

Grado en Periodismo
TRABAJO FINAL DE GRADO

El Monumental | El medio que descubre el patrimonio arquitectónico valenciano

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



@elmonumental_info



@elmonumental.info

Autor del trabajo: Rafael Pià López del Castillo

Tutor del trabajo: Amador Iranzo Montés

Modalidad de trabajo: Línea C2. Medio digital especializado

Curso: 2022 – 2023

Índice:

1. Introducción	2
1.1. Presentación del tema y justificación de su interés e importancia	2
1.2. Justificación del nombre de la publicación	2
1.3. Objetivos a conseguir y público objetivo	2
2. Diseño de la publicación	3
2.1. Análisis de la competencia	3
2.2. Características básicas de diseño e identidad corporativa	4
2.3. Estructura del medio. Explicación y justificación de las secciones	6
2.3.1. Inicio	6
2.3.2. Arquitectura industrial	6
2.3.3. Adiós conservación	6
2.3.4. Una historia diferente	6
2.3.5. Deporte e historia	6
2.3.6. ¿Quién estuvo allí?	7
2.3.7. Conócelos	7
2.3.8. Contacta con nosotros	7
2.3.9. Quiénes somos	7
2.4. Plataforma que se utilizará y justificación	7
2.5. Elección de las redes sociales y justificación	7
2.6. Previsión de gastos e ingresos	8
3. Contenidos de la publicación	9
3.1. Justificación del interés y enfoque de las piezas	9
3.2. Fuentes y documentación utilizadas en la elaboración de los contenidos	12
4. Valoración final	13
5. Resumen ejecutivo en inglés	15
6. Anexos	20
6.1. Plan de preproducción	20
6.1.1. Febrero	20
6.1.2. Marzo	20
6.1.3. Abril	20
6.1.4. Mayo	20
6.2. Cuadro resumen de las publicaciones del cibermedio	25
6.3. Cuadro resumen con las publicaciones de cada red social utilizada	29
6.3.1. Instagram	29
6.3.2. Tik Tok	33
6.4. Cuadro resumen con las fuentes personales entrevistadas	34
6.5. URL de la carpeta compartida de Google Drive	39

1. Introducción

1.1. Presentación del tema y justificación de su interés e importancia

El Monumental trata de hacer un recorrido por toda la Comunitat Valenciana, mostrando una gran variedad de edificios y monumentos, poniendo, de este modo, en valor el patrimonio cultural y arquitectónico de la región, que representa una gran parte de nuestra historia. Muchos de estos lugares esconden una historia realmente interesante y, en la actualidad, muchos de ellos se encuentran en una situación lamentable de conservación. Por otro lado, este medio de comunicación pretende contar historias desconocidas sobre los edificios más visitados, aportando una perspectiva distinta, pero interesante, a la cronología de estos lugares.

En cuanto a la justificación de su interés e importancia, debemos decir que la Comunitat Valenciana está repleta de monumentos históricos que destacan por poseer un gran valor cultural, patrimonial y arquitectónico. No obstante, la mayoría de los valencianos desconocen estos lugares, aunque se encuentran a muy poca distancia de sus hogares. *El Monumental* trata de recorrer toda la geografía valenciana, explicando y mostrando los edificios más importantes de sus localidades, narrando su historia y funcionalidad.

Además, este medio digital intenta contar toda la actualidad sobre estos monumentos, mostrando sus posibles remodelaciones y narrando, en forma de piezas periodísticas, todo lo que perjudique su conservación y bienestar.

1.2. Justificación del nombre de la publicación

El nombre escogido para la publicación es: *El Monumental*. Esta cabecera aporta una noción clara sobre qué piezas va a poder consumir el público objetivo. Además, el subtítulo escogido despeja toda clase de dudas al consumidor, que, de antemano, podrá conocer qué tipo de piezas periodísticas podrá leer e interpretar.

1.3. Objetivos a conseguir y público objetivo

El principal objetivo que *El Monumental* desea conseguir es que los habitantes de la Comunitat visiten estos lugares, atractivos para aquellos apasionados de la historia que, con pocos recursos, pueden descubrir un pedazo de la historia de su tierra, con el fin de luchar contra la falta de inversión en la conservación del patrimonio histórico valenciano.

Por otro lado, la intención es ayudar a las localidades de la región a potenciar su patrimonio. Un medio que ofrezca una gran oferta turística puede atraer a miles de visitantes que pongan en valor el patrimonio local.

Por otro lado, El Monumental intenta ser un medio digital interesante, que cuenta historias desconocidas, dedicadas, principalmente, a los amantes de las historias originales e inéditas.

Por su parte, el público objetivo de este medio digital son aquellas personas, que residen en la Comunitat Valenciana, apasionadas por la historia y por su patrimonio.

El grupo de edad concreto al que va dirigido este medio de comunicación tiene más de dieciocho años, pero menos de treinta y cinco, centrándonos así, en las personas jóvenes que, sin duda, son los que, a nuestro parecer, pueden cambiar la visión de la sociedad sobre la conservación de nuestro patrimonio cultural. Además, este grupo de personas, por norma general, son los que menos nivel adquisitivo presentan y, en este caso, *El Monumental* propone visitas a estos lugares, sin gastarse una excesiva cantidad de dinero.

2. Diseño de la publicación

2.1. Análisis de la competencia

En busca de algunos medios de comunicación que puedan parecerse a *El Monumental*, es necesario destacar tres revistas que presentan el mismo tema especializado.

Una de ellas es *Turisme CV Magazine*, una revista que aborda el tema del turismo de la Comunitat Valenciana, potenciada y publicada por la misma

Generalitat. Este medio digital muestra los lugares más representativos de la región, así como sus fiestas populares y cultura.

La revista *Viajar*, que pertenece a los grupos Prensa Ibérica y Grupo Zeta, propone planes, breves escapadas y viajes. Además, recomienda algunas de las visitas imprescindibles, según el lugar al que viajes.

Por su parte, *Todopatrimonio* es una revista publicada por varios investigadores que, a su vez, intentan proteger el patrimonio español. Los propios intelectuales publican en este portal sus estudios.

Llegados a este punto, debemos decir que, por separado, las tres revistas presentan una semejanza clara con *El Monumental*. No obstante, ninguna publicación, en su totalidad, abarca todas las temáticas que esta publicación presenta. Uno de nuestros valores es la originalidad y, dicho esto, ninguna de las tres revistas, citadas anteriormente, ponen en valor, en exclusiva, la defensa y difusión del patrimonio valenciano, sino que se limitan a aportar información de varios sitios conocidos y visitados con cierta frecuencia.

2.2. Características básicas de diseño e identidad corporativa

El sitio web de *El Monumental* presenta un diseño sencillo, pero con una gran variedad de botones funcionales. Las publicaciones se observan, en primer lugar, según su orden de publicación, en la página inicial. Posteriormente, navegando por el resto de secciones, encontramos las piezas periodísticas con sus fotografías correspondientes, seguidas de sus titulares y de un breve adelanto de las piezas en cuestión.

Los colores corporativos del medio que descubre el patrimonio arquitectónico valenciano son el azul oscuro, el marrón claro y el blanco. El azul oscuro simboliza verdad y seriedad y, por tanto, resulta idóneo para emplearlo como uno de nuestros colores corporativos. Por otro lado, el marrón claro es un color que evoca a lo antiguo, a las construcciones de piedra vista y, por lo tanto, refleja a la perfección la identidad de este medio digital. Por último, el blanco simboliza la pureza y originalidad y, como no, este medio de comunicación especializado

no puede ser más original. Así pues, los tres colores casan a la perfección y agradan a la vista.

Por su parte, abordando el tema de los tipos de letra empleados, debemos decir que la tipografía utilizada en la cabecera del sitio web de *El Monumental* es “Inknot Antiqua Bold”, ya que sus formas evocan a construcciones antiguas. Por otro lado, en el caso de las piezas periodísticas propiamente dichas, los titulares están constituidos con la tipografía “Arial Black”, ya que la intención del título, como en toda pieza periodística, es la de impactar en el lector para invitarle a consumir los productos del sitio web. Por su parte, el cuerpo de las piezas está formado por una letra “Helvética”, que es sencilla, pero, además, es muy legible.

En cuanto al logotipo se refiere, los colores corporativos que se encuentran presentes en él son el azul oscuro y el marrón claro, ya que el blanco, solamente, está presente en el sitio web, en el fondo de las páginas y secciones. Dicho esto, las dos tipografías que se pueden observar en el logo de *El Monumental* son “Rakkas”, para el artículo de la cabecera, y, de nuevo, “Helvética”, para el resto del nombre del medio de comunicación especializado.



Por último, en cuanto a la identidad corporativa se refiere, debemos decir que la misión de la publicación es la de crear un espacio original para aquellos apasionados de la historia que, con pocos recursos, puedan disfrutar del patrimonio valenciano más inmediato y próximo. La visión de esta publicación, por su parte, es convertirse en un medio de comunicación especializado de referencia en el sector. Finalmente, los valores que representan a *El Monumental* son: transparencia, originalidad, veracidad, sensibilización con el patrimonio arquitectónico y cercanía.

2.3. Estructura del medio. Explicación y justificación de las secciones

El sitio web se presenta de forma horizontal, mostrándose, en primer lugar, la cabecera del medio de comunicación y el subtítulo. Más abajo encontramos las secciones, que explicaremos posteriormente. Justo debajo de estas categorías, encontraremos las últimas publicaciones, a modo de sección de inicio, con la intención de que el público que consume *El Monumental* conozca, rápidamente, cuáles son las piezas más recientes.

Este medio de comunicación especializado cuenta con las siguientes secciones:

2.3.1. Inicio

En la sección inicial, tal y como se indica anteriormente, aparecen las últimas publicaciones del medio. El lector, en este caso, podrá ser consciente, en todo momento, de cuál es la información más reciente.

2.3.2. Arquitectura industrial

Esta sección hace un recorrido por varios edificios industriales que, en muchas ocasiones, han sido un lugar importante para muchas personas. Allí, muchos han desempeñado, durante varios años, su puesto de trabajo y, muchos de estos lugares, han aportado una gran riqueza a distintas localidades. Ahora, muchas fábricas están abandonadas y nadie se acuerda de ellas.

2.3.3. Adiós conservación

Esta sección denuncia el mal estado de conservación de algunos de los monumentos más representativos de las localidades valencianas.

2.3.4. Una historia diferente

Esta sección trata de aportar una historia, poco conocida, sobre algunos de los edificios más conocidos de la Comunitat Valenciana. Además, intenta reflejar la historia de algún lugar que, antiguamente, tuvo una funcionalidad distinta a la actual.

2.3.5. Deporte e historia

Esta categoría trata de mostrar algunos de los recintos deportivos más importantes de la región, con la intención, también, de conocer la historia de los clubes que habitan, a día de hoy, esas instalaciones.

2.3.6. ¿Quién estuvo allí?

Aquí tratamos de vincular algunos edificios y monumentos con distintos personajes relevantes. Un ejemplo de pieza para esta sección podría ser la visita a la Casa Museo de Miguel Hernández.

2.3.7. Conócelos

Esta sección intenta mostrar diversos monumentos y edificios desconocidos, que, principalmente, están localizados en el interior de cualquiera de las tres provincias de la región, con la intención de colocar en el mapa a diversas poblaciones en peligro de despoblación.

2.3.8. Contacta con nosotros

Este apartado abrirá un enlace comunicativo entre el medio y los lectores, pudiendo, estos últimos, proponer las temáticas de las piezas.

2.3.9. Quiénes somos

En este subapartado, los lectores podrán conocer más la historia de la creación de *El Monumental*, así como conocer a la persona que está detrás de todo este proyecto.

2.4. Plataforma que se utilizará y justificación

La plataforma que da vida a *El Monumental* es Wix, ya que su versión gratuita ofrece una mayor cantidad de recursos que WordPress. Además, consideramos que es más fácil de manejar y que contiene una gran cantidad de elementos visuales para nuestros consumidores.

2.5. Elección de las redes sociales y justificación

Teniendo en cuenta el público objetivo de este medio de comunicación especializado, las redes sociales que hemos escogido son Instagram y Tik Tok.

Estas dos plataformas son las más consumidas por los jóvenes. Asimismo, las dos presentan unas características visuales idóneas para poder mostrar nuestras piezas de forma más clara y visual, hecho que, como decimos, puede complacer a nuestros principales consumidores.

Por un lado, la estrategia comunicativa en Instagram se basa en la actualidad de las publicaciones. En esta red social, el público puede observar, de manera sencilla, cuáles son las últimas piezas publicadas y, además, puede interactuar con las constantes encuestas y preguntas rápidas que *El Monumental* propone.

Por otro lado, la red social de vídeos verticales ofrece al público objetivo un avance visual de las piezas, que, posteriormente, debe complementarse con la lectura de las piezas periodísticas del sitio web. El número de vídeos cortos publicados en esta plataforma, en este caso, depende de las publicaciones que presenten cierta profundidad en el tema.

2.6. Previsión de gastos e ingresos

Los principales gastos a los que *El Monumental* debe hacer frente son, por una parte, los relacionados con el desplazamiento del profesional hacia los lugares que presentan cierto interés periodístico. Debemos tener en cuenta que las piezas de este medio de comunicación especializado precisan de una gran actividad por parte de los que hacemos posible que este proyecto salga adelante. El periodista tendrá que acudir a muchos lugares de la Comunitat Valenciana, gastando, de este modo, muchos recursos humanos y financieros. Además, tenemos que ser conscientes de que, para el buen funcionamiento de este medio de comunicación digital, se necesita contar con un material fotográfico de una calidad media, hecho que aumenta, aún más, el desembolso económico para que el desarrollo de la actividad periodística sea óptimo.

Otros gastos menores que *El Monumental* deberá desembolsar son los relacionados con las dietas del trabajador, que, debido a la lejanía de los lugares de interés periodístico, son necesarios.

Por otra parte, este medio de comunicación digital y especializado reservará, en todo momento, una pequeña parte de su presupuesto para los posibles imprevistos que pudieran aparecer en el desarrollo de las piezas.

Por su parte, *El Monumental*, teniendo en cuenta su juventud como medio de comunicación regional, no gastará ningún recurso económico en el desarrollo del sitio web ni en las redes sociales indicadas con anterioridad.

Por lo que respecta a los ingresos, al cubrir informativamente toda la región, creemos que será sencillo llegar a un gran número de suscriptores, siendo esta la única forma de financiación de este medio de comunicación que, teniendo en cuenta que la plataforma Wix tendrá el poder de poner en nuestra web su propia publicidad, no añadirá más. Finalmente, el precio de la suscripción por usuario ascenderá a tres euros con ochenta céntimos, pagándose mensualmente y ofreciendo al usuario, en todo momento, la posibilidad de cancelarla sin ninguna penalización.

A continuación, observamos un pequeño balance entre gastos e ingresos con los precios detallados del primer mes de actividad de *El Monumental*:

GASTOS	INGRESOS
Gasolina: 250 €	Suscripciones (3,80 €/usuario/mes).
Material fotográfico (Tarjetas de memoria y un trípode): 43,20 €	
Web y Redes Sociales: 0 €	
Dietas: 85 €	
Imprevistos: 80 €	

3. Contenidos de la publicación

3.1. Justificación del interés y enfoque de las piezas

El Monumental, en todas sus secciones, trata de dar visibilidad a los monumentos y edificios más representativos de las localidades la Comunitat Valenciana. Todas las piezas que se publican en este medio de comunicación

tratan, según su categoría, de aportar una información de denuncia social o, por otro lado, de resaltar los monumentos desconocidos de la región, con la intención de que la sociedad sea consciente de que posee, de manera cercana, un patrimonio importantísimo.

Las noticias publicadas en este medio, normalmente, tratan temas relacionados con los actos que, de algún modo, realizan las asociaciones que luchan por la difusión y conservación del patrimonio histórico.

Los reportajes, por su parte, intentan denunciar el estado de conservación de los bienes, aunque, por otra parte, intentan, también, dar a conocer algunos lugares, conocidos o no, de la Comunitat Valenciana.

Por su parte, las entrevistas intentan reflejar, sobre todo, la opinión del entrevistado, que, por norma general, es una persona relevante en el ámbito del patrimonio cultural valenciano. En todo caso, toda esta información siempre está vinculada a un tema de actualidad.

Por último, por lo que respecta a las galerías fotográficas, intentan que el consumidor de *El Monumental* sienta que se encuentra en ese mismo lugar, como si estuviera haciendo una visita virtual, con la intención de que, al final, este público visite estos lugares.

A continuación, reflejaremos las piezas que, a nuestro parecer, son las más importantes de este medio de comunicación.

La noticia más significativa que, hasta la fecha, se encuentra publicada en *El Monumental* es la que presenta el siguiente titular: *La antigua estación de Nazaret entra en la lista roja de conservación de Hispania Nostra*.

Podemos catalogarla como la más importante porque, en cierto modo, este medio de comunicación ha sido testigo de cómo esta antigua estación de FEVE del barrio valenciano de Nazaret ha entrado en la lista roja de conservación de la asociación Hispania Nostra. Esta organización, que trabaja a nivel estatal y europeo, lucha por la conservación de muchos lugares considerados Bien de Relevancia Local y Cultural. De este modo, *El Monumental* ha intentado

sensibilizar a la sociedad, advirtiéndole de que, verdaderamente, existe un problema de conservación en este lugar icónico.

Por su parte, el reportaje más impactante que, actualmente, está publicado en el sitio web de este medio de comunicación presenta el siguiente título: *La fábrica olvidada de Puçol*.

Cointra, la empresa en cuestión, trasladó la fábrica de Puçol a Burgos hace diez años. La factoría, que abrió sus puertas en la década de los cincuenta, supuso el desarrollo de una localidad que, hasta la fecha, no superaba los cuatro mil habitantes. Ahora, lo único que queda de ese lugar es un solar de más de 20 000 metros cuadrados, provocando, de este modo, el olvido de este edificio y de la importancia que tuvo para el desarrollo del municipio.

En cuanto a las entrevistas, debemos decir que *El Monumental* destaca la siguiente: *Carmen Pérez: «San Miguel de los Reyes necesita tener un entorno amplio para poder verse»*.

Carmen Pérez García es una de las delegadas regionales de Hispania Nostra, aunque también ha sido, durante muchos años, la directora del Institut Valencià de Conservació, Restauració i Investigació. Con ella descubriremos qué pretende hacer el Ayuntamiento de València con el entorno del monasterio, desarrollando su nuevo Plan de Protección para el Entorno del Monasterio de San Miguel de los Reyes (València).

La galería fotográfica más representativa de este medio de comunicación es la que tiene como titular *El poblado deshabitado de Sarayana*.

Con esta pieza, este medio de comunicación ha querido reflejar la importancia de un pueblo que, pese a estar deshabitado desde hace años, presenta el mejor ejemplo de arquitectura rural de la región. Mucha gente, propietaria de los terrenos cercanos al lugar, hablaba con este medio sobre la pena que les transmite haber perdido una localidad del interior de Castelló.

A modo de inciso, debemos decir que las galerías fotográficas no aparecen en la sección de inicio, ya que consideramos que son demasiado importantes como para perder su relevancia con la publicación masiva del resto de piezas

periodísticas. Dicho esto, este tipo de contenido aparece, de forma separada al resto, al final de los diferentes apartados, con la intención de que el lector siempre finalice su visita al sitio web, visualizando un contenido ameno e ilustrado.

Por lo que respecta al reportaje radiofónico (*El vandalismo en los puentes históricos del Turia*), debemos decir que, en este caso, *El Monumental* ha intentado reflejar, en todo momento, con la ayuda de los elementos sonoros, el drama que supone destrozar varios elementos arquitectónicos icónicos de la ciudad de València. Aunque, por otro lado, ha intentado conocer, también, el porqué de esas pintadas vandálicas, a través de la voz de un experto en arte urbano.

Por último, abordando el tema del reportaje televisivo (*Las murallas desconocidas de Puçol*), debemos afirmar que este medio de comunicación ha intentado dar a conocer un monumento histórico desconocido, incluso, por los propios vecinos de la localidad de L'Horta Nord. Este Bien de Interés Cultural tuvo una funcionalidad muy importante para el desarrollo de España y Europa y, de este modo, el público objetivo de *El Monumental* podrá, por fin, valorar estas murallas históricas.

3.2. Fuentes y documentación utilizadas en la elaboración de los contenidos

El Monumental, en todo momento, emplea fuentes personales y expertas en la materia. La gran mayoría de estas son representantes de las asociaciones que luchan por la defensa y difusión del patrimonio arquitectónico y cultural de la Comunitat Valenciana. Enrique J. Masiá, el presidente de Alcoi Industrial, es un ejemplo claro de este tipo de fuentes periodísticas que comentamos.

En otras ocasiones, las fuentes empleadas en las piezas periodísticas son expertas en el tema, pero, en este caso, no luchan, esencialmente, por la defensa y protección del patrimonio. Hablamos de alcaldes o alcaldesas de las distintas localidades que conservan, o no, los bienes de relevancia local o cultural. En otros casos, algunos miembros de la clase política, como los concejales o los candidatos a la alcaldía de las elecciones municipales del 28 de

mayo, también son unas fuentes recurrentes. José María Esteve, el concejal de cultura de Puçol, es un ejemplo claro de este tipo de fuentes expertas en el tema.

Por su parte, también es frecuente encontrar a arquitectos, catedráticos e, incluso, personas, como Paco Lloret, que, simplemente, conocen por alguna razón individual y profesional la historia de los lugares en cuestión.

Llegados a este punto, debemos decir que el número de fuentes documentales no es especialmente alto en las piezas periodísticas de *El Monumental*. Dicho esto, este medio de comunicación especializado intenta, de este modo, dar voz, en todo momento, a las personas que, verdaderamente, luchan día a día por la conservación y bienestar del patrimonio. Además, intenta transmitir veracidad a través de la voz sus protagonistas.

4. Valoración final

Llegados a este punto, a modo de valoración final, debemos decir que esta experiencia ha sido realmente gratificante, ya que, gracias al desarrollo de *El Monumental*, hemos podido conocer muchos lugares, monumentos y edificios representativos de la Comunitat Valenciana. Además, hemos tenido el privilegio de conocer a mucha gente que, desde hace años, se encarga de mantener viva la historia y esencia de los lugares en cuestión.

Este medio de comunicación digital nos ha permitido, como indicábamos con anterioridad, conocer gran parte del patrimonio arquitectónico valenciano que, según hemos podido percibir en todas nuestras visitas, en muchas ocasiones, no reflejan un buen estado de conservación pese a las grandes historias que se encuentran detrás de esos muros.

Las fuentes, en todo momento, al tratarse de un medio de comunicación original, han valorado muchísimo la labor de este trabajo, ya que, según nos han ido contando, sus actuaciones y luchas continuas no suelen tener demasiada repercusión en los medios de comunicación tradicionales.

Por otra parte, debemos decir que todos los conocimientos adquiridos a lo largo de estos cuatro años nos han sido de gran ayuda para el desarrollo de todas las

piezas periodísticas e, incluso, para el desarrollo del sitio web y su consiguiente puesta en marcha.

Por otro lado, adentrándonos en el apartado de dificultades, debemos decir que el desarrollo de *El Monumental* ha sido, en muchas ocasiones, realmente complicado.

Para poder hacer realidad este medio de comunicación digital, lo cierto es que hemos tenido que dejar atrás una gran parte de nuestra vida social. Las piezas periodísticas publicadas, al tratarse todas con cierto mimo y energía, han consumido una gran parte del tiempo del periodista, que ha tenido que renunciar, durante tres meses, a muchas cosas. No obstante, el resultado de este trabajo ha resultado ser realmente gratificante para este humilde estudiante, que no se arrepiente, sino que se enorgullece de haber publicado esta web tan completa, que hace feliz a muchas personas que, sinceramente, merecen más repercusión en los medios de comunicación de masas.

Otra de las dificultades a las que hemos tenido que hacer frente, ampliando el párrafo anterior, es la falta de tiempo. El Partido Socialista Obrero Español (PSOE) de Puçol contactó conmigo para trabajar con ellos en la comunicación de la campaña electoral de las próximas elecciones municipales de mayo y, obviamente, acepté, hecho que, en alguna ocasión, ha podido quitarme algo de tiempo, que debería de haber invertido en *El Monumental*.

Por su parte, volviendo a tratar las dificultades del trabajo propiamente dicho, debemos afirmar que muchas de las piezas, en varias ocasiones, se han buscado y desarrollado lejos de nuestra localidad, hecho que ha supuesto el desplazamiento del equipo de *El Monumental*.

Por lo que respecta a las fuentes, muchas veces no hemos recibido respuesta de alguna de ellas, hecho que, de algún modo, ha retrasado el trabajo de este medio de comunicación. Por su parte, la Semana Santa fue una época difícil, ya que, en ese preciso momento, muchas personas cancelaron sus entrevistas, en el último instante, debido a la festividad.

A modo de ejemplo concreto, Carmen Pérez, una de las delegadas de Hispania Nostra, no nos dio permiso para hacerle una fotografía, que, posteriormente, sería la imagen de su entrevista en el sitio web. El motivo fue porque, según la protagonista, no le gustaba su aspecto físico en ese preciso momento.

Por otro lado, a modo de autocrítica, debemos decir que, en ocasiones, el periodista no ha podido dedicar todo el tiempo que debería a la redacción de algunas piezas concretas, que precisaban de más atención y profundidad.

Dicho esto, para cerrar con la valoración final, debemos afirmar que la realización de este trabajo nos ha enriquecido mucho como personas, valencianos y periodistas. No obstante, las dificultades, en muchas ocasiones, han dañado la moral de este humilde periodista que, en momentos puntuales, se ha sentido impotente por la falta de respuesta de una fuente, hecho que, en alguna ocasión, ha supuesto la suspensión de la publicación de una pieza periodística. A modo de ejemplo, debemos decir que nos hubiera gustado hacer un reportaje sobre la Base Militar de El Toro (Castelló), pero, debido a la falta de tiempo por parte de las autoridades locales, tuvimos que cancelar la publicación de la pieza.

5. Resumen ejecutivo en inglés

El Monumental is a specialized means of communication which tries to make a tour around the entire Valencian Community, trying to show a large amount of representative buildings and monuments of the region. All these places represent a substantial part of the history of our autonomous community and, thus, this digital newspaper highlights the architectural and cultural heritage of the area. However, Valencians are unaware of these places, even though they are close to their homes.

In addition, this media outlet reports on all the news about these monuments and denounces, on many occasions, their poor state of conservation and welfare.

As for as the name of the publication is concerned, *El Monumental* perfectly indicates the subject matter of this digital media. In this way, the target audience will be able to know which type of journalism they will go throw.

On the other hand, the goal that *El Monumental* wishes to achieve is that all the inhabitants of every region visit these places, especially those history enthusiasts who, with little money, can discover the portion of the land where they were born and, in this way, fight against the lack of investment in the conservation of the nearest heritage. In addition, the towns that still preserve these places of cultural interest can also be helped, to improve, protect and make their historical heritage more visible. A media that offers a wide range of tourist offering can attract thousands of visitors who can enhance the value of the local heritage.

Young people, aged between eighteen and thirty-five, are our target audience. These people are the ones who can undoubtedly change their way of thinking quite easily. They may become aware that the conservation of our historical heritage is very important. Moreover and in general, this social group is the one with the lowest purchasing level and therefore, *El Monumental* offers visits to these places, without spending an excessive amount of money.

Regarding our main competitors (Turisme CV Magazine, Viajar and Todopatrimonio) they are three magazines whose subject matter is similar to that of this digital and specialized media. However, none of these three header presents a theme so specific as ours, since one of our most identifying values is the originality.

Furthermore, the corporate colours of the media which reveal the Valencian architectural heritage are dark blue, light brown, and white. These colours symbolize seriousness, antiquity, and originality, merits that also represent us.

Additionally, continuing with the issue of the publication's design, we used "Inknot Antiqua Bold", "Arial Black", "Helvetica", and "Rakkas" for our typeface. All these fonts, in our opinion, reinforce the main idea of *El Monumental*, mentioned above.

As far as the corporate identity is concerned, we must say that the mission of the publication is to create an original space for those passionate about history who, with few resources, can enjoy the most immediate and close Valencian heritage. Thus, the idea of this publication is to become a specialized means of reference in the sector. Finally, the values that *El Monumental* represent are transparency, originality, veracity, awareness of architectural heritage, and proximity.

As regards the structure of the mass media, the website is presented horizontally with the header and the subtitle displayed firstly. Below, we find the nine sections that make up this e-media.

In terms of the platform used, we can say that the free version of Wix offers a greater amount of resources than WordPress. Besides, we find it easier to be handled and it contains a large number of visual elements for our users. In the case of the social networks used, Instagram and Tik Tok are the chosen ones. Currently, these two platforms are the most consumed by young people (our target audience) and in addition, they both present ideal visual characteristics to be able to show our pieces more clearly and visually, a fact that, as we say, can please our main users.

The main expenses that *El Monumental* has to face are those related to professional trips costs to places of journalistic interest. In addition, for the proper functioning of this digital media, we will need to have good photographic material which increases, even more, the initial financial outlay.

Other minor expenses that *El Monumental* will have to pay out are the ones attributed to the employee's daily subsistence, which, are necessary due to the distance from the places of journalistic interest.

On the other hand, this digital and specialized means of communication will always reserve a small part of its budget for possible unforeseen events that may arise in the development of the pieces.

Concerning revenue, by informatively covering the entire region, we believe that it will be easy to reach to a large number of subscribers, who will be the only way to finance this media outlet. Taking into account that the Wix platform will have the power to place its own advertising on our website, let will not add any more.

The content of the publication tries to give visibility to the most representative monuments and buildings of the Valencian Community. All the pieces published in this media try, according to their category, to provide information of social complain or to highlight the unknown monuments of the region, with the intention

of making society aware of the fact that it possesses, within a close distance, a very important heritage.

At all times, *El Monumental* uses first hand information providers and experts in the field. The vast majority spreading are representatives of lots of associations that fight for the defence and spreading of the architectural and cultural heritage of the Valencian Community.

On other occasions, the information providers used in the journalistic pieces are experts on the subject, but who do not directly fight for the defence and protection of the heritage. The mayors or mayoresses of all the different localities that conserve, or not, the assets of local or cultural relevance could be these sources of information. Even, some members of the political class, such as councillors or mayoral candidates for the municipal elections on May 28, may also be recurrent sources.

To conclude this issue, we would like to say that this experience has been immensely satisfying. *El Monumental* has allowed us to get to know lots of buildings and monuments in the region which, on many occasions, are in a poor state of conservation or are simply neglected by the authorities and by the residents of the places in question. In our humble opinion and as we said before, this type of content is original, serious, and, moreover, really necessary.

This digital media has also allowed us to meet countless of people who, in some way, have been very grateful for our work and effort, as the traditional media rarely shows this type of content.

In order to develop this work, we have met different and various difficulties that have hindered our work. This, at all times, has made us lose the pace of work which was established in the pre-production plan. On several occasions, the pieces of work have been sought and developed far from our town, a fact that has meant the commute of the *El Monumental* team.

Regarding the information, there were times that we did not receive a reply from some of them, a fact which has somehow delayed the work of this media outlet. As if it were not enough, easter was a difficult time as various people cancelled

their interviews at the very moment, due to the holiday. After this festivity, PSOE from Puçol (my hometown) contacted me to work for them on the campaign communication for the next municipal elections, a fact that, on an occasion have taken some of the time I should have invested in El Monumental.

To conclude, we must say that, as we have previously said, carrying out this work has proved to be extremely rewarding. However, the lack of time has prevented the pre-production plan from being fulfilled in a normally. The difficulties that we had to overcome were many, but, actually, we are left with the accomplishment of a well done and high quality work that, despite not reaching the desired number of pieces, as journalists we intend to continue after the delivery of this project, since we considers that, in some way, we are helping to know a portion of the Valencian land.

The project, as previously mentioned, will continue, for sure since we have been left with the desire to give more visibility to the architectural and cultural heritage of the Valencian Community which, as we have already said on several occasions, is largely unknown to the society of the region. In addition, due to the speed of the project, we have left behind some places that, without any doubt, also deserve to appear in this digital and specialized media, but which, due to timetable difficulties with the information providers, it has been impossible for us to give them visibility at the present time.

6. Anexos

6.1. Plan de preproducción

6.1.1. Febrero

Después de haber tenido las primeras tutorías con el tutor, la intención fue la de empezar con el desarrollo los puntos básicos de la memoria. De este modo, pudimos crear el sitio web, el logo y el diseño de las redes sociales en función de lo que teníamos en mente, previamente supervisado por el tutor.

6.1.2. Marzo

Las primeras semanas empezamos a contactar con las fuentes y a acudir a los primeros actos que, posteriormente, se convertirían en las primeras piezas de *El Monumental*. Posteriormente, empezamos a redactar y publicar las piezas en el sitio web especializado.

6.1.3. Abril

El sitio web ya empezaba a tener la forma que deseábamos. Las conversaciones constantes con el tutor aseguraron el avance de *El Monumental* y de su memoria.

6.1.4. Mayo

La memoria, poco a poco, fue completándose. Las piezas periodísticas, por otro lado, iban llenando las secciones de este medio de comunicación digital. Las publicaciones en las redes sociales, como en el resto de los meses anteriores, eran visibles en nuestras cuentas.

A continuación, mostramos el cuadro de preproducción, que muestra, por semanas, la cantidad de piezas periodísticas que teníamos pensado subir a la web y de publicaciones en nuestras redes sociales. Debido a las dificultades que comentábamos con anterioridad, debemos anticipar que no se ha seguido en su totalidad.

El Monumental

Instagram: @elmonumental_info | Tik Tok: @elmonumental.info

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Semana 1	<p>Reportaje televisivo . (Pieza obligatoria).</p> <p>Tik Tok: Teaser promocional de quince segundos .</p> <p>Instagram: Galería fotográfica .</p>	<p>Galería fotográfica . (Pieza obligatoria).</p> <p>Instagram: Selección de algunas fotografías de la galería, además de una breve explicación de las imágenes.</p>		<p>Noticia escrita.</p> <p>Instagram : entrada.</p> <p>Tik Tok: Vídeo promocional con enlace al sitio web.</p>			<p>Galería fotográfica . (Pieza obligatoria).</p> <p>Instagram : Selección de algunas fotografías de la galería, además de una breve explicación de las imágenes.</p>
Semana 2		<p>Noticia escrita.</p> <p>Instagram: entrada.</p> <p>Tik Tok: Vídeo promocional con enlace al sitio web.</p>		<p>Reportaje escrito.</p> <p>Instagram : entrada.</p> <p>Tik Tok: vídeo de diez segundos.</p>			<p>Reportaje escrito. (Pieza obligatoria).</p> <p>Instagram : entrada.</p> <p>Tik Tok: vídeo de diez segundos.</p>
Semana 3		<p>Reportaje escrito.</p> <p>Tik Tok: vídeo de</p>	<p>Noticia escrita.</p> <p>Instagram: entrada.</p>	<p>Noticia escrita.</p> <p>Instagram : entrada.</p>			<p>Reportaje radiofónico. (Pieza obligatoria).</p>

		diez segundos. Instagram: comparación de fotografías .	Tik Tok: Vídeo promocional con enlace al sitio web.	Tik Tok: Vídeo promocional con enlace al sitio web.			Tik Tok: Fragmento del reportaje. Instagram : Fotografía de archivo.
Semana 4		Entrevista reportajeada. (Pieza obligatoria). Tik Tok: Fragmento de la entrevista. Instagram: Imagen de la protagonista.	Galería fotográfica. Instagram: selección de las mejores fotografías.	Entrevista modelo pregunta – respuesta . (Pieza obligatoria) . Tik Tok: Fragmento de la entrevista. Instagram : Imagen de la protagonista.			
Semana 5		Noticia escrita. Instagram: entrada. Tik Tok: Vídeo promocional con	Crónica escrita. Instagram: entrada. Tik Tok: Vídeo promocional del acontecimie				Reportaje escrito. Tik Tok: vídeo de diez segundos. Instagram : comparación

		enlace al sitio web.	nto o evento con enlace al sitio web.				ón de fotografías.
Semana 6		Reportaje escrito. Tik Tok: vídeo de diez segundos. Instagram: comparación de fotografías .	Galería fotográfica. Instagram: Selección de algunas fotografías de la galería, además de una breve explicación de las imágenes.				Reportaje escrito. Tik Tok: vídeo de diez segundos. Instagram : comparación de fotografías .
Semana 7	Noticia escrita. Instagram: entrada. Tik Tok: Vídeo promocional con enlace al sitio web.		Entrevista reportajeada. Tik Tok: Fragmento de la entrevista. Instagram: Imagen de la protagonista.				Reportaje escrito. Tik Tok: vídeo de diez segundos. Instagram : comparación de fotografías .
Semana 8	Noticia escrita. Instagram: entrada. Tik Tok: Vídeo		Reportaje escrito. Tik Tok: vídeo de diez segundos.				Entrevista modelo pregunta – respuesta .

	promocional con enlace al sitio web.		Instagram: comparación de fotografías.				Tik Tok: Fragmento de la entrevista. Instagram: Imagen de la protagonista.
Semana 9		Noticia escrita. Instagram: entrada. Tik Tok: Vídeo promocional con enlace al sitio web.		Reportaje escrito. Tik Tok: vídeo de diez segundos. Instagram: comparación de fotografías.			Noticia escrita. Instagram: entrada. Tik Tok: Vídeo promocional con enlace al sitio web.
Semana 10	Noticia escrita. Instagram: entrada. Tik Tok: Vídeo promocional con enlace al sitio web.		Galería fotográfica. Instagram: Selección de algunas fotografías de la galería, además de una breve explicación		Crónica escrita. Instagram: entrada. Tik Tok: Vídeo promocional del acontecimiento o evento		

			de las imágenes.		con enlace al sitio web.		
--	--	--	------------------	--	--------------------------	--	--

6.2. Cuadro resumen de las publicaciones del cibermedio

Nº de la publicación	Fecha de publicación	Título	Género	Número de fuentes utilizadas	Comentarios
1	22 de marzo de 2023	Museo Inacabado de Arte Urbano de Fanzara	Galería Fotográfica.	Ninguna.	
2	29 de marzo de 2023	Los reproches de la oposición contra la gestión del patrimonio fabril de Puerto de Sagunto	Crónica.	6	Las declaraciones de esta pieza han sido extraídas de las intervenciones de los políticos.
3	31 de marzo de 2023	La antigua estación de Nazaret entra en la lista roja de conservación de Hispania Nostra	Noticia.	1	
4	2 de abril de 2023	El Polvorín de Riba-roja de Túria	Galería fotográfica.	Ninguna.	

5	6 de abril de 2023	El vandalismo en los puentes históricos del Turia	Reportaje radiofónico.	3	
6	15 de abril de 2023	La fábrica olvidada de Puçol	Reportaje escrito.	3	
7	16 de abril de 2023	Gandia celebra la presentación de su mural de la II Ruta de Arte Urbano VCF	Noticia.	1	
8	17 de abril de 2023	El Círculo por la Defensa y Difusión del Patrimonio Cultural denuncia el mal estado de L'Almoina	Noticia	1	
9	20 de abril de 2023	El calvario de Canet lo Roig	Reportaje escrito.	5	
10	21 de abril de 2023	La Casa Museo José Segrelles de Albaida	Galería fotográfica.	Ninguna.	
11	25 de abril de 2023	El Col·lectiu del Patrimoni Saguntí celebra la	Noticia.	1	

		XVII Trobada al Castell			
12	28 de abril de 2023	Carmen Pérez: «San Miguel de los Reyes necesita tener un entorno amplio para poder verse»	Entrevista modelo pregunta/respuesta .	1	
13	30 de abril de 2023	El poblado deshabitado de Sarayana	Galería fotográfica.	Ninguna.	
14	2 de mayo de 2023	La historia viva de los 100 años de Mestalla	Reportaje escrito.	3	
15	4 de mayo de 2023	La Facultad de Geografía e Historia de la UV acoge la III edición de la València Veïnal	Noticia.	2	Las declaraciones de esta pieza han sido extraídas de las intervenciones de los ponentes.
16	6 de mayo de 2023	Enrique Masiá: «Alcoi respira una atmósfera industrial, reflejada en el lenguaje de sus habitantes»	Entrevista reportajeada e interpretativa.	1	

17	9 de mayo de 2023	El Poliesportiu Municipal Verge del Carme-Beteró de València	Galería fotográfica	Ninguna.	
18	12 de mayo de 2023	Las murallas desconocidas de Puçol	Reportaje televisivo	3	
19	13 de mayo de 2023	Los vecinos de València rechazan la restauración de la Casa del Relojero	Noticia escrita	1	
20	15 de mayo de 2023	La central nuclear de Cofrentes	Galería fotográfica	Ninguna.	
21	17 de mayo de 2023	El orgullo de los oriolanos por la Casa Museo Miguel Hernández	Reportaje escrito	3	
22	18 de mayo de 2023	Fernando Tintero: «El objetivo del Ayuntamiento de Petrer es conservar y mantener su patrimonio»	Entrevista reportajeada e interpretativa.	1	

6.3. Cuadro resumen con las publicaciones de cada red social utilizada

6.3.1. Instagram

Número de publicación	Fecha de la publicación	Contenido	Comentarios
1	22 de marzo de 2023	Pequeña selección de las mejores fotografías de la galería fotográfica.	
2	29 de marzo de 2023	Anuncio de la publicación de la crónica en el sitio web + vídeo del Alto Horno de Puerto de Sagunto a vista de dron.	
3	31 de marzo de 2023	Anuncio de la publicación de la noticia en el sitio web.	
4	2 de abril de 2023	Anuncio de la publicación de la galería fotográfica en el sitio web + pequeña selección de las mejores imágenes.	
5	6 de abril de 2023	Anuncio de la publicación del reportaje en el sitio web + breve anuncio audiovisual.	
6	15 de abril de 2023	Anuncio de la publicación del reportaje en el sitio	

		web + pequeña galería fotográfica.	
7	16 de abril de 2023	Anuncio de la publicación de la noticia en el sitio web.	
8	17 de abril de 2023	Anuncio de la publicación de la noticia en el sitio web.	
9	20 de abril de 2023	Anuncio de la publicación del reportaje en el sitio web.	
10	21 de abril de 2023	Anuncio de la publicación de la galería fotográfica en el sitio web + pequeña selección de las mejores imágenes.	
11	25 de abril de 2023	Anuncio de la publicación de la noticia en el sitio web.	
12	28 de abril de 2023	Anuncio de la publicación de la entrevista en el sitio web.	
13	30 de abril de 2023	Anuncio de la publicación de la galería fotográfica en el sitio web + pequeña selección	

		de las mejores imágenes.	
14	29 de abril de 2023	Encuesta y cuestionario.	La intención es la de interactuar con el público antes de la publicación del reportaje.
14	2 de mayo de 2023	Anuncio de la publicación del reportaje en el sitio web.	
15	4 de mayo de 2023	Anuncio de la publicación de la noticia en el sitio web.	
16	6 de mayo de 2023	Publicación con las claves de la entrevista con Enrique J. Masiá.	
16	6 de mayo de 2023	Anuncio de la publicación de la entrevista en el sitio web.	
17	9 de mayo de 2023	Anuncio de la publicación de la galería fotográfica en el sitio web + pequeña selección de las mejores imágenes.	
18	11 de mayo de 2023	Pregunta con respuesta breve del usuario.	La intención es la de interactuar con el público antes de la

			publicación del reportaje televisivo.
18	12 de mayo de 2023	Anuncio de la publicación del reportaje televisivo, y, además, pequeño vídeo que capta la atención del consumidor.	
19	13 de mayo de 2023	Anuncio de la publicación de la noticia en el sitio web.	
20	15 de mayo de 2023	Anuncio de la publicación de la galería fotográfica en el sitio web + pequeña selección de las mejores imágenes.	
21	17 de mayo de 2023	Anuncio de la publicación del reportaje en el sitio web.	Este anuncio está acompañado por tres fotografías de los elementos más importantes del museo, reflejados en las obras de Miguel Hernández.
22	18 de mayo de 2023	Anuncio de la publicación de la entrevista en el sitio web.	

6.3.2. Tik Tok

Número de publicación	Fecha de la publicación	Contenido	Comentarios
2	29 de marzo de 2023	Vídeo del Alto Horno de Puerto de Sagunto a vista de dron.	
4	3 de abril de 2023	Vídeo promocional sobre la visita al lugar.	
5	7 de abril de 2023	Pequeña promoción del reportaje.	
6	15 de abril de 2023	Pequeña promoción del reportaje.	
9	20 de abril de 2023	Vídeo promocional sobre la visita al lugar.	
10	21 de abril de 2023	Vídeo promocional sobre la visita al lugar.	
13	30 de abril de 2023	Vídeo promocional sobre la visita al lugar.	
14	2 de mayo de 2023	Pequeña promoción del reportaje.	
17	9 de mayo de 2023	Vídeo promocional sobre la visita al lugar.	
18	12 de mayo de 2023	Vídeo promocional del reportaje.	

20	15 de mayo de 2023	Vídeo promocional sobre la visita al lugar.	
21	17 de mayo de 2023	Vídeo promocional sobre la visita al lugar.	

6.4. Cuadro resumen con las fuentes personales entrevistadas

Nombre	Cargo	Fecha de la entrevista	Título de la pieza donde aparece	Sistema utilizado en la realización
Darío Moreno	Alcalde de Sagunto.	22 de marzo de 2023	Los reproches de la oposición contra la gestión del patrimonio fabril de Puerto de Sagunto	Presencial
Josep Francesc Fernández	Candidato de Compromís a la alcaldía de Sagunto.	22 de marzo de 2023	Los reproches de la oposición contra la gestión del patrimonio fabril de Puerto de Sagunto	Presencial
Manuel González	Candidato de Iniciativa Porteña a la alcaldía de Sagunto.	22 de marzo de 2023	Los reproches de la oposición contra la gestión del patrimonio fabril de Puerto de Sagunto	Presencial
Sergio Muniesa	Candidato del PP a la alcaldía de Sagunto.	22 de marzo de 2023	Los reproches de la oposición contra la gestión del patrimonio	Presencial

			fabril de Puerto de Sagunto	
Roberto Rovira	Candidato de Izquierda Unida a la alcaldía de Sagunto.	22 de marzo de 2023	Los reproches de la oposición contra la gestión del patrimonio fabril de Puerto de Sagunto	Presencial
Salvador Montesinos	Candidato de Ciudadanos a la alcaldía de Sagunto.	22 de marzo de 2023	Los reproches de la oposición contra la gestión del patrimonio fabril de Puerto de Sagunto	Presencial
Alejandro Vila	Candidato de VOX a la alcaldía de Sagunto.	22 de marzo de 2023	Los reproches de la oposición contra la gestión del patrimonio fabril de Puerto de Sagunto	Presencial
Josefa Polo	Vecina de Puerto de Sagunto.	22 de marzo de 2023	Los reproches de la oposición contra la gestión del patrimonio fabril de Puerto de Sagunto	Presencial
Raquel Álvarez	Delegada regional en la Comunitat Valenciana de Hispania Nostra.	31 de marzo de 2023	La antigua estación de Nazaret entra en la lista roja de conservación de Hispania Nostra	Telefónica
Joan Mateu	Catedrático de Geografía Física	31 de marzo de 2023	El vandalismo en los puentes	Presencial

	de la Universitat de València.		históricos del Turia	
Lluís Salvador	Director general de Zedreartandbikes y creador de diferentes proyectos de arte urbano para el Ayuntamiento de València.	3 de abril de 2023	El vandalismo en los puentes históricos del Turia	Presencial
Javier Domínguez	Presidente de la Asociación Europea de Paisaje Urbano.	5 de abril de 2023	El vandalismo en los puentes históricos del Turia	Presencial
Eduardo López	Antiguo encargado de la sección central de Cointra.	5 de abril de 2023	La fábrica olvidada de Puçol	Presencial
José María Esteve	Concejal de cultura de Puçol.	6 de abril de 2023	La fábrica olvidada de Puçol	Presencial
Carlos Romero	Antiguo trabajador de Cointra.	6 de abril de 2023	La fábrica olvidada de Puçol	Presencial
Yeko	Artista del mural de Gandia.	17 de abril de 2023	Gandia celebra la presentación de su mural de la II Ruta de Arte Urbano VCF	Telefónica
César Guardado	Presidente de Círculo por la Defensa y Difusión del	17 de abril de 2023	El Círculo por la Defensa y Difusión del Patrimonio Cultural	Telefónica

	Patrimoni Cultural.		denuncia el mal estado de L'Almoina	
María Ángeles Pallarés	Alcaldesa de Canet lo Roig.	19 de abril de 2023	El calvario de Canet lo Roig	Presencial
Lidón Pla	Presidenta de la Associació Cultural de Canet lo Roig.	19 de abril de 2023	El calvario de Canet lo Roig	Presencial
Aurelia Castell	Vecina de Canet lo Roig.	19 de abril de 2023	El calvario de Canet lo Roig	Presencial
Francisca Cavaní	La vecina más mayor de Canet lo Roig.	19 de abril de 2023	El calvario de Canet lo Roig	Presencial
María Forner	Presidenta del Col·lectiu pel Patrimoni Saguntí.	25 de abril de 2023	El Col·lectiu del Patrimoni Saguntí celebra la XVII Trobada al Castell	Telefónica
Carmen Pérez	Delegada regional en la Comunitat Valenciana de Hispania Nostra.	27 de abril de 2023	Carmen Pérez: «San Miguel de los Reyes necesita tener un entorno amplio para poder verse»	Presencial
Paco Lloret	Periodista deportivo.	26 de abril de 2023	La historia viva de los 100 años de Mestalla	Telefónica
José Ricardo March	Experto en la historia del Valencia CF.	26 de abril de 2023	La historia viva de los 100 años de Mestalla	Telefónica

Javier García	Aficionado del Valencia CF.	27 de abril de 2023	La historia viva de los 100 años de Mestalla	Presencial
Andrés Goerlich	Presidente de la Fundación Goerlich.	3 de mayo de 2023	La Facultad de Geografía e Historia de la UV acoge la III edición de la València Veïnal	Presencial
Laura Gil	Representante de la asociación Amics del Carme.	3 de mayo de 2023	La Facultad de Geografía e Historia de la UV acoge la III edición de la València Veïnal	Presencial
Enrique J. Masiá	Presidente de la asociación Alcoi Industrial.	5 de mayo de 2023	Enrique Masiá: «Alcoi respira una atmósfera industrial, reflejada en el lenguaje de sus habitantes»	Presencial
Enric Esteve	Candidato a la alcaldía de Puçol por Compromís.	11 de mayo de 2023	Las murallas desconocidas de Puçol	Presencial
Sonia Pineda	Defensora del patrimonio arquitectónico de Puçol.	11 de mayo de 2023	Las murallas desconocidas de Puçol	Presencial
Encarna Sebastià	Historiadora y arqueóloga del Ayuntamiento de València.	11 de mayo de 2023	Las murallas desconocidas de Puçol	Presencial

Silvia Llop	Restauradora, conservadora y docente de la Universitat Politècnica de València.	13 de mayo de 2023	Los vecinos de València rechazan la restauración de la Casa del Relojero	Telefónica
José Tomás Serna	Director de la Casa Museo Miguel Hernández.	11 de mayo de 2023	El orgullo de los oriolanos por la Casa Museo Miguel Hernández	Presencial
Isaías Soria	Visitante del museo y apasionado de la lírica de Miguel Hernández.	11 de mayo de 2023	El orgullo de los oriolanos por la Casa Museo Miguel Hernández	Presencial
José Antonio Morales	Guía de la Oficina de Turismo de Orihuela.	16 de mayo de 2023	El orgullo de los oriolanos por la Casa Museo Miguel Hernández	Telefónica
Fernando Enrique Tendero	Director del Museo Dámaso Navarro de Petrer y conservador del ayuntamiento de la localidad alicantina.	18 de mayo de 2023	Fernando Tendero: «El objetivo del Ayuntamiento de Petrer es conservar y mantener su patrimonio»	Presencial

6.5. URL de la carpeta compartida de Google Drive

https://drive.google.com/drive/folders/15yAHpbxko4Es-vWuTm_86Bd1p184o0av