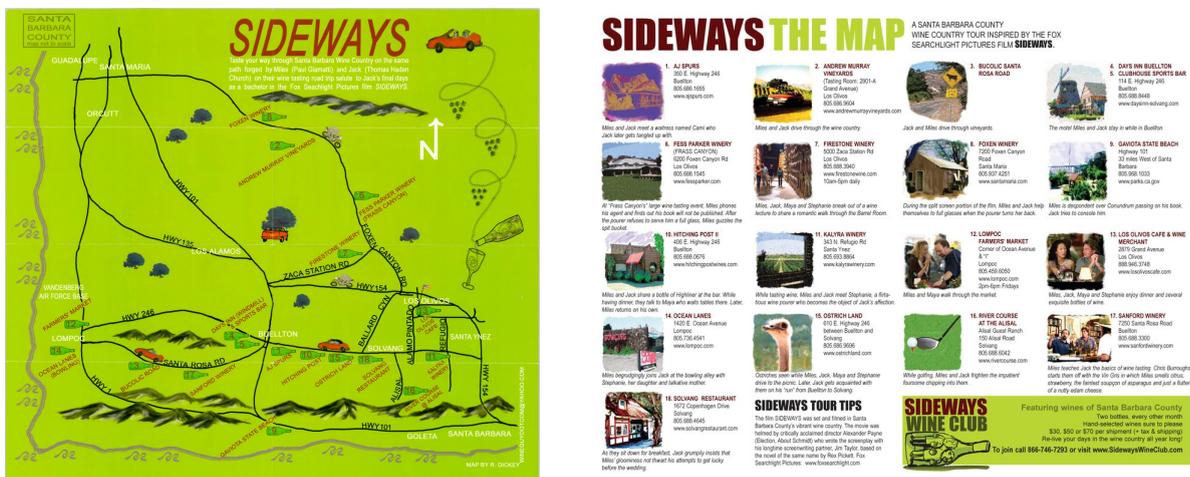


Figure 3. Movie map of Sideways, showing the film's route and locations.

Ce Qui Nous Lie (Our Life in Burgundy, Klaspich, 2017) is also a film of note because of its relationship with wine and its celebration of French culture. The plot focuses on the reunion of three brothers in the wine region of France after the death of their father, and shows the intimate relationship between wine and gastronomy. The story is told through the four seasons from the beginning of the grape harvest, and follows the evolution and maturation of the brothers and the wine they produce. In one year, the brothers recover their fraternity and relive family feelings and memories in Jean's homeland, who returns after ten years of traveling the world (Vinetur, 2017).

In Spanish cinema, *Oro fino* (De la Loma, 1989) stands out, in which the landscapes of La Rioja, its wines and wineries, were brought to the big screen. Part of the filming took place in the region, in places such as Casalarreina, Haro, Sajazarra or Logroño, and the film tells the story of two families of winemakers who become involved in a conflict following a false accusation after a robbery takes place. (M., 2009)

Oro fino was based on the cliché of the ideological and material confrontation between wine-producing families complicated by the actions of their respective offspring and resolved with the rehabilitation of the offspring (...) and the birth of a new wine, the sherry "Oro fino". (Sánchez, 2007, p. 188).

The film *El verano que vivimos* (Sedes, 2020) is not only a love story based on true events, but also a tribute to sherry wines and the culture that surrounds them. The film places the viewer in the 1950s, a time when the Jerez wineries were booming and the Andalusian city was emerging. The film stands out for its careful description of the peculiarities of the Albariza land and the particular way in which wine is made in this region. Likewise, the production company Mr. Fields and Friends Cinema wanted to show everything that surrounds the sherry wine industry and its extensive culture and tradition through the story of the film's protagonists (Orriols, 2020).

3.3.2 Series

Television series have been an important medium for the representation of wine, covering a wide range of genres, from family dramas to quirky comedies. The most prominent example is the 1980s series *Falcon Crest* (Hammer, 1981-1990) which focused on the Gioberti family, owners of a winery in California's Napa Valley, and which had a major impact on wine culture in the United States. The plot of the series focused on the family's struggles to control their winery and their relationship with other wineries in the area. (Durán, 2018)

Falcon Crest not only had a great impact on wine culture in the United States, but was also broadcast on television screens in more than a hundred countries, in every political hemisphere. For this reason, it can be considered the most watched

audiovisual fiction based on wine of all time (Sánchez, 2007, p. 182). The fanaticism towards the series even materialised in the form of an enotourism route through the Californian wine territories.

Currently, the tour crosses the Spring Mountain vineyard valley, near St. Helena (Napa), where Angela Channing's Victorian mansion is located. However, the property is actually owned by The Spring Mountain Winery. In addition, film events have been developed such as the Napa Sonoma Wine Country Film Festival or the Valley Film Festival, which combines film and tourism to promote the wines and gastronomy of the area, including tastings and samplings. (Martínez and Jover, 2013, p. 199).

In Spain, the TVE series *Gran Reserva* (Campos and Neira, 2010-2013) premiered to more than 4 million viewers. The plot focused on the conflicts between two Rioja winemaking families and their different conceptions of wine: as a lucrative business, for the Cortázars; and as a craft, for the Revertes (León, 2010). For its part, the Basque regional channel ETB-2 set the 66-episode serial *Señorío de Larrea* (1999) in wineries in the Rioja Alavesa (Laguardia, Samaniego, Oyón), with a cast that included outstanding actors such as Xabier Elorriaga, Carlos Sobera and Lorena Bernal (El País, 1999).

3.3.3 Documentary

Wine has been a central theme in many documentaries, such as *Mondovino* (Nossiter, 2004), which explores the globalization of the wine world and its impact on small producers worldwide. This film presents the struggle between the big wine producers and the small ones, and how the former have taken control of the market, which has affected the smaller producers. In the words of El País journalist Elisa Silió (2006):

Filmmaker Jonathan Nossiter (Washington, 1961) never thought that with his modest documentary *Mondovino*, (...), he would shake the foundations of the wine market, but he has. And all because his vision of the economic framework surrounding vineyards did not please two of the

interviewees, coincidentally the two top gurus in the world in the field of criticism and advice: the American Robert Parker, (...), and the Frenchman Michel Rolland.

Although it is a carefully staged documentary with a plot that may seem like a fiction film, *Mondovino* offers the viewer a critical reflection on the world of wine and shows the rivalry between generations of winemakers from different countries, including the United States, France and Italy. The documentary also presents an international perspective on the world of wine, which is increasingly influenced by the "globalisation of taste" and dominated by great experts such as Michel Rolland, who is known as the "Spielberg of wine".

His documentary unveils the mechanisms by which wine is another of the elements subject to the conditions of globalisation (...) a handful of companies are taking over the small wineries of Europe and America, combined with the appearance in recent years of two capital figures: a star oenologist determines what the taste, oxygenation and colour of the wine should be, while a fashion journalist gives his approval to increase the demand. (Sartora, n.d.)

Decanted (Kovacic, 2016) is another documentary that has been noted for its focus on the world of wine. Throughout the documentary it showcases the beauty of Napa Valley (California), introduces several winemakers and follows the formation of a new winery *Italics Winegrowers*. We are also introduced to some of the history of wine production in the United States and the importance of the Paris wine tasting in the promotion of Napa Valley. In addition, the documentary includes interesting details such as bottle auctions and wine tasting conventions, as well as the use of chemical means to minimise the effect of oxygen on the wine. (Villalobos, 2018)

And in the case of Spain, there are documentaries such as *Priorat* (Fernández, 2016), directed by David Fernández de Castro. The 69-minute audiovisual piece gives voice to the "Magnificent Five", a group of winemakers from the Spanish appellation of origin, located in the province of Tarragona (Daphne Glorian, Álvaro Palacios, René Barbier, Álvaro Palacios and Josep Lluís Pérez) who share their

personal stories and their passion for wine. The documentary has achieved important national and international recognitions, such as Best Documentary of the Iberian Peninsula at the Art&Tur Festival and Best Documentary and Audience Award at the Memorigame Festival (Pedauy , 2018).

Another Spanish documentary production to mention is *Jerez, y el misterio del palo cortado* (López-Linares, 2015), which delves into the world of wine to reveal the secrets of one of the most celebrated variations of sherry. Throughout the documentary, the film takes a wide-ranging look at the last hundred years of wine production in the Andalusian city, covering various aspects related to this valuable liquor. In addition to covering the production process, cultural aspects related to it are also explored with the participation of experts and renowned sommeliers such as Josep Roca (El Celler de Can Roca). The film captures through hypnotic and masterful shots the essence of the culture surrounding this drink and provides a fascinating insight into its cellars. (Instituto Cervantes, 2016)

In the context of the pre-production project "Castellón, land of wines", it is important to consider how film, television and documentaries can contribute to the promotion and dissemination of this region as a producer of quality wines. The films, series and documentaries highlighted demonstrate that using these audiovisual media effectively allows the identity and unique values of wine to be highlighted, attracting the attention of consumers and encouraging wine tourism in the area.

3.4 The history of winemaking in the province of Castellón

The wine-growing origins of the province of Castellón date back to Phoenician times, although it was in Roman times when the true expansion of the vine took place in several of its most emblematic towns, such as Les Useres, Almedíjar and Sant Mateu. During its golden age, from the 16th to the 20th century, the province of Castellón experienced a period of great wine production, commercial activity and economic profitability, with several of its wines standing out, such as the Murviedro from the Palancia-Mijares area or the Carlon del Maestrat, both of which have gained important recognition outside Spain.

However, the arrival of phylloxera between 1904 and 1915, an insect from North America that attacked viticulture worldwide, devastated vineyards and ruined Spain's wine-growing areas. After the 1946 frost, which mainly affected almond and olive trees, the farmers of the Plana Alta and l'Alt Maestrat decided to grow vines again, but this time they opted for hybrid vine varieties (Edo (79%), Señorito (20%) and Cepa 21 (1%)), which were resistant to phylloxera and mildew, undemanding and produced high yields. These hybrids were characterised by high alcohol content and colour. However, the 1970 Law of the Statute of the Vine, Wine and Alcohols, which prohibited the planting and sale of vines and the consumption of wines of hybrid varieties, their only legal possibility being to be used for distilling alcohols (Castellón Información, 2017; IGP Castellón, 2022).

According to the land register drawn up by the Spanish National Institute of Designations of Origin, in 1975, hybrids accounted for a total of 5300 ha, equivalent to 60% of all the vineyards in Castellón dedicated to winemaking. In 1978, a commission made up of harvesters and representatives of the Ministry of Agriculture laid the foundations for the renewal of a vineyard that affected more than 4 500 families, most of them in a precarious economic situation. The goal was to reconvert and replace it within a maximum of 10 years with other recommended varieties, such as Tempranillo, Monastrell, Macabeo, among others. However, experience showed that very few farmers opted to replant the land with vineyards, preferring instead other crops with greater future prospects.

Therefore, according to Juan Piqueras in his book *El legado de Baco. Los vinos valencianos* (2000), thousands of hectares of vineyards were razed to the ground and abandoned, being drastically reduced by less than half between 1950 (11,778 ha) and 1984 (4636 ha). A decline that continued to plummet years later due to the fact that wine was no longer considered a business, to the creation of new irrigation systems and to the existence of other more profitable substitute crops such as almond, carob and olive trees. (p. 412).

| EVOLUTION OF THE VINEYARDS IN THE PROVINCE OF CASTELLÓN 1950-1998 (hectares) | | | | |
|---|---------------|---------------|--------------|--------------|
| | 1950 | 1976 | 1984 | 1998 |
| Alcalà de Xivert | 631 | 90 | 34 | 20 |
| Cervera | 814 | 651 | 62 | 12 |
| Benicarló | 375 | 7 | 0 | 0 |
| Vinaròs | 318 | 67 | 0 | 0 |
| Traiguera | 392 | 156 | 11 | 1 |
| Sany Jordi | 120 | 85 | 12 | 3 |
| Canet lo Roig | 181 | 63 | 26 | 23 |
| Xert | 111 | 69 | 42 | 25 |
| La Jana | 469 | 298 | 311 | 32 |
| Sant Mateu | 480 | 411 | 264 | 21 |
| La Salsadella | 160 | 269 | 111 | 10 |
| Les Coves | 268 | 834 | 241 | 40 |
| Torres dels Dom. | 17 | 92 | 23 | 4 |
| Vilanova d'Alc. | 163 | 904 | 162 | 48 |
| Benlloch | 366 | 1417 | 107 | 48 |
| Cabanes | 347 | 536 | 158 | 34 |
| Pobla Tornesa | 48 | 229 | 32 | 10 |
| Vilafamés | 482 | 960 | 360 | 168 |
| Vall d'Alba | 980 | 725 | 193 | 92 |
| Atzeneta | 103 | 260 | 130 | 12 |
| Les Useres | 338 | 402 | 250 | 213 |
| TOTAL PROVINCIA | 11.778 | 10.363 | 4.636 | 1.238 |

Figure 4. Table on the evolution of vineyards in the province of Castellón.

Own elaboration (Piqueras, 2000, p. 423).

However, at the beginning of the 2000s and after the loss of almost a generation of winegrowers throughout the region, a movement resurfaced, driven by a small group of survivors who thought that winegrowing could be a good agricultural option, as it was in the 15th to 20th centuries. This desire for union materialised with the creation of what is now known as the Protected Geographical Indication 'Vins de la Terra de Castellón', recognised in 2003 by the Valencian Community and in 2011 by the Spanish State.

According to the BOE resolution of 5 December 2011 of the Directorate General of Industry and Food Markets, the quality figure accepts a total of six native varieties (Bobal, Tempranillo, Syrah, Cabernet Sauvignon, Merlot and Garnacha) and

encompasses the production obtained entirely from grapes grown in vineyards in three recognised wine-growing sub-zones throughout the Valencian province (Figure 5 and 6).

| IGP Castellón wine-growing areas Municipalities | Municipalities |
|--|--|
| Comarca vitícola Alto Palancia-Alto Mijares | Altura, Almedíjar, Arañuel, Azuébar, Castillo de Villamalefa, Caudiel, Chovar, Cortes de Arenoso, Jérica, Ludiente, Montán, Segorbe, Soneja, Puebla de Arenoso, Viver y Zucaina. |
| Comarca vitícola Sant Mateu | Albocàsser, Atzeneta del Maestrat, Benasal, Canet lo Roig, Catí, Cervera del Maestre, Chert, Coves de Vinromá, Culla, La Jana, La Salsadella, Sant Mateu, San Rafael del Rio, Rosell, Tirig, Traiguera y Alcalá de Xivert. |
| Comarca vitícola Useres-Vilafamés | Benlloch, Cabanes, Les Useres, Sierra Engarcerán, Vall d’Alba y Vilafamés y Vilanova d’Alcolea. |

Figure 5. Table with the wine-growing regions and their municipalities. Prepared by the authors (IGP Castellón, 2022).



Figure 6. Map of the wine-growing areas of Castellón (PGI Castellón, 2022).

Likewise, according to the official website of the Protected Geographical Indication, every bottle of wine covered by the IGP Castellón quality seal (Figure 7) guarantees consumers that:

- The location of the vineyards on land in the province of Castellón.
- The vines have been cultivated according to good agricultural practices.
- The wine is produced in a Castellón winery, complying with all health and tax regulations.
- Compliance with all chemical parameters certified by an accredited laboratory.
- Passing an organoleptic tasting carried out by renowned experts in sensory perception.



Figure 7. Diagram of the wines protected by the PGI Castellón. Own elaboration (PGI Castellón, 2022).

On the other hand, the entity is made up of sixteen wineries from different parts of Castellón that watch over both the quality and prestigious personality of their products and the recognition of their wines in the national market: Alcovi (Almedijar), Barranc dels cirers (Benlloch), Bellmunt Oliver viticultors (Cabanès), Barón d'Alba (Les Useres), Besalduch, Valls & Bellmunt (Sant Mateu), La Canetana (Canet lo

Roig), Castells i Montoliu (La torre d'en Doménech), Cooperativa de Viver (Viver), L'Estanquer (Canet lo Roig), Bodega Flors (Les Useres), Mas de Rander (Benlloch), El Mollet, Vino y Cultura (Les Useres), Emelina Ángeles (Vilanova d'Alcolea), Les Useres SAT (Les Useres), Vega Palancia (Azuébar) and Vizuecos (Coves de Vinromà).

The headquarters of the Castellón IGP were moved to the Castilian municipality of Benlloch, in a building provided by the local council in the centrally located Calle de l'Esglesia. A nerve centre that allows anyone interested to discover the history, the wineries and the different wines of the three wine-growing areas. This transfer of the headquarters, previously located in Les Useres, was the result of an agreement with the Benlloch Town Council (IGP Castellón, 2022).

Currently, the IGP Castellón is chaired by Juan Carlos Pavía, who is a pharmacist by profession and a partner in one of the entity's wineries, El Mollet, Vino y Cultura (López, 2022). Pavía has for years led the movement for Castellón wines to obtain the Denomination of Origin through a proposal to the European Commission. This proposal seeks to get Castellón wineries to commit to organic agriculture and the circular economy in order to comply with European ecological transition requirements that encourage green jobs in the sector. In an interview with the Valencian wine magazine 5barricas, Pavía highlighted the importance that this achievement would have for the Castellón sector, as it would mean greater visibility and notoriety on a national and international level.

In conclusion, the province of Castellón has a rich winemaking tradition which, despite the challenges and decline experienced in the past, has witnessed a remarkable resurgence in its viticulture. This is due to the commitment of persevering winegrowers and the creation of the Protected Geographical Indication (PGI) Castellón. We are therefore interested in addressing this issue in our audiovisual project, as it represents a little-known story of overcoming that deserves to be widely disseminated.

3.5 The relationship between audiovisuals and the Castellón wine sector

The wineries and wines of the Protected Geographical Indication of Castellón have had little presence in the audiovisual world. On television, appearances such as the Agroesfera programme on La 2 in which a special section was devoted to describing the work and artisanal quality of the wines of the Flors winery in Les Useres (Vive Castellón, 2017) are worth mentioning.

In 2019, the programme Terra Viva on À Punt, the regional television of the Valencian Community, made a report that featured the wineries: Bellmunt i Oliver Viticultors (Cabanes) and Bodega Mas de Rander (Benlloch). During the programme, the managers of both wineries, Víctor Bellmunt and Juan Domingo Tárrega, were interviewed and spoke about the present and future of wine tourism in the province of Castellón (IGP Castellón, 2019).

His only appearance in the reports of the television programme A sorbos y bocados (2021), a weekly journey through the exciting world of wine and gastronomy, including its culture and traditions. The programme, which currently has 6 seasons, began broadcasting on the television channel La 8 Mediterráneo, as well as on the Plaza TV platform of the Plaza Group and on the YouTube channel and website of 5barricas, a media outlet specialising in the Valencian wine sector. The chapters in which the Castellón wine sector is mentioned are:

| TITLE | WINERY | CHAPTER | DATE |
|--|----------------------------|---------|----------|
| Clos d'Esgarracordes, un edén bajo la sombra del Penyagolosa | Barón d'Alba | 1 | 10/05/21 |
| Adsuara, el templo de los 'ximos' castellonenses | Mollet, Vino y Cultura | 3 | 24/05/21 |
| Museo Besalduch, la historia vinícola de Sant Mateu | Besalduch Valls & Bellmunt | 4 | 19/05/21 |
| Bodega Les Useres, la salvaguardia del vino de l'Alcalatén | Bodega Les Useres | 5 | 07/06/21 |
| Catas maridadas de estrellas bajo el | Bodega Flors | 8 | 26/06/21 |

| | | | |
|---|---|----|----------|
| cielo de Bodega Flors | | | |
| Bodegas Alcovi nos acerca a la cultura del corcho en la Sierra de Espadán | Bodegas Alcovi | 9 | 05/07/21 |
| Carlón, un antiguo vino castellonense que hoy renace | Celler del Vino Carlón | 13 | 02/08/21 |
| Mas de Rander, una bodega bioclimática a pocos metros del Mediterráneo | Mas de Rander | 14 | 01/10/21 |
| Viver: Lágrimas como pilares de un proyecto que emociona | Cooperativa de Viver | 15 | 08/10/21 |
| Aventura para gastroadictos: el festival de la nuez de Viver en mil texturas | Cooperativa de Viver | 25 | 16/12/21 |
| Penyagolosa: el gigante de las dos caras | Bodega Flors | 35 | 25/03/22 |
| Les Useres conquista a los amantes del vino con su VIII edición de la Fira del Vi | Mollet, Vino y Cultura / Barón d'Alba / Bodega Flors / Vinya Natura / Bodega Les Useres | 44 | 03/07/22 |
| L'Estanquer: vinos que defienden el terroir del Maestrat | L'Estanquer | 51 | 22/07/22 |
| La Mostra Proava refleja el brillante momento que viven los vinos valencianos | Cooperativa de Viver | 75 | 23/04/23 |

After viewing and analysing the 13 reports of “A sorbos y bocados”, which give visibility to the wines of the Castellón IGP, it is worth highlighting several characteristics. Firstly, the average length of each report is between 3 and 4 minutes, which allows a presentation of the wineries and their wine tourism activities, as well as the presentation of some of their outstanding wines.

However, it is interesting to note that these reports place little emphasis on Castellón's winemaking past, focusing more on the projects that have arisen in the present day and the projection of the PGI wineries in a unilateral way, without going

into the particularities that unite them as they belong to the same province. It is also important to point out that of the 16 wineries that make up the IGP Castellón quality seal, only 9 appear in the reports analysed.

In general terms, the reports carried out by the media 5barricas, La 2 and À punt are a valuable tool for publicising the wineries and wines of the PGI Castellón. However, they are insufficient to make known all the richness and the wine-making history of this region. Therefore, we suggest the need to continue working on dissemination through new audiovisual projects.

In conclusion, the reports made by the media 5barricas, La 2 and À punt have played an important role in publicising the wineries and wines of the PGI Castellón, thus helping to increase their visibility and recognition. However, it is important to recognise that these reports are insufficient to fully cover the history and diversity of winemaking in this region.

In this sense, it is suggested that there is a need to continue working on dissemination through new audiovisual projects. These projects could deal more comprehensively with the province's winemaking history, exploring its Phoenician and Roman origins, as well as the challenges and changes experienced over time. They could also highlight the work of committed winegrowers who have contributed to the resurgence of winegrowing in the region and highlight the particularities of the province's different wine sub-zones.

With the creation of new audiovisual projects, in-depth interviews with winegrowers, winemakers and wine experts from Castellón could be shown, providing a more complete and enriching vision of the region and its products. In addition, the power of images could be harnessed to highlight the wine-growing landscapes, traditional cultivation techniques and the unique characteristics of Castellón wines.

4. IDEACIÓN DEL PROYECTO “CASTELLÓN, TIERRA DE VINOS”

Hay una frase que persigue a muchos proyectos nacidos en un entorno geográfico en el que no encajan y que, sin embargo, triunfan más allá de sus fronteras. Y al conversar con los bodegueros y la gente que construye la tradición vitivinícola de la provincia de Castellón, esta intuición realiza una metamorfosis convirtiéndose en casi una certeza. Así pues, se podría adivinar que el vino de Castellón no acaba de convertirse en profeta en su propia tierra.

Para nosotros, esta situación se hizo evidente desde el contacto que ambos han tenido con los vinos de Castellón a través de sus prácticas curriculares en la revista digital 5 Barricas. Durante nuestra estancia de prácticas hemos podido conocer a los protagonistas que están implicados en la elaboración de los vinos de Castellón y hemos experimentado esa falta de vínculo con el producto y el desconocimiento existente de su alta calidad por parte del público. Juan Carlo Pavís, presidente de la Indicación Geográfica Protegida (en adelante IGP) de Castellón, ha repetido en alguno de los reportajes y entrevistas que verdaderamente falta es poder “engancharse al público de la provincia de Castellón”.

El reto del vino de Castellón es, precisamente, que lo conozca y lo reconozca su propia gente. Cuestión interesante puesto que no acompaña a la larga tradición vitivinícola de esta provincia ya que en los años 70 y 80, localidades como Les Useres o Sant Mateu, eran uno de los mayores productores de vino de mesa. La distancia entre el público y el producto quizás tenga su punto de inflexión en el momento en el que las políticas agrarias cambian y se apuesta por otro tipo de cultivos como por ejemplo los almendros. En la localidad de Sant Mateu, por ejemplo, existían miles de hectáreas de vid que se sustituyeron por olivares o plantaciones de almendros. Y, con este nuevo modelo de agricultura, poco a poco se extinguió la tradición vitivinícola que ahora, algunas personas, intentan recuperar.

Es en este punto donde nosotros entendemos que desde nuestras competencias y capacidades adquiridas en el Grado de Periodismo y, posteriormente en el Grado de Comunicación Audiovisual, podemos crear un producto en forma de reportaje audiovisual que ayude a los bodegueros de la provincia de Castellón a alzar la voz

para defender su producto y ponerlo en valor. Desde ese objetivo surge “Castellón, tierra de vinos”. Una serie de reportajes audiovisuales que suponen un viaje a través de la historia vitivinícola de una provincia que ahora vuelve a recuperar la viña y a producir vinos que cada año son de mejor calidad.

En una primera aproximación, realizamos entrevistas con personajes relevantes dentro del mundo del vino como Juan Carlos Pavía, presidente de la IGP o Sergio Garrido, presidente de la Ruta del Vino de Castellón. Desde su mirada y perspectivas hicieron notar su gran interés por participar en un proyecto como el que se proponía, comprometiéndose a facilitar el proceso de preproducción con el enlace con bodegueros y contactos de interés, así como en el proceso de producción aplicándose en aquello que se necesite.

Desde este compromiso con los personajes que construyen la estructura del reportaje y ante la imposibilidad de crear un producto totalmente profesional por nuestra propia cuenta, las sinergias entre 5 Barricas sucedieron de forma totalmente orgánica. Desde su perspectiva aportan la experiencia en la filmación y producción de reportajes audiovisuales de esta temática, el material necesario para poder producir las piezas y los recursos personales necesarios. Además, también aportan el espacio televisivo donde poder emitir pues cuentan ya con un formato de 20 minutos que se emite cada viernes en la cadena valenciana 8TV Mediterráneo.

4.1 Propuesta

Para materializar este proyecto, se concibe un formato de cuatro episodios en formato reportaje, de aproximadamente 20 minutos de metraje. En ellos, se recorrerán las principales bodegas que forman parte de la IGP de Castellón que, a su vez, se dividirán por las zonas ya delimitadas por la propia entidad.

En cada episodio, cada bodega participante tendrá un papel determinante contando la tradición y la historia de su zona y de su propia bodega, así como el estado actual de la misma. Por tanto, será una especie de radiografía de las zonas productoras de vino para mostrar el potencial de territorio y del productor que allí producen. Los

bodegueros y bodegueras, en un formato entrevista, contarán desde sus raíces qué es el vino y cómo es en su tierra.

Para hacer la división por zonas se realiza a razón de la definición de por zonas vitivinícolas de la provincia de Castellón (IGP Castellón, 2022) que se indican en el apartado “La historia vitivinícola en la provincia de Castellón”.

Para la realización de esta serie de reportajes, esta definición por zonas sufrirá una leve modificación de “La Comarca de Les Useres - Vilafamés”. Esto sucede debido a la gran cantidad de bodegas enmarcadas en la comarca, y por tanto, se dividirán por una parte todas las bodegas de Les Useres y por otra parte las restantes que pertenecen a la división de Vilafamés.

4.2 Propuesta de escaleta

Así pues, con la definición por zonas se propone el orden y los protagonistas de cada reportaje.

| Episodios por zonas | Bodegas | Duración |
|--|--|----------|
| Episodio 1 Les Useres | Les Useres SAT (Les Useres) El Mollet, Vino y Cultura (Les Useres) Flors (Les Useres) Barón d’ Alba (Les Useres) | 20 min |
| Episodio 2 Vilafamés | Emelina Ángeles (Vilanova d’Alcolea) Mas de Rander (Benlloch) Barranc del cirers (Benlloch) Castells i Montoliu (La Torre d’ En Doménech) Bellmunt Oliver viticultors (Cabanès) | 20 min |

| | | |
|--|--|--------|
| Episodio 3 Alto Palancia Alto Mijares | Alcovi (Almedíjar) Cooperativa de Viver (Viver) Vega Palancia (Azuébar) | 20 min |
| Episodio 4 Sant Mateu | Besalduch, Valls & Bellmunt (Sant Mateu) La Canetana (Canet lo Roig) L' Estanquer (Canet lo Roig) Vizuecos (Coves de Vinromà) | 20 min |

4.3 Duración

Este reportaje audiovisual tendrá una duración de veinte (20) minutos. Se determina este tiempo de metraje por cuestiones formales puesto que el espacio televisivo con el que se cuenta es de máximo veinte minutos sin cortes para la publicidad. Por tanto, se utilizará el espacio ya reservado por 5 Barricas en la cadena 8TV mediterráneo para “A sorbos y bocados” - programa habitual-, que se sustituirá de forma temporal con la serie de reportaje de “Castellón, tierra de vinos”.

5. PREPRODUCCIÓN PRIMER CAPÍTULO: “ LES USERES, DEL FIN AL INICIO”

Entrando en el desarrollo de la fase de preproducción, en el presente documento se desarrollará, precisamente, la fase de preproducción del primer capítulo de “Castellón, tierra de vinos” que se titula “Les Useres, del fin al inicio”.

5.1 Idea Narrativa

El resurgimiento del sector vitivinícola Les Useres después de años en los que casi se extingue.

5.2 Storyline

Los bodegueros de Les Useres narran la historia del sector vitivinícola de esta tierra azotada por el descuido y el paso del tiempo. Desde sus perspectivas, cuentan la importancia de este sector vitivinícola y anuncian cómo prevén su futuro.

5.3 Sinopsis

Les Useres es una población con larga tradición vitivinícola que casi pierde sus raíces por políticas agrarias y el abandono de los trabajadores del campo por otro tipo de cultivos más rentables. A pesar de las vicisitudes, Juan Rafael Gil, Sergio Garrido, Juan Carlos Pavia y Vicente Flors, bodegueros enamorados de la viña de esta tierra, retomaron la tradición con sus cuatro pequeños proyectos. Desde ellos emana ahora la historia de la viña de Les Useres. Narran cómo fue, cómo es y cómo esperan que sea cuando ellos cedan el testigo a jóvenes como Alama.

6. TRATAMIENTO

CASTELLÓN, TIERRA DE VINOS

CAPÍTULO 1

"LES USERES, DEL FIN AL INICIO"

Tratamiento

SECUENCIA 1 - LA TIERRA

Música: Los ríos de Alice, Vetusta Morla

La tierra, un elemento verdaderamente inspirador donde los haya. Retrocede a lo más primario, a aquello que ningún ser humano ha conocido y desde ese punto, a priori vencido por el paso del tiempo, emana una vida repleta de matices y colores.

Así es la tierra de les Useres, apaleada pero resistente que vuelve vigorosa con la ayuda de unas manos melancólicas de un pasado de grandes añadas. Vuelve ahora, recobrando una fuerza inimaginable para dar vida a unas raíces que siempre acogió y que seguirá acogiendo.

SECUENCIA 2 - ENTREVISTA A JUAN RAFAEL GIL PRUÑONOSA - COOPERATIVA BODEGA DE LES USERES

¿Desde cuándo se lleva elaborando vino en Les Useres?

¿Cuándo se planta la primera cepa en Les Useres?

¿Cómo es crecer entre viñedos?

¿Cuál es la historia vinícola que perdura generación tras generación?

¿Qué magnitud llegó alcanzar el sector de la viña en esta tierra?

¿Qué supuso para sus antepasados y los del socio de la cooperativa la desaparición de la viña?

¿Qué provocó parte de la desaparición de esta tradición vitivinícola?

¿Por qué Les Useres fue y es a día de hoy el epicentro del vino de Castellón?

SECUENCIA 3 - EL CLIMA

Música: Reflejos, Vetusta Morla

El clima mediterráneo modera el incansable vaivén de sol y lluvia. Una combinación perfecta para nutrir una viña que ansía agua para crecer y calor para cobijarse en las frías noches.

Todo ello y en su justa medida, ayuda a conseguir un entorno acogedor desde el que se gestan las uvas que cada añada son el inicio de un vino exquisito. Aquellos que cuidan y aman la viña siempre miran al cielo, implorando unas gotas de lluvia y unos rayos de sol que garanticen la supervivencia de un cultivo milenario.

Esta es la constante inquietud de unos viticultores que saben lo caprichoso que es el clima. Una desasosiego constante a pesar de que en la actualidad se puede predecir hasta el instante en que caerá la primera gota. Aunque como antaño, lo que más consuela es ir tachando días en el calendario hasta la llegada de la ansiada vendimia.

SECUENCIA 4 - ENTREVISTA A JUAN CARLOS PAVÍA - MOLLET, VI Y CULTURA. ACTUAL PRESIDENTE DE LA IGP DE CASTELLÓN

¿En qué momento empezó a resurgir el sector del vino en Les Useres?

¿Cómo surgió la necesidad de crear una marca de calidad de vinos en Castellón?

¿Cómo llega a ser el presidente de la IGP?

¿De qué manera su bodega intenta recuperar la tradición vitivinícola de esta tierra? ¿Qué se replica de aquella época?

La recuperación en las últimas décadas ha sido evidente... ¿pero ahora en qué momento vive esta tierra?

¿Qué cree que haría falta para lograr una recuperación plena del sector del vino de Les Useres? (logro de la DO)

SECUENCIA 5 - EL PENYAGOLOSA

Música: Nana Insomne, Vetusta Morla

El Penyagolosa, el pico más grande de la provincia de Castellón, con 1813 metros de altura. Una montaña con un nombre peculiar de origen aún confuso que genera en las tierras que lo rozan unas peculiaridades que registran con esmero vecinos de localidades cercanas.

El magnetismo de este pico y el poder de generar un ambiente casi mágico, aporta a las uvas que crecen en los campos de les Useres unas características únicas. El Penyagolosa y el pequeño ecosistema que lo envuelve provoca una influencia en los vinos de esta tierra que se nota nada más probar la primera gota.

Este pico, que ha vivido y visto tanto, presencia ahora el arduo trabajo de los viticultores de les Useres que intentan con gran ímpetu devolver el esplendor a las viñas que un día fueron el manto verde que cubría los campos de esta tierra.

SECUENCIA 6 - ENTREVISTA A SERGIO GARRIDO, BODEGA BARÓN D'ALBA. EX PRESIDENTE DE LA FEDERACIÓN DE ENOTURISMO DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

¿Por qué las rutas del vino son un buen modelo de negocio para territorios como Les Useres?

¿Qué aporta el enoturismo a Les Useres?

¿Cree que es un proyecto clave para la recuperación del

mundo rural de esta zona?

¿Qué importancia tiene el enoturismo en su proyecto?

¿Qué ofertas de enoturismo ofrecen las bodegas de Les Useres?

¿Por qué apostaste por el enoturismo en tu proyecto?

¿Diría que el enoturismo es un revulsivo para la economía rural?

SECUENCIA 7 - LAS VIÑAS

Música: Marea Baja, Vetusta Morla

Los campos de viña de Les Useres parecen estar bendecidos por el mismo Dioniso. El contraste del verde de las hojas y del brillo de sus uvas tintas y blancas es un espectáculo para la vista, que a su debido tiempo, se convierte en otro para el paladar.

En un momento en que parecía que la viña se extinga por completo, resurgieron rincones de tierra exquisita en el que echar raíces y escribir un nuevo capítulo de la historia vitivinícola de les Useres.

De una viña renovada, ahora emanan vinos blancos, rosados y tintos que conquistan aquellas ciudades del mundo por las que pasan. Porque al final, los viticultores de Les Useres y el vino que producen consiguen aquello que ya sucedía en la antigua Grecia, consigue reunir a personas dispares para brindar y disfrutar de momentos únicos con vinos, verdaderamente singulares.

SECUENCIA 8 - ENTREVISTA A VICENTE FLORS, BODEGA FLORS

¿Qué futuro desearía para el sector del vino de Les Useres?

¿Cuáles serían los beneficios que traería la recuperación

total de la tradición vitivinícola a Les Useres?

¿Cómo volvió a sus orígenes?

¿Qué le inspiró a recuperar su bodega?

¿Ves un mayor interés por dedicarse a la viticultura?

¿Cómo cree que el vino podría volverse a convertir en el motor económico de Les Useres?

SECUENCIA 9 - ALMA Y LOS VINOS

Música: Los Buenos, Vetusta Morla

Lo romántico de la viña es que todos los años es como empezar una nueva vida. Se dispone de 365 días para esquivar las inclemencias del clima, cuidar desde la primera hoja nueva que brota en las duras y viejas viñas hasta la última uva que guarda en su interior el principio de una añada única e inolvidable.

La naturaleza camina sola y sigue su propio ritmo, sin embargo, con la ayuda de los viticultores es de la única forma en la que se consiguen vinos tan excelentes como los de les Useres.

Entonces, el interrogante no es si continuará, sino con quién. Una tradición reavivada no puede tener una muerte tan súbita. Y es en este momento donde Alma, una joven enamorada de la viña, adivina que sus días serían como precipicios lejos de sus raíces y de sus vinos. Ella continuará porque no hay manera humana de escapar de la viña y del vino de Les Useres.

7. GUIÓN TÉCNICO

CASTELLÓN, TIERRA DE VINOS

CAPÍTULO 1

"LES USERES, DEL FIN AL INICIO"

SECUENCIA 1. [EXTERIOR] [OCASO] [CAMPO DE VID]

1. PP PIES DE HOMBRE CON "ESPARDENYES". ÁNGULO LATERAL. MOVIMIENTO TRAVELLING.

Un hombre anda por un camino rural hasta llegar a un campo de vid y se para.

2. PM CINTURA MANOS Y PIES DE HOMBRE CON "ESPARDENYES". ÁNGULO EN ESCORZO.

3. PP MANO DEL HOMBRE CON "ESPARDENYES". ÁNGULO LATERAL. MOVIMIENTO DE SEGUIMIENTO DE LA ACCIÓN DEL PERSONAJE.

El hombre se agacha y coge un poco de tierra con la mano, cierra el puño y se levanta. Una vez erguido, abre el puño y deja caer la tierra lentamente.

4. PG CAMPO DE VID. ÁNGULO AÉREO. MOVIMIENTO PANORÁMICA ASCENDENTE.

El hombre se queda de espaldas al drone que sube lentamente desde el suelo hasta llegar a la altitud óptima en que se aprecie todo el campo de vid.

SECUENCIA 2. [INTERIOR] [DÍA] [SALA DE BARRICAS COOPERATIVA BODEGA DE LES USERES]

1. PM JUAN RAFAEL GIL PRUÑONOSA. ÁNGULO FRONTAL.
2. PP JUAN RAFAEL GIL PRUÑONOSA. ÁNGULO EN ESCORZO.

Realización de la entrevista.

SECUENCIA 3. [EXTERIOR] [OCASO] [CAMPO DE VID]

1. PG CAMPO DE VID. ÁNGULO CONTRAPICADO.

Los últimos rayos de sol aún brillan con intensidad mientras las verdes hojas de viña bailan acompañados de

una leve brisa. La luz del sol se deja entrever entre las hojas de vid.

2. PM CAMPO DE VID. ÁNGULO FRONTAL.

El hombre con "espardenyes" camina entre los pequeños caminos que separan las cepas. Se acerca hacia la cámara sin contacto visual, y antes de llegar a la misma, se para a observar las hojas de una cepa, viendo si crece sana y fuerte.

3. PP HOMBRE CON "ESPARDENYES". ÁNGULO LATERAL. MOVIMIENTO ASCENDENTE.

El hombre con "espardenyes" insinúa una mueca de preocupación en su rostro. Suspira y mira al cielo en busca de unas nubes cargadas de lluvia que consuelen su preocupación.

4. PM HOMBRE CON "ESPARDENYES" ENTRA EN UN COBERTIZO DEL CAMPO DE VID. ÁNGULO NEUTRO. MOVIMIENTO TRAVELLING.

El hombre con "espardenyes" entra decidido a su cobertizo que le espera al final del campo de vid. Allí, a la derecha de la entrada, tiene unos marcadores climáticos que le proporcionaban información de una estación meteorológica cercana. Observa los indicadores en la pantalla y después, tacha del calendario el día que ya parece dar por terminado.

SECUENCIA 4. [EXTERIOR] [DÍA] [CAMPO DE VID, MOLLET VI I CULTURA]

1. PM JUAN CARLOS PAVIA. ÁNGULO FRONTAL.

2. PP JUAN CARLOS PAVIA. ÁNGULO EN ESCORZO.

Realización de la entrevista.

SECUENCIA 5. [EXTERIOR] [AMANECER] [PICO DEL PENYAGOLOSA]

1. PG PICO DEL PENYAGOLOSA. ÁNGULO AÉREO. MOVIMIENTO PANORÁMICO.

Un hombre y una mujer suben al pico por una estrecha senda con una mochila a cuestas mientras el dron captura la imagen desde lo alto.

2. PM DEL HOMBRE Y LA MUJER. ÁNGULO EN ESCORZO. MOVIMIENTO SEGUIMIENTO DE LA ACCIÓN EL PERSONAJE.

El hombre y la mujer llegan a una pequeña estación meteorológica y comienzan a medir y comprobar parámetros.

3. PG CAMPO DE VID CON EL PENYAGOLOSA DE FONDO. ÁNGULO FRONTAL.

El hombre con "espardenyes" aparece caminando a lo lejos del campo de vid.

4. PP MANOS HOMBRE CON "ESPARDENYES". ÁNGULO LATERAL.

El hombre con "espardenyes" lleva unas tijeras de poda en la mano y procede a cortar aquellas ramas de vid que considera dañinas para el crecimiento de la vid.

SECUENCIA 6. [EXTERIOR] [DÍA] [PLAZA DE LA BODEGA, BARÓN D'ALBA]

3. PM SERGIO GARRIDO. ÁNGULO FRONTAL.
4. PP SERGIO GARRIDO. ÁNGULO EN ESCORZO.

Realización de la entrevista.

SECUENCIA 7. [EXTERIOR] [DÍA] [CAMPO DE VID]

1. PG CAMPO DE VID. ÁNGULO AÉREO. MOVIMIENTO TRAVELLING.

El dron recorre el extenso campo de vid que se encuentra con las uvas a punto de recoger.

2. PP HOMBRE CON "ESPARDENYES". ÁNGULO FRONTAL. MOVIMIENTO SEGUIMIENTO DE LA ACCIÓN DEL PERSONAJE.

El hombre con "espardenyes" comienza a cortar los racimos de uva y colocarlos en un cubo de plástico negro.

3. PM HOMBRE CON "ESPARDENYES". ÁNGULO EN ESCORZO. MOVIMIENTO DE SEGUIMIENTO DE LA ACCIÓN DEL PERSONAJE.

El hombre con "espardenyes" acaba de llenar el cubo negro y va al camión a volcar las uvas. Allí coinciden con más jornaleros que descargan su cubo de uvas.

4. PG HOMBRE CON "ESPARDENYES" JUNTO JORNALEROS. ÁNGULO FRONTAL.

El hombre con "espardenyes" y los jornaleros paran comer. Se juntan en una mesa con seis sillas ubicadas al final del campo de vid. Con comida en la mesa el hombre con "espardenyes" coge una botella de la añada anterior y la abre. Sirve las seis copas y todos juntos brindan.

SECUENCIA 8. [EXTERIOR] [DÍA] [TERRAZA BODEGA, FLORS]

5. PM VICENTE FLORS. ÁNGULO FRONTAL.
6. PP VICENTE FLORS. ÁNGULO EN ESCORZO.

Realización de la entrevista.

SECUENCIA 9. [EXTERIOR] [OCASO] [CAMPO DE VID]

1. PG JORNALEROS ACABAN LA VENDIMIA. ÁNGULO AÉREO. MOVIMIENTO PANORÁMICO.

El hombre con "espardenyes" va detrás del grupo de jornaleros que abandonan el campo de viña. Camina tranquilo observando la viña vacía.

2. PP PIES. ÁNGULO PICADO. MOVIMIENTO SEGUIMIENTO DE LA ACCIÓN DEL PERSONAJE.

El hombre con "espardenyes" se quita los zapatos y se lava con esmero los pies. Después se introduce en el lagar con otras mujeres y comienzan a pisar la uva para extraer su jugo.

3. PM ALMA. ÁNGULO FRONTAL.

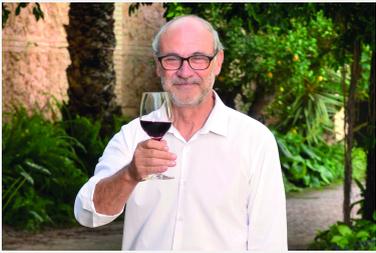
Alma llega donde se ubica el lagar y con una pequeña copa extrae unas gotas del mosto acabado de extraer. Observa su color y sus propiedades de olor y sabor en el que adivina si será una buena añada.

4. PG ALMA. ÁNGULO AÉREO. MOVIMIENTO PANORÁMICO.

Alma, aún con la copa de mosto en la mano, entra en el campo de vid y camina por él.

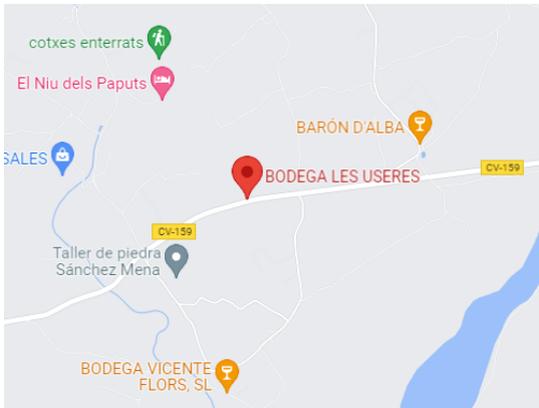
8. DESGLOSE DE PRODUCCIÓN

8.1 Entrevistados y figuración

| | | |
|---|---|------------------------------------|
|  | Vicente Bellés | Gerente Bodega Les Useres |
|  | Juan Carlos Pavía | Gerente Bodega Mollet Vi i Cultura |
|  | Sergio Garrido | Gerente Bodega Barón d'Alba |
|  | Vicente Flors | Gerente Bodega Flors |
|  | Alma Nebot | Nueva generación de viticultores |
| Personaje señor con "espardenyés" | Viticultor cooperativista de Bodega Les Useres | |
| Pareja "aficionados" a la meteorología | Asociació Valenciana d'Aficionats a la Meteorologia | |
| Figurantes | Cuadrilla de jornaleros | |

8.2 Localizaciones

| | | | | | |
|--|-----------------|------------|--|--------------|---|
| NOMBRE DE LA LOCALIZACIÓN: Campo de vid de Les Useres | | | | | Secuencia: 1 Número de planos: 4 |
| Dirección: Barranco la Ramblella | | | | | Persona de contacto: Juan Gil |
| Exterior | Interior | Día | Tarde | Noche | Permiso: Dron |
| X | | | X | | |
| CONDICIONES DE ILUMINACIÓN | | | | | |
| Natural | | | Artificial | | |
| Luz natural pero es posible que se requiera apoyo de luz | | | | | |
| CONDICIONES ACÚSTICAS | | | | | |
| Ruido ambiental interior | | | Ruido ambiental exterior | | |
| | | | Posibilidad de viento | | |
| CONDICIONANTES DE TRANSPORTE | | | OTROS CONDICIONANTES | | |
| Posibilidad de llegar en coche: Si Facilidad de aparcar: Si | | | Equipo previsto con baterías suficientes | | |
| FOTOGRAFÍAS | | | | | |
|  | | | | | |
| MAPA | | | | | |
|  | | | | | |

| | | | | | |
|--|-----------------|------------|---------------------------------|--------------|---|
| NOMBRE DE LA LOCALIZACIÓN: Sala de barricas Bodega de Les Useres | | | | | Secuencia: 2 Número de planos: 2 |
| Dirección: km. 13, Ctra. Vall d'Alba, 5, 12118 Useras/Les Useres, Castellón | | | | | Persona de contacto: Juan Gil |
| Exterior | Interior | Día | Tarde | Noche | Permiso: No requerido |
| | X | X | | | |
| CONDICIONES DE ILUMINACIÓN | | | | | |
| Natural | | | Artificial | | |
| | | | Si, con apoyo de luz | | |
| CONDICIONES ACÚSTICAS | | | | | |
| Ruido ambiental interior | | | Ruido ambiental exterior | | |
| No se aprecia | | | | | |
| CONDICIONANTES DE TRANSPORTE | | | OTROS CONDICIONANTES | | |
| Posibilidad de llegar en coche: Si Facilidad de aparcar: Si | | | | | |
| FOTOGRAFÍAS | | | | | |
|  | | | | | |
| MAPA | | | | | |
|  | | | | | |

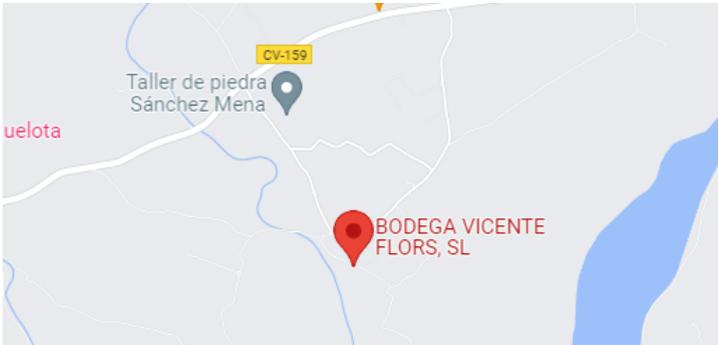
| | | | | | |
|--|-----------------|------------|--|--------------|---|
| NOMBRE DE LA LOCALIZACIÓN: Campo de vid de Les users | | | | | Secuencia: 3 Número de planos: 4 |
| Dirección postal: Barranco la Ramblella | | | | | Persona de contacto: Juan Gil |
| Exterior | Interior | Día | Tarde | Noche | Permiso: No requerido |
| X | | | X | | |
| CONDICIONES DE ILUMINACIÓN | | | | | |
| Natural | | | Artificial | | |
| Luz natural pero es posible que se requiera apoyo de luz | | | | | |
| CONDICIONES ACÚSTICAS | | | | | |
| Ruido ambiental interior | | | Ruido ambiental exterior | | |
| | | | Posibilidad de viento | | |
| CONDICIONANTES DE TRANSPORTE | | | OTROS CONDICIONANTES | | |
| Posibilidad de llegar en coche: Si Facilidad de aparcar: Si | | | Equipo previsto con baterías suficientes | | |
| FOTOGRAFÍAS | | | | | |
|  | | | | | |
| MAPA | | | | | |
|  | | | | | |

| | | | | | |
|--|-----------------|------------|--|--------------|---|
| NOMBRE DE LA LOCALIZACIÓN: Viñedo Mollet Vi i Cultura | | | | | Secuencia: 4 Número de planos: 2 |
| Dirección: Partida Pou En Calvo, s/n, 12131 Useras/Les Useres, Castellón | | | | | Persona de contacto: Juan |
| Exterior | Interior | Día | Tarde | Noche | Permiso: No requerido |
| X | | X | | | |
| CONDICIONES DE ILUMINACIÓN | | | | | |
| Natural | | | Artificial | | |
| Luz natural pero es posible que se requiera apoyo de luz | | | | | |
| CONDICIONES ACÚSTICAS | | | | | |
| Ruido ambiental interior | | | Ruido ambiental exterior | | |
| | | | Posibilidad de viento | | |
| CONDICIONANTES DE TRANSPORTE | | | OTROS CONDICIONANTES | | |
| Posibilidad de llegar en coche: Si Facilidad de aparcar: Si | | | Equipo previsto con baterías suficientes | | |
| FOTOGRAFÍAS | | | | | |
|  | | | | | |
| MAPA | | | | | |
|  | | | | | |

| | | | | | |
|--|-----------------|------------|--|--------------|---|
| NOMBRE DE LA LOCALIZACIÓN: Peñagolosa | | | | | Secuencia: 5 Número de planos: 4 |
| Dirección: Peñagolosa | | | | | Persona de contacto: |
| Exterior | Interior | Día | Tarde | Noche | Permiso: Dron |
| X | | X | | | |
| CONDICIONES DE ILUMINACIÓN | | | | | |
| Natural | | | Artificial | | |
| Si | | | | | |
| CONDICIONES ACÚSTICAS | | | | | |
| Ruido ambiental interior | | | Ruido ambiental exterior | | |
| | | | Posibilidad de viento | | |
| CONDICIONANTES DE TRANSPORTE | | | OTROS CONDICIONANTES | | |
| Posibilidad de llegar en coche: Si, hasta medio camino Facilidad de aparcar: Si | | | Equipo previsto con baterías suficientes y ropa de montaña | | |
| FOTOGRAFÍAS | | | | | |
|  | | | | | |
| MAPA | | | | | |
|  | | | | | |

| | | | | | |
|--|-----------------|------------|---------------------------------|--------------|---|
| NOMBRE DE LA LOCALIZACIÓN: Plaza Barón d'Alba | | | | | Secuencia: 6 Número de planos: 2 |
| Dirección postal: Partida Vilar La Cal, 10, 12118 El Pla, Castellón | | | | | Persona de contacto: Sergio Garrido |
| Exterior | Interior | Día | Tarde | Noche | Permiso: No se requiere |
| X | | X | | | |
| CONDICIONES DE ILUMINACIÓN | | | | | |
| Natural | | | Artificial | | |
| Luz natural pero es posible que se requiera apoyo de luz | | | | | |
| CONDICIONES ACÚSTICAS | | | | | |
| Ruido ambiental interior | | | Ruido ambiental exterior | | |
| | | | Posibilidad de viento | | |
| CONDICIONANTES DE TRANSPORTE | | | OTROS CONDICIONANTES | | |
| Posibilidad de llegar en coche: Si Facilidad de aparcar: Si | | | | | |
| FOTOGRAFÍAS | | | | | |
|  | | | | | |
| MAPA | | | | | |
|  | | | | | |

| | | | | | |
|--|-----------------|------------|--|--------------|---|
| NOMBRE DE LA LOCALIZACIÓN: Campo de vid de Les Useres | | | | | Secuencia: 7 Número de planos: 4 |
| Dirección: Barranco la Ramblella | | | | | Persona de contacto: Juan Gil |
| Exterior | Interior | Día | Tarde | Noche | Permiso: Dron |
| X | | X | | | |
| CONDICIONES DE ILUMINACIÓN | | | | | |
| Natural | | | Artificial | | |
| Luz natural pero es posible que se requiera apoyo de luz | | | | | |
| CONDICIONES ACÚSTICAS | | | | | |
| Ruido ambiental interior | | | Ruido ambiental exterior | | |
| | | | Posibilidad de viento | | |
| CONDICIONANTES DE TRANSPORTE | | | OTROS CONDICIONANTES | | |
| Posibilidad de llegar en coche: Si Facilidad de aparcar: Si | | | Equipo previsto con baterías suficientes | | |
| FOTOGRAFÍAS | | | | | |
|  | | | | | |
| MAPA | | | | | |
|  | | | | | |

| | | | | | |
|--|-----------------|------------|---|--------------|---|
| NOMBRE DE LA LOCALIZACIÓN: Terraza bodega Flors | | | | | Secuencia: 8 Número de planos: 2 |
| Dirección: Barranco la Ramblella | | | | | Persona de contacto: Vicente |
| Exterior | Interior | Día | Tarde | Noche | Permiso: No requerido |
| X | | X | | | |
| CONDICIONES DE ILUMINACIÓN | | | | | |
| Natural | | | Artificial | | |
| Luz natural pero es posible que se requiera apoyo de luz. | | | | | |
| CONDICIONES ACÚSTICAS | | | | | |
| Ruido ambiental interior | | | Ruido ambiental exterior | | |
| | | | Ninguno, a excepción de posibilidad de viento | | |
| CONDICIONANTES DE TRANSPORTE | | | OTROS CONDICIONANTES | | |
| Posibilidad de llegar en coche: Si Facilidad de aparcar: Si | | | | | |
| FOTOGRAFÍAS | | | | | |
|  | | | | | |
| MAPA | | | | | |
|  | | | | | |

| | | | | | |
|--|-----------------|------------|--|--------------|---|
| NOMBRE DE LA LOCALIZACIÓN: Campo de vid de Les Useres | | | | | Secuencia: 9 Número de planos: 4 |
| Dirección: Barranco la Ramblella | | | | | Persona de contacto: Juan Gil |
| Exterior | Interior | Día | Tarde | Noche | Permiso: Dron |
| X | | | X | | |
| CONDICIONES DE ILUMINACIÓN | | | | | |
| Natural | | | Artificial | | |
| Luz natural pero es posible que se requiera apoyo de luz | | | | | |
| CONDICIONES ACÚSTICAS | | | | | |
| Ruido ambiental interior | | | Ruido ambiental exterior | | |
| | | | Posibilidad de viento y murmullo de personas | | |
| CONDICIONANTES DE TRANSPORTE | | | OTROS CONDICIONANTES | | |
| Posibilidad de llegar en coche: Si Facilidad de aparcar: Si | | | Equipo previsto con baterías suficientes | | |
| FOTOGRAFÍAS | | | | | |
|  | | | | | |
| MAPA | | | | | |
|  | | | | | |

8.3 Material

| Material | Cantidad | Proveedor | Precio por día |
|--|----------|-------------|----------------|
| Cámara Canon C300 Mark II | 2 | MásQVideo | 160€ + IVA |
| Kit Ópticas CANON CN-KIT 5 | 1 | MásQVideo | 250€ + IVA |
| Estabilizador ZHIYUN CRANE 3S PRO | 2 | MásQVideo | 65€ + IVA |
| Trípode MANFROTTO 504HD 546GBK | 2 | MásQVideo | 30€ + IVA |
| Monitores NEWAY CK1560 + cableado | 1 | MásQVideo | 40€ + IVA |
| DJI Mavic 3 | 1 | GetDrone | 450€ + IVA |
| Micrófono SENNHEISER MKH 416 + cableado | 1 | MásQVideo | 20€ + IVA |
| Grabador de audio multicanal ZOOM R16 | 1 | MásQVideo | 30€ + IVA |
| Auriculares SENNHEISER HD 202 II | 4 | MásQVideo | 10€ + IVA |
| Kit Antiviento Rycote KIT 4 | 1 | MásQVideo | 15€ + IVA |
| Pie de micro KÖNIG AND MEYER SEMS 3135N | 1 | MásQVideo | 10€ + IVA |
| Pértiga RODE BOOMPOLE PRO | 1 | MásQVideo | 10€ + IVA |
| Kit panel led NANGUANG CN-1200CSKIT | 3 | MásQVideo | 50€ + IVA |
| Palio Avenger 120+120 cm | 1 | AVisual Pro | 135€ + IVA |
| Tela difusora de seda artificial blanca Rosco 10x120cm | 1 | AVisual Pro | 21€ + IVA |
| Claqueta | 1 | MásQVideo | 5€ + IVA |

8.4 Equipo técnico

| Puesto | Número de personas | Coste por día (sueldo neto) |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|
| Operador de Cámara y Dron | 2 | 130€ |
| Técnico de sonido | 1 | 110€ |
| Auxiliar de Producción | 1 | 115€ |
| Maquillador | 1 | 95€ |
| Director | 1 | 165€ |

8.5 Necesidades adicionales

| Necesidad | Cantidad | Proveedor | Precio por día |
|--|---|-------------------------------|------------------------------|
| Furgoneta | 1 | FurgoMaster | 77.26€ IVA y seguro incluido |
| Gasolina | Según gasto de producción que se contabilizará al final de la producción. | | |
| Catering | Mínimo 10 personas | Bar Carrasco Les Useres | 16€ menú del día |
| Agua | 24 botellas x 50 cl/ 2 pack por día | Font Vella | 12'70€ x pack |
| Almuerzo/Merienda | 5 | Panadería Jesús Tomás Bachero | 35€ x día |
| Botiquín de primeros auxilios | 1 | Sanitas | 35€ |
| Seguro responsabilidad civil audiovisual | 1 | Riskmedia Grupo | 456.23€ IVA incluido |
| Permiso de AENA para volar el Dron | 2 días de grabación | AENA | Sin coste adicional. |

9. PRESUPUESTO

9.1 Gastos de material

| PRESUPUESTO "Les Useres, del fin al inicio" | | | | | | |
|--|----------|----------------|-----|------------------|-----------|-------------------|
| MATERIAL | | | | | | |
| Necesidad | Cantidad | Precio por día | IVA | Días de alquiler | Descuento | Total |
| Cámara Canon C300 Mark II | 2 | 160 € | 21% | 5 | 40% | 1.161,60 € |
| Kit Ópticas CANON CN-KIT 5 | 1 | 250 € | 21% | 5 | 40% | 907,50 € |
| Estabilizador ZHIYUN CRANE 3S PRO | 2 | 65 € | 21% | 5 | 40% | 471,90 € |
| Trípode MANFROTTO 504HD 546GBK | 2 | 30 € | 21% | 5 | 40% | 217,80 € |
| Monitores NEWAY CK1560 | 1 | 40 € | 21% | 5 | 40% | 145,20 € |
| Drone DJI Mavic 3 | 1 | 450 € | 21% | 2 | | 1.089,00 € |
| Micrófono SENNHEISER MKH 416 | 1 | 20 € | 21% | 5 | 40% | 72,60 € |
| Grabador de audio multicanal ZOOM R16 | 1 | 30 € | 21% | 5 | 40% | 108,90 € |
| Auriculares SENNHEISER HD 202 II | 4 | 10 € | 21% | 5 | 40% | 145,20 € |
| Kit Antiviento Rycote KIT 4 | 1 | 15 € | 21% | 5 | 40% | 54,45 € |
| Pie de micro KÖNIG AND MEYER SEMS 3135N | 1 | 10 € | 21% | 5 | 40% | 36,30 € |
| Pértiga RODE BOOMPOLE PRO | 1 | 10 € | 21% | 5 | 40% | 36,30 € |
| Kit panel led NANGUANG CN-1200CSKIT | 3 | 50 € | 21% | 5 | 40% | 544,50 € |
| Palio Avenqer 120+120 cm | 1 | 135 € | 21% | 5 | | 816,75 € |
| Tela difusora de seda artificial blanca Rosco 10x120cm | 1 | 21 € | 21% | 5 | | 127,05 € |
| Claqueta | 1 | 5 € | 21% | 5 | | 30,25 € |
| Total | | | | | | 5.965,30 € |

9.2 Gastos de personal

| PRESUPUESTO "Les Useres, del fin al inicio" | | | | | | |
|--|-----------------|--------------------|-------------------------|----------------------------|-------------|----------------------|
| GASTOS DE PERSONAL | | | | | | |
| Puesto | Personas | Sueldo neto | Seguridad Social | Gastod de formación | Días | Coste Empresa |
| Operador de Cámara | 2 | 130 € | 20% | 10% | 5 | 1.690,0 € |
| Técnico de sonido | 1 | 110 € | 20% | 10% | 5 | 715,0 € |
| Auxiliar de Producción | 1 | 115 € | 20% | 10% | 5 | 747,5 € |
| Maquillador | 1 | 95 € | 20% | 10% | 5 | 617,5 € |
| Director | 2 | 165 € | 20% | 10% | 5 | 2.145,0 € |
| Total | | | | | | 5.915,0 € |

9.3 Gastos de producción adicionales

| PRESUPUESTO "Les Useres, del fin al inicio" | | | | |
|--|--------------------------|-------------------------|-------------|------------------|
| GASTOS DE PRODUCCIÓN | | | | |
| Necesidad | Cantidad/Personas | Coste*día | Días | Total |
| Furgoneta | 1 | 77,26 € | 5 | 386,3 € |
| Gasolina | 800 km | 19 céntimos * kilometro | | 152,0 € |
| Catering | 10 personas | 16 € | 5 | 800,0 € |
| Aqua | 2 | 12,7 € | 5 | 127,0 € |
| Almuerzo/Merienda | 10 personas | 35 € | 5 | 675,0 € |
| Botiquín de primeros auxilios | 1 | 35 € | 5 | 35,0 € |
| Seguro responsabilidad civil audiovisual | 1 | 456 € | | 456,0 € |
| Total | | | | 2.631,3 € |

9.4 Gasto total

| PRESUPUESTO "Les Useres, del fin al inicio" | |
|--|--------------------|
| GASTO TOTAL | 14.511,60 € |

10. PLAN DE FINANCIACIÓN

DÍA 1

| HORA | SEC. | PLANOS | LOCALIZACIÓN | INT./EXT. DÍA/NOCHE | PERSONAJES | OBSERVACIONES |
|------------------------------|---|--------|---|------------------------|--|---|
| 06:00 10:00 | 5 | 2 | Pico Peñagolosa | Amanecer | Pareja aficionados a la meteorología | Se requiere puntualidad para no perder el record en la luz. Dron |
| 10:00 | ALMUERZO (Se recoge el material y desplazamiento hasta les Useres) | | | | | |
| 14:00 15:15 | COMIDA | | | | | |
| 16:00 | 2 | 2 | Sala de barricas cooperativa Bodega Les Useres | Interior/día | Vicente Bellés | |
| 18:00 18:30 | MERIENDA | | | | | |
| 19:00 | 1 | 1 | Campo de Vid | Exterior/ Ocaso | Hombre con "espardeñes" | Se requiere puntualidad para no perder el record en la luz. Dron |

DÍA 2

| HORA | SEC. | PLANOS | LOCALIZACIÓN | INT./EXT. DÍA/NOCHE | PERSONAJES | OBSERVACIONES |
|------------------------------|-----------------|--------|--|------------------------|-----------------------------|--|
| 09:00 | 7 | 1 | Campo de Vid | Exterior/Día | Hombre con "espardenyes" | Dron |
| 11:00 | 4 | 2 | Campo de Vid, Mollet, vi y cultura | Exterior/Día | Juan Carlos Pavia | |
| 14:00 15:15 | COMIDA | | | | | |
| 16:00 | 6 | 2 | Plaza bodega Barón d'Alba | Exterior/día | Sergio Garrido | |
| 18:00 18:30 | MERIENDA | | | | | |
| 19:00 | 9 | 3 | Campo de Vid | Exterior/Ocaso | Alma | Se requiere puntualidad para no perder el record en la luz. Dron. |

DÍA 3

| HORA | SEC. | PLANOS | LOCALIZACIÓN | INT./EXT. DÍA/NOCHE | PERSONAJES | OBSERVACIONES |
|------------------------------|-----------------|--------|------------------------|------------------------|---|--|
| 09:00 | 7 | 3 | Campo de Vid | Exterior/Día | Hombre con "espardeñes" | Material de vendimia, cubos negros, etc. Montar un picnic con copas simulando el parón de comer de los jornaleros. |
| 14:00 15:15 | COMIDA | | | | | |
| 16:00 | 8 | 2 | Terraza bodega Fors | Exterior/Día | Vicente Flors | |
| 18:00 18:30 | MERIENDA | | | | | |
| 19:00 | 9 | 3 | Campo de Vid | Exterior/Ocaso | Alma/ hombre con "espardeñes" y cuadrilla de jornaleros | Se requiere puntualidad para no perder el record en la luz. Traer un lagar así como copas de vino y vino. |

DÍA 4

| HORA | SEC. | PLANOS | LOCALIZACIÓN | INT./EXT. DÍA/NOCHE | PERSONAJES | OBSERVACIONES |
|------------------------|-----------------|--------|---------------|------------------------|-----------------------------|---|
| 06:00 10:00 | 5 | 2 | Campo de viña | Amanecer | Hombre con "espardenyes" | Se requiere puntualidad para no perder el racord en la luz. |
| 10:00 | ALMUERZO | | | | | |
| 11.00 | | | | | | Visionado de material grabado. |
| 14:00 15:15 | COMIDA | | | | | |
| 19:00 | 1 | 1 | Campo de Vid | Exterior/ Ocaso | Hombre con "espardenyes" | |

DÍA 5

| HORA | SEC. | PLANOS | LOCALIZACIÓN | INT./EXT. DÍA/NOCHE | PERSONAJES | OBSERVACIONES |
|------------------------------|---------------|--------|--------------|------------------------|-----------------------------|--|
| | | | | | | Espacio reservado para imprevistos en el rodaje. |
| 14:00 15:15 | COMIDA | | | | | |
| 19:00 | 3 | 4 | Campo de Vid | Exterior/ Ocaso | Hombre con "espardenyes" | |

11. PLAN DE FINANCIACIÓN

Desde la colaboración con 5barricas y atendiendo a los términos que ambas partes partes han consensuado se dispone:

- 5barricas se compromete a costear las necesidades económicas tanto de producción como de postproducción. Por tanto, los gastos de material, personas y necesidades se liquidarán por parte de la productora.
- En la actualidad, 5barricas dispone de material audiovisual adicional que podrán utilizar si se estima conveniente. Esto no supondrá un gasto adicional del presupuesto.
- Nosotros, Ester y Pedro, nos comprometemos de forma altruista a participar en todo el proceso de producción y post producción.

Por tanto 5barricas se harán cargo de la totalidad de los gastos de la producción de todos los capítulos que formarán parte de “Castellón, tierra de vinos”.

12. PLAN DE EXPLOTACIÓN

12.2 Soporte de emisión

El plan de difusión acordado y a cargo de la agencia de comunicación 5barricas para los reportajes del proyecto audiovisual "Castellón, tierra de vinos" se sustentará en tres soportes de emisión claves:

1. **Emisión en La 8 Mediterráneo:** Cada capítulo de "Castellón, tierra de vinos" se emitirá los domingos en el horario estelar de 21:30 a 22:00 h del canal de televisión privado y autonómico valenciano. Esta franja horaria permitirá llegar a un amplio público durante un momento de alta audiencia, lo que garantizará una mayor visibilidad y exposición de los reportajes sobre la IGP de Vins de Castellón.
2. **Plaza TV:** Los reportajes también se encontrarán en la plataforma Plaza TV, la nueva apuesta televisiva del Grupo Ediciones Plaza. Esta plataforma permitirá a los usuarios acceder a los programas completos y a los diferentes reportajes individuales de manera online. De esta manera, se facilitará el acceso a los contenidos a aquellos espectadores que no puedan verlos en el horario de emisión en La 8 Mediterráneo.

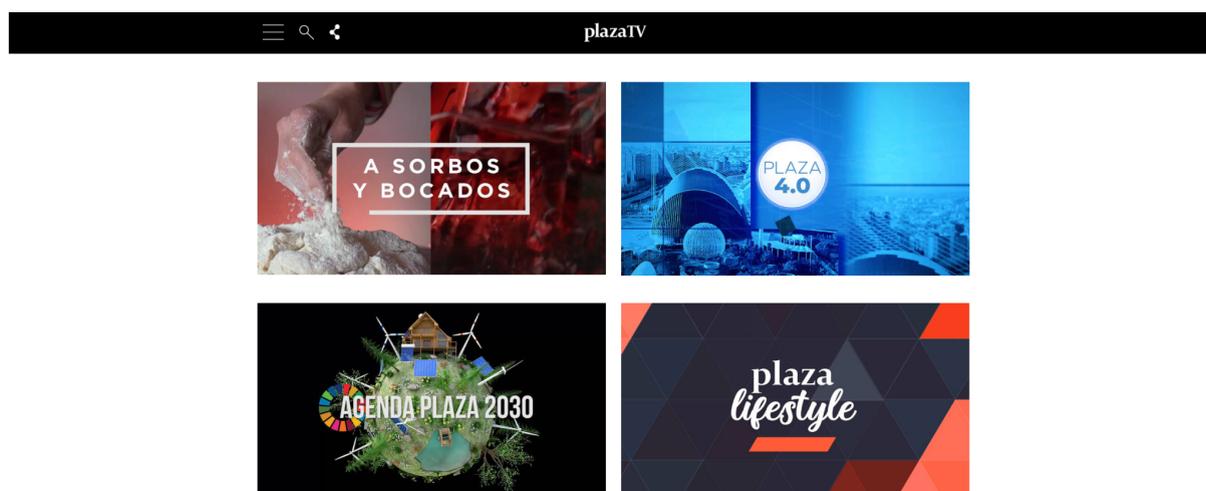


Figura X. Captura página web Plaza TV.

3. **Canal de YouTube de 5barricas:** Como medio especializado en vinos valencianos, 5barricas aprovechará su canal de YouTube para subir los reportajes del proyecto audiovisual. Los capítulos irán agrupados en una lista de reproducción con el título “Castellón, tierra de vinos”. Esta plataforma tiene un alcance global y una gran comunidad de seguidores interesados en el mundo del vino. La presencia en YouTube permitirá al proyecto lograr una difusión más amplia y la posibilidad de alcanzar a un público más heterogéneo y de diversas ubicaciones geográficas.

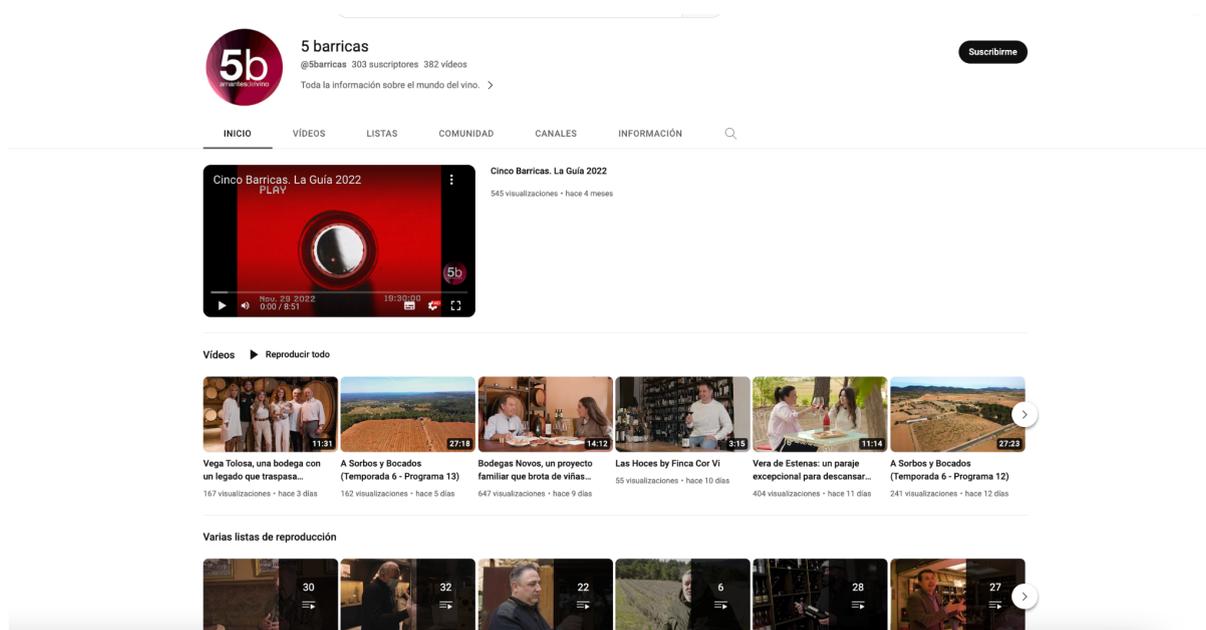


Figura X. Captura del canal de YouTube de 5barricas.

12.3 Plan de Comunicación y Marketing

Logotipo

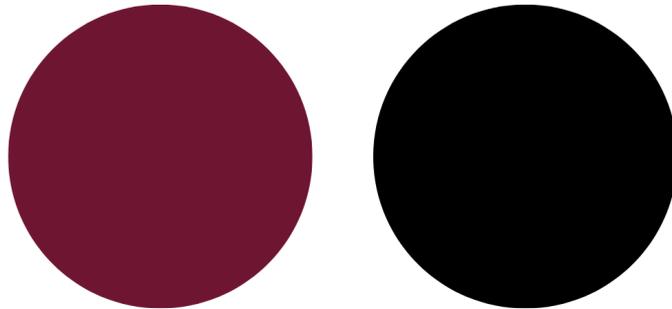
El logo es un elemento clave en la identidad visual de todo proyecto, y en el caso del producto audiovisual "Castellón, tierra de vinos", se han tenido en cuenta varios aspectos para su elección, los cuales se detallan a continuación:

CASTELLÓN,

TIERRA DE VINOS

Colores empleados: Granate y negro

La elección de los colores granate y negro para la imagen del proyecto "Castellón, tierra de vinos" ha sido cuidadosamente seleccionada para transmitir la esencia y la elegancia asociada al mundo que rodea al vino. El granate simboliza los tonos profundos y significativos de los vinos tintos, creando una conexión visual directa con el tema principal del proyecto. El negro se utiliza para lograr sofisticación y contrastar con el color principal, brindando un equilibrio estético y resaltando la seriedad y la calidad del contenido audiovisual.



Tipografía: Arima Madurai Medium

La tipografía elegida para el logo del proyecto "Castellón, tierra de vinos" es Arima Madurai Medium. Esta fuente se ha seleccionado por su legibilidad, elegancia y su capacidad para transmitir un estilo moderno y sofisticado. Arima Madurai Medium aporta un aspecto equilibrado y profesional al logo, mientras mantiene una apariencia accesible y amigable para el público objetivo. La elección de esta

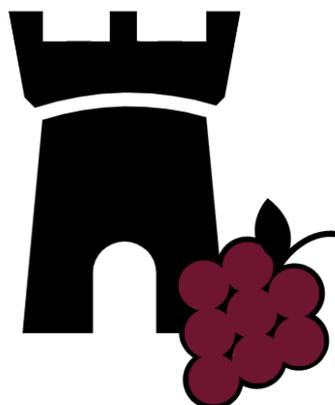
tipografía refuerza la identidad visual del proyecto y proporciona una imagen coherente con su temática vitivinícola.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

Dibujos: Torre y uvas

El logo del proyecto "Castellón, tierra de vinos" incorpora dos elementos icónicos relacionados con la provincia de Castellón y el sector vitivinícola: una torre y unas uvas. La inclusión de una torre hace referencia al emblemático escudo de la provincia de Castellón, un símbolo distintivo y representativo de la región. Este elemento busca transmitir el sentido de arraigo y pertenencia a la tierra, estableciendo una conexión directa con su identidad y tradiciones.

Por otro lado, la presencia de las uvas tintas en el logo simboliza la importancia y el protagonismo del sector vitivinícola en la provincia de Castellón. Las uvas representan la calidad de los vinos producidos en la región y resaltan la temática central del proyecto audiovisual. Este elemento visual añade un toque de autenticidad y permite identificar rápidamente la naturaleza del contenido relacionado con el vino.



Para el plan de comunicación, atendiendo al compromiso con 5barricas en la producción y visibilización del proyecto, se utilizarán las siguientes herramientas:

Redes sociales: 5barricas empleará sus perfiles en redes sociales, como Facebook, Twitter e Instagram, para promocionar los reportajes. Publicará adelantos, extractos o momentos destacados de los capítulos en estas plataformas, generando expectación y motivará a los seguidores a ver los programas completos.

Colaboraciones y alianzas: El medio de comunicación establecerá colaboraciones con otros actores del sector vitivinícola o medios afines para amplificar la difusión de los reportajes. Esto incluirá la promoción cruzada en los medios aliados, menciones en boletines informativos, artículos promocionales en páginas web o incluso eventos de lanzamiento y proyecciones.

Relaciones con la prensa: 5barricas enviará comunicados de prensa y material promocional a medios locales, regionales y nacionales que tengan interés en el sector del vino o en la región de Castellón. Estas acciones ocasionarán una cobertura mediática adicional y atraerá la atención de audiencias más amplias.

Medios impresos y revistas especializadas: 5barricas aprovechará su experiencia y relación con otros medios impresos y revistas especializadas en vinos para promocionar los reportajes. Publicará artículos relacionados con el proyecto, entrevistas con los protagonistas o reseñas de los capítulos en estas publicaciones permitiendo llegar a un público específico y ávido de contenido relacionado con el vino.

13. MEMORIA TFG

| FECHA | ACCIONES |
|------------------------|--|
| 10/11/22 | Elección de los integrantes del grupo para la realización de Trabajo Final de Grado con la modalidad de producto audiovisual. |
| 15/11/22 | Asignación de tutor |
| 16/11/22 | Elección de la orientación que va a tomar el proyecto. Ideas. |
| 18/11/22 | Primera reunión con el tutor (presentación la idea inicial del proyecto) |
| 20/11/22 | Primera reunión del equipo de trabajo para comenzar a encaminar el proyecto audiovisual |
| 01/12/22 | Reunión para poner en común información en las últimas semanas |
| 10/12/22 | Elaboración de un dossier del proyecto para presentar al tutor, 5barricas y miembros de la IGP de Castellón |
| 15/12/22 | Reunión presencial en la sede de 5barricas con su equipo directivo (Presentación propuesta, concreción del enfoque final y firma de la carta de compromiso y el acuerdo de gestión de derechos audiovisuales) |
| 17/12/22 | Contacto con Juan Carlos Pavía, presidente de la IGP de Castellón (Feedback del proyecto) |
| 17/12/22 | Contacto con Sergio Garrido, presidente de la Ruta del Vino de Castellón (Feedback del proyecto) |
| 18/12/22 | Contacto con Javier Persiva, responsable de Comunicación de la IGP Castellón (Solicitud de documentación con información para la elaboración del marco teórico) |
| 18/12/22 | Contacto con Paula Clemente, coordinadora de la IGP Castellón (Solicitud de documentación con información para la elaboración del marco teórico y petición del listado actualizado de los socios de la IGP de Castellón) |
| 19/12/22 | Reunión de equipo (revisión de todos los apartados avanzados) |
| 23/12/22 - 08/01/23 | Elaboración del marco teórico |
| 09/01/23 | Contacto con el tutor vía email (Entrega y valoración de la propuesta y visto bueno a la estructura del marco teórico) |

| | |
|------------------------|--|
| 13/01/23 | Reunión de equipo para el reparto de las partes del dossier entre el equipo |
| 20/01/23 | Reunión de equipo para la realización y difusión del cuestionario sobre los vinos de Castellón a través de Formulario Google |
| 21/01/23 - 18/04/23 | Elaboración del guion técnico y del tratamiento, presupuestos y demás apartados de preproducción |
| 02/02/23 | Segunda reunión con el equipo de 5barricas (revisión y valoración de todos los apartados avanzados) |
| 15/02/23 | Reunión de equipo (revisión de todos los apartados avanzados) |
| 15/03/23 | Tercera reunión con el equipo de 5barricas (revisión y valoración de todos los apartados avanzados) |
| 18/04/23 | Reunión de equipo (revisión de todos los apartados avanzados) |
| 20/04/23 | Segunda reunión con el tutor (presentación y corrección del marco teórico y resolver dudas) |
| 05/05/23 - 25/05/23 | Contacto con el tutor mediante emails para dudas sobre aspectos del TFG y corrección de apartados finalizados |
| 11/05/23 | Reunión de equipo (revisión de todos los apartados avanzados) |
| 22/05/23 | Maquetación del TFG y entrega al tutor para revisión final |
| 24/05/23 | Tercera reunión con el tutor (correcciones del TFG y aspectos a tener en cuenta para la futura presentación) |
| 25/05/23 | Revisión final del TFG y entrega mediante SPI |

14. MEMORIAS INDIVIDUALES

14.1 Pedro Ramírez Arias

La preproducción de este producto audiovisual me ha permitido explorar una rama de la comunicación que desconocía. Durante mi recorrido como estudiante del Grado en Comunicación, el proyecto de preproducción "Castellón, tierra de vinos" ha sido una experiencia bastante enriquecedora y desafiante. Desde el inicio, me sentí interesado por la temática y el potencial de explorar la trayectoria vitivinícola de Castellón, ya que esta oportunidad me ha permitido combinar mi pasión por la comunicación con mi interés por la cultura y el patrimonio.

Mi papel dentro de este proyecto se centró principalmente en la etapa de concepción y la investigación inicial. Fue gratificante sumergirme en la historia de los vinos de la región de Castellón, investigar sobre su presencia en el mundo audiovisual y comprender sus características distintivas. La lectura de estudios, la revisión de documentales y el análisis de fuentes escritas y audiovisuales fueron fundamentales para establecer un marco teórico enfoque sólido para nuestro trabajo. Sin embargo, resulta evidente que se han dejado excluidas de este trabajo referencias que podrían haber aportado un valor adicional al proyecto.

Desde el principio, enfrentamos el reto de manejar la abundante información disponible y seleccionar los enfoques más relevantes para el proyecto. Fue un ejercicio de síntesis y organización en equipo arduo para poder dar su sitio a todas las bodegas que conforman el sello de calidad IGP Vins de Castellón, a la vez de transmitir la historia vitivinícola de esta tierra. Atendemos la cuestión de que no todas las bodegas de la provincia se enmarcan dentro de la IGP y que por tanto, quedan excluidas de esta serie de reportajes. Sin embargo, optamos por utilizar este índice de calidad para ajustar su proyecto a la historia que queríamos contar.

En conclusión, el proyecto audiovisual "Castellón, tierra de vinos" ha sido una oportunidad invaluable para aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de mi formación como comunicador. Me ha permitido desarrollar habilidades de

investigación, organización y comunicación, además de brindarme una perspectiva práctica sobre la producción audiovisual. Esta experiencia ha consolidado mi pasión por la comunicación y me ha capacitado para futuros desafíos en el campo profesional.

14.2 Ester Cifre Granell

Formar parte del equipo de preproducción de “Castellón, tierra de vinos” ha sido la oportunidad perfecta para migrar desde un escenario académico hacia un escenario meramente laboral. Durante estos meses de trabajo de preproducción hemos conseguido hacer tangible una idea que al principio parecía un tanto inviable pero que, gracias al esfuerzo y al apoyo de 5barricas ahora podemos presentar en este documento.

Mi inquietud por las letras y concepción de proyectos audiovisuales han concluido en la escritura del guión de este primer capítulo llamado “Les Useres, del fin al inicio”. En él, resulta bastante evidente las influencias de mi infancia vivida en un pueblo de larga tradición vitivinícola. Mi más allegados siempre me ha contado cómo se vivían esas vendimias interminables y las cicatrices imborrables en unas manos tintas. Precisamente, el componente de arraigo emocional me ha permitido tratar este tema desde un aprecio mayor intentado que quede reflejada la esencia de lo que verdaderamente significa el vino para las personas que trabajan y producen la tradición vitivinícola de Castellón.

Así pues, he sido la encargada de dirigir el proyecto audiovisual, desde la ideación, el guión, el tratamiento y los aspectos de producción como los desgloses, y el presupuesto y el plan de financiación. Unas tareas que han permitido desarrollarme en cuestiones puramente prácticas y me han acercado a la rutina real de trabajo de una productora. Además, me ha aportado una experiencia demostrable para acreditar en mi futuro laboral y un punto de partida desde el que poder mejorar como profesional de la comunicación.

Sin embargo, es evidente que el proyecto que se presenta en este documento presenta algunas desviaciones típicas de proyectos amateurs. A pesar, del cuidado tanto de Pedro como mío y de la supervisión en todo momento de 5barricas y de nuestro tutor, entendemos que existen detalles en el momento de concepción del plan de preproducción mejorables y que presenten una mayor adaptabilidad al entorno de trabajo real de una productora.

En conclusión, ha sido una experiencia del todo enriquecedora en la que la colaboración entre Pedro y yo ha sido crucial, Hemos trabajado desde un ambiente colaborativo y equitativo en carga de trabajo haciendo que el proceso haya sido mucho más sencillo. Por último, las aportaciones de 5barricas así como las de nuestro tutor, Agustín Rubio Alcover, han sido claves para poder cerrar una fase de preproducción con la que nos identificamos sabiendo que existen desviaciones por nuestra inmadurez en el campo de la producción audiovisual.

15. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Durante los meses de elaboración de este Trabajo de Fin de Grado, hemos abordado la ideación de “Castellón, tierra de vinos” así como la preproducción del primer capítulo “Les Useres, del fin al inicio” en colaboración con el medio de comunicación 5barricas, teniendo en cuenta los objetivos establecidos al inicio del proyecto. A través de nuestra investigación y trabajo, hemos llegado a las siguientes conclusiones:

Hemos profundizado en el género del reportaje audiovisual y explorado la presencia del sector del vino en el ámbito audiovisual, centrándonos en el vino de Castellón y sus características distintivas. Hemos aplicado con éxito estos conocimientos al producto audiovisual, asegurándonos de transmitir de manera efectiva la esencia y singularidad de los vinos de esta región.

Durante el desarrollo del proyecto hemos desarrollado una preproducción, poniendo en práctica los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos a lo largo del Grado en Comunicación, especialmente en asignaturas como Producción Audiovisual, Narrativa Audiovisual y Realización Audiovisual I y II. Esto nos ha permitido llevar a cabo una preproducción de calidad, demostrando nuestra capacidad para aplicar los fundamentos técnicos y narrativos de manera efectiva.

Otro aspecto clave que hemos aprendido es la importancia de la organización y la comunicación en un proyecto audiovisual. Hemos mejorado nuestras habilidades en el trabajo en equipo, la crítica y autocrítica constructiva, el compromiso organizacional, el análisis y síntesis, así como la motivación para lograr el éxito. Competencias fundamentales para el desarrollo de nuestros futuros proyectos audiovisuales.

Además, hemos conseguido innovar en la construcción de la pieza audiovisual, descubriendo un nuevo formato en el panorama vitivinícola valenciano. Esta capacidad de generar ideas creativas nos ha permitido destacar y diferenciarnos, aportando un enfoque fresco y original a nuestro trabajo.

Sin embargo, entendemos que nuestra propuesta presenta limitaciones en cuestiones técnicas y de concepción visual debido a la inexperiencia en la realización de propuestas audiovisuales como esta. También es evidente que existe posibilidad de mejora en la distribución de los recursos personales y materiales en la realización del plan de rodaje, que en esta ocasión, se ha ajustado más a cuestiones de necesidad de continuidad de record en la luz. De esta experiencia, y de la mano de 5barricas aprendemos y pulimos estas cuestiones para acercarnos a la realización de reproducciones que se ajusten más a un escenario laboral real.

Después de esta fase de preproducción nuestras expectativas respecto al proyecto “Castellón, tierra de Vinos” son claras. Con este proyecto audiovisual esperamos resaltar la importancia histórica del sector vitivinícola castellonense, mostrando su próspero presente y prometedor futuro. Todo ello a través de un recorrido por la evolución de la producción de vino en Castellón, queremos transmitir la relevancia de esta actividad en la actualidad y destacar la calidad de los vinos locales.

Además, aspiramos a ofrecer un valioso altavoz audiovisual a las bodegas que forman parte de la IGP de Castellón. Queremos que puedan mostrar su trabajo y sus productos de manera más efectiva, llegando a un público más amplio y generando un mayor interés en sus vinos. Así, contribuiremos a promover el enoturismo en la región y realzar el atractivo de las bodegas locales.

Por último, tenemos la expectativa de que estos reportajes audiovisuales ayuden a concienciar a los castellonenses sobre el gran valor del producto local y la importancia de apoyar a los productores y bodegas de la región. Deseamos fomentar un mayor consumo de productos locales y promover una economía sostenible en Castellón. A través del poder del audiovisual, esperamos despertar el orgullo local y estimular el respaldo a los viticultores y bodegueros de la zona, generando un impacto positivo en la comunidad y en el sector vitivinícola castellonense.

En conclusión, este Trabajo de Fin de Grado nos ha permitido adquirir una experiencia muy valiosa y gratificante como futuros profesionales del sector audiovisual. Hemos cumplido con creces los objetivos establecidos al inicio del

proyecto, superando todos los retos que iban surgiendo, aplicando conocimientos teóricos y prácticos, desarrollando habilidades de organización y comunicación, innovando en la construcción audiovisual y resaltando la importancia para la economía local de sellos de calidad como la IGP de Castellón.

15. RESULTS AND CONCLUSIONS

During the months of elaboration of this Final Degree Project, we have approached the ideation of "Castellón, land of wines" as well as the pre-production of the first chapter "Les Useres, from the end to the beginning" in collaboration with the media 5barricas, taking into account the objectives established at the beginning of the project. Through our research and work, we have reached the following conclusions:

We have delved into the genre of audiovisual reportage and explored the presence of the wine sector in the audiovisual field, focusing on Castellón wine and its distinctive characteristics. We have successfully applied this knowledge to the audiovisual product, making sure to effectively convey the essence and uniqueness of the wines of this region.

During the development of the project we have developed a pre-production, putting into practice the theoretical and practical knowledge acquired throughout the Degree in Communication, especially in subjects such as Audiovisual Production, Audiovisual Narrative and Audiovisual Production I and II. This has allowed us to carry out a quality pre-production, demonstrating our ability to apply the technical and narrative fundamentals effectively.

Another key aspect we have learned is the importance of organization and communication in an audiovisual project. We have improved our skills in teamwork, constructive criticism and self-criticism, organizational commitment, analysis and synthesis, as well as motivation to achieve success. Fundamental skills for the development of our future audiovisual projects.

In addition, we have managed to innovate in the construction of the audiovisual piece, discovering a new format in the Valencian wine scene. This ability to generate creative ideas has allowed us to stand out and differentiate ourselves, bringing a fresh and original approach to our work.

However, we understand that our proposal has limitations in technical issues and visual conception due to the inexperience in the realization of audiovisual proposals

such as this one. It is also clear that there is room for improvement in the distribution of personal and material resources in the realization of the shooting plan, which on this occasion, has been adjusted more to issues of need for continuity of record in the light. From this experience, and from the hand of 5barricas, we learn and polish these issues to get closer to the realization of reproductions that are more in line with a real working scenario.

After this pre-production phase, our expectations regarding the project "Castellón, tierra de Vinos" are clear. With this audiovisual project we hope to highlight the historical importance of the Castellón wine sector, showing its prosperous present and promising future. All this through a journey through the evolution of wine production in Castellón, we want to convey the relevance of this activity today and highlight the quality of local wines.

In addition, we aspire to offer a valuable audiovisual loudspeaker to the wineries that are part of the Castellón PGI. We want them to be able to showcase their work and products more effectively, reaching a wider audience and generating greater interest in their wines. In this way, we will contribute to promote wine tourism in the region and enhance the attractiveness of local wineries.

Finally, we hope that these audiovisual reports will help to raise awareness among the people of Castellón of the great value of local produce and the importance of supporting the region's producers and wineries. We want to encourage greater consumption of local products and promote a sustainable economy in Castellón. Through the power of audiovisuals, we hope to awaken local pride and stimulate support for local winegrowers and winemakers, generating a positive impact on the community and the Castellón wine industry.

In conclusion, this Final Degree Project has allowed us to acquire a very valuable and rewarding experience as future professionals in the audiovisual sector. We have more than fulfilled the objectives established at the beginning of the project, overcoming all the challenges that arose, applying theoretical and practical knowledge, developing organizational and communication skills, innovating in

audiovisual construction and highlighting the importance for the local economy of quality seals such as the Castellón PGI.

16. FUENTES BIBLIOGRÁFICAS Y DOCUMENTALES

16.1 Bibliografía consultada

Bernal, A. (2017). *El periodismo móvil ha llegado para quedarse*. Universitat Oberta de Catalunya.
http://cv.uoc.edu/annotation/6d8e9157aa4a731c30eea8e95534920f/607907/PID_00246557/PID_00246557.html

Cebrián, M. (1992). *Géneros informativos audiovisuales*. Ciencia 3.

Coloma, R. (2015). «*Sideways*»: *La mejor película sobre vino... y todo lo demás*. *Maldita Filoxera*.
<https://malditafiloxera.wordpress.com/2015/01/26/sideways-la-mejor-pelicula-sobre-vino-y-todo-lo-demas/>

Cortés, J. (1999). *La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión*. Eunsa.

El vino en el cine, cinco películas imprescindibles. (2016). Ponte da Boga.
<https://pontedaboga.es/el-vino-en-el-cine-cinco-peliculas-imprescindibles-2/>

ETB-2 comienza la emisión de "Señorío de Larrea", un serial de 66 episodios. (1999). El País.
https://elpais.com/diario/1999/10/13/paisvasco/939843614_850215.html

Ferrando J. N., Reguillo A. & Afinoguenova E. (2015). Narración, espacio y emplazamiento turístico en el cine español de ficción (1951 – 1977). *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), pp. 584 - 610.
<http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1061/31es.html> DOI: 10.4185/RLCS-2015-1061

Fonseca, E. (2020). *Cómo el viñedo es protagonista en la película «Un paseo por las Nubes»*. Acordes de vino.

<https://acordesdevino.com/2020/01/28/como-los-vinedos-protagonizan-la-pelicula-un-paseo-por-las-nuves/>

Informe Semanal celebra su 50º aniversario. (2023). Academia TV. <https://www.academiav.es/informe-semanal-celebra-su-50o-aniversario/>

Instituto Cervantes (2016). *Jerez & el Misterio del Palo Cortado*. Instituto Cervantes. <https://cultura.cervantes.es/moscu/es/jerez---el-misterio-del-palo-cortado/108997>

La IGP Castelló. (2022) IGP Castelló: Vins de Castelló. <https://igpcastello.com/vinos-de-la-tierra>

La Unió y los viticultores de Castellón quieren dejar atrás la IGP y obtener una Denominación de Origen. (2017) Castellón Información. <https://www.castelloninformacion.com/castellon-economia-unio-llauradors-vino-denominacion-origen/>

Las cámaras de la televisión Valenciana visitan Mas de Rander. (2019) IGP Castelló: Vins de Castelló. <https://igpcastello.com/las-camaras-de-la-television-valenciana-visitan-mas-de-rander>

León, P. (2010). Gran Reserva. Bouquet agradable. *Revista técnica cinematográfica*. (Nº. 42, pp. 38-45). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4375723>

Lérida, I. (2016). La promoción turística en el audiovisual de ficción. [TFG, Universitat de Lleida]. Repositorio institucional de la Universitat de Lleida. <https://repositori.udl.cat/server/api/core/bitstreams/9d27c7ed-e90a-4df7-8f94-d056cae27cc4/content>

López, B. (2022). *Juan Carlos Pavía: entrega y empeño por conservar sus raíces*. 5barricas. <https://5barricas.valenciaplaza.com/juan-carlos-pavia-entrega-y-empeno-por-conservar-sus-raices/>

Resolución de 5 de diciembre de 2011, de la Dirección General de Industria y Mercados Alimentarios, por la que se publica la Orden de 24 de marzo de 2006, de la Consejería de Agricultura, Pesca y Alimentación de la Generalitat Valenciana, por la que se modifica la Orden de 23 de septiembre de 2003, de la Consejería de Agricultura, Pesca y Alimentación, por la que se regula la indicación geográfica "Vino de la Tierra de Castelló". Boletín Oficial del Estado, 311, 27 de diciembre de 2011. <https://www.boe.es/boe/dias/2011/12/27/pdfs/BOE-A-2011-20341.pdf>

M. M. (2009). *La película 'Oro fino' se filmó en bodegas riojanas*. El Correo. <https://www.elcorreo.com/vizcaya/20090815/rioja/pelicula-fino-filmo-bodegas-20090815.html>

Martínez, A. & Fernández, F. (2010). *Manual del productor audiovisual*. Editorial UOC, S.L.

Martínez, A. & Jover M^a. J. (2013). Cine y enoturismo: Representación, identidad y promoción de los territorios del vino en Martínez A. (Ed.). Territorios de cine. Desarrollo local, tipologías turísticas y promoción. 199-220. Publicaciones de la Universidad de Alicante.

Nuestra vida en la Borgoña, la película sobre vinos más esperada llega a España. (2017). Vinetur. <https://www.vinetur.com/2017092942764/nuestra-vida-en-la-borgona-la-pelicula-sobre-vinos-mas-esperada-llega-a-espana.html>

Orriols, M. (2020). "El verano que vivimos", la película que homenajea al vino de Jerez. La Gaceta del Vino. <https://lagacetadelvino.com/noticias-sobre-vino-actualidad/estilo-de-vida/el-verano-que-vivimos-la-pelicula-que-homenajea-al-vino-de-jerez/>

Parra, J. (2014). Una década de enoturismo "masivo" gracias al cine y 10 bodegas que visitar. *El Diario.es*.

https://www.eldiario.es/castilla-la-mancha/de-boca-en-boca/enoturismo-masivo-gracias-bodegas-visitar_132_4853041.html

Pedauyé, M. (2018). *5 documentales sobre vino que debes conocer*. Sonrojos. <https://sonrojos.es/5-documentales-sobre-vino/>

Periodista de La Nación recibe el premio "UNICEF, 75 años" por el reportaje "Pelota sucia". (2021). *La Nación*. <https://www.lanacion.com.py/pais/2021/11/21/periodista-de-la-nacion-recibe-el-premio-unicef-75-anos-por-el-reportaje-pelota-sucia/>

Piqueras, J. (2000). *El legado de Baco. Los vinos valencianos*. (Vol. 5, pp. 411-423) Editorial Gules.

Redondo, M. (2009). *La cámara oculta en la construcción del espectáculo informativo*. [TFG, Universitat Jaume I]. Repositorio institucional de la Universitat Jaume I. <https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/34060>

Sánchez, S. (2007). *El cine del vino*. (pp. 90-188) Fundación Dinastía Vivanco para la Investigación y Divulgación de la Cultura e Historia del Vino.

Sartora, J. (s.f.). *Mondovino*. Cineismo. <https://www.cineismo.com/criticas/mondovino.htm>

Silió, E. (2006). *El documental 'Mondovino' sacude el mercado vinícola mundial*. El País. https://elpais.com/diario/2006/03/03/cine/1141340411_850215.html

Soler, LI. (2016). *La realización de documentales y reportajes para la TV*. Cátedra Campos Trilnick. <https://campostrilnick.org/wp-content/uploads/2016/04/Realizaci%C3%B3n-de-Documenal-y-Reportajes-para-TV.pdf>

Torrent, Ll. (2016). Vinéfilos: ¿Qué cine ven los amantes del vino?. *Vivanco*.
<https://vivancoculturadevino.es/blog/2016/07/14/vinefilos-que-cine-ven-amantes-del-vino/>

Vilalta, J. (2006). *El espíritu del reportaje*. Universitat de Barcelona.

Villalobos, N. (2018). *Decanted*. Medium.
<https://medium.com/@nan.villalobos/decanted-c8dc3b485c11>

Zonas vitivinícolas IGP Castelló. (2022) La IGP Castelló.
<https://igpcastello.com/bodegas-de-castellon>

16.2 Filmografía

Anderson, S., Hamner, E. & McCullough, R. L. (Productores ejecutivos) (1981). *Falcon Crest*. [Serie de Televisión]. Lorimar.

Arau A. (Director). (1995). *A walk in the clouds* [Película]. Zucker Brothers Productions.

Bautista P. (Director). (2018, 31 de diciembre). *Terra Viva*. [Programa de tv]. À punt Media.

Campos R. & Fernández-Valdés, T. (Productores ejecutivos) (2010-2013). *Gran Reserva*. [Serie de Televisión]. Bambú Producciones.

De la Loma, J. A. (Director). (1989). *Oro fino* [Película]. JAL PRODUCTIONS, S.A. GOLDEN SUN, S. A.

Ford J. (Director). (1940). *The Grapes of Wrath* [Película]. 20th Century Studios.

Guerrero, N. (Productor ejecutivo). (2021-2023). *A sorbos y bocados* [Serie de televisión]. Grupo Plaza & 5barricas.

King H. (Director). (1959). *This Earth is Mine* [Película]. Universal Pictures.

Klapisch C. (Director). (2017). *Ce qui nous lie* [Nuestra vida en la Borgoña] [Película]. Searchlight Pictures. Studio Canal.

Kovacic, N. (Director). (2016). *Decanted* [Documental]. Mr. Fields and Friends. Digital Cave Studios.

López-Linares, J. L. (Director). (2015). *Jerez, y el misterio del palo cortado* [Documental]. Mr. Fields and Friends. Antonio Saura.

Nossiter J. (Director). (2005). *Mondovino* [Documental]. Mr. Fields and Friends. Diaphana Distribution, Goatworks Films y Les Films de la Croisade.

Payne A. (Director). (2004). *Sideways* [Entre Copas] [Película]. Searchlight Pictures.

Sedes C. (Director). (2020). *El verano que vivimos* [Película]. Mr. Fields and Friends.
Yates, P. (Director). (1992). *Year of the Comet*. [El año del cometa] [Película]. Pinewood Studios, Castle Rock Entretenimiento y New Line Cinema.

Sutherland, S. (Directora). (2017). *Agrosfera*. [Programa de tv]. La 2.

Fotografías cedidas por 5barricas Sl.

17. ANEXOS



PROPUESTA DE PREPRODUCCIÓN SERIE DE REPORTAJES VINOS DE CASTELLÓN

Pedro Ramírez y Ester Cifre

PROPUESTA DE PREPRODUCCIÓN SERIE DE REPORTAJES VINOS DE CASTELLÓN

A continuación se detalla la propuesta de la preproducción de una serie de reportajes con la idea original de Pedro Ramírez Arias y Ester Cifre Granell.

Introducción

El sector vitivinícola de la provincia de Castellón cuenta con una historia apasionante. Sobrepasando los obstáculos que casi hacen desaparecer la viña en esta provincia, algunos valientes agricultores decidieron ya hace tiempo volver a trabajar las tierras de sus abuelos y recuperar la tradición por el vino de Castellón.

Una decisión valiente que en la actualidad se ve recompensada con la calidad de los vinos que se producen en estas tierras fruto del gran esfuerzo de unas pocas personas que creyeron en su pasado para llevarlo al presente. Además, dentro del proceso de restauración de proyectos vitivinícolas de esta región, la IGP de Castelló ha tenido un papel importante en la promoción de este producto.

Objetivos principales

Este proyecto nace después de estudiar la historia de este sector y entender la necesidad de visibilizar cómo se trabaja el vino en esta provincia y su potencial. De manera resumida, este proyecto pretende:

- Dar a conocer la larga trayectoria vitivinícola de Castellón, mostrando su próspero presente y futuro.
- Ofrecer un altavoz audiovisual a las bodegas que conforman la IGP de Castelló
- Concienciar a los castellonenses del gran valor del producto local

Propuesta

Para materializar este proyecto, se concibe un formato de cuatro episodios en formato reportaje, de aproximadamente 20 minutos de metraje. En ellos, se recorrerán las principales bodegas que forman parte de la IGP de Castelló que, a su vez, se dividirán por las zonas ya delimitadas por la propia entidad.

En cada episodio, cada bodega participante tendrá un papel determinante contando la tradición y la historia de su zona y de su propia bodega, así como el estado actual de la misma. Por tanto, será una especie de radiografía de las zonas productoras de vino para mostrar el potencial de territorio y del productor que allí producen. Los

bodegueros y bodegueras, en un formato entrevista, contarán desde sus raíces qué es el vino y cómo es en su tierra.

Para hacer la división por zonas, como se comenta con anterioridad, se realiza a razón de lo ya previsto por la IGP con la modificación de “La Comarca de Les Useres - Vilafamés” ya que debido a su gran cantidad de bodegas enmarcadas, se dividirán por un partes todas las bodegas de Les Useres y por otra parte las restantes que pertenecen a la división de Vilafamés.

La capacidad de convocatoria para la realización de este proyecto será determinante para reajustar aspectos de la propuesta.

Propuesta de Escaleta

| Episodios por zonas | Bodegas | Duración |
|--|---|-----------------|
| Episodio 1 Les Useres | <ul style="list-style-type: none">- Les Useres SAT (Les Useres)- El Mollet, Vino y Cultura (Les Useres)- Flors (Les Useres)- Barón d’ Alba (Les Useres) | 20 min |
| Episodio 2 Vilafamés | <ul style="list-style-type: none">- Emelina Ángeles (Vilanova d’Alcolea)- Mas de Rander (Benlloch)- Castells i Montoliu (La Torre d’ En Doménech)- Bellmunt Oliver viticultors (Cabanès)- Barranc del cirers (Benlloch) | 20 min |
| Episodio 3 Alto Palancia Alto Mijares | <ul style="list-style-type: none">- Alcovi (Almedíjar)- Cooperativa de Viver (Viver)- Vega Palancia (Azuébar) | 20 min |
| Episodio 4 Sant Mateu | <ul style="list-style-type: none">- Besalduch, Valls & Bellmunt (Sant Mateu)- La Canetana (Canet lo Roig)- L’ Estanquer (Canet lo Roig)- Vizuecos (Coves de Vinromà) | 20 min |

PROPUESTA ESCALETA EPISODIO 1

| LUGAR | PROTAGONISTA | ESTRUCTURA | DESCRIPCIÓN DEL MOMENTO | PREGUNTAS | TIEMPO (APROXIMADO) |
|-------------------------------|--|---------------------|--|---|---------------------|
| Apertura | X | Contexto | <ul style="list-style-type: none"> - Planos de los viñedos (Música) - Voz en off (LA TIERRA) | | 1 min |
| Cooperativa Bodega Les Useres | Vicente Bellés Gerente de Bodega Les Useres (cooperativa) | Primer protagonista | <ul style="list-style-type: none"> - Combinación de planos generales con primeros planos. Buscar una estética de retrato tipo. Jugar con silencios. Planos de su contexto/bodega. <p>CUENTA LA HISTORIA/TRADICIÓN SUS RAÍCES</p> | <p>¿Desde cuándo se lleva elaborando vino en Les Useres?</p> <p>¿Cuándo se planta la primera cepa en Les Useres?</p> <p>¿Cómo es crecer entre viñedos?</p> <p>¿Cuál es la historia vinícola que perdura generación tras generación?</p> <p>¿Qué magnitud llegó alcanzar el sector de la viña en esta tierra?</p> <p>¿Qué supuso para sus antepasados y los del socio de la cooperativa la desaparición de la viña?</p> <p>¿Qué provocó parte de la desaparición de esta tradición vitivinícola?</p> <p>¿Por qué Les Useres fue y es a</p> | 4 min |

| | | | | | |
|----------------------|---|-----------------------|--|--|--------|
| | | | | día de hoy el epicentro del vino de Castellón? | |
| Transición | X | Contexto nueva bodega | <ul style="list-style-type: none"> - Planos de bodega/viñedos/instalaciones (Música) - Voz en off (EL CLIMA) | | 30 seg |
| Mollet, Vi i Cultura | <p>Juan Carlos Pavía</p> <p>Socio fundador de Mollet, Vino y Cultura</p> <p>Presidente de la IGP Castelló</p> | Segundo protagonista | <ul style="list-style-type: none"> - Combinación de planos generales con primeros planos. Jugar con silencios. Planos de su contexto/bodega. <p>CUENTA LA RECUPERACIÓN DE LA TIERRA - IGP</p> | <p>¿En qué momento empezó a resurgir el sector del vino en Les Useres?</p> <p>¿Cómo surgió la necesidad de crear una marca de calidad de vinos en Castelló?</p> <p>¿Cómo llega a ser el presidente de la IGP?</p> <p>¿De qué manera su bodega intenta recuperar la tradición vitivinícola de esta tierra? ¿Qué se replica de aquella época?</p> <p>La recuperación en las últimas décadas ha sido evidente... ¿pero ahora en qué momento vive esta tierra?</p> <p>¿Qué cree que haría falta para lograr una recuperación plena del sector del vino de Les Useres? (logro de la DO)</p> | 4 min |

| | | | | | |
|---------------------|--|-----------------------|---|---|--------|
| Transición | X | Contexto nueva bodega | <ul style="list-style-type: none"> - Planos de bodega/viñedos/instalaciones (Música) - Voz en off (LA SINGULAR LOCALIZACIÓN) | | 30 seg |
| Bodega Barón d'Alba | <p>Sergio Garrido</p> <p>Propietario de Bodega Barón d'Alba</p> <p>Presidente de la Ruta del Vino de Castellón</p> <p>Presidente de la Federación de Enoturismo de la Comunitat Valenciana</p> | Tercer protagonista | <ul style="list-style-type: none"> - Combinación de planos generales con primeros planos. Buscar una estética de retrato tipo. Jugar con silencios. Planos de su contexto/bodega. <p>CUENTA EL PROGRESO/ACTUALIDAD. ENOTURISMO, RECUPERACIÓN DE LO RURAL. EL RESURGIR. ESPAÑA VACIADA.</p> | <p>¿Por qué las rutas del vino son un buen modelo de negocio para territorios como Les Useres?</p> <p>¿Qué aporta el enoturismo a Les Useres?</p> <p>¿Cree que es un proyecto clave para la recuperación del mundo rural de esta zona?</p> <p>¿Qué importancia tiene el enoturismo en su proyecto?</p> <p>¿Qué ofertas de enoturismo ofrecen las bodegas de Les Useres?</p> <p>¿Por qué apostaste por el enoturismo en tu proyecto?</p> <p>¿Diría que el enoturismo es un revulsivo para la economía rural?</p> | 4 min |
| Transición | X | Contexto nueva bodega | <ul style="list-style-type: none"> - Planos de bodega/viñedos/instalaciones (Música) | | 30 seg |

| | | | | | |
|--------------|--|----------------------------------|---|--|-------|
| | | | - Voz en off (LAS VIÑAS) | | |
| Bodega Flors | Vicente Flors Propietario de Bodega Flors | Cuarto protagonista junto a Alma | - Combinación de planos generales con primeros planos. Buscar una estética de retrato. Jugar con silencios. Planos de su contexto/bodega. EXPERIENCIA DEL RETORNO A SU ORIGEN Y EL FUTURO QUE ESPERA DE LA VIÑA DE LES USERES. SE PERSONIFICA EN ALMA. | ¿Qué futuro desearía para el sector del vino de Les Useres? ¿Cuáles serían los beneficios que traería la recuperación total de la tradición vitivinícola a Les Useres? ¿Cómo volvió a sus orígenes? ¿Qué le inspiró a recuperar su bodega? ¿Ves un mayor interés por dedicarse al vino? ¿Cómo cree que el vino podría volverse a convertir en el motor económico de Les Useres? | 4 min |
| Cierre | X | Final | - Planos de bodega / viñedos / instalaciones ALMA (Música) - Voz en off (VINOS) | | 1 min |



**SOLICITUD DE PRIMERA INSCRIPCIÓN
AUTOR/ES TITULAR/ES DE LOS DERECHOS.
IMPRESO 1 A-T**

SOLICITUD nº:

Fecha y hora de presentación:

/ /h min.

(A cumplimentar por la Administración)

1. SOLICITANTE (1)

APELLIDO 1º RAMÍREZ..... APELLIDO 2º ARIAS.....
NOMBRE/RAZÓN SOCIAL PEDRO..... NIF/NIE.03155337J..... NACIONALIDAD ESPAÑOLA.
DIRECCIÓN: C./ ROSAS..... Nº 22 BLQ..... ESC..... PISO..... PUERTA.....
LOCALIDAD VALENCIA..... PROVINCIA VALENCIA..... PAÍS ESPAÑA.....
C.P. 46015... TFNO..... MÓVIL 674342254..... E-MAIL PEDRORARIASVLC@GMAIL.COM.....

ACTÚA (marcar la casilla correspondiente):

- EN SU PROPIO NOMBRE Y COMO TITULAR DE LOS DERECHOS
 EN REPRESENTACIÓN DEL TITULAR/ES DE LOS DERECHOS (Se aportará poder de representación)

2. TÍTULO DE LA OBRA (2). (Deberá ser idéntico al que figura en el ejemplar aportado)

CASTELLÓN, TIERRA DE VINOS

SUBTÍTULO (en su caso):

3. AUTOR/ES (3). (Marcar la casilla que corresponda)

ÚNICO AUTOR (Este apartado no se cumplimentará si la obra tiene varios autores)

APELLIDO 1º RAMÍREZ..... APELLIDO 2º ARIAS.....
NOMBRE/RAZÓN SOCIAL PEDRO..... NIF/NIE.03155337J..... NACIONALIDAD ESPAÑOLA.
DIRECCIÓN: C./ ROSAS..... Nº 22 BLQ..... ESC..... PISO..... PUERTA.....
LOCALIDAD VALENCIA..... PROVINCIA VALENCIA..... PAÍS ESPAÑA.....
C.P. 46015... TFNO..... MÓVIL 67434225..... E-MAIL PEDRORARIASVLC@GMAIL.COM.....

ARIOS AUTORES (Se deberá cumplimentar el Anexo al impreso Autores 1, sin marcar ni cumplimentar los datos de ÚNICO AUTOR)

DATOS PERSONALES. En cumplimiento de la normativa de protección de datos personales, le informamos que sus datos serán incorporados al tratamiento denominado "Inscripción de derechos de propiedad intelectual", cuyo responsable es la Dirección General de Industrias Culturales, Propiedad Intelectual y Cooperación del Ministerio de Cultura y Deporte (Plaza del Rey, 1, 28004 Madrid), correo electrónico: propiedad.intelectual@cultura.gob.es).

La finalidad del tratamiento es: Gestión de las inscripciones de derechos de propiedad intelectual en el Registro General de la Propiedad Intelectual.

Puede ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, supresión y portabilidad de sus datos, de limitación y oposición a su tratamiento, así como a no ser objeto de decisiones basadas únicamente en el tratamiento automatizado de sus datos, cuando procedan, en la sede electrónica del Ministerio, presencialmente en las oficinas de registro o por correo postal.

Puede consultar información adicional y detallada sobre la protección de sus datos al final de este formulario.

Si desea comunicarse por medios **NO** electrónicos, seleccione aquí.

COMO SOLICITANTE, DECLARO QUE EL TITULAR DE LOS DERECHOS ES EL AUTOR O AUTORES QUE SE INDICAN EN LA PRESENTE SOLICITUD.

En VALENCIA....., a 15 de MAYO..... de 2023.....

FIRMA DEL SOLICITANTE(S) / TITULAR(ES)

Plazo de Resolución: El plazo máximo para resolver y efectuar la notificación correspondiente será de seis meses contados desde la fecha de entrada de la presente solicitud, según el art. 24.1 del Reglamento del Registro (R.D. 281/2003, de 7 de marzo. BOE del 28 de marzo). Transcurrido dicho plazo sin que se haya dictado resolución expresa, se entenderá estimada la solicitud de acuerdo con lo dispuesto en el art. 24 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.



SOLICITUD DE PRIMERA INSCRIPCIÓN
ANEXO IMPRESO AUTORES 1 A-T

AUTOR nº1..... APELLIDO 1º RAMÍREZ..... APELLIDO 2º ARIAS.....
NOMBRE/RAZÓN SOCIAL PEDRO..... NIF/NIE.03155337J..... NACIONALIDAD ESPAÑOLA.
DIRECCIÓN: C/.ROSAS..... Nº 22 BLQ..... ESC..... PISO..... PUERTA.....
LOCALIDAD VALENCIA..... PROVINCIA VALENCIA..... PAÍS ESPAÑA.....
C.P..... TFNO.67434225..... MÓVIL 67434225.....
E-MAIL.PEDRORARIASVLC@GMAIL.COM.....
PARTE DE LA QUE ES AUTOR (1) 50%.....

FIRMA DEL AUTOR (salvo representación):

AUTOR nº2..... APELLIDO 1º CIFRE..... APELLIDO 2º GRANELL.....
NOMBRE/RAZÓN SOCIAL ESTER..... NIF/NIE.73400376Q..... NACIONALIDAD ESPAÑOLA.
DIRECCIÓN: C/ JAUME I..... Nº 24 BLQ..... ESC..... PISO..... PUERTA.....
LOCALIDAD CASTELLÓN DE LA PLANA..... PROVINCIA CASTELLÓN..... PAÍS ESPAÑA.....
C.P. 12006..... TFNO..... MÓVIL 66587654.....
E-MAIL. ESTERCIFRE@GMAIL.COM.....
PARTE DE LA QUE ES AUTOR (1) 50%.....

FIRMA DEL AUTOR (salvo representación):

AUTOR nº..... APELLIDO 1º..... APELLIDO 2º.....
NOMBRE/RAZÓN SOCIAL..... NIF/NIE..... NACIONALIDAD.....
DIRECCIÓN:..... Nº..... BLQ..... ESC..... PISO..... PUERTA.....
LOCALIDAD..... PROVINCIA..... PAÍS.....
C.P..... TFNO..... MÓVIL.....
E-MAIL.....
PARTE DE LA QUE ES AUTOR (1)

FIRMA DEL AUTOR (salvo representación):

AUTOR nº..... APELLIDO 1º..... APELLIDO 2º.....
NOMBRE/RAZÓN SOCIAL..... NIF/NIE..... NACIONALIDAD.....
DIRECCIÓN:..... Nº..... BLQ..... ESC..... PISO..... PUERTA.....
LOCALIDAD..... PROVINCIA..... PAÍS.....
C.P..... TFNO..... MÓVIL.....
E-MAIL.....
PARTE DE LA QUE ES AUTOR (1)

FIRMA DEL AUTOR (salvo representación):

- (1) Rellenar únicamente en las obras literarias o científicas y en las composiciones musicales, indicando exclusivamente las opciones que se citan a continuación para cada clase de obra:
En obras literarias o científicas: Texto y/o ilustraciones. En composiciones musicales: Música y/o letra

INSTRUCCIONES PARA CUMPLIMENTAR EL IMPRESO: “AUTORES 1 A”

(1) SOLICITANTE:

- Cuando el autor y titular sea una única persona, el mismo figurará y firmará como solicitante.
- Si son varios los autores y titulares, figurará uno como solicitante, a efectos de notificaciones, y todos ellos firmarán el impreso.
- Cuando el autor y titular fuera menor de edad o incapacitado, figurará como solicitante la persona que ejerza la patria potestad, tutela o curatela.

(2) TÍTULO DE LA OBRA:

Se indicará el título de la obra cuya inscripción de derechos se solicita, que deberá ser idéntico al consignado en el ejemplar identificativo y en el impreso AUTORES 2 que corresponda según la clase de obra.

(3) AUTOR/ES:

Es autor la persona natural que ha creado la obra. En el caso de un solo autor, se marcará una cruz en la casilla “**único autor**” y, si el autor no es el solicitante, se harán constar sus datos personales en el apartado correspondiente del impreso. En caso de ser varios los autores, se marcará una cruz en la casilla “**varios autores**” y se consignarán sus datos personales en el **Anexo al Impreso AUTORES 1**.

DOCUMENTOS A PRESENTAR CON LA SOLICITUD:

SOLICITANTE Y AUTOR/ES:

Fotocopia del DNI, o del documento acreditativo de la identidad si se tratase de extranjeros.

REPRESENTANTE:

Si como solicitante figura una persona distinta del autor o autores, deberá presentar un poder de representación otorgado por el/los autor/es (salvo en el caso de los menores de edad e incapacitados).

Dicho poder puede otorgarse mediante escritura pública o mediante documento privado, con la firma del poderdante o poderdantes legitimada/s por notario o por funcionario del Registro en el modelo **Poder de Representación (*)**. En tal caso, no será necesario que el autor o autores firmen la solicitud, ni tampoco el Anexo al Impreso AUTORES 1 A-T.

MENORES DE EDAD E INCAPACITADOS:

Fotocopia del libro de familia o del documento que acredite la patria potestad, tutela o curatela.

OBRA:

La documentación a aportar se indica en el impreso AUTORES 2 correspondiente a la clase de obra sobre cuyos derechos se solicite la inscripción.

(*) Todos estos modelos y los impresos de solicitud están a disposición del solicitante en las Oficinas Provinciales y en la web <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/propiedadintelectual/registro-de-la-propiedad-intelectual/solicitudes-de-inscripcion/impresos-de-solicitud.html>

INFORMACIÓN ADICIONAL DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

Actividad de tratamiento

Inscripción de derechos de propiedad intelectual

Responsable del tratamiento

D.G. de Industrias Culturales, Propiedad Intelectual y Cooperación
Plaza del Rey, 1 – 28040 Madrid
propiedad.intelectual@cultura.gob.es

Delegado de Protección de Datos

El Delegado de Protección de Datos del Ministerio de Cultura y Deporte es el titular de la Subdirección General de Atención al Ciudadano, Documentación y Publicaciones. Puede contactar con el DPD en dpd@cultura.gob.es.

Finalidad del tratamiento

Gestión de las inscripciones de derechos de propiedad intelectual en el Registro General de la Propiedad Intelectual.

Plazos o criterios de conservación

Indefinido, aun cuando se cancele el asiento registral.

Decisiones automatizadas

No se realizará toma de decisiones individuales automatizadas basadas en la información que usted nos proporciona.

Legitimación o base jurídica

- Artículo 6.1.e) del RGPD.
- Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.
- Real Decreto 28.1/2003, de 7 marzo, que aprueba el Reglamento del Registro General de la Propiedad.

Destinatarios

- Registros Territoriales de la Propiedad Intelectual, dependientes de las Comunidades Autónomas.
- Administración de Justicia.
- Otras Administraciones Públicas.

Derechos

Puede ejercitar los derechos de los artículos 15 al 22 del RGPD que sean de aplicación de acuerdo a la base jurídica del tratamiento. Podrá hacerlo en la sede electrónica del ministerio, presencialmente en las oficinas de registro o por correo postal.

Autoridad de control

La autoridad de control en materia de protección de datos personales es la [Agencia Española de Protección de Datos](https://www.aepd.es/), <https://www.aepd.es/>.

Categorías de datos personales

Datos identificativos (nombre y apellidos; NIF/ DNI/NIE/Pasaporte/documento que acredite la identidad si se trata de extranjeros; dirección postal/electrónica; teléfono móvil/fijo y firma)

Acuerdo de Gestión de Derechos Audiovisuales para el Proyecto de PreProducción "Vinos de Castelló"

Entre los estudiantes de Comunicación Audiovisual Pedro Ramírez y Ester Cifre, en adelante denominados como los "Creadores", y la agencia de comunicación 5barricas, en adelante denominada como la "Agencia", se ha llegado al siguiente acuerdo de gestión de los derechos audiovisuales del proyecto de preproducción "Vinos de Castelló".

Propiedad Intelectual: Los derechos de propiedad intelectual sobre el proyecto de pre producción "Vinos de Castelló" pertenecen exclusivamente a los Creadores.

Derechos de Distribución, Emisión y Explotación: Los derechos de distribución, emisión y explotación del proyecto de preproducción "Vinos de Castelló" pertenecen exclusivamente a la Agencia.

Reconocimiento de los Creadores: La Agencia se compromete a reconocer públicamente la autoría de los Creadores en todas las ocasiones en que el proyecto de preproducción "Vinos de Castelló" sea distribuido, emitido o explotado.

Uso de Imágenes y Contenido: La Agencia se compromete a obtener previamente el consentimiento de los Creadores antes de utilizar cualquier imagen o contenido relacionado con el proyecto de preproducción "Vinos de Castelló".

Obligación de Confidencialidad: Tanto los Creadores como la Agencia se comprometen a mantener la confidencialidad sobre cualquier información relacionada con el proyecto de preproducción "Vinos de Castelló".

Duración del Acuerdo: El presente acuerdo de gestión de derechos audiovisuales tendrá una duración indefinida y se mantendrá en vigor hasta que ambas partes decidan darlo por terminado.

Resolución de Conflictos: Cualquier conflicto que pudiera surgir entre los Creadores y la Agencia en relación con el presente acuerdo de gestión de derechos audiovisuales será resuelto de manera amistosa entre las partes, de no ser posible se resolverá mediante el arbitraje.

En virtud de lo anterior, los Creadores y la Agencia aceptan los términos y condiciones establecidos en el presente acuerdo de gestión de derechos audiovisuales para el proyecto de preproducción "Vinos de Castelló".

Firmado:



Fecha: 15 de diciembre de 202

CARTA DE COMPROMISO

A la atención de Ester Cifre y Pedro Ramírez,

Me complace dirigirme a ustedes en representación de la agencia de comunicación 5barricas. Soy Fernando Murad, responsable de la agencia, y me gustaría expresar nuestro interés en colaborar con ustedes en la producción del proyecto de preproducción titulado "Castellón, una tierra de vinos". Hemos tenido la oportunidad de revisar su propuesta y estamos impresionados por la calidad y la relevancia de su trabajo.

En 5barricas, reconocemos y valoramos el talento y la dedicación de jóvenes estudiantes, que se esfuerzan por destacar en el campo de la comunicación audiovisual. Creemos firmemente en el potencial de su proyecto para promover y resaltar la tradición vitivinícola de la región de Castellón.

Dado nuestro conocimiento y experiencia en el sector vitivinícola, estamos seguros de que podemos aportar un valor significativo a su proyecto. Nos comprometemos a brindarles apoyo en la producción, difusión y promoción de "Castellón, una tierra de vinos". Nuestro equipo de profesionales altamente capacitados y nuestra red de contactos en la industria nos permitirán llevar a cabo este proyecto de manera exitosa.

Además, nos gustaría discutir los detalles logísticos, técnicos y financieros del proyecto en una reunión futura. Estamos abiertos a sus ideas y sugerencias, y trabajaremos en estrecha colaboración con ustedes para garantizar que su visión se haga realidad.

Agradecemos la oportunidad de participar en este emocionante proyecto y esperamos con entusiasmo la posibilidad de trabajar juntos. Creemos firmemente en su talento y en la importancia de promover la región de Castellón como un destino vinícola destacado.

Quedamos a su disposición para cualquier consulta adicional o para coordinar una reunión. Esperamos con ansias su respuesta positiva y el inicio de esta colaboración.

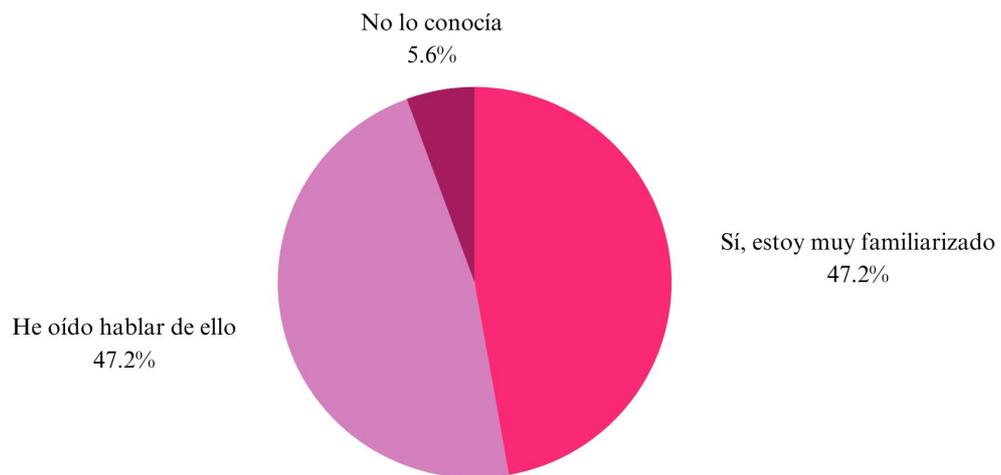
Atentamente,



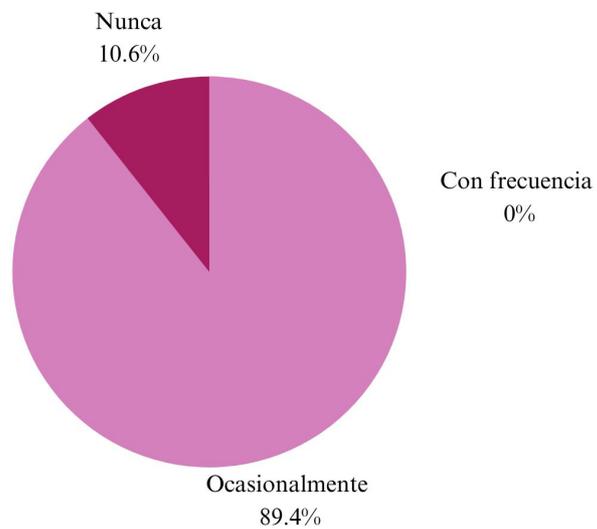
Fernando Murad
Responsable de la agencia de comunicación 5barricas
Fecha: 15 de diciembre de 2022

RESULTADOS ENCUESTA

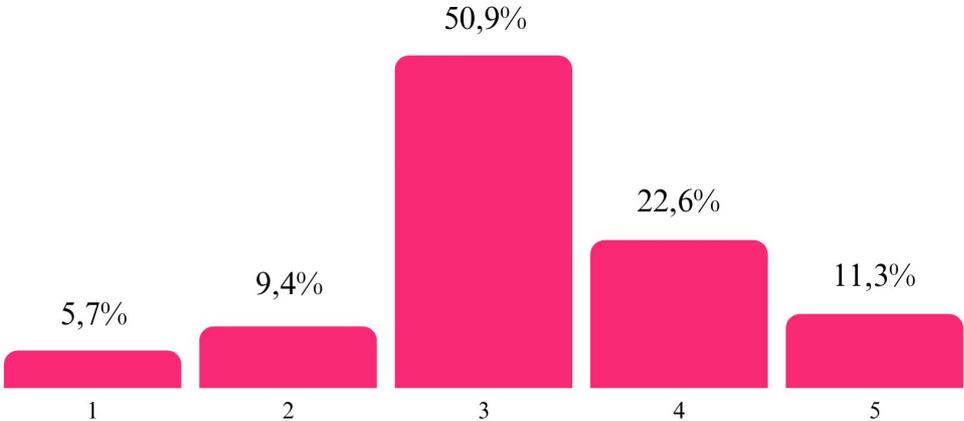
1. ¿Conoces la tradición vitivinícola de Castelló?



2. ¿Con qué frecuencia consumes vino de Castelló?



3. Valora del 1 al 5 la calidad de los vinos de Castellón (donde 1 muy poca calidad y 5 mucha calidad).



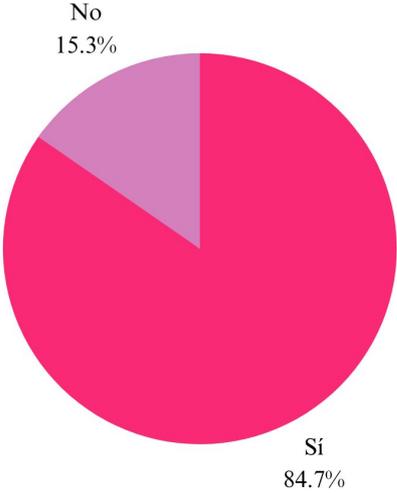
4. ¿Conoces la características, peculiaridades e historia del sector vitivinícola de Castelló?



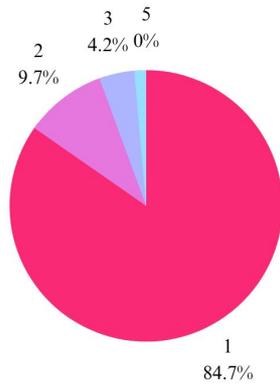
5. ¿Conoces el sello de calidad IGP Castelló?



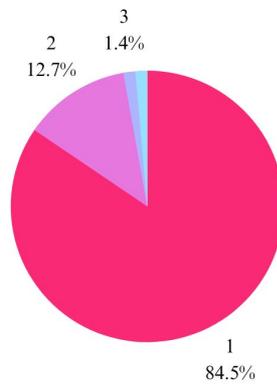
6. ¿Has oído hablar de las bodegas de la IGP Castelló a través de los medios de comunicación?



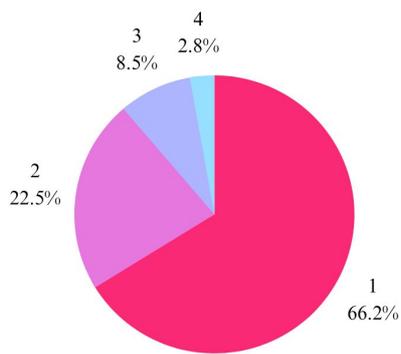
7. Valora del 1 al 5 la frecuencia con la que encuentra información sobre el Vino de Castelló en las siguientes fuentes de información (donde 1 es “ninguna frecuencia” y 5 es “con mucha frecuencia”).



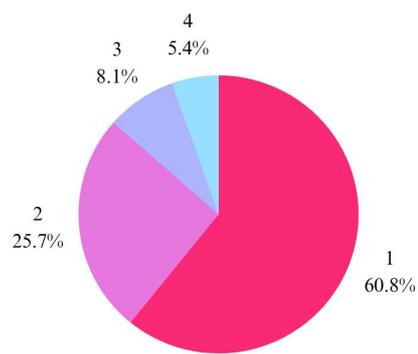
TELEVISIÓN



RADIO

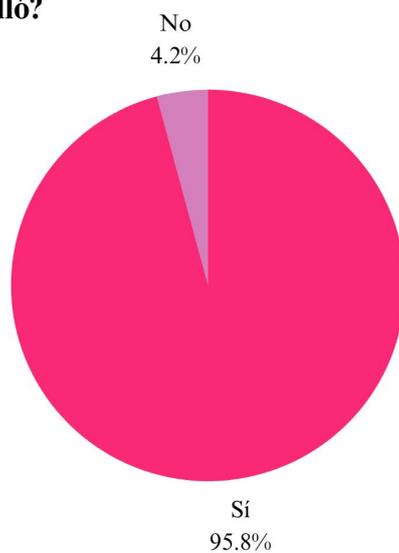


PRENSA

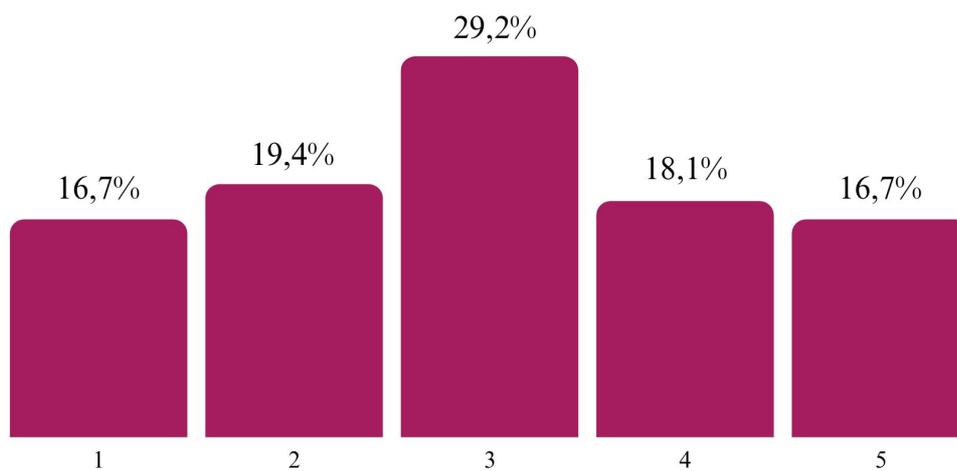


REDES SOCIALES

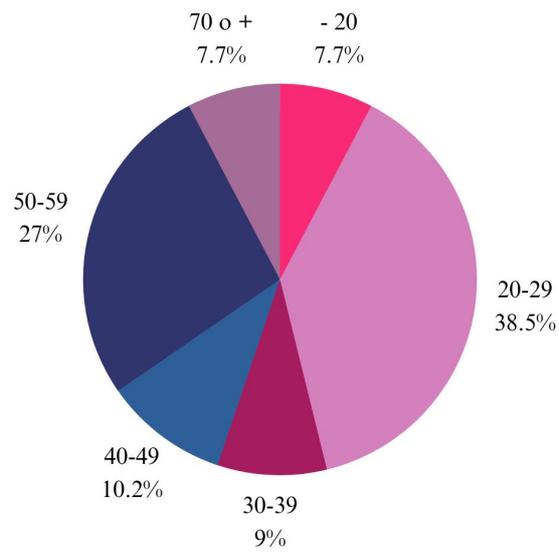
8. ¿Te parece importante que se dé visibilidad a las bodegas que forman parte de la IGP Castelló?



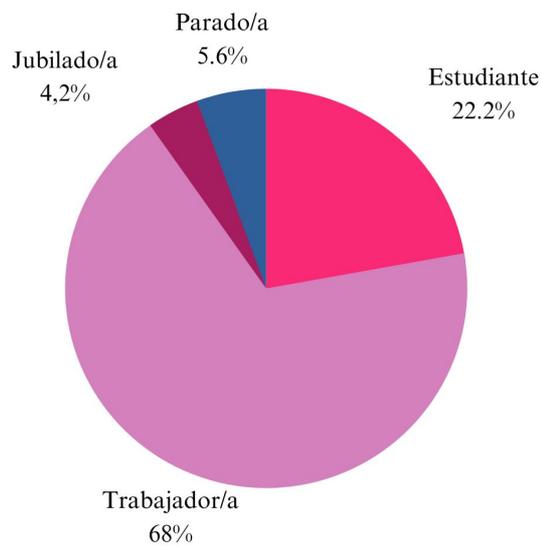
9. Valora del 1 al 5 tu interés por consumir productos audiovisuales relativos a los Vinos de Castelló (donde 1 muy poco interés y 5 mucho interés).



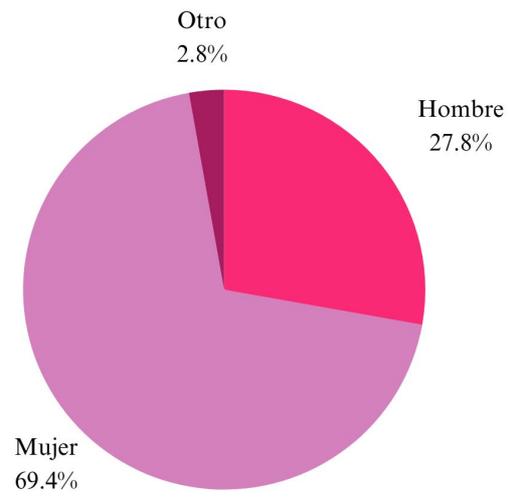
¿ En qué tramo de edad te encuentras?



¿Cuál es tu ocupación principal?



¿Cuál es tu género?



Cesión de Derechos para la Utilización de Imagen en Proyecto Audiovisual

Yo, _____, con domicilio en _____, en adelante denominado(a) "el cedente", en mi calidad de titular de los derechos de imagen correspondientes a la(s) persona(s) identificada(s) a continuación, doy mi consentimiento expreso y voluntario para ceder los derechos de utilización de imagen en el proyecto audiovisual denominado "Castellón, tierra de vinos", en adelante denominado "el proyecto", a la empresa 5barricas, en adelante denominada "la empresa".

1. Cesión de derechos:

El cedente, en virtud del presente documento, cede a la empresa el derecho exclusivo, perpetuo, irrevocable y sublicenciable para utilizar la imagen y voz de la(s) persona(s) identificada(s) en relación con el proyecto en todas sus modalidades y usos conocidos o que puedan desarrollarse en el futuro, incluyendo, pero no limitado a: la reproducción, distribución, comunicación al público, adaptación, traducción y cualquier otra forma de explotación que pueda existir actualmente o que pueda surgir en el futuro, en cualquier medio conocido o por conocerse.

2. Ámbito territorial y temporal:

La cesión de derechos se realiza para el territorio mundial y durante toda la vigencia legal de los derechos de autor y conexos aplicables.

3. Exclusividad:

La cesión de derechos otorgada a la empresa es exclusiva, lo que significa que el cedente se compromete a no otorgar a terceros ningún otro tipo de licencia o autorización para la utilización de su imagen en relación con el proyecto.

4. Protección de datos personales:

El cedente autoriza a la empresa a recopilar, almacenar y utilizar los datos personales proporcionados en este documento únicamente con el propósito de llevar a cabo la cesión de derechos y en cumplimiento con las leyes de protección de datos aplicables.

5. Ley aplicable y jurisdicción:

El presente acuerdo se regirá e interpretará de acuerdo a la Ley Orgánica 1/85 de 5 de mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

6. Aceptación y firma:

Con la firma de este documento, el cedente declara haber leído y comprendido todos los términos y condiciones aquí estipulados, otorgando su consentimiento de manera libre y voluntaria.

En _____ a _____.



ESTER CIFRE GRANELL

EXPERIENCIA PROFESIONAL

CO-ENABLE ADVISORS | 2023

Consultora Junior

- Elaboración de planes estratégicos.
- Acompañamiento en la implantación de la estrategia.
- Diseño de planes de comunicación interna.

GRUPO EDICIONES PLAZA | 2022

Revista digital 5 Barricas - Programa TV A Sorbos y Bocados

- Redacción de noticias y reportajes.
- Gestión de redes sociales.
- Elaboración de reportajes audiovisuales.

DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE CASTELLÓN | 2021

Gabinete de Comunicación en el Área de Cultura y Deportes

- Redacción de notas de prensa.
- Redacción de discursos.
- Cobertura gráfica.

FERIA DE LA SALUD DE CASTELLÓN | 2019

Gabinete de Comunicación

- Redacción de notas de prensa.
- Difusión a los medios de comunicación.
- Coordinación de la comunicación.

RADIO ESPORT VALENCIA 91.4 | 2017-2018

Cobertura del Valencia Basket

- Reportaje a pie de pista.
- Entrevistas a los jugadores.
- Cobertura de los partidos del equipo femenino.

PERFIL

Especializada en comunicación con un perfil multidisciplinar en creación de contenidos relativos al Periodismo y a la Comunicación Audiovisual. Actualmente, realizo estudios de Máster en Marketing e Investigación de Mercados con el objetivo de complementar la formación y la experiencia que he obtenido hasta el momento.

CONTACTO

 estercifre@gmail.com

 Castellón de la Plana

COMPETENCIAS TÉCNICAS

- Fotografía y videografía.
- Edición de audio y vídeo.
- Redacción.
- Locución.
- Redes sociales.

SOFTWARE

- Paquete de Adobe: Premiere Pro, Photoshop, Illustrator y Audition.
- WordPress.

DESTACADO

PROGRAMA EMJADAORES UJI | 2020-2021-2022

Embajadora Nacional.

PERMISO DE CONDUCIR

Carnet tipo B.

IDIOMAS

CASTELLANO

Nativo

VALENCIANO

Nativo

INGLÉS

Nivel B2

FORMACIÓN

MÁSTER INTERUNIVERSITARIO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS | 2022-ACT.

**Universidad Jaume I de Castelló.
Universidad de Valencia.**

GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL | 2018-2022

Universidad Jaume I de Castelló.

GRADO EN PERIODISMO | 2017-2021

Universidad Jaume I de Castelló.

FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

DISEÑO GRÁFICO CON ADOBE ILLUSTRATOR | 2022

Universidad Jaume I de Castelló.

CÓMO ESCRIBIR Y PUBLICAR UN ARTÍCULO CIENTÍFICO | 2021

Universidad Jaume I de Castelló.

CONGRESO DISCURSO POLÍTICO Y PERIODISMO | 2019

Universidad Jaume I de Castelló.

PEDRO RAMÍREZ

PERIODISTA



València



pedrorariasvlc@gmail.com



EXPERIENCIAS PROFESIONALES

REDACTOR DE CONTENIDOS

CRN MADERA Y CORCHO / LABORA
NOV. DE 2023 ACTUALIDAD

- Gestión de RR.SS. y página web
- Redacción de artículos, entrevistas, reportajes y crónicas
- Elaboración y edición de fotografías y vídeos

REDACTOR DE CONTENIDOS

5BARRICAS/VALENCIA PLAZA
JUL. DE 2020 ACTUALIDAD

- Gestión de RR.SS. y página web
- Redacción de artículos, entrevistas, reportajes y crónicas
- Elaboración y edición de fotografías y vídeos
- Colaboración en programas radiofónicos

JEFE DE Prensa PISOS SOLIDARIOS

PISOS SOLIDARIOS/UJI
SEPT. DE 2019 MAY. 2021

- Gestión estratégica de RR.SS.
- Redacción de notas de prensa
- Elaboración y edición de fotografías y vídeos
- Director y presentador de programas radiofónicos

MONITOR DE AUDIOVISUALES

ESCOLA D'ESTIU / FUNDACIÓ UJI
JUN. DE 2022 JUL. DE 2022

- Talleres de ocio y socieducativas
- Programar actividades y metodología de trabajo en grupo basadas en el mundo audiovisual

PERIODISTA EN PRÁCTICAS

AYTO. DE GODELLA/DIPUTEBCA
JUL. 2018/19 HASTA AGO. 2018/19

- Redacción de notas de prensa
- Gestión de RR.SS. y página web
- Elaboración y edición de fotografías, vídeos y newsletters
- Colaboración en el Boletín Informativo Municipal

MONITOR INFANTIL

GENERALITAT VALENCIANA/ UJI
NOV. DE 2017 HASTA DIC. DE 2017

- Talleres de ocio y socieducativas
- Programar actividades y metodología de trabajo en grupo

HISTORIAL ACADÉMICO

UCV VALENCIA

MÁSTER DE PROFESORADO DE
SECUNDARIA

- Estudios actuales

UNIVERSITAT JAUME I

GRADO EN COMUNICACIÓN
AUDIOVISUAL

- Estudios actuales

UNIVERSITAT JAUME I

GRADO EN PERIODISMO

ESCUELAS SAN JOSÉ JESUITAS

FP EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA

CUALIFICACIONES

- Curso de diseño editorial y maquetación con InDesing
- Curso de edición de vídeo con Adobe Premiere y Photoshop
- Curso de operador de cámara de vídeo ENG y DSLR
- Curso de capacitación sobre
- Permiso B de conducción
- Certificado de Mitjà Valencià C1
- Conocimiento en ofimática
- Curso de manipulador de alimentos

VOLUNTARIADO

- Refugio de animales SVPAP, como ayudante en el grupo de mantenimiento
- Centre d'esplai "Racó Màgic", atendiendo a menores de 4 a 9 años mediante actividades educativas en valores
- Asociación Deportiva, Rehabilitadora y Social (ADERES), colaborando en la Escuela de Verano
- Asociación Anjel (Club de ocio para personas con TEA y TEL), apoyando las actividades de ocio y tiempo libre