

SOBREVIVIENDO AL DIGITAL

La adaptación de la prensa local al nuevo entorno digital

-Trabajo Final de Grado-

UNIVERSITAT JAUME I (UJI)

TUTOR: Hugo Doménech Fabregat

4º GRADO PERIODISMO
FECHA: 23 de mayo de 2014

REALIZADO POR :
Silvia Tirado Márquez
Pablo Llavata Atiénzar

*“La mejor noticia no es siempre la que se da primero,
sino muchas veces la que se da mejor”*

Gabriel García Márquez

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	6
FASE DE PRE-PRODUCCIÓN	7
Gastos para la producción.....	7
Plan de rodaje.....	7
FASE DE PRODUCCIÓN	10
Enfoque y estructura del reportaje.....	10
Fuentes consultadas.....	12
Problemas durante el rodaje	13
PLAN DE POSTPRODUCCIÓN	14
Técnica y elementos de montaje.....	14
Música.....	15
Minutado	16
Rótulos	17
FASE DE EMISIÓN	18
Espacio de emisión.....	18
Público objetivo.....	18
VALORACIÓN FINAL	19
BIBLIOGRAFÍA.....	21
ANEXO. Executive abstract	22
Introduction.....	22
Pre-production phase	22
Production phase.....	23
Post-production phase	23
Final valuation and personal opinion	24

RESUMEN

En la provincia de Castellón las tres cabeceras más importantes de prensa tradicional son: *El Periódico Mediterráneo*, *Levante de Castelló* y *El Mundo – Castellón al Día*. Estos tres periódicos cuentan con su versión digital, aunque su adaptación al nuevo entorno no acaba de ser total. Únicamente uno de ellos dispone de un periodista dedicado exclusivamente a la edición digital. En esta época de crisis económica y crisis de modelo profesional se hace necesaria la reinención de las redacciones. En nuestro reportaje audiovisual hemos estudiado la situación de la prensa en Castellón y el futuro que depara a la información local.

Palabras clave: Prensa, local, Mediterráneo, Levante, Mundo, crisis, reportaje, Internet, digital.

ABSTRACT

In the province of Castellón the three most important headlines are: *El Periódico Mediterráneo*, *Levante de Castelló* y *El Mundo – Castellón al Día*. These three newspapers have a digital version, although the adaptation in that new digital period is not complete. Just one of them get a journalist working exclusively for the digital edition. Nowadays, in this economic and journalistic crisis it is necessary the reinvention of the editorial department. In our audiovisual report we have studied the situation of press in Castellón and the future that it is waiting for the local information.

Keywords: Press, local, Mediterráneo, Levante, Mundo, crisis, report, Internet, digital.

INTRODUCCIÓN

Desde la primera reunión informativa tuvimos claro el tema y el formato para elaborar nuestro Trabajo Final de Grado. La adaptación de los medios tradicionales de Castellón a Internet. Desde los inicios de la carrera hemos estado viendo como el formato digital ha ido ganando terreno al papel, la radio y la televisión. Tras estudiar en diferentes asignaturas las características que deben tener las publicaciones en la red nos dimos cuenta de las muchas carencias y poca adaptación que tienen los medios locales tradicionales de La Plana.

Tras una primera investigación nos percatamos que disponíamos de mucha información sobre la prensa. Sin embargo, la parte de la radio y la televisión no fue tan fácil encontrar datos más o menos similares a los medios impresos. En una primera reunión con nuestro tutor, Hugo Doménech, nos aconsejó que acotáramos el tema presentado inicialmente y que trabajáramos únicamente con la situación de la prensa local.

Actualmente, la situación de la prensa tradicional es bastante preocupante. Hay varios hechos clave que evidencian la crisis del sector: la pérdida de 126 millones de euros en 2012 de los diarios españoles, la desaparición de 27 diarios entre 2007 y 2102, y el paro en el sector de unos 10.500 periodistas en diciembre de 2013. Una crisis que surge de la combinación de varios factores: el proceso de financiarización de los medios, el descenso de la inversión publicitaria, la mala gestión del modelo de tecnológico y, sobre todo, la falta de credibilidad con la que cuenta la prensa en los últimos años. Si esto afecta a grandes cabeceras, nuestro objetivo ha sido conocer cómo los medios locales están afrontando dicha crisis y cuál es su futuro.

Con el tema ya acotado y con los objetivos del reportaje claros empezamos a trabajar en el proceso de pre-producción.

FASE DE PRE-PRODUCCIÓN

Gastos para la producción

Por lo que respecta a este apartado, debemos señalar que nuestros gastos en el reportaje se limitaban desde un primer momento a los desplazamientos que pudiésemos realizar y algún gasto menor (cintas de vídeo, aparcamiento, gasolina, etc.). Además, se ha podido reducir al máximo el gasto ya que gracias al Laboratorio de Comunicación (Labcom) de la Universitat Jaume I (UJI) nos han proporcionado todo el material técnico que hemos necesitado durante la producción. Por lo que, gracias al Labcom hemos podido realizar nuestro reportaje audiovisual con una cámara Z7, baterías, trípode, micrófonos de corbata y micrófono de cañón con su respectiva pértiga.

Como equipo de apoyo hemos utilizado una cámara réflex Canon 550D que graba en alta definición para poder tener un mayor dinamismo durante el rodaje con más variedad de planos. De este modo, el plano de la Z7 se quedaba fijo en el trípode para realizar las entrevistas en la que estaba presente uno de los componentes del grupo, jugando en cierto momento con el zoom, y con la cámara fotográfica tomábamos planos desde otro ángulo o primeros planos detalle, para posteriormente a la hora del montaje tener un mayor dinamismo.

Plan de rodaje

En un principio, nuestro plan de rodaje estaba pensado para que en aproximadamente dos semanas pudiésemos tener todo grabado. La fecha de inicio se retrasó por las clases hasta finales de marzo. Aunque durante ese tiempo se fue concretando alguna entrevista para comenzar a principios de abril con las grabaciones.

Desde un primer momento, queríamos contactar con los directores de *El Periódico Mediterráneo*, *El Mundo – Castellón al Día* y el delegado del *Levante de Castellón* para que de forma individual nos contaran desde dentro cuál es la situación de su cabecera y su adaptación al nuevo entorno digital. La única respuesta que obtuvimos fue la del director de *El Mundo – Castellón al Día*, Víctor Navarro. Por parte de los otros periódicos no recibimos ninguna respuesta a nuestra petición a pesar de intentar contactar con ambos en varias ocasiones.

A la hora de elaborar nuestro reportaje no solo queríamos dar voz a los implicados más directamente en esta situación. Existen otras esferas a las que también les afecta. Por tanto, decidimos conocer otros sectores. Nuestra primera entrevista en el reportaje la realizamos el 8 de marzo en el “Kiosco Colón” de Castellón para que su propietaria, Silvia Vicent, nos contara cómo les está afectando al gremio de quiosqueros la crisis de la prensa tradicional. Asistimos a la apertura de su comercio a las 7:00 de la mañana para poder grabar la puesta en marcha del negocio. Unos días antes ya habíamos grabado la entrevista con estudiantes de Periodismo de la UJI, como futuros profesionales de la información, y con la periodista de Vinaroz, Emma Bas, que ha realizado una investigación sobre la situación de la prensa local y podía ser de gran ayuda a la hora de conocer un poco más a los medios locales.

Después de las vacaciones de Semana Santa pudimos acabar de grabar el resto de entrevistas que teníamos programadas en nuestro plan de rodaje. El día 29 de marzo realizamos la entrevista a Víctor Navarro y, posteriormente nos desplazamos hasta la cafetería “La Valenciana” que nos había recomendado Silvia Vicent y que tras concretar una persona del grupo con el responsable del local nos dijo que podíamos ir a grabar sin problemas. Allí entrevistamos a un señor que estaba en ese momento leyendo prensa local.

Finalmente, las dos últimas entrevistas se realizaron los días 30 de abril y 6 de mayo. La primera fue al profesor de la Universidad de

Valencia, Guillermo López, como experto en la materia y nos desplazamos hasta su lugar de trabajo en Valencia para entrevistarlo. Por su parte, la última entrevista se tuvo que cerrar tras varios cambios en el plan de rodaje y dependiendo también de la disponibilidad de la entrevistada. Se trata de la periodista Yolanda Peris que ha pasado de una redacción de prensa impresa en Castellón a la del *Levante-EMV* en su versión digital.

En definitiva, nuestro plan de rodaje quedó de la siguiente forma:

- 2 abril: Emma Bas (periodista)
- 3 abril: Estudiantes UJI
- 8 abril: Silvia Vicent (quiosco)
- 29 abril: Víctor Navarro (El Mundo-Castellón al Día)
- 29 abril: Cafetería “La Valenciana”
- 30 abril: Guillermo López (Profesor UV)
- 6 mayo: Yolanda Peris (periodista)

Fue necesario realizar cambios que explicaremos más tarde en el apartado “**Problemas durante el rodaje**” que hizo cambiar fechas e incluso repetir una entrevista que ya habíamos grabado.

Por otro lado, en esta fase fue cuando decidimos que uno de los componentes del grupo apareciera en cámara junto a las personas entrevistadas. Mientras que el otro se encargaba de las grabaciones. Además, la misma persona que aparece en el reportaje ha realizado el guión definitivo y el montaje al disponer de equipo propio y conocimientos del programa de edición.

FASE DE PRODUCCIÓN

Enfoque y estructura del reportaje

La siguiente fase trata de la elaboración en sí del reportaje. Con las fuentes que teníamos pensado entrevistar y buscando hacer un vídeo dinámico y con ritmo, nos decantamos por hacer un formato del tipo de programa “Salvados” de *La Sexta*. Pero a su vez, utilizando una fórmula que no tienen en dicho espacio. Los *speech* de la periodista-protagonista introduciendo el tema que se va a tratar y presentando a los entrevistados.

Nuestra idea era evitar las grabaciones de “voz en off” e intentar hilar los temas con el guión definitivo. De este modo, las fuentes consultadas son las que ofrecen diferentes puntos de vista y el espectador consigue extraer sus propias conclusiones de aquello que se ha contado. Además, durante las declaraciones hemos incluido rótulos informativos para contextualizar y ofrecer una visión más amplia de la situación actual a través de diversos estudios consultados durante la fase de pre-producción.

El reportaje consta de tres bloques: una pequeña introducción a modo de *speech* de la periodista, para dar paso al cuerpo de la información dividido a su vez en dos partes para dar lugar a una conclusión.

De esta manera, a la hora de estructurar el reportaje queríamos empezar a las 6:45 de la mañana en las calles de Castellón aún sin actividad y con un *speech* de la periodista-protagonista presentando el reportaje. A continuación, la apertura del quiosco con su propietaria para que nos cuente cómo les está afectando a ellos el descenso de la venta de prensa impresa, el periódico que más se vende, etc.

La hora del almuerzo es el momento en el que mucha gente aprovecha para leer prensa en las cafeterías o bares, algo que afecta también al gremio de quiosqueros porque son ejemplares que ellos no venden y como consecuencia las empresas periodísticas tampoco. Por eso, el siguiente punto donde queríamos entrevistar era en una cafetería, para conocer la visión de los consumidores de prensa y si solo leen periódicos cuando van a almorzar o si suelen comprarlo.

Por otra parte, los estudiantes de Periodismo también son una fuente importante para nuestro reportaje. Su opinión como futuros informadores nos puede dar una perspectiva de lo que luego puede ser la prensa local a medio – largo plazo. Al inicio de esta parte, la periodista hace un *speech* para informar dónde estamos y aportar datos.

Posteriormente, entremos en las fuentes que tienen mayor peso académico. Primero con la periodista Emma Bas para que nos contextualice la situación actual de la prensa local y también nos cuente cómo se están adaptando las tres cabeceras al nuevo entorno digital. Aunque no será la única periodista en el reportaje. Con Yolanda Peris podemos conocer cómo una periodista que lleva trabajando muchos años en la edición impresa del *Levante de Castellón* da el salto a la edición digital en el *Levante – EMV*.

Finalmente, necesitamos un experto de la materia para poder saber concretamente la situación de los medios locales. En este caso, el profesor de Periodismo en la Universidad de Valencia, Guillermo López, nos puede ampliar el porqué de la crisis de las empresas periodísticas. Obviamente, en el reportaje necesitamos saber la opinión del responsable de un diario. En este caso, el director de *El Mundo Castellón al Día*, nos puede hablar cómo están afrontando estos momentos en los que no sabemos que pasará con la edición impresa de los periódicos a corto plazo.

Para cerrar el vídeo haremos un último *speech* resumen con la presentadora-protagonista y una batería de declaraciones en forma de titular de las fuentes entrevistadas sobre cuál creen ellos que es el futuro de la prensa local.

Fuentes consultadas

En este apartado, tras acotar la temática a únicamente la prensa tuvimos claro a quién queríamos entrevistar:

- **Silvia Vicent:** propietaria del “Kiosco Colón” desde hace 20 años. Su testimonio es importante para conocer el volumen de venta que tienen estos comercios y cómo les está afectando a ellos la crisis. Además, nos cuenta cuál es el periódico que más se vende y por qué.
- **Cafetería “La Valenciana”:** el cliente es un lector habitual de la prensa en la cafetería. Su papel en el reportaje no es más que ser una de las voces que lee periódicos con información local.
- **Estudiantes de Periodismo de la UJI:** cuatro estudiantes que nos cuentan qué opinan de la prensa local castellonense y qué debería hacer esta para sobrevivir al nuevo entorno digital.
- **Emma Bas:** periodista y autora de una investigación sobre la situación de la prensa local en la que podemos encontrar datos exhaustivos sobre las tres cabeceras de La Plana.
- **Guillermo López:** investigador, coordinador de “Cibermedios valencianos” y profesor de la Universidad de Valencia de la asignatura de “Periodismo Digital”. Nos ofrece una visión más concreta al conocer a la perfección cómo están actuando y particularidades de los medios locales.
- **Víctor Navarro:** director de El Mundo – Castellón al Día. Su cabecera es la única que está apostando por diferenciar los contenidos de la edición impresa de la digital. Cuenta con un periodista que se dedica exclusivamente a la parte de Internet.

- **Yolanda Peris:** periodistas, ex trabajadora del *Levante de Castellón* y actualmente pertenece a la plantilla de la edición digital del *Levante-EMV*.

Problemas durante el rodaje

Queremos señalar en este apartado las dificultades que nos hemos encontrado durante la realización del reportaje. El principal inconveniente que hemos notado ha sido la limitación de equipo humano. Siendo dos personas no hemos podido tener todos los recursos que nos hubiese gustado, y más cuando una de los componentes del dúo aparece en cámara.

En cuanto a las grabaciones de las entrevistas con las fuentes hemos sufrido varios percances. La primera entrevista con el alumnado la tuvimos que repetir por un problema en la cinta en la que grabamos. Siguiendo con los entrevistados, la no respuesta de los responsables de las dos cabeceras de prensa impresa de Castellón supuso un cambio en el guión aunque finalmente se pudo subsanar con otro planteamiento. Además, nuestra idea inicial para el final era acabar con los responsables de los tres diarios haciendo una valoración del futuro, pero no lo hemos podido conseguir. Los problemas meteorológicos como la lluvia o las fuertes rachas de viento también han frenado nuestro rodaje.

El audio de las entrevistas no son de la calidad que esperábamos debido a nuestro desconocimiento de ese apartado y aún creyendo que todo funcionaba a la perfección, una vez capturadas las imágenes nos dábamos cuenta que no estaba con la calidad que nos gustaría.

Finalmente, un viaje que habíamos planeado al XV Congreso de Periodismo Digital en Huesca los días 13 y 14 de marzo, debido a un problema con las acreditaciones no pudimos asistir y, en este caso, también hizo que el guión sufriera cambios.

Por otra parte, sin la colaboración del Labcom no hubiese sido posible solucionar ciertos problemas técnicos. La ayuda recibida por los responsables ha sido de gran ayuda a la hora de corregir la iluminación de planos.

PLAN DE POSTPRODUCCIÓN

Técnica y elementos de montaje

En la última fase del trabajo audiovisual, el de montaje, hemos optado por utilizar con el programa Final Cut Pro X 10.1. La última versión del programa de edición que todavía no está disponible en las aulas multimedia de la facultad. Por ello, hemos trabajado de forma autónoma fuera de las instalaciones de la UJI. La versión antigua es incompatible con la nueva y cualquier avance que realizábamos no podíamos trasladarlo a ningún otro programa de edición de Final Cut.

El reportaje siempre ha estado pensado para elaborar un montaje en que apareciesen diferenciadas dos partes: una mucho más rápida y con declaraciones menos importantes y otra en la que los protagonistas eran personas con cargos e inmersas en el mundo del periodismo de manera directa. Por eso, desde el primer momento hemos diferenciado a la propietaria del quiosco, la fuente anónima y el alumnado para aparecer al inicio y el resto de fuente eran las que intuíamos que eran las que mejores declaraciones nos iban a dar y con mayor contenido, por lo que saldrían más tarde y con mayor presencia. En este montaje analítico íbamos a intentar tener escenas creativas en el montaje, pero hemos priorizado el contenido del reportaje.

Por lo que respecta al apartado de efectos y sonidos que hemos utilizado en el vídeo, tenemos que destacar la utilización de efectos a la hora de intentar nivelar la exposición y el color de algunos planos. La cámara réflex grababa con mejor calidad que la Z7 y en los cambios de

plano se notaba la diferencia. Lo mismo ha ocurrido con el sonido, hemos trabajado con el ecualizador para intentar que tanto la presentadora como los entrevistados tengan el mismo volumen.

La utilización de rótulos durante el reportaje cumplen dos funciones: la primera es para situar al espectador dónde estamos y la segunda para ampliar datos y contextualizar las respuestas que los entrevistados nos daban.

Además, otro de los efectos que hemos utilizado en varios planos de recurso es el estabilizador para disminuir al movimiento debido al zoom de primeros planos. Al utilizar dicha herramienta los la imagen pierde un poco de calidad y se difumina un poco, pero lo preferimos a no ver un exceso de movimiento.

Por último, en la parte final del vídeo las imágenes están ralentizadas y tienen un filtro que da un efecto más evocador y así las diferenciamos del resto de recursos que se han utilizado en todo el montaje.

Música

Aquí teníamos claro la importancia de la música a la hora de elaborar el reportaje. Completa los momentos de silencio en la transición entre fuente y fuente y consigue evocar al espectador. Según el último informe elaborado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, se pueden utilizar fragmentos de canciones hasta un límite de cuarenta segundos para no tener la obligatoriedad de pagar derechos de autor. Hemos cumplido esos límites para poder utilizarla en nuestro vídeo y la canciones que hemos utilizado son:

1. Sweet Child O Mine (Taken by tres)
2. Moliendo Café (Mina)

3. Hit the road Jack (versión acústica de Igor Presnyakov)
4. Vie en rose (Zaz)
5. The A Team (Ed Sheeran)

Minutado

En una de las partes más complejas del reportaje como es el minutado hemos utilizado varios recursos. Al grabar con la cámara Z7 en formato HDV, cada vez que la cámara se apaga o está un tiempo sin grabar, el dispositivo deduce que has grabado todo lo que tenías que grabar de un mismo tema, por lo que a la hora de capturar las imágenes y de minutar los brutos de los recursos nos ha sido mucho más fácil seleccionar los planos que queríamos.

Además, cada vez que terminábamos una grabación intentábamos capturar en las cabinas de edición de la UJI. Mientras visionábamos íbamos tomando notas respecto al tiempo. Por su parte, en las entrevistas hemos utilizado el programa MPEGstreamclip que sirve para cortar los trozos que quieras de las declaraciones y sacábamos los diferentes clips de cada pregunta con su respuesta y lo tras una identificación sencilla nos agilizaba a la hora del montaje. Es por este motivo que en el guión definitivo no aparecen los minutados de las entrevistas.

Por último, tampoco hemos minutado los recursos tomados con la réflex o con el Iphone por ser material de apoyo y que ha sido utilizado en casos de emergencia en caso del teléfono. Son grabaciones muy cortas y muy concretas.

El montaje del reportaje se terminó el lunes 19 de mayo y presentado al tutor, únicamente falta de la última entrevista que faltaba editar y añadir al producto final.

Rótulos

Al ser un reportaje sin “voz en off” optamos por incluir varios rótulos informativos para completar las declaraciones de nuestras fuentes y así aportar nuevos datos que ayuden al espectador. Los rótulos que hemos utilizado son los siguientes:

- La venta de prensa en papel ha descendido un 18% en los últimos 5 años. (Fuente: OJD)
- *El Periódico Mediterráneo* tiene una tirada diaria de unos 10.000 ejemplares al día. (Fuente: OJD)
- Las cafeterías gastan una media de 80 euros mensuales en prensa. (2 periódicos al día = 78 euros)
- Un 9% de los lectores lee prensa en bares y cafeterías. (Fuente: Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros 2011)
- Un 30% de los jóvenes consume prensa local en cualquier formato. (Fuente: Andreu Casero)
- Solo un 10% de los lectores de prensa digital están dispuestos a pagar por consumir información. (Fuente: www.diariodigital.com)
- La presencia de información castellanense en la web del *Levante-EMV* ha crecido un 30%. (Fuente: *Levante de Castelló*)
- El diario *El Mundo* vende de media al día unos 2.000 ejemplares en la provincia. (Fuente: OJD)
- Marzo 2013: los ciudadanos españoles califican la confianza en el periodismo en un 5,6 sobre 10. (Fuente: CIS – Estudio 2981)
- El grado de politización atribuido por los ciudadanos españoles al periodismo es de 7,5 sobre 10. (Fuente: Informe profesión periodística 2011)

FASE DE EMISIÓN

Espacio de emisión

Si pensamos en la emisión de nuestro reportaje en un medio tradicional, creemos que la televisión sería la indicada para reproducir nuestro trabajo. Siendo más específicos, al tratarse de un tema sobre la prensa local de Castellón, debería emitirlo alguna cadena que estuviese vinculada con la ciudad o la provincia. Es decir, nuestra mejor pantalla tradicional sería *Televisión de Castellón*, por ejemplo, *TV4 Vila-real* por la proximidad con la capital de La Plana. *Levante TV* o *Mediterráneo Televisión* creemos que no puede generar tanto impacto. Por último, las desconexiones de *RTVE* no son suficientes ni disponen de un espacio específico en el que emitir nuestro vídeo.

Por otra parte, como nuestro trabajo versa sobre la adaptación de la prensa a Internet, sabemos que nuestra mejor plataforma es la red. Queremos publicar nuestro producto en *Youtube* y promocionarlo a través de las redes sociales: *Facebook* y *Twitter*. Además, también puede aparecer en blogs especializados. Aunque hay que destacar que el reportaje sería totalmente publicable en la red siguiendo las restricciones de los derechos de autor.

Finalmente, si las cabeceras que aparecen citadas quisiesen publicar el reportaje en sus respectivas páginas digitales ayudaría a que los lectores conociesen la situación de la prensa local.

Público objetivo

Si el reportaje se emitiese finalmente en abierto, nuestra audiencia serían los ciudadanos de Castellón, abarcando una franja de edad bastante amplia por haber contado en el reportaje con fuentes de todas las edades. La opinión de los estudiantes le puede proporcionar cierta atracción al público joven. Las generaciones de mediana edad son las que han crecido con la prensa en papel y ahora cada vez más consultan más medios digitales, por lo que pueden verse

identificados con la historia. Por último, el público más mayor y que no tiene un perfil de navegador en red también puede estar interesado porque siguen consumiendo prensa local.

Pensamos que un producto con estas características le puede interesar a los ciudadanos de Castellón porque es una información cercana a ellos y del día a día. No sabemos todavía hacia dónde se dirige la prensa en papel ni qué ocurrirá con ella y esa pregunta también se la hacen los ciudadanos de a pie.

VALORACIÓN FINAL

La valoración final que hacemos de nuestro producto es bastante positiva. Creemos que las imágenes grabadas, el montaje y las declaraciones cumplen con los requisitos mínimos necesarios para convertir al reportaje en un producto emitible abiertamente. Hemos intentado darles voz a todos los interesados y, aunque el guión ha sufrido alguna modificación, hemos conseguido rehacernos y buscar nuevas alternativas para seguir sacando información de interés. Hubiésemos conseguido un final mucho más intenso con los tres directores, pero no ha podido ser.

Hemos entendido lo importante que es hacer un buen trabajo de pre-producción y prever todos los posibles contratiempos con los que te puedes encontrar, como incompatibilidad de agenda o que la lluvia te impida hacer tu trabajo, pero la reacción ante las adversidades ha sido buena.

En algunos casos ha sido un problema el estado de los micros. Las rachas de viento han enmascarado parte de las declaraciones, pero el mensaje de cada fuente se ha transmitido.

Nos hubiese gustado contar con más tiempo en el reportaje para poder ampliar más, ya que con tan solo 15 minutos se debe ser muy concreto y

directo. Por suerte no hemos sacrificado a ninguna fuente para no perder la continuidad en el discurso ni en la presencia de todos los públicos y, valorando activamente las declaraciones, hemos sobrepasado el tiempo estipulado en unos 50 segundos entre cabecera y créditos para ajustarnos lo máximo posible. Si hubiésemos tenido un margen de otros tres minutos podríamos haber aprovechado más el tirón de Guillermo López o de Víctor Navarro.

Por otra parte, creemos que hemos cumplido con los objetivos que nos marcamos a la hora de construir este reportaje: hemos conocido cómo funcionan actualmente los medios locales de Castellón en el momento de crisis económica y periodística en el que nos encontramos; y la gestión que hacen de sus ingresos respecto a la publicidad; hemos dado voz a un gran número de implicados con la comunicación para poder dilucidar el futuro que le espera a la prensa local; y hemos logrado recabar suficientes datos como para que el espectador saque sus propias conclusiones sobre aquello que le depara a los periódicos locales.

Por último, queremos remarcar que estamos contentos con nuestro producto y que queremos darle una difusión en las redes sociales para promocionarlo por creer que merece la pena su visionado por parte de los ciudadanos de la provincia de Castellón. La población sigue demandando prensa local, pero solo con esas peticiones no es suficiente su sostenibilidad. Todo dependerá de la evolución que sufran los medios de comunicación y cómo se desarrolle el ejercicio del periodista en el ámbito local. Si queremos que la prensa local no acabe desapareciendo está en manos de los futuros periodistas crear una prensa libre, de calidad y accesible, y que no dependa de las inversiones de instituciones ni empresas privadas que puedan distorsionar la información.

BIBLIOGRAFÍA

ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID (2011): *Informe Anual de la profesión periodística* [Castelló]

<<http://www.apmadrid.es/publicaciones/informe-anual-de-la-profesion-periodistica>> [Consulta: 12 marzo 2014]

BAS FERRERES, Emma (2013): *El periodismo de proximidad ante los retos y oportunidades del contexto actual. El caso de la prensa local de Castellón*. Trabajo de investigación. Universitat Jaume I de Castelló.

CASERO-RIPOLLÉS, Andreu (2014): *¿Por qué casi nadie quiere pagar por el periodismo en Internet?* [Castelló]

<http://www.eldiario.es/autores/andreu_casero-ripolles/> [Consulta: 10 mayo 2014]

CASERO-RIPOLLÉS, Andreu, Coord. (2012): *El públic jove enfront la premsa comarcal*. Plataforma Interuniversitària Premsa Local i Comarcal.

CIS: *Estudio 2981* [Castello] <http://www.cis.es/cis/export/sites/default/Archivos/Marginales/2980_2999/2981/e298100.html> [Consulta: 15 mayo 2014]
<<http://www.cibermediosvalencianos.es/ComunicacionLocal.pdf>> [Consulta: 12 marzo 2014]

FEDERACIÓN DE GREMIO DE EDITORES DE ESPAÑA (2011): *Barómetro de hábitos de lectura y compra de libros*, [Castelló]

<http://www.federacioneditores.org/0_Resources/Documentos/NP_Barometro_Lectura.pdf> [Consulta: 10 mayo 2014]

LÓPEZ GARCÍA, Guillermo, Coord. (2008): *Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en Internet: cibermedios, confidenciales y weblogs*, [Castelló]

WAN PRESS (2010): *The Paid vs. Free Content Debate* [Castelló]<

http://www.wan-press.org/IMG/pdf/SFN_9.2_Paid_vs_Free_final.pdf>

[Consulta: 10 mayo 1014]

ANEXO. Executive abstract

Introduction

Since the first informative meeting, we got the theme and the format of our TFG clear: "the adaptation of the local press to the Internet". During the career, we could study how the digital format has won more audience than the press, the radio and the TV. After study the features that should have the publications on Internet and we checked the multiples shortage of the media of La Plata.

After make a investigation, we could see that we had a lot of information just for the situation of the press. Nevertheless, the radio and the television were fields with more problems for collect enough pieces of information to do the report more attractive.

The professor Hugo Doménech advised us that the best option was making a product just about press. We have got the idea, so, it was the moment to develop the pre-production phase.

Pre-production phase

The expenses of our work were always limited due to the trips and other things that lacked of importance (like gas, films, car parking...). The Labcom rented us the material for make the records, so the expenses were minimum (cameras, tripods, microphones, batteries...). In addition, we have used a camera for record more images and have images of different angles and perspectives.

A the beginning, we thought the pre-production plan for record all the interviews in two weeks, but we started to work with the cameras after we had finished our classes. Although, we could meet with other people for complete the information of the report. Finally, we made seven interviews and we can resolve the problems that we had with Pepe Beltran and José Luis Valencia.

Production phase

We have needed three real weeks (during Easter's holidays we couldn't record) and we finished with the technical material the 6th of May. In the first week of April we met with a journalist of Vinaroz, Emma Bas. Then, with four students of Journalism of the university and with Silvia Vicent, a newsagent of Castellon for twenty years. The last week of April, we could meet Guillermo López, a professor of the University of Valencia. We went to record the interview with a customer of a café shop. 6th of May we met with the last source, Yolanda Peris, a journalist of the digital edition of *Levante-EMV* and ex worker of the paper edition of *Levante de Castelló*.

The organization of the information in the report and the focus is similar to the TV programme *Salvados* on *laSexta*, but we have different things: the presenter-protagonist makes different speeches for introduce the themes and lead the narrative line of the report. Our mission was to avoid the off voice because we wanted a new product with our own characteristics.

During the shooting, we had some problems. We want to point out the trouble about record with two people. It is really difficult to obtain a big variety of images if one member of the team is making the interview. We haven't got the best quality of images because of that. Other trouble was the crash of the film with the student and we were obligated to remake the interview. The audio of the images is imperfect for the wind and, finally, we couldn't go to Huesca to the Journalism Congress because we haven't got the credentials the 13th of March.

Post-production phase

We have used the editing programme Final Cut Pro X, the last version of iOS. This programme isn't available in the multimedia rooms of the university, so, we have worked with our computer. The trouble is that if you use one version of Final Cut, you can't work with other versions for the incompatibility of formats.

The report has two parts: the first more faster and with simple testimonies, and the other with big testimonies of important sources. We haven't been creative and we have prioritized the content of the report.

We have used five different songs for complete the images thinking on the limit of forty seconds of the legality of the Ministerio de Cultura and the SGAE. In addition, we have incorporated signs for complete with new pieces of information. We haven't got off voice so we needed this resource. To capture the images of the films, we have used the Final Cut and we have selectionated the testimonies with the MPEGstreamclip, a programme for cut the video faster.

Finally, the images of the photographic camera and of the iPhone have been support material for punctual moments.

Broadcasting phase

We think that the best platform to broadcast our video is the television, concretely, *Television de Castellón* or *TV4 Vila-real*, because their audience is close to the theme of the report. Although we know that the best platform is Internet. We are going to publicity the video on *Youtube* and we will use *Facebook* and *Twitter* to advertise the product. Other great idea is that newspapers publicity the video on their website.

The target of this product is the people of Castellón, We have made interviews to people of different ages to attract a big number of audience. These people are really close to the information and they could help us with the publishing.

Final valuation and personal opinion

We have made a positive valuation of our work. We did a video with a good audiovisual quality and good sources and messages. With the limitation of the fifteen minutes we couldn't make the work as we wanted. We believe that we have achieved our objectives and the report is completely apt for their

broadcasting. In conclusion, we are very satisfied with the report and we think that can appear in *Youtube* in a short period of time.

